
Podcast: Alternatif Media Dakwah untuk Generasi Digital

Ninda Zahra Wahyudi¹, Nur Arbaini², Sherly Violeta Fitri³, Edi Amin⁴

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

E-mail: nindazahraaw@gmail.com¹, nrarbaini@gmail.com², vltsherly@gmail.com³,
danedi.amin@uinjkt.ac.id⁴

Article History:

Received: 07 Agustus 2024

Revised: 20 Agustus 2024

Accepted: 22 Agustus 2024

Keywords: Podcast, Da'wah,
Digital Media, Digital Generation,
Podcast Media Da'wah

Abstract: *Da'wah activities are one of the message delivery methods carried out by many religious figures, especially in Indonesia. Sophisticated technology serves as a communication strategy for Da'wah, expanding the audience and target reach. One of them is podcasts, as a medium for delivering communication carried out with a target audience of a more modern and conventional digital generation. We conducted the research using a descriptive-qualitative method, incorporating data collection techniques from literature, book, and journal reviews. The study's findings indicate that podcasts are a popular choice among the digital generation. Podcasts and Da'wah make it easier to reach the expected target or even an audience that is outside the target. The obstacles and challenges faced are the content, which must be interesting, not violate norms, not offend any party, and consistent so that the podcast is popular and heard by the audience.*

PENDAHULUAN

Teknologi berkembang pesat, khususnya di tahun 2024 ini. Inovasi dan juga pilihan barang canggih tidak pernah habis. Sebut saja ponsel, dan laptop yang terus berkembang bahkan dapat menjadi kebutuhan utama di era modern. Tidak hanya menjadi alat komunikasi, namun fitur seperti perbankan/keuangan, hiburan, alat komunikasi, perbantuan kerja seperti alat editing, untuk proses program dan lainnya memanfaatkan teknologi. (Basoeky, 2023) Hal ini yang menjadikan perkembangan media komunikasi turut berkembang pesat, salah satunya adalah podcast.

Menurut (Rahman, 2018) dalam (Saragih, Marpaung, & Saragih, 2022), podcast merupakan hasil inovasi dari perkembangan teknologi yang diwujudkan dalam bentuk audio, serta diakses dengan menggunakan internet. Audio podcast dapat didengarkan dengan menggunakan perangkat teknologi, seperti smartphone, laptop dan komputer, dengan cara mendengarkan secara langsung. Saat ini, podcast telah menyebar ke seluruh negara termasuk Indonesia. Podcast merupakan inovasi campuran. Campuran tersebut merupakan campuran antara audio dan video yang diperoleh secara daring (e-learning). Dengan hadirnya podcast, penggunaan media biasa seperti kaset dan radio dalam pembelajaran bahasa mulai berkurang.

Berbicara soal podcast, salah satu media komunikasi yang dimanfaatkan oleh banyak individu termasuk para pendakwah dan tokoh agama. Dakwah khususnya dalam agama Islam merupakan kegiatan menyebarkan informasi dan ilmu kepada umat Islam dan khalayak ramai, guna memberikan pengetahuan dan pemahaman terhadap agama. Dalam jurnal (Mardiana, 2020)

dijelaskan, bahwa dakwah yaitu kegiatan menyeru, memanggil, bahkan persuasive mengajak dan mendorong seorang individu dalam hal ini umat muslim untuk melaksanakan kebaikan. Tujuan dari dakwah untuk menyampaikan akhlak dan moral dari tokoh agama ataupun ahli agama yang membahas mengenai detail kitab, agama dan panduan terkait agama.

Penggunaan dakwah saat ini tidaklah menggunakan jalur manual. Misalnya saja membuka pengajian di masjid, kajian dakwah di tempat belajar agama seperti pesantren, atau membuka kegiatan kajian di tempat seperti balai desa dan mushola. Saat ini penyampaian informasi sudah maju mengikuti era modernisasi. Dalam penelitian (Mardiana, 2020) menunjukkan hasil penelitian bahwa melalui media digital seperti penggunaan media sosial sebagai media komunikasi yang sedang ngetren dan modis dapat menjadi daya tarik bagi kaum milenial untuk berdakwah. Hal ini dikarenakan banyaknya masyarakat yang menggunakan media sosial sebagai mesias dalam upaya menyampaikan pesan dakwah. (Estuningtyas, 2021) juga menjelaskan dalam jurnalnya, Perkembangan dakwah berhasil memanfaatkan strategi dan metode media digital untuk menjangkau generasi milenial yang lebih melek teknologi dan dekat dengan media sosial. Penggunaan metode yang tepat, menjadi poin utama menarik umat untuk menikmati konten dakwah dan cara komunikasi yang berbeda.

Pemanfaatan media digital jelas berpengaruh pada media komunikasi dan penyebaran informasi. Salah satunya adalah dakwah dalam agama Islam. Menyampaikan pesan pada generasi digital, tentu membutuhkan strategi dan cara khusus (Burham, 2023). Podcast menjadi pilihan dan salah satunya.

Pemanfaatan podcast dalam jalur dakwah bukanlah hal yang baru, namun pemanfaatan hal ini tidaklah umum. Padahal podcast menarik perhatian generasi digital, karena dianggap sebagai komunikasi modern yang atraktif, mudah dipahami, dapat diakses di media sosial mana saja dan menjangkau target yang luas. Dalam penelitian (Utomo, 2022), menunjukkan bagaimana tokoh Habib Ja'Far yang berhasil memberikan dakwah dan konsep moderasi beragama melalui podcast. Selain itu, penyampaian pesan agama berlandaskan Alquran surat An-Nahl ayat 125, disampaikan dengan modern dan mudah dipahami generasi muda. Latar belakang ini yang menjadikan penulis memutuskan untuk melakukan penelitian podcast, sebagai alternatif media dakwah yang dipilih oleh generasi digital, atau mereka yang melek teknologi di era modern ini.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan menggunakan pendekatan deskriptif, dan Teknik pengumpulan data dengan memanfaatkan studi/kajian literatur. Metode studi literatur memanfaatkan pengumpulan data dalam bentuk mencatat dan membaca data Pustaka terkait dengan penelitian jurnal ini. Adapun, data yang dikumpulkan yakni metode deskriptif dan nantinya tidak akan berwujud angka namun kata-kata ataupun gambar (Moleong, 2010) dalam (Pimay, 2021). Teknik analisis data memanfaatkan sistem reduksi data, penyajian, verifikasi dan terakhir penegasan kesimpulan.

Penggunaan kajian literatur dengan memanfaatkan buku, jurnal dan penelitian lainnya serta dengan judul yang akan dibahas. Nantinya sumber akan dipilah-pilah kemudian akan mereduksi data sesuai dengan tujuan dan judul penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dakwah

Berdasarkan definisi dan terminologi, dakwah adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada kegiatan yang bersifat mengajak dan juga menyarankan individu untuk mendengarkan

informasi dan komunikasi yang disampaikan secara lisan maupun tingkah laku serta bentuk ajaran lain. Dakwah dilakukan oleh seseorang yang dengan sadar melakukan kegiatan tersebut, memiliki tujuan yang jelas, dan mempengaruhi individu secara masing-masing maupun kelompok. Kegiatan dakwah juga dilakukan secara umum ataupun terbuka, sehingga tidak ditutup-tutupi dan secara sukarela, atau tanpa paksaan (Habibi, 2018).

Dalam Alquran khususnya, kegiatan dakwah sudah tidak asing dilakukan oleh umat muslim. Dalam kegiatan dakwah dan penyebaran informasi agama ini tertulis pada surah Nahl ayat 125, yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ
بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

ud'u ilâ sabili rabbika bil-hikmati wal-mau'idhatil-hasanati wa jâdil-hum billatî hiya aḥsan, inna rabbaka huwa a'lamu biman dlalla 'an sabîlihî wa huwa a'lamu bil-muhtadîn

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk”

Dalam penjelasan jurnal Istilah dakwah sering digunakan dan mengartikan sebagai Islam ramah (khususnya dalam agama Islam). Ayu, (2020) Istilah ini dikaitkan dengan berbagai nilai islam yang membahas mengenai fenomena penyebaran informasi. Harapannya bukan memberi pesan saja, namun berhasil memberikan penjelasan dan juga ajakan sesuai dengan ilmu yang disampaikan oleh tokoh agama. Sopian, (2020) Turut menjelaskan pentingnya strategi untuk melakukan dakwah sehingga mendapatkan hasil yang diinginkan. Seorang da'i atau tokoh agama harus memilih jalur yang konseptual dan memilih jalur komunikasi yang unik dan berbeda. Tujuannya bukan hanya mengubah opini maupun pandangan yang diberikan, tetapi jalur komunikasi terjalin dan menjangkau umat lebih luas. Lebih baik lagi apabila mendapatkan audiens dari non target yang turut menjangkau konten dan penjelasan dakwah melalui media komunikasi tersebut. Bukan hanya isi konten yang disampaikan tetapi juga strategi komunikasi dan cara menyampaikannya menjadi poin pertimbangan yang harus dipikirkan secara matang.

Media Digital

Dalam penyebaran media informasi dan komunikasi, di era yang telah modern seperti sekarang ini jelas memunculkan metode dan inovasi baru. Dengan tujuan mempermudah penyampaian komunikasi, serta memberikan informasi dengan waktu yang lebih cepat, tepat dan juga disebarkan kepada khalayak ramai. Menurut Nikmah, (2020) Digitalisasi merupakan salah satu budaya digital yang memanfaatkan modernitas serta post modernitas. Semua kemudahan terjadi di era modern, khususnya dalam bekerja dan berkomunikasi. Adanya fitur media digital menjadikan kualitas sistem informasi meningkat dengan pesat. Termasuk salah satunya media digital, atau wadah untuk menyalurkan dan menyampaikan digitalisasi yang ada.

Media digital dalam jurnal Maharani et al., (2022) merupakan cara baru dalam memberikan informasi dan melakukan komunikasi, dengan memanfaatkan perangkat teknologi. Ciri lain dari media digital, yakni adanya hubungan terdigitalisasi dan akses yang luas. Media bermunculan dengan tujuan menjadi pusat komunikasi dan pintu satu arah dalam penyampaian pesan ke individu lain ataupun ke komunikan lain dengan jumlah yang banyak. Pemanfaatan media digital erat dengan teknologi canggih dan juga mutakhir, serta penggunaan internet dalam pengaplikasiannya. Mengingat internet menjangkau banyak fitur, tanpa harus hadir secara fisik, via online sudah cukup untuk menggunakan internet.

Podcast

Podcast hadir menjadi media digital yang berhasil menggaet audiens dan masa dengan persentase yang tinggi. Penelitian Imarshan, (2021) menjelaskan keberhasilan podcast menunjukkan ketertarikan sangat tinggi terutama selama masa covid-19. Dengan mendapatkan informasi, komunikasi dan kesenangan. Jumlah podcast juga meningkat menjadi media informasi utama bagi para pendengar dan penikmatnya. Dalam penelitian Nikmah, (2020) turut menjelaskan, penggunaan podcast khususnya untuk dakwah agama. Hasil kajian menunjukkan jika podcast telah menjadi pilihan yang digunakan untuk menyuguhkan dakwah agama. Podcast dinilai praktis, efisien, serta dapat ditonton ataupun didengarkan dimana saja dan kapan saja. Fitur podcast juga turut berada di berbagai platform yang dapat disesuaikan dengan selera masing-masing individu. Sehingga aktivitas dakwah terkesan lebih konvensional, dan lebih dekat dengan generasi digital.

Penggunaan media sosial di Indonesia khususnya penikmat fitur podcast sangatlah tinggi. Hal ini wajar dilakukan, karena tingkat konsumsi media sosial dan internet remaja di Indonesia cukup tinggi berdasarkan data terakhir (cindy mutia annur, 2023). Cukup banyak akademisi dan peneliti yang memfokuskan penelitian dengan memanfaatkan podcast serta dakwah agama Maulina et al., (2023) menunjukkan penelitian yang dilakukan pada 100 responden remaja di kota Malang, untuk menonton video podcast mengenai penggunaan skincare yang wajib mengandung material halal. Hasil menunjukkan bahwa podcast dapat meningkatkan pengetahuan, dan merujuk pada penggunaan serta pemilihan skincare halal bagi remaja muslim di Kota Malang.

Podcast sebagai Alternatif Media Dakwah

Kajian literatur lainnya dilakukan oleh peneliti terkait alternatif podcast dalam menyuguhkan dakwah agama pada generasi digital. Penelitian yang dilakukan (Khaerunnisa et al., n.d.) menunjukkan hasil jika media dakwah digital khususnya podcast efektif memberikan fasilitas pada khalayak untuk mendengarkan dakwah secara mudah dan fleksibel. Khususnya pada konten da'i dan tokoh agama Hanan Attaki yang menjelaskan terkait aturan dan juga ketentuan dalam agama Islam yang dapat dipahami oleh anak muda. Namun selain keberhasilan, podcast juga memberikan tantangan bagi penyebaran dakwah yang dilakukan di Indonesia. Penelitian Hitimala, (2023) Menjelaskan bagaimana tantangan podcast dalam penyebaran pengetahuan tentang Islam, hasil penelitian menunjukkan podcast menjadi salah satu media informasi yang berpotensi besar dalam menyampaikan informasi dan juga pesan agama secara geografis namun dakwah melalui podcast mengalami persaingan yang sangat ketat. Sehingga regulasi yang berlaku harus dipahami, dan penyampaian dakwah wajib berhati-hati. Dalam beberapa kasus, terjadi dampak dan pandangan negatif yang terjadi akibat salah dan berbedanya bahasa dan makna yang disampaikan dalam podcast.

Kusuma et al., (2024) menjelaskan dalam menghadapi tantangan dan peluang podcast yang dapat menjangkau banyak audiens, podcast keislaman wajib memperhatikan kualitas konten, konsistensi dalam memproduksi video/audio serta memberikan strategi yang juga efektif. Hal ini juga harus relevan dengan materi/konten modern yang dirasa lebih menarik banyak generasi digital dan mencari bahan yang relevan dengan kebutuhan anak muda dalam agama.

KESIMPULAN

Dakwah merupakan kegiatan menyampaikan pesan, membujuk bahkan memberikan informasi guna menunjang pengetahuan yang dimiliki oleh individu, khususnya umat muslim. Mengingat dakwah merujuk pada agama dan istilah yang dikaitkan dengan umat muslim yang mempelajari secara terbuka pengetahuan dan informasi agama terkait melalui tokoh agama.

Adanya penggunaan media digital menunjukan, bagaimana dakwah memanfaatkan berbagai strategi komunikasi yang ada dan salah satunya yaitu media digital/podcast.

Implementasi podcast dalam menyebarkan dakwah menjadi cara tersendiri, untuk dapat menyampaikan informasi dan mengemas konten menjadi lebih menarik. Guna menarik perhatian seluruh umat muslim, khususnya generasi digital seperti anak muda dan juga remaja dalam belajar Agama. Selain itu, tantangan dalam penggunaan podcast untuk alternatif media dakwah bukan hanya karena konsistensi yang dilakukan tokoh agama saja, namun harus memperhatikan isi konten agar tidak menyinggung berbagai pihak secara sengaja maupun tidak disengaja. Disisi lain, tantangan yang ditemui era modern ini yaitu adanya pengemasan konten yang tetap mendidik dan menjadi media dakwah yang tepat, namun menarik dan tidak membosankan. Berdasarkan penelitian, podcast menjadi media digital favorit saat ini karena mudah didengarkan, dan tersedia di berbagai platform. Namun, pendakwah juga harus mempelajari tantangan agar menemukan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya tarik podcast sebagai media dakwah.

DAFTAR REFERENSI

- Ayu, S. (2020). A Digitalisasi Dakwah: Upaya Meningkatkan Daya Saing Islam Ramah di Era Pandemi. *Jurnal Bimas Islam*, 13(2), 307-344.
- Basoeky, R. A. (2023). MANAJEMEN DAKWAH DALAM ERA DIGITAL: STRATEGI DAN TANTANGAN. . *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(1), , 70-77.
- Burham, M. (2023). Bentuk Kajian Dakwah Digital Di Indonesia: Sistematic Literature Review. . *Qawwam: The Leader's Writing*, 4(2), , 115-128.
- cindy mutia annur. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta orang hingga awal 2023*. (<https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2023/09/20/Pengguna-Internet-Di-Indonesia-Tembus-213-Juta-Orang-Hingga-Awal-2023>,).
- Estuningtyas, R. D. (2021). Strategi Komunikasi dan Dakwah Pada Kalangan Milenial di Era Modernisasi. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies*, 2(1), , 75-86.
- Habibi, M. (2018). OPTIMALISASI DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL PADA ERA MILENIAL. *Al-Hikmah*. 12. .
- Hitimala, I. (2023). Analysis of Opportunities and Challenges for Podcasts as a Means of Islamic Preaching in the Digital Era. . *Socio-Economic and Humanistic Aspects for Township and Industry*, 1(2), , 173-179.
- Imarshan, I. (2021). POPULARITAS PODCAST SEBAGAI PILIHAN SUMBER INFORMASI BAGI MASYARAKAT SEJAK PANDEMI COVID-19. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis* .
- Khaerunnisa, D. Z., Azzahro, L. K., Wardana, M. R. T., Fauziah, N., Alginani, M. W., & Faqihuddin, A. (n.d.). *Menjangkau Generasi Digital: Analisis Media Podcast Han-nan Attaki sebagai Media Dakwah*. .
- Kusuma, A., Anam, M. N., Nisa Solihat, A., Assyifa, W. N., Alwan, N., Rohman, S., Rendi, R., & Adawiyah, R. (2024). PERANAN PODCAST DALAM PENYEBARAN INFORMASI KEISLAMAN: TANTANGAN DAN PELUANG. *Jurnal Ilmu Pendidikan Muhammadiyah Kramat Jati*, 5(1), , 77–85.
- Maharani, C., Nubagja, H. M., Theofilus, K. N., & Natasya, R. (2022). Quotes of The Day: Implementasi Model Dakwah Islam Melalui Sosial Media di Era Digital. . *Journal Scientific Of Mandalika (Jsm) E-Issn 2745-5955| P-Issn 2809-0543*, 3(5), , 367-374.
- Mardiana, R. (2020). Daya Tarik Media Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial.

- . *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10(02), 148-158.
- Maulina, N., Zulfa, H., Sammah, M. A., & Natasya, C. (2023). PENGARUH EDUKASI PODCAST TERHADAP PENGETAHUAN DAN SIKAP REMAJA MUSLIM TENTANG SKINCARE HALAL DI KOTA MALANG. *Medical Sains : Jurnal Ilmiah Kefarmasian*.
- Nikmah, F. (2020). Digitalisasi dan Tantangan Dakwah di Era Milenial. . *Muāṣarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 2(1), , 45-52.
- Pimay, A. &. (2021). Dinamika dakwah Islam di era modern. *Jurnal Ilmu Dakwah*. 41. , 43-55.
- Rahman, A. A. (2018). Podcast Effects on EFL Learners' Listening Comprehension. . *ELT Worldwide: Journal of English Language Teaching*. 5(2), , 1-9.
- Saragih, D., Marpaung, A., & Saragih, R. P. (2022). The Use of Podcast in Improving Students' Listening Skill of Senior High School. *International Journal Corner of Educational Research*, 1(2),, 57-68.
- Sopian, D. A. (2020). STRATEGI DAKWAH DALAM MENERAPKAN NILAI AJARAN ISLAM DI KOMUNITAS "YUK NGAJI" WILAYAH BANDUNG. . *Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 1(1), 1-11.
- Utomo, D. P. (2022). Representasi Moderasi Beragama Dalam Dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar Pada Konten Podcast Noice 'Berbeda Tapi Bersama.'. . *Pusaka Jurnal Khazanah Keagamaan*, 10(1), 212-223.