

Podcast sebagai Media Baru Dakwah di Era Digital

Nur Azhima, Indra Dita Puspito, Budi Ariyanto, Nurul Sakinah, Reka Raning Tyas

IAIN Laa Roiba

nurazhima1@gmail.com

ABSTRACT

The expression of Islam on the Internet is becoming a new phenomenon of enthusiasm for religion in the future, people, especially the younger generation, prefer to use new media to gain religious knowledge, so digital da'wah is now a new demand and trend. Due to their flexibility and ability to be accessed on multiple platforms, podcasts are one of the most popular media today. The aim of this research is to determine and analyze the presence of podcasts as a new effective medium of da'wah in the digital era and to understand how this digital technology influences the communication process and its influence on society. The results of the research show that podcasts as a new medium of da'wah have great potential to have an impact positive in increasing religious understanding, strengthening moral values, and promoting peace and tranquility in society. This new media era is also marked by media convergence so that the emergence of interactive media now places audiences as consumers as well as producers of information. The presence of new media makes things easier for humans and the aspects of interactivity and connectivity with the characteristics contained in it

Keyword: Podcast, New Media, Da'wah In The Digital Era

ABSTRAK

Ekspresi Islam di Internet menjadi sebuah fenomena keagamaan baru untuk agama di masa depan, masyarakat khususnya generasi muda lebih memilih menggunakan media baru untuk menimba ilmu agama, maka dakwah digital kini menjadi tuntutan dan tren baru. Karena fleksibilitas dan kemampuannya untuk diakses di berbagai platform, podcast menjadi salah satu media terpopuler saat ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis kehadiran podcast sebagai media dakwah baru di era digital yang efektif dan untuk memahami bagaimana teknologi digital ini memengaruhi proses komunikasi dan pengaruhnya terhadap masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan podcast sebagai media dakwah baru memiliki potensi besar untuk memberikan dampak positif dalam meningkatkan pemahaman agama, memperkuat nilai-nilai moral, dan mempromosikan perdamaian dan kedamaian dalam masyarakat. Pada era media baru ini juga ditandai dengan konvergensi media sehingga kemunculan media interaktif saat ini menempatkan khalayak sebagai konsumen juga sekaligus produsen dari informasi. Kehadiran media baru memudahkan manusia dan aspek interaktivitas dan konektivitas dengan karakteristik yang ada didalamnya.

Kata Kunci: Podcast, Media Baru, Dakwah di Era Digital

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi semakin meningkat memberikan banyak pilihan, berbagai inovasi berupa platform media sosial yang mengubah praktik dakwah saat ini. Menurut Onong Uchjana Effendy (2003), pesan adalah seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator kepada penerima. Pesan terdiri dari simbol verbal atau

nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud sumber (Deddy Mulyana, 2005). Da'i sebagai komunikator (subyek dakwah) dapat menggunakan berbagai pendekatan baru dan kekinian untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan agar diterima secara luas oleh khalayak atau mad'u (objek dakwah). Menghadapi situasi seperti ini, para pendakwah dituntut untuk melek digital dan kreatif. Mereka juga harus mencari cara-cara baru dalam menyampaikan dakwah yang sejalan dengan kemajuan teknologi yang dikuasai generasi sekarang. Da'i di era modern harus mampu berdakwah dengan menggunakan teknologi digital.

Hasil survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) menunjukkan bahwa pengguna media sosial (internet) di Indonesia sebanyak 50,7% di Facebook, 17,8% di Instagram, 15,1% di YouTube, 1,7% di Twitter, dan 0,4% di LinkedIn (Laporan Survey Penetrasi dan Pengguna Internet Indonesia, 2018). Ini dapat menjadi kesempatan, peluang, dan tantangan bagi da'i untuk mengindahkan penyampaian dakwah dengan mengemas dan membuat konten yang menarik sehingga pesan dakwah dapat tersampaikan dengan baik kepada mad'u melalui fitur-fitur media sosial tersebut. Diharapkan masyarakat, khususnya generasi milenial, akan tertarik untuk belajar ilmu agama dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, generasi milenial harus mengetahui dan memahami cara bijak menggunakan media sosial untuk menyebarkan kebaikan dan mengajak orang lain ke jalan yang benar dan diridhai oleh Allah SWT.

Berdasarkan data GlobalWebIndex (GWI), persentase pendengar *podcast* Indonesia menjadi yang terbesar kedua di dunia per kuartal III. Pendengar *podcast* di Indonesia mencapai 35,6% dari total pengguna internet berumur 16-64 tahun. Indonesia hanya kalah dari Brasil yang persentasenya mencapai 37%. Hal ini menunjukkan aktivitas konten audio dinikmati oleh Masyarakat Indonesia. Berberapa *podcast* dakwah yang hadir memberi warna pada aktivitas dakwah adalah Pecinta Shalawat, Kajian Hanan Attaki, Berceloteh Dakwah, Muzammil, Imam Sholat Hanan Attaki, Kajian Ustadz Khalid Basalamah, Belajar Hijrah, Ngaji Gus Baha. Maka *podcast* menjadi daya tarik media baru dan menjadikan cara efektif dalam berdakwah.

Di era komputer dan internet, sangat mudah bagi setiap orang untuk berbagi informasi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Para da'i bisa memanfaatkan berbagai platform media sosial populer untuk berdakwah, Platform di media internet semakin beragam, satu diantaranya adalah *podcast*. *Podcast* disebut sebagai materi audio atau video yang tersedia di internet yang dapat dipindahkan secara otomatis ke computer atau media pemutar portable baik gratis atau berlangganan.

Banyak kyai atau ustadz yang telah menguasai media sosial sebagai alat dakwah, mulai dari yang paling tua hingga yang paling muda, seperti Ustad Hanan Attaki, seorang ulama milenial ini selalu bertutur kata layaknya anak muda, baik dalam tutur katanya, penampilannya, hobinya hingga isi kajian dakwahnya. Untuk menarik minat remaja untuk berada di jalan Allah, Ustad Hanan Attaki berinovasi dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menyampaikan kajian dakwahnya. Karena media sosial sudah melekat

dalam kehidupan masyarakat khususnya remaja, maka Ustad Hanan Attaki memanfaatkan media sosial seperti YouTube dan Instagram sebagai sarana dakwahnya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan untuk kajian ini adalah studi kepustakaan (*library research*), yaitu serangkaian penelitian yang berkaitan dengan metode pengumpulan data pustaka, atau penelitian yang obyek penelitiannya digali melalui beragam informasi kepustakaan, seperti: buku, jurnal, ensiklopedia, koran, majalah, dan dokumen. Kini, di era digital data dan informasi tersebut bisa diperoleh melalui internet. Penelitian kepustakaan atau disebut juga kajian literatur (*literature research, literature review*) dipilih sebagai cara yang sistematis untuk mengumpulkan dan mensintesis penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya. Dengan mengintegrasikan temuan dan perspektif dari berbagai bukti empiris, tinjauan pustaka dapat menjawab pertanyaan penelitian dengan kekuatan yang tidak dimiliki oleh studi tunggal. Tinjauan pustaka sekaligus dapat digunakan untuk mengidentifikasi atribut penting dari artikel yang dikaji oleh peneliti.

Metode pengumpulan data terdiri dari membaca dan mengumpulkan literatur dan referensi teori yang relevan dengan topik penelitian dari berbagai sumber, antara lain data di internet, buku, jurnal dan dokumentasi. Selanjutnya metode deskriptif analisis digunakan untuk pengolahan data dalam penelitian ini. Model penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan, mencatat, menganalisis dan menginterpretasikan kondisi saat ini. Dengan demikian, fakta terkait peluang dan tantangan serta strategi berdakwah gaya baru melalui podcast di tengah tantangan era *new normal* dan arus digital dapat terungkap.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Podcast sebagai produk *New Media*

"*New Media*" merupakan istilah yang digunakan untuk merujuk pada berbagai bentuk media digital yang muncul seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Istilah ini sering digunakan untuk membedakan media-media baru ini dari media tradisional seperti surat kabar, televisi, dan radio. *New media* termasuk internet, media sosial, situs web, blog, podcast, aplikasi seluler, dan platform-platform digital lainnya.

Dalam konteks teori komunikasi, Denis McQuail, seorang ahli teori komunikasi terkenal, telah menghadirkan pemahaman tentang *new media* dalam karyanya. McQuail menyajikan sejumlah konsep dan teori dalam bukunya yang terkenal, "*McQuail's Mass Communication Theory*". Namun, perannya dalam merumuskan "*teori new media*" sendiri mungkin terbatas karena fokus utamanya adalah pada studi-studi komunikasi massa yang lebih tradisional.

Namun demikian, dalam konteks studi media, teori-teori McQuail dapat diterapkan atau disesuaikan dengan *new media* untuk memahami bagaimana teknologi digital ini memengaruhi proses komunikasi dan pengaruhnya terhadap masyarakat. Beberapa konsep dalam teori komunikasi massa McQuail yang dapat diterapkan pada *new media* antara lain (Dennis McQuail, 2012):

1. Teori Efek Media: Bagaimana media, termasuk new media, dapat memengaruhi pola pikir, sikap, dan perilaku masyarakat.
2. Teori Penerima Aktif: Menggarisbawahi peran aktif penerima dalam memilih, menafsirkan, dan merespons pesan media, termasuk dalam konteks new media di mana pengguna memiliki lebih banyak kendali atas konten yang mereka konsumsi.
3. Teori Agenda Setting: Menyelidiki bagaimana media, termasuk new media, dapat mempengaruhi topik-topik yang dianggap penting oleh masyarakat dengan cara memberikan sorotan yang intensif pada topik tertentu.
4. Teori Konstruksi Realitas Sosial: Menggambarkan bagaimana media, termasuk new media, berperan dalam membentuk pemahaman kita tentang realitas sosial dan membentuk identitas dan persepsi sosial.

Meskipun McQuail mungkin tidak secara khusus merumuskan teori komunikasi baru yang sepenuhnya berfokus pada new media, prinsip-prinsip dasar dalam karya-karyanya dapat memberikan wawasan yang berharga dalam memahami bagaimana new media memengaruhi komunikasi dan masyarakat.

Nicholas Gane dan David Beer (2008) memaparkan karakteristik media baru dengan term network, interactivity, information, interface, archive dan simulation.

Tabel 1.1

Perbedaan antara Era Media Pertama dan Kedua

Era Media Pertama (Broadcast)	Era Media Kedua (Interactivity)
Tersentral (dari satu sumber ke banyak khalayak).	Tersebar (dari banyak sumber ke banyak khalayak).
Komunikasi terjadi satu arah.	Komunikasi terjadi timbal balik atau dua arah.
Terbuka peluang sumber atau media untuk dikuasai.	Tertutupnya penguasaan media dan bebasnya control terhadap sumber.
Media merupakan instrument yang melanggengkan strata dan ketidaksetaraan kelas sosial.	Media memfasilitasi setiap khalayak (warga negara).
Terfragmentasinya khalayak dan dianggap sebagai massa.	Khalayak bisa terlihat sesuai dengan karakter dan tanpa meninggalkan keragaman identitasnya masing-masing.
Media dianggap dapat atau sebagai alat memengaruhi kesadaran.	Media melibatkan pengalaman khalayak baik secara ruang maupun waktu.

Penjelasan pada tabel diatas menunjukkan karakteristik dari apa yang disebut sebagai media lama atau baru yaitu term *broadcast* sebagai konteks media lama sedangkan *Interactivity* mewakili media baru. Holmes (2005:10) bahkan membagi media dalam perpektif historis yang menjadi era media pertama dengan pola *broadcast* dan era media kedua dengan pola *interactivity* seperti tabel diatas. (Rulli Nasrullah, 2014:14)

Pada era media baru ini juga ditandai dengan konvergensi media sehingga kemunculan media interaktif saat ini menempatkan khalayak sebagai konsumen juga sekaligus produsen dari informasi. Kehadiran internet sebuah media baru memudahkan manusia dan aspek interaktivitas dan konektivitas dengan karakteristik yang ada didalamnya.

Podcast sebagai produk *new media* berperan dalam membentuk karakteristik podcast melalui cara mereka menghasilkan konten, memilih format, dan berinteraksi dengan pendengar. Di sisi lain, pendengar juga memberikan masukan dan umpan balik yang penting dalam mengidentifikasi karakteristik yang paling menarik bagi mereka.

Seperti yang dikatakan Marshal Mc Luhan media adalah perpanjangan dari diri manusia. Dalam bukunya, ia menguraikan bagaimana media, baik media cetak, radio, televisi, atau bahkan teknologi komputer, memperpanjang kemampuan manusia untuk berkomunikasi dan memengaruhi cara kita memahami dunia.

Podcast sebagai Media Dakwah di Era Digital

Fenomena dakwah melalui pemanfaatan internet dan teknologi informasi sangat umum digunakan. Dakwah digital saat ini sudah menjadi kebutuhan dan tren. Internet mempunyai banyak keunggulan sebagai media komunikasi dakwah, salah satunya adalah kemampuannya menembus batas ruang dan waktu dalam waktu singkat dengan biaya yang relatif murah. Selain itu, banyaknya platform media sosial yang digunakan masyarakat dapat dijadikan sebagai media dakwah yang efektif karena masyarakat bebas memilih materi dakwah dan memilih dakwah atau dakwah yang disukainya. Lebih lanjut, peningkatan pengguna internet setiap tahunnya dapat berdampak pada jumlah pendengar dakwah karena kebutuhan akan pendidikan agama semakin meningkat (Wahyu Illahi, 2011:22). Media dakwah merupakan salah satu komponen dakwah, sekalipun media dakwah bukan penentu utama bagi aktivitas dakwah akan tetapi media ikut memberikan andil yang besar untuk kesuksesan dakwah. Pesan dakwah yang penting perlu diketahui semua lapisan Masyarakat dan mutlak memerlukan media (Mubasyaroh, 2014:12).

Setelah podcast tersedia di Spotify pada tahun 2018, penggunaan podcast meningkat selama dua tahun. Sampai Mei 2020, perkembangan podcast Indonesia mulai terlihat karena fakta bahwa Indonesia memiliki pendengar terbanyak di Asia Tenggara. Pengguna podcast lokal di Indonesia terus berkembang pada tahun 2020, meningkatkan jumlah pendengar (Imarshan, 2021).

Semakin populernya Spotify memengaruhi popularitas podcast di Indonesia. Spotify adalah platform utama yang digunakan masyarakat Indonesia untuk mendengarkan podcast. Selain itu, Overcast, Pocket Cast, Apple Podcast, dan Google Play Music adalah beberapa aplikasi podcast (Zaenudin, 2019).

Podcast telah menjadi media yang sangat relevan untuk dakwah di era digital. Ini memberikan platform yang luas dan mudah diakses bagi para penceramah untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan mereka kepada audiens yang luas, baik umat Islam maupun non-Muslim. Berikut beberapa alasan mengapa podcast menjadi media dakwah yang efektif di era digital: pertama, akses mudah: podcast dapat diakses secara online

melalui berbagai platform seperti Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts, dan lainnya. Ini memungkinkan pendengar untuk mendengarkan konten dakwah kapan saja dan di mana saja, baik saat bepergian, bekerja, atau melakukan aktivitas lainnya.

Kedua, konten yang beragam: Podcast dakwah menawarkan berbagai topik dan gaya penyampaian, mulai dari tafsir Al-Quran, kajian hadis, ceramah agama, nasihat kehidupan, hingga diskusi sosial dan kontemporer. Hal ini memungkinkan pendengar untuk memilih konten yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka. Ketiga, keterlibatan Audiens: Podcast memungkinkan audiens untuk terlibat secara aktif melalui umpan balik, komentar, dan partisipasi dalam diskusi. Beberapa podcast bahkan memiliki fitur tanya jawab atau sesi interaktif dengan pendengar, sehingga menciptakan interaksi yang lebih langsung antara penceramah dan audiens. Keempat, kemampuan berbagi dan menyebarkan: Podcast dapat dengan mudah dibagikan melalui media sosial, pesan teks, atau email, memungkinkan pesan dakwah untuk menyebar lebih luas di antara masyarakat. Fitur-fitur ini membantu dalam upaya penyebaran dakwah secara lebih efektif.

Kelima, kreativitas dalam produksi: Pembuat podcast memiliki kebebasan untuk mengekspresikan pesan-pesan keagamaan mereka dengan berbagai cara kreatif, termasuk penggunaan musik, narasi cerita, suara latar, dan efek suara lainnya. Ini dapat meningkatkan daya tarik dan daya serap audiens terhadap konten tersebut. Keenam, konten yang terukur dan analisis statistik: Platform podcast menyediakan alat analisis yang memungkinkan pembuat podcast untuk melacak statistik seperti jumlah unduhan, durasi dengar rata-rata, dan geografi audiens. Hal ini memungkinkan mereka untuk mengevaluasi kinerja konten mereka dan mengukur dampaknya terhadap audiens. Dengan demikian, podcast telah membuka peluang baru bagi para penceramah dan ulama untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan mereka secara lebih luas dan efektif di era digital, memungkinkan dakwah untuk tetap relevan dan bersentuhan dengan khalayak yang lebih besar.

Penggunaan internet telah menjadi sarana utama bagi komunitas dan individu muslim dalam tataran global. Internet telah mengekspos individu dan komunitas pada pemahaman dan pengaruh baru, memenuhi kebutuhan bagi mereka yang mencari pengetahuan yang tidak dapat mereka temukan dalam konteks domestik mereka. Hal ini tentu merupakan angin segar bagi mereka yang merasa kecewa dengan *status quo* di dunia nyata sehingga mampu melahirkan cara baru dalam memahami Islam (Moch. Fachruroji, 2012).

Sebagai konsekuensinya, penggunaan internet akan melahirkan efek transformasional pada bagaimana umat Islam dalam mempraktikkan Islam, bagaimana norma-norma Islam direpresentasikan di dunia yang lebih luas, dan bagaimana masyarakat Islam merepresikan dirinya kepada orang lain.

Umat Islam menghadirkan dimensi-dimensi keagamaan, spiritual, dan pandangan politik mereka secara online melalui berbagai platform yang sudah terintegrasi. Dakwah dapat efektif jika melahirkan pemahaman dan dimengerti oleh penerima, dapat menumbuhkan rasa senang, sejuk dan menghibur dengan dakwah yang disampaikan,

memberikan pengaruh sikap penerima dalam masalah terkait apa yang disampaikan, menimbulkan hubungan dan tindakan yang baik. (Asep Saeful Muhtadi, 2012: 31).

Podcast menjadi salah satu alternatif media di era New Media karena mereka memberikan fleksibilitas untuk mengakses konten yang disajikan. Sejauh mana manfaatnya bagi individu. Salah satunya adalah internet, yang menyediakan berbagai sumber informasi, baik pengetahuan maupun hiburan. Menurut Laporan Berita Digital Institut Reuters, pola komunikasi dan informasi masyarakat berubah. Podcast adalah salah satu jenis media baru yang menggunakan internet sebagai sarana agar masyarakat dapat menikmati kontennya. Oleh karena itu, podcast adalah salah satu jenis media yang dapat memenuhi kebutuhan informasi masyarakat.

Di sisi lain, podcast, sebagai alat penyiaran kontemporer, dianggap efektif karena sejumlah alasan seperti transfer data menjadi lebih praktis, efisien, dan mudah.

Secara keseluruhan, dakwah di media memiliki potensi besar untuk memberikan dampak positif dalam meningkatkan pemahaman agama, memperkuat nilai-nilai moral, dan mempromosikan perdamaian dan kedamaian dalam masyarakat. Podcast secara keseluruhan telah menjadi tren yang semakin populer di Indonesia, dan ada banyak variasi podcast yang mencakup berbagai topik, termasuk dakwah dan agama. Beberapa platform streaming musik dan podcast yang populer di Indonesia seperti Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts, dan Castbox menawarkan berbagai podcast dakwah.

Berikut beberapa contoh podcast dakwah yang populer: Tadabbur Daily: Podcast ini menyajikan kajian tafsir Al-Quran harian dengan membahas satu ayat Al-Quran setiap episode, disampaikan dengan gaya yang santai dan mudah dipahami. Kultum Pagi: Podcast ini menyajikan ceramah singkat berdasarkan tema-tema keagamaan, motivasi, dan inspirasi untuk memulai hari dengan semangat positif. Muslim Central: Platform ini menyediakan berbagai podcast dari berbagai penceramah dan ulama terkemuka di seluruh dunia, membahas beragam topik agama, fiqh, akhlak, dan motivasi. Nabawi Podcast: Podcast ini membahas kisah-kisah inspiratif dari kehidupan Nabi Muhammad SAW dan ajaran sunnah yang relevan untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Ilmu Islam: Podcast ini mengulas berbagai topik keislaman, seperti tafsir Al-Quran, hadis, fiqh, dan akidah, dengan tujuan memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang ajaran Islam. Al-Balagh Podcast: Podcast ini menampilkan kajian-kajian tafsir Al-Quran, hadis, dan topik keagamaan lainnya dari berbagai penceramah dan ulama terkenal. Hijab Podcast: Podcast ini membahas dan berbagai topik seputar kehidupan muslimah, termasuk fiqh wanita, inspirasi, motivasi, dan kesehatan secara holistik. Sunnah Inspired Podcast: Podcast ini mengulas berbagai aspek ajaran sunnah Nabi Muhammad SAW bagaimana mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari untuk meningkatkan kualitas hidup dan keimanan. Inilah beberapa contoh podcast dakwah yang dapat menjadi sumber inspirasi dan pembelajaran bagi umat Islam dalam memperdalam pemahaman tentang agama dan meningkatkan keimanan mereka.

Dakwah di media memiliki banyak manfaat dan pentingnya, terutama dalam era digital seperti sekarang. Berikut adalah beberapa alasan mengapa dakwah di media sangat penting: pertama, mencapai audiens yang luas: media memiliki jangkauan yang luas,

memungkinkan pesan dakwah untuk mencapai audiens yang lebih besar dan beragam. Melalui media, dakwah dapat menjangkau orang-orang di berbagai tempat, tanpa terbatas oleh batasan geografis. Kedua, keterbukaan dan aksesibilitas: media memberikan aksesibilitas yang lebih besar bagi orang-orang untuk mengakses informasi dan pembelajaran agama. Dengan mudahnya akses ke internet dan media sosial, siapa pun dapat mengakses konten dakwah kapan saja dan di mana saja. Ketiga, penggunaan teknologi untuk tujuan positif: Teknologi media dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan pesan-pesan agama secara kreatif dan inovatif. Podcast, video, animasi, dan konten multimedia lainnya dapat digunakan untuk membuat pesan dakwah lebih menarik dan mudah dipahami.

Keempat, interaksi dan keterlibatan: Media memungkinkan interaksi dua arah antara penceramah dan audiens. Pendengar dapat memberikan tanggapan, bertanya pertanyaan, atau berdiskusi tentang topik tertentu, menciptakan ruang untuk dialog dan keterlibatan yang lebih aktif. Kelima, memberikan pencerahan dan edukasi: dakwah di media dapat memberikan pencerahan dan edukasi kepada masyarakat tentang ajaran agama, nilai-nilai moral, dan tata cara hidup yang Islami. Konten dakwah dapat membimbing orang-orang untuk menjalani kehidupan yang lebih bermakna dan bertaqwa. Keenam, menyebarkan pesan kebajikan: dakwah di media dapat membantu menyebarkan pesan-pesan kebajikan, toleransi, kedamaian, dan persaudaraan antar umat beragama. Hal ini penting untuk mempromosikan harmoni sosial dan mewujudkan masyarakat yang lebih inklusif dan beradab. Ketujuh, mengatasi tantangan kontemporer: dakwah di media dapat membantu mengatasi tantangan dan masalah kontemporer yang dihadapi oleh umat Islam, seperti radikalisme, ekstremisme, dan intoleransi. Pesan dakwah yang moderat dan inklusif dapat menjadi kontra-narasi yang efektif terhadap narasi ekstrem.

Beberapa konsep diatas menjadi acuan bahwa podcast sebagai media alternatif, pelengkap pada aktivitas dakwah di era digital dari beberapa aplikasi yang dapat dimanfaatkan oleh para da'i ataupun sebagai media pembelajaran bagi para akademisi dengan mengemas pesan atau konten dengan memerhatikan dimensi-dimensi abstraksi pesan, kesesuaian pendengar, jenis-jenis perancangan strategi pesan untuk mencapai ujuan tertentu atau untuk mengoordinasikan berbagai macam tujuan, jenis-jenis tema isi pesan, pemilihan kata-kata yang khusus, dan lain-lain. Diharapkan bahwa aktivitas dakwah, dengan memperbarui gagasan dakwah melalui penggunaan media baru, dapat membawa perubahan signifikan dalam kemajuan masyarakat dan negara. Dakwah harus menghasilkan umat yang unggul atau umat yang utama. Orang-orang yang unggul dan memiliki iman dan ibadah yang kuat adalah orang-orang terbaik.

KESIMPULAN

Pada era media baru ini juga ditandai dengan konvergensi media sehingga kemunculan media interaktif saat ini menempatkan khalayak sebagai konsumen juga

sekaligus produsen dari informasi. Kehadiran internet sebuah media baru memudahkan manusia dan aspek interaktivitas dan konektivitas dengan karakteristik yang ada didalamnya.

Podcast sebagai produk *new media* berperan dalam membentuk karakteristik podcast melalui cara mereka menghasilkan konten, memilih format, dan berinteraksi dengan pendengar. Di sisi lain, pendengar juga memberikan masukan dan umpan balik yang penting dalam mengidentifikasi karakteristik yang paling menarik bagi mereka.

Secara keseluruhan, dakwah di media memiliki potensi besar untuk memberikan dampak positif dalam meningkatkan pemahaman agama, memperkuat nilai-nilai moral, dan mempromosikan perdamaian dan kedamaian dalam masyarakat. Podcast secara keseluruhan telah menjadi tren yang semakin populer di Indonesia, dan ada banyak variasi podcast yang mencakup berbagai topik, termasuk dakwah dan agama. Beberapa platform streaming musik dan podcast yang populer di Indonesia seperti Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts, dan Castbox menawarkan berbagai podcast dakwah.

Penggunaan internet telah menjadi sarana utama bagi komunitas dan individu muslim dalam tataran global. Internet telah mengekspos individu dan komunitas pada pemahaman dan pengaruh baru, memenuhi kebutuhan bagi mereka yang mencari pengetahuan yang tidak dapat mereka temukan dalam konteks domestik mereka. Hal ini tentu merupakan angin segar bagi mereka yang merasa kecewa dengan *status quo* di dunia nyata sehingga mampu melahirkan cara baru dalam memahami Islam (Moch. Fachrurroji, 2012).

Sebagai konsekuensinya, penggunaan internet akan melahirkan efek transformasional pada bagaimana umat Islam dalam mempraktikkan Islam, bagaimana norma-norma Islam direpresentasikan di dunia yang lebih luas, dan bagaimana masyarakat Islam merepresikan dirinya kepada orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

Fabriar, Silvia Riskha. Alifa Nur Fitri, Ahmad Fathoni, *Jurnal: Podcast, Alternatif Media Dakwah*

Era Digital. UIN Walisongo Semarang.

Fakhrurroji, Moch. *Islam Digital (Ekspresi Islam di Internet)*. Sajjad 2011.

Idi Subandy Ibrahim & Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi dan Komodifikasi (Mengkaji Media*

dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi), Yayasan Pustaka Obor Indonesia 2014.

Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.

Imarshan, I. (2021). *Popularitas Podcast Sebagai Pilihan Sumber Informasi Bagi Masyarakat Sejak*

Pandemi Covid-19. Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis, 5(2), 213–221.

Mc Quail, Denis. *Teori Komunikasi Massa* Edisi 6. Salemba 2012.

Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Muhtadi, Asep Saeful. *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan dan Aplikasi*. Simbiosis Rekatama Media 2012

Nasrullah, Rulli. *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)*. Kencana 2014

Nasrullah, Rulli. Roni Tabroni, Agus Setiawan, Deni Muliya. *Jurnalisme Digital (Pendekatan Teknologi Baru dalam Teori dan Praktik Jurnalisme)*, Kencana 2024.

Tasruddin, Ramsiah. A.Fauziah Astrid. *Jurnal: Efektivitas Industri Media Penyiaran Modern "Podcast" di Era New Media*. UIN Alauddin Makassar.

Uchjana Effendy, Onong. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Ummah, Athik Hidayatul. M. Khairul Khatoni, M. Khairurromadhan. *Podcast sebagai Strategi Dakwah di Era Digital: Analisis Peluang dan Tantangan* Universitas Islam Negeri Mataram.

Zaenudin, A. *Dakwah Podcast, dari Kanal Ulil Abshar Abdalla hingga Kajian Hijrah*. <https://tirto.id/dakwah-podcast-dari-kanal-ulilabshar-abdalla-hingga-kajian-hijrahdkRy>, 2019.

<https://databoks.katadata.co.id/>