



PODCAST SEBAGAI MEDIA DAKWAH ERA PANDEMI

Panji Putra Ariyanto
IAIN Surakarta

Keywords:

*Da'wah, Podcast,
Pandemic*

Abstract

This research wants to know the potential use of podcasts as providers of da'wah content. Da'wah is one of the mandatory processes of humans in living their lives. Da'wah activities will experience changes and adjustments along with the development of human life. Da'wah is everything that can be done at any time, place and condition including in the covid-19 pandemic. Podcasts become one of the alternative mediums of community or individual in spreading the treatises on Islamic values. This research used descriptive qualitative research method with literature study type. The conclusion of this research is that Podcasts are quite capable and suitable as a medium for disseminating da'wah with a note that they must develop relevant strategies that can improve their existences.

Kata kunci:

*Dakwah, Podcast,
Pandemi*

Abstrak

Penelitian ini ingin mengetahui potensi pemanfaatan *podcast* sebagai penyedia konten-konten dakwah. Dakwah ialah salah satu proses wajib manusia dalam menjalani kehidupannya. Kegiatan dakwah akan mengalami perubahan dan penyesuaian seiring perkembangan kehidupan manusia. Dakwah ialah segalanya, dapat dilakukan di segala waktu, tempat dan kondisi tak terkecuali pada pandemi covid-19. *Podcast* menjadi salah satu medium alternatif komunitas atau perseorangan dalam menyebarkan risalah nilai-nilai keislaman. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif berjenis studi pustaka. Kesimpulan penelitian ini ialah *podcast* terbilang mumpuni dan cocok sebagai media penyeberluasan dakwah dengan catatan harus mengembangkan strategi relevan yang dapat meningkatkan eksistensinya.

PENDAHULUAN

Prediksi bahwa pandemi Covid-19 dapat berakhir dalam waktu singkat belum dapat terbukti keabsahannya sebagaimana temuan-temuan dan proyeksi peneliti. Ketidakpastian tersebut mengakibatkan semua lini kehidupan memerlukan tatanan baru sebagai bentuk penyesuaian. Tatanan baru atau *new normal* berlaku tak terkecuali pada kegiatan dakwah.

Bukhari meriwayatkan, Nabi saw bersabda: *“Wahai pamanku, seandainya mereka letakkan sang surya di tangan kananku dan rembulan di tangan kiriku, aku tidak akan meninggalkan dakwah ini hingga Allah memenangkannya atau aku mati dalam memperjuangkannya”*. Dari perkataan Rasulullah saw umat Islam dapat memperoleh refleksi makna bahwa dakwah ialah segalanya, baik di segala kesempatan; segala waktu dan kondisi (Supandi, 2012).

Pandemi Covid-19 harusnya tidak menjadi penghalang kaum muslimin untuk menunaikan kewajiban berdakwah. Ditutupnya lembaga keagamaan, seperti masjid di Inggris justru menjadi latar belakang radio BBC lokal menyediakan slot siaran ceramah agama Islam (www.m.republika.co.id, 2020). Hal tersebut menjadi agenda terkini dalam penyebarluasan nilai-nilai Islam di tengah wabah. Dakwah tetap dapat dilakukan dengan tetap memperhatikan himbauan terkait penanggulangan Covid-19. Terlebih kemajuan teknologi memungkinkan pelaksanaan dakwah untuk lebih adaptif di segala kesempatan, waktu, dan kondisi.

Pembatasan-pembatasan imbas pandemi mendorong manusia untuk memperhatikan aspek logika efektivitas dan efisiensi waktu. Konsekuensi gejala sosial baru tersebut menjadi latar belakang konkret ide pembentukan konten *podcast* di lingkungan kegiatan dakwah. Hasil penelitian *Daily Social* memberikan gambaran bahwa penetrasi konsumsi layanan *podcast* di Indonesia mengalami peningkatan signifikan di tahun 2018. Geliat siniar *podcast* sebenarnya telah ada sejak tahun 2005 dengan kemunculan *podcast* ‘Apa Saja’ karya *podcaster*

Boy Avianto. Fokus dunia terhadap pengurangan *screen time* ditambah penyesuaian kebiasaan baru di era pandemi menjadi pendorong kebangkitan audio sebagai penyedia informasi.

Penelitian *Daily Social* memaparkan generasi milineal dengan rentang usia 20-25 tahun menempati persentase pertama dengan 42,5 % sebagai konsumen *podcast*. Disusul usia rentang 26-29 tahun dan 30-35 tahun. Sebanyak 68 % dari total responden survei memberikan tanggapan akrab dengan *podcast* dan 80 % telah mendengarkan *podcast* dalam 6 bulan terakhir, dengan Spotify sebagai penyedia layanan terfavorit. *Genre podcast* yang paling digandrungi pendengar yakni terkait hiburan (*entertaint*), *lifestyle*, teknologi, dan edukasi (www.idntimes.com, 2020). Konten dakwah Islam belum memiliki peminat masif dibanding *genre* yang lain. Komunitas dakwah dirasa belum memanfaatkan momentum kebangkitan audio saat viralnya *podcast* di masa pandemi Covid-19. *Podcaster single* seperti Hannan Attaki, Gus Baha, dan pendakwah lainnya telah memanfaatkan *podcast* sebagai media penyampai dakwah. Namun, eksistensinya belum secemerlang *podcast* lainnya, seperti Rapot, *Do You See What I See*, BoxBoxID, Obrolan Babibu, dan Teman Tidur.

Riset tentang dakwah melalui *podcast* ini melengkapi riset-riset terdahulu terkait dakwah di media sosial. Riset tersebut di antaranya menyoal dakwah di media sosial dan generasi milenial muslim (Zulhazmi & Hastuti, 2018), dakwah visual di media sosial (Weng & Weng, 2018), tantangan dan prospek dakwah digital (Nurdin, 2014; Sumadi, 2016; Yoga, 2015; Zaini, 2015). Riset-riset tersebut memberi perspektif kritis terkait dakwah di internet.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi *podcast* sebagai media dakwah. Dilakukan analisis terkait *strenght*, *weaknes*, *opportunity*, dan *threats* terhadap *podcast* sehingga dapat ditemukan formula efektif untuk penggunaan *podcast* sebagai media dakwah. Penelitian terkait *podcast* di Indonesia belum begitu marak. Peneliti media juga belum banyak melakukan kajian mengenai *podcast* audio

berkonten dakwah. Tulisan ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai logistik diskusi permulaan untuk menggali lebih dalam potensi *podcast* sebagai rujukan media distribusi konten dakwah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian studi pustaka (*library research*). Studi pustaka ialah pemecahan masalah dengan kajian kritis terhadap sumber bacaan sebagai pijakan. Pemilihan sumber bacaan dilakukan secara selektif dengan memperhatikan prinsip kemutakhiran dan relevansi. Melalui litelatur kepustakaan peneliti dapat memperoleh teori, konsep, dan pemikiran untuk kepentingan penelitian (Harahap, 2014). Jenis penelitian kepustakaan termasuk dalam metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif diartikan sebagai penelitian naturalistik karena pelaksanaannya dikerjakan pada kondisi *natural setting*. Metode kualitatif juga disebut sebagai penelitian etnografi dengan ciri khas implementasinya pada kajian antropologi budaya (Sugiyono, 2017). Penelitian ini dapat dikategorikan sebagai *applied research* (penelitian terapan) yang bertujuan menguji, menerapkan, dan memecahkan masalah-masalah praktis (Sugiyono, 2017).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Allah telah menyampaikan seruan kepada umat Islam untuk berdakwah di dalam kalam gema semesta Q.S Ali 'Imran Ayat 104, "*Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang makruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.*" Kata perintah tersebut telah jelas menunjukkan kewajiban berdakwah (*al-ashl fi al-amr li al-wujub*). Perintah tersebut ditujukan untuk umat secara keseluruhan. Laknat akan datang saat meninggalkan tanpa alasan yang jelas dan sejalan dengan syariat. Hanya saja dalam kaidah ushul fikih disebutkan kriteria-kriteria seseorang yang dibebani kewajiban berdakwah (Aziz, 2015)

Di masa wabah pandemi Covid-19, umat muslim tidak bisa merasakan kekhushyukan sebuah majelis taklim. Majelis taklim sebagai salah satu dakwah konvensional terpopuler memiliki esensi tidak hanya sebagai tempat mengkaji keagamaan yang jauh dari realitas sosial. Majelis taklim hadir sebagai langkah bersama menemukan solusi dari problem sosial (Kholilurrohman, 2012).

Di masa pandemi Covid-19 pelaksanaan dakwah tidak memungkinkan untuk menghadirkan kerumunan. Hal ini dilakukan sebagai ikhtiar pencegahan dan penanggulangan penularan wabah yang sangat sesuai dengan spirit kemaslahatan Islam. Di era wabah, dakwah diharapkan mengalami penyesuaian dan pergeseran signifikan, seperti dari konvensional ke digital, dari kegiatan fisik manusia ke pemanfaatan teknologi.

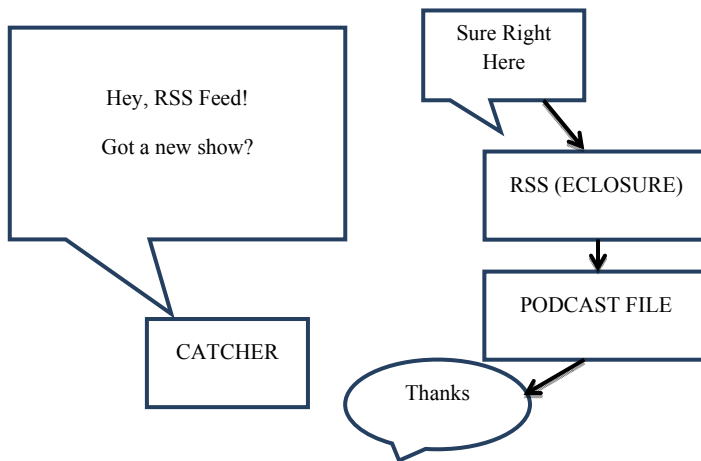
Dakwah melalui medium *podcast* menjadi salah satu ikhtiar dalam penyesuaian perubahan cara berdakwah. Di samping itu, penggunaan teknologi dapat menjadi cara memodernkan khazanah dunia Islam. Dengan adanya pergeseran masyarakat dari tradisional menjadi masyarakat modern, dunia Islam haruslah mengikuti jejak kemajuan dunia Barat terutama dalam bidang ilmu pengetahuan (Setiawan, 2012). Pandemi Covid-19 menghantarkan Islam pada tantangan sekaligus langkah perwujudan memodernkan Islam melalui penggunaan media dakwah yang relevan dengan zaman.

Peran dan Eksistensi *Podcast*

Radio mengalami perubahan menyesuaikan diri dengan budaya, lingkungan, teknologi, termasuk di dalamnya transformasi dan perubahan aturan sosial (Dubber, 2013). Menghadapi kemajuan teknologi serta transformasi karakter atau aktivitas penggunaan media, radio diharuskan menyesuaikan diri dengan medium internet. Ciri sebuah medium sebagian berasal dari bagaimana ia diterima dan dirawat oleh para penggunanya. Industri terkini dan kemauan di dalamnya memungkinkan berpengaruh bagi khalayak saat

menggunakan radio. Namun, apa pun adanya, jika internet audio dimanfaatkan sebagaimana radio maka internet audio ialah wujud kebaruan radio. Kebaruan tersebut yang pada era sekarang sebagai apa yang dinamakan *podcast*.

Podcast adalah file audio dan video yang dimungkinkan untuk diunduh ke iPod, komputer dekstop, atau pemutar media portabel lain untuk diputar setelahnya. *Podcast* memungkinkan pengguna untuk mendengarkan konten dengan fleksibilitas tinggi. Audio *podcast* dapat didengarkan kapan saja, di mana saja, dan memungkinkan pengguna untuk berlangganan (Potter, 2006). Pengguna yang mengunduh *podcast* cenderung memiliki tingkat pendidikan yang tinggi seperti halnya lulusan sarjana dan tinggal di rumah tangga dengan penghasilan menengah (McClung & Johnson, 2010). Hasil penelitian Steven McClung & Kristine Johnson dalam *Journal of Radio & Audio Media* memaparkan lima analisis faktor alasan penggunaan *podcast*, yakni: *entertainment, timeshifting, library building, advertising, dan social aspects*. (McClung & Johnson, 2010). Proses *podcasting* diawali dengan produksi konten penggunaan perekaman dan pengeditan audio. Terkait proses langganan *podcasting* tergantung pada penggunaan teknologi *Really Simple Syndication* (RSS). Penyedia konten membuat file audio *podcast* dan merujuknya ke situs web yang mendukung RSS dan memungkinkan diunduh pengguna. Situs pilihan tersebut mencantumkan alamat semua episode *podcast*, termasuk informasi tanggal, judul, serta disertai deskripsi teks. Setelah diunduh audio *podcast* kemudian dapat diputar, diputar ulang, atau diarsipkan dengan file komputer lainnya juga dapat didengarkan secara langsung (Rajic, 2013).



Gambar 1. Mekanisme Distribusi Podcast

Geoghegan dan Klass, menghasilkan penelitian berkenaan dengan potensi *podcast*. Potensi *podcast* terletak pada kelebihan, yakni: aksesibilitas otomatis; konsumen memiliki hak kontrol yang mudah; fleksibilitas fisik, yakni dapat dibawa kemana-mana; dan selalu tersedia (Geoghegan & Klass, 2007). Audio sebagai basis konten radio mendapati 'ruangan' tersendiri di layanan internet.

Riset Reuters Institute berjudul *Media, Journalism, and Technology Prediction* menyatakan bahwa internet dapat memberi gebrakan baru dalam kebangkitan audio. Sementara video terus memimpin, audio sedang mengalami kebangkitan yang didorong oleh *smartphone* yang terhubung dan format ramah *multitasking*-nya. Di AS, Barack Obama melakukan debut *podcast* di WTF dengan Marc Maron dan Serial mengumumkan kesepakatan distribusi eksklusif untuk seri kedua melalui Pandora.

Konten audio *podcast* memiliki karakteristik seiras dengan karakteristik radio siaran. Karakter tersebut misalnya pada sifatnya auditif yang dapat menstimulus seseorang untuk berimajinasi. Meski demikian, konten *podcast audio* pada online media merupakan bagian dari medium interaktif, berbeda dengan linearitas materi siaran audio yang dimuat di radio siaran online maupun radio konvensional.

Dalam hal penggunaan *podcast* sebagai media dakwah, tak dapat dipungkiri *podcast* memiliki potensi mumpuni sebagai medium dakwah. Dakwah yang harus disesuaikan dengan perkembangan teknologi dan keperluan perubahan cara dakwah di masa wabah memaksa pengalihan dakwah dari konvensional ke pemanfaatan teknologi, seperti *podcast*. *Podcast* memiliki kekuatan tersendiri sebagai medium dakwah, yakni merupakan medium efisien dan efektif. Hal tersebut dapat dilihat dari fleksibilitas penggunaan *podcast* juga konsumsi kuota yang lebih minim daripada saat mengakses Youtube atau media sosial lainnya. Karenanya, sangat cocok bagi segementasi generasi milenial.

Analisis SWOT terhadap Podcast

SWOT analisis ialah dari akronim empat kata berbahasa inggris yakni secara berurutan memiliki makna *Streght* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Oppornuty* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Kekuatan dimaknai sebagai energi, sumber daya, keunggulan, dan potensi dalam upaya mencapai tujuan. Kelemahan adalah kekurangan, keterbatasan, dan ketidak-berdayaan, dan penghambat dalam upaya mencapai tujuan. Peluang diartikan sebagai kesempatan, probabilitas (kemungkinan), dan suatu keadaan yang mendukung dalam proses mencapai tujuan. Sedangkan ancaman ialah tentangan dari peluang di mana hadirnya unsur eksternal yang menghambat proses mencapai tujuan (Abdullah, 2012). Dapat dikatakan dalam konteks penelitian ini analisis SWOT ialah upaya mengetahui kondisi objektif *podcast* untuk kepentingan langkah memahami peluang *podcast* dalam pemanfaatannya sebagai media dakwah. SWOT mengamati situasi internal maupun eksternal *podcast*. SWOT juga dapat dijadikan formula dalam menyelaraskan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Keselarasan tersebut dapat menghasilkan pemahaman terkait langkah strategis apa yang diperlukan *podcast* dalam operasinya sebagai media dakwah.

Berdasarkan pemahaman peneliti terkait *podcast* di mana bersumber dari analisis penelitian terdahulu diperoleh SWOT analisis sebagaimana dalam tabel berikut.

Strenght	Berdasarkan temuan Adhithia dkk, <i>podcast</i> dalam pengembangannya sebagai media edukasi memberikan kemudahan dalam proses pembelajaran (Asmi, Dhita, & Supriyanto, 2019). Pengguna dapat memanfaatkan fleksibilitas waktu dan fasilitas pengulangan dalam menggunakan <i>podcast</i> . <i>Podcast</i> juga secara mudah dibagikan melalui platform sosial media sehingga proses transfer ilmu dapat berlangsung cepat. Menguatkan temuan Adhithia dkk, penelitian Peny memberikan pemahaman bahwa <i>podcast</i> hadir sebagai suplemen dalam belajar. Proses pedagogik mendengarkan yang didukung oleh aksesibilitas dan fleksibilitas <i>podcast</i> memberikan ruang pembelajar memperoleh pengalaman lebih dalam proses belajar (Hutabarat, 2020). <i>Podcast</i> hadir tanpa pemancar, aturan, dan satelit. <i>Podcast</i> dapat memproduksi konten dengan tema universal sesuai kebutuhan manusia sehingga dapat dinikmati khalayak luas terlebih kekuatan komunikasi dan pilihannya terletak di tangan individu.
Weakness	<i>Podcast</i> cenderung minim dalam penggalian potensi bisnis sehingga kehadirannya belum berimbas pada keuntungan signifikan. <i>Podcast</i> masih lemah dalam tujuan monetasi bisnis informasi. Dalam pemerolehan iklan <i>podcast</i> masih terbilang kesusahan dan memerlukan kerja keras
Opportunity	Karakteristik <i>podcast</i> yang berbasis <i>on demand</i> (sesuai kebutuhan) berpeluang menjadi alasan pesatnya perkembangan <i>podcast</i> sebagai alternatif penyebarluasan informasi (Meisyani & Kencana, 2020). Pangsa pasar <i>podcast</i> ialah pasar kaum auditori sekiranya berjumlah 30% dari total populasi. Lebih spesifik komunitas komuter menjadi segmen potensial <i>podcast</i> karena individu komuter akan lebih memilih konten audio sebagai teman dalam merintang waktu dan perjalanan. Pembatasan fisik imbas pandemi juga menjadi peluang <i>podcast</i> memperluas pendengar melalui konten-konten terkait sesuai kebutuhan pendengar.

Threats	Masifnya penggunaan sosial media lain, seperti Instagram, Youtube, Facebook dengan fitur yang lebih berwarna dan variatif menjadi ancaman bagi eksistensi <i>podcast</i> sebagai media penyedia informasi.
----------------	--

Tabel 1. Analisis SWOT terhadap *Podcast*

Korelasi Dakwah dan *Podcast*

Hakikat dakwah ialah bersifat persuasif *bukan* koresif, ditujukan pada umat muslim maupun nonmuslim. Dakwah ialah *anamnesis*, bukan prabawa psikotropik, bersifat *rational intellection* dan *rationally necessary*. Lebih jelasnya hakikat dakwah ialah universalisme, rasionalitas, dan kebebasan. Hakikat tersebut haruslah terejawantahkan dengan seruan-seruan bermoral yang dekat akan nilai kemanusiaan. Sebagaimana yang disampaikan Allah pada Q.S an-Nahl Ayat 125, “*Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.*”

Sebagai ikhtiar pengejawantahan makna dakwah sebagai seruan bermoral dan hikmah dengan pemanfaatan teknologi, Radeka *podcast* sebagai salah satu media yang hadir membersamai proses tersebut. Penguat tujuan dakwah *podcast* hadir sebagai media perubahan masyarakat, mengubah pola pikir sebagaimana teori determinasi teknologi di mana masyarakat tidak hanya dipengaruhi oleh isi melainkan media juga ikut berperan. Peneliti paparkan konten-konten dakwah yang dapat disampaikan dalam *podcast*, Radeka *Podcast* IAIN Surakarta misalnya. Peneliti mendeskripsikan dua judul *podcast* yang muatannya memiliki relevansi topik dakwah di masa wabah.

Episode Idulfitri di Tengah Pandemi

Episode *Idulftri di Tengah Pandemi* dirilis pada tanggal 23 Mei 2020 dengan durasi audio 31 menit 16 detik. *Podcast* edisi ini dibuat sebagai respons atas pelaksanaan Idulftri di masa Pandemi Covid-19. Pada episode ini *host* mengundang dua pembicara yang dianggap kompeten terhadap isu tersebut. Dalam pembahasan terkait tema Idulftri di tengah pandemi para *podcaster* menyampaikan hal-hal prosedural berlandaskan ilmu fikih dalam melaksanakan salat Idulftri. Disampaikan juga hukum pelaksanaan salat Idulftri di tengah keadaan wabah. Secara syariat salat Idulftri dihukumi *sunah muakkad*, yakni sunah yang ditekankan. Merespons pandemi beserta kebijakan jaga jarak, pembicara berusaha meyakinkan pendengar bahwa salat Idulftri dapat dilakukan secara beramaah di rumah atau sekadar dilakukan sendirian. Hal tersebut diartikan sebagai salah satu bela agama dalam kacamata mementingkan kemaslahatan sesama umat Islam.

Dalam *podcast* edisi ini juga disampaikan *sunnah-sunnah* yang dapat diimplementasikan umat Islam dalam menjalani hari raya Idulftri, seperti memakan sesuatu sebelum salat, menggunakan wewangian juga berpakaian yang baik. Juga disampaikannya bahwasannya pelaksanaan salat *led* ialah dinamis. Jamaah dalam salat *led* sesuai pendapat al-Khasani tentang pendapat bahwa salat *led* berjamaah dapat dilakukan minimal 4 orang. Dalam setiap pemaparan juga disampaikan agar masyarakat lebih bijak merespons pandemi terlebih pada perihal keagamaan. Ditekankan agar umat muslim jangan memaksakan hanya mengimani ayat qur'aniyah tanpa memperhatikan hal kauniyah. Keduanya harus selaras dan memiliki keseimbangan. Jangan sampai umat Islam beriman dalam tataran teologis namun kafir kosmologis.

Podcast episode delapan ini juga mengajak masyarakat agar lebih menyesuaikan diri terhadap kondisi tanpa kepastian saat pandemi. Hal-hal yang mengundang kerumunan dapat digantikan dengan pemanfaatan teknologi, seperti melaksanakan takbiran via *online* bahkan sungkeman virtual. Umat Islam dalam merespons budaya, syariat,

dan kondisi situasi harus berlandaskan kebijaksanaan. *Podcaster* juga menyampaikan agar umat Islam tetap merasakan nilai hikmah lebaran di era pandemi dengan penyampaian humoris sebagai metode pendekatan persuasif psikologis.

Episode Bagaimana cara beragama di masa pandemi?

Pada episode ini *host* (Abraham Zakky) berbincang ringan dengan Ahmadi selaku dosen Fakultas Syariah IAIN Surakarta. Pembahasan pada episode ini berfokus pada isu Corona dan agama. Sebelumnya, pembahasan dimulai dengan pemberian info terkini terkait berita duka kematian Didi Kempot. Di awal pembahasan agama dan Corona, Ahmadi menyampaikan bahwa peribadahan ialah tentang personalitas. Hal tersebut dicontohkan *real* saat pengucapan takbir dan setelahnya serta pelaksanaan wudu. Hal tersebut dirasakan secara personal. Esensi keagamaan melalui pertemuan rasa dengan Tuhan dijalani secara personal. Tidak etis bilamana manusia lain melakukan justifikasi terhadap kadar iman seseorang. Bergama dalam keadaan wabah juga disampaikan agar lebih dekat pada upaya kemaslahatan. Umat muslim yang berada pada zona penularan tinggi diharapkan dapat mengikuti arahan pemerintah agar meninggalkan melaksanakan peribadahan yang identik dengan kerumunan, seperti taklim, salat Jumat, dan agenda keagamaan lainnya.

Umat Islam diharapkan tidak terperosok dalam jurang kesombongan dan kecongkakan beragama. Misalnya dengan cara mengaku-ngaku paling beragama dengan meninggalkan spirit Islam berupa kemaslahatan. Tidak benar juga, jika memaksakan kehendak untuk beribadah tanpa memperhatikan protokol dan anjuran pemerintah terkait kesehatan.

Dalam *podcast* edisi ini juga disampaikan bagaimana berekspresi terhadap orang-orang yang masih melakukan peribadahan mengundang kerumunan, seperti salat Jumat. Umat Islam yang lain tetap menjaga hak orang lain dengan lebih bersikap tawadu. Menyarankan agar dalam peribadatan tersebut tetap mengindahkan

protokol kesehatan. Konten dakwah *podcast* edisi ini juga berisi agar umat Islam melakukan revolusi pemikiran dengan cara beragama berbasis akal sehat (*filter layer* untuk mengecek keabsahan beragama). Hal tersebut sangat dibutuhkan masyarakat muslim di era pandemi agar lebih bijak bersikap.

Ditekankan bahwa beragama tidak satu warna. Umat muslim diharapkan dapat mencontoh Nabi Muhammad yang idup dalam keberagaman yang dinamis. Umat islam diharapkan pula memperoleh pembelajaran luar biasa dalam beragama dari Corona. Di masa depan umat Islam diharapkan melakukan kehati-hatian dalam berekspresi.

Beragama diharapkan dapat memantik manusia untuk berpikir dan membumikan cara beragama yang tidak hanya tekstual. Beragama harus kontekstual sesuai keadaan disesuaikan dengan perkembangan zaman namun tetap pada koridor syariat. Beragama sepenuhnya dilakukan dengan tawaduk.

Peneliti menilai, eksistensi *podcast* akan senantiasa digeluti oleh pendengar apabila konten-konten yang disampaikan bersifat kekinian dan dibutuhkan. Artinya, *podcast* dapat sebagai media alternatif ketika pandemi untuk menyampaikan pesan maupun informasi, khususnya saat Covid-19 maka potensi kerumunan dapat dihindari.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari pelaksanaan penelitian yang hasilnya dipaparkan di atas peneliti memperoleh kesimpulan bahwa *podcast* memiliki peluang sebagai media dakwah dalam pemanfaatannya. Fitur-fitur yang fleksibel dan sumber daya yang relatif murah dan mudah memungkinkan *podcast* secara masif dimanfaatkan sebagai media penyebarluasan nilai-nilai keislaman dengan pertimbangan hasil analisis SWOT sebagaimana ditemukan. Peluang *podcast* sebagai alternatif sosial media untuk segala hal terkhusus berdakwah terbuka lebar. Lebih lagi menikmati *podcast* sangat fleksibel kuotal, hemat,

dan mengasyikkan. Sangat selaras dengan kebutuhan milenial yang menghendaki *everything more than simple*. Selain itu, upaya ini juga harus disertai kampanye yang intensif melalui berbagai cara dan mengedepankan kualitas konten.

Saran

Peneliti memberikan rekomendasi agar *podcast* berhaluan dakwah haruslah lekat dengan pembahasan isu terkini dengan mengimplementasikan metode tilawah dan diskusi secara virtual dalam menyebarkan materi dakwah. Cara penyampaian dan muatan isi *podcast* terkait dakwah ada baiknya disampaikan secara hikmah dengan mengedepankan kemaslahatan dan kebijaksanaan. Sebagai bahan pertimbangan setelah melakukan penelitian ini peneliti menyarankan agar *podcast* dengan misi dakwah dapat mengimplementasikan strategi optimalisasi audio, yakni pendekatan distribusi konten *on demand*, kolerasi konten dengan karakter dan orientasi media. *Podcast* juga layak terintegrasi dengan platform sosial media lain dalam operasinya. Sosial media ialah sebagai komplementer atau penambahan satu dengan lainnya, begitupula posisi *podcast*. Selain itu, peneliti-peneliti berikutnya dapat melakukan riset lain terkait dakwah dan *podcast* yang wilayah kajiannya masih terbentang luas. Apalagi di tengah masifnya penggunaan gawai di masa pandemi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2012). Analisis SWOT Dakwah di Indonesia Upaya Merumuskan Peta Dakwah . *MIQOT*, xxxvi(2).
- Asmi, A., Dhita, A., & Supriyanto. (2019). Pengembangan Podcast Sebagai Media Pembelajaran Audio Berbasis Podcast Pada Materi Sejarah Lokal di Sumatera Selatan. *Historia: Jurnal*

Pendidik Dan Peneliti Sejarah, 3(1).

- Aziz, M. A. (2015). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Geoghegan, M., & Klass, D. (2007). Podcast Solutions: The Complete Guide To Audio and Video Podcasting. In *Podcast Solutions*. USA: Friends of.
- Harahap, N. (2014). Penelitian Kepustakaan. *Jurnal Iqra*, 08(01).
- Hutabarat, P. (2020). Pengembangan Podcast Sebagai Media Suplemen Pembelajaran Berbasis Digital Pada Perguruan Tinggi. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 2(2).
- Kholilurrohman. (2012). Memahami Pola Dakwah Ormas Islam. *Naadya: Jurnal Ilmu & Dakwah Komunikasi*, 8(2).
- McClung, S., & Johnson, K. (2010). Examining The Motives Of Podcast Users. *Journal Of Radio & Audio Media*, 17(1).
- Meisyani, & Kencana, W. (2020). Platform Digital Siaran Suara Berbasis On Demand (Studi Deskriptif Podcast di Indonesia). *COMMED: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 4(2).
- Nurdin. (2014). To Dakwah Online or not to Dakwah Online Da'i Dilemma in Internet Age. *Al-Mishbah*, 10(1), 21-34.
- Potter, D. (2006). Ipod, You Pod, We All Pod. *American Journalism Review*, 28(1).
- Rajic, S. (2013). Educational Use Of Podcast. In *The Fourth International Conference on E-Learning* (pp. 90-94). Belgrade: E-Learning.
- Setiawan, M. (2012). Dampak Buruk Modernisme Dalam Teologi Islam. *Naadya: Jurnal Ilmu & Dakwah Komunikasi*, 8(2).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: ALFABETA.
- Sumadi, E. (2016). Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebajikan Tanpa Diskrimasi. *Komunikasi Penyiaran Islam*, 4(1), 173-190.
- Supandi. (2012). Benang Merah Dakwah Ilahiyah: Mengungkap Makna, Urgensi dan Rahasiannya. *Naadya: Jurnal Ilmu & Dakwah Komunikasi*, 8(2).
- Weng, H. W., & Weng, H. W. (2018). THE ART OF DAKWAH : social media , visual persuasion and the Islamist propagation of Felix SiauW and the Islamist propagation of Felix SiauW, 9811. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416757>

- Www.idntimes.com. (2020). 7 Fakta Perkembangan Podcast di Indonesia, Makin Banyak Penggemarnya.
- www.m.republika.co.id. (2020). Dampak Covid-19, Radio BBC Lokal Siarkan Ceramah Agama Islam.
- Yoga, S. (2015). Dakwah di Internet : Konsep Ideal, Kondisi Objektif dan Prosfeknya. *Jurnal Al-Bayan*, 22(31), 56-70.
- Zaini, A. (2015). Dakwah Melalui Internet. *Jurnal At-Tabsyir*, 1(1), 93-108. Retrieved from [http://kpi-dakwah.stainkudus.ac.id/files/at-tabsyir KPI jan jun 2013.pdf#page=101](http://kpi-dakwah.stainkudus.ac.id/files/at-tabsyir%20KPI%20jan%20jun%202013.pdf#page=101)
- Zulhazmi, A. Z., & Hastuti, D. A. S. (2018). Da'wa, Muslim Millennials and Social Media. *Lentera*, II(2).