

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi komunikasi (IPTEK) saat ini tidak dapat dibendung. Perkembangannya terus menerus mengalami peningkatan dan semakin memuncak. Beragam jenis media bermunculan dan kemudian berkembang hingga saat ini dikenali dengan istilah *new media*. Pesatnya perkembangan *new media* memberikan dampak yang signifikan juga bagi dunia dakwah. Berdakwah kini sudah menemukan banyak metode baru dan kekinian, yang mana hal ini dapat memberikan kemudahan bagi da'i (sebagai penyampai dakwah) dalam menyiarkan Islam kepada mad'u (sebagai audiens atau objek dakwah). Kemudahan tersebut juga menjadikan dakwah yang dilakukan bersifat meluas. Melaksanakan serta meluaskan dakwah merupakan perintah dari Allah SWT yang terkandung dalam isi surah Ali Imran:104. Allah SWT berfirman:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya : “Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.”¹

Aktivis dakwah akan terdorong untuk berlomba-lomba menjadi golongan “*muflihun*” atau golongan yang beruntung. Salah satu upaya yang dapat ditempuh untuk menggiatkan aktivitas dakwah ini yakni dengan bantuan teknologi yang telah ada.

Perkembangan teknologi selain memberikan kemudahan kepada para *da'i*, juga menuntut aktivis dakwah atau penyiar dakwah untuk melek terhadap dunia digital dan juga harus kreatif dalam memilih model dakwah sesuai dengan perkembangan zaman. Aktivis dakwah disarankan untuk memaksimalkan peranan

¹Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya: Juz 1-30*, (Jakarta: Sahifa, 2014), 63.

era digital seperti berdakwah melalui media sosial untuk memperluas jangkauan dakwah sehingga pesan dakwah dapat diserap oleh lebih banyak *mad'u*²

Dakwah di era digital merupakan suatu tantangan bagi para *da'i*, pasalnya teknologi digital ini harus dikuasai agar dalam penggunaannya dapat lebih efektif dan efisien. Karena akan sangat disayangkan ketika sudah menggunakan media baru namun dakwah yang dilakukan tidak melebihi dakwah di media lama. Era digital hadir untuk memberikan kemudahan kepada setiap orang dalam penyampaian dan penyebaran informasi. Saat ini, para *da'i* bisa memilih media sosial manapun untuk menyampaikan siar agama Islam. Namun demikian, *da'i* juga harus memperhatikan tata cara berkomunikasi dalam media sosial yang dipilih. Hal ini selaras dengan Q.S An Nisa: 63 yang berkaitan dengan kemampuan dalam berkomunikasi. Allah SWT berfirman:

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ
قَوْلًا بَلِيغًا

Artinya: “Mereka itu adalah orang-orang yang (sesungguhnya) Allah mengetahui apa yang ada di dalam hatinya. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka nasihat, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang membekas pada jiwanya.”³

Kemampuan berkomunikasi memberikan dampak yang besar terhadap keberlangsungan serta keberhasilan dalam penggunaan media sosial. Hal ini berlaku juga kepada para *da'i* yang dapat memilih beragam media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat sebagai tempatnya untuk berdakwah.⁴ Setiap media sosial memiliki ciri-ciri yang berbeda, mulai dari bentuk konten, pengikut dan lain sebagainya. Perbedaan ini kemudian akan menimbulkan cara penggunaan media sosial juga akan berbeda-beda dalam melangsungkan komunikasi di media sosial tersebut. Media sosial yang kini sudah banyak dipakai oleh masyarakat

²Retna Dwi Estuningtyas, *Jurnal Strategi Komunikasi dan Dakwah Pada Kalangan Millenial di Era Modernisasi*: Jurnal Muttaqien Vol. 2. No. 1 (Januari 2021): 84. <https://e-jurnal.stainmuttaqien.ac.id/index.php/mtq/article/view/113>, diakses pada 13 Oktober 2022 Pukul 10.20 WIB.

³Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya: Juz 1-30...*, 88.

⁴Athik Hidayatul Ummah, *Podcast sebagai Strategi Dakwah di Era Digital: Analisis Peluang dan Tantangan*. Komunike: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. XII. No. 2 (Desember 2020): 212. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/komunike/article/view/2739>, diakses pada 13 Oktober 2022 Pukul 10.25 WIB.

yaitu seperti Youtube, Facebook, Twitter, Instagram dan yang saat ini sedang booming yaitu *podcast*.

Podcast merupakan berkas digital yang memuat audio yang mana untuk mendengarkannya harus melalui proses pengunduhan terlebih dahulu.⁵ *Podcast* sebagai *new media* atau *new platform* berisi rekaman perbincangan yang berbentuk audio ataupun audiovisual yang didalamnya membahas suatu topik tertentu. *Podcast* dikenali sebagai platform yang berguna untuk mencari tahu dan mendengarkan berbagai topik baik itu berita, ilmu pengetahuan dan sharing ilmu pengetahuan.

Sejak boomingnya *podcast* khususnya di Indonesia, membuat berbagai kalangan memanfaatkannya tanpa terkecuali kalangan penyiar agama islam (pendakwah). *Podcast* yang bentuknya audio dan audiovisual saat ini dapat ditemui diberbagai aplikasi seperti Spotify dan Youtube. *Podcast* tidak hanya berisi tentang hiburan, tetapi juga berisi informasi dengan topik yang beragam yang dibutuhkan oleh pendengarnya.⁶ Topik *podcast* saat ini sangat beragam dan memberikan manfaat bagi semua kalangan, seperti topik keagamaan, pendidikan, musik dan topik-topik lainnya. Sifat *podcast* yang fleksibel menjadikannya sebagai media yang unggul untuk menjangkau *mad'u* lebih luas.⁷ Dan yang menjadi salah satu kelebihanannya bahwa setiap orang bebas mengunggah konten audio dan audiovisual tersebut, seperti halnya para da'i (pendakwah).

Pemanfaatan *podcast* sebagai media untuk berbagai macam pengetahuan dapat kita lihat dari banyaknya saat ini bermunculan *podcast-podcast* baik itu di Spotify ataupun Youtube. Maka *podcast* saat ini menjadi suatu fenomena dalam dunia internet dan *podcast* kini telah menjadi salah satu sarana yang efektif dalam penyampaian informasi pada semua kalangan dengan beragam topik yang dikelola

⁵Fadilah, E, dkk. *Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio*: Jurnal Kajian Jurnalisme, Vol. 1. No. 1 (2017): 90. <https://doi.org/10.1177/1043659620917724> diakses pada 13 Oktober 2022 Pukul 09.50 WIB.

⁶M. fazri Chandra, Zahra Nabia Aska, *Strategi Komunikasi BOX2BOX Media Network dalam Persaingan Industri Podcast di Indonesia*: Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 5. No. 1 (Januari 2022): 62. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/download/4820/2131>, diakses pada 13 Oktober 2022 Pukul 09.55 WIB.

⁷M. Muslem, *Podcast sebagai Media Dakwah Alternatif di Era Pandemi Covid-19*: Tasamuh Vol. 19. No. 2 (Desember 2021): 209. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/tasamuh/article/download/4477/1807/11792>, diakses pada 13 Oktober 2022 Pukul 09.57 WIB.

berdasarkan keinginan pembuatnya. Namun demikian, tantangan dakwah di era digital menjadi semakin nyata karena pesan-pesan dakwah di internet sudah semakin kreatif dan menarik minat para pengguna internet.

Podcast tidak hanya digunakan oleh kalangan pendakwah yang terkenal saja tetapi juga dipergunakan oleh kalangan yang merasa dan sadar bahwa potensi keberhasilan dakwah melalui *podcast* ini adalah besar. Dengan potensi besar dan fenomenalnya *podcast* pada saat ini dapat dihubungkan dengan ICT (*Information, Communication, and Technology*) yang merupakan teori pembelajaran konektivitas dimana saat ini kita berada di zaman yang menuntut segala aktivitas manusia untuk mempergunakan media digital.

Penyampaian berbagai informasi melalui *podcast* merupakan sesuatu dan pengalaman baru dalam kehidupan masyarakat. Fenomena ini menjadi salah satu bentuk baru untuk penyampaian informasi salah satunya informasi keagamaan. Maka, pemilihan *podcast* sebagai sumber informasi dengan berbagai jenis informasi dan topik di dalamnya menjadi suatu hal yang memberikan dampak positif. Dengan *podcast*, informasi yang didapatkan akan menjadi sederhana tanpa memerlukan tumpukan kertas seperti halnya koran yang menjadi sumber informasi di era sebelumnya. *Podcast* termasuk sebagai sumber informasi yang sederhana sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S Al Mujadalah ayat 11, Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ
 انشُرُوا فَانشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا
 تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Apabila dikatakan kepadamu, “Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis,” maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan, “Berdirilah kamu,” maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Mahateliti apa yang kamu kerjakan.”⁸

⁸Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya: Juz 1-30...*, 543.

Podcast sebagai media baru untuk menyiarkan ajaran agama dan juga menjadi tempat dakwah baru bagi beberapa da'i dan da'iyah, baik itu dalam bentuk audio atau audio visual yang biasa kita jumpai di aplikasi Spotify dan Youtube. Dapat ditarik kesimpulan bahwa *podcast* bukan hanya berisi tentang obrolan-obrolan tentang kehidupan pribadi seseorang. Karena itu *podcast* bukan hanya memuat topik-topik negatif melainkan juga dipenuhi dengan topik-topik positif yang dapat dimanfaatkan dengan baik. Penggunaan strategi untuk menyebarluaskan suatu *podcast*, dapat menjadi penguat untuk penggunaan *podcast* sebagai new media dalam penyampaian berbagai pesan.

Era digitalisasi dan berbagai tantangan di dalamnya yang semakin besar, membuat berbagai kalangan harus memutar otak dan mengatur strategi khususnya bagi para peniar dakwah. Dan salah satu strategi yang dapat digunakan yaitu pemanfaatan *podcast* baik audio ataupun audiovisual sebagai wadah untuk menyebarkan siar agama kepada mad'u. Strategi ini tentunya diperlukan oleh ulama dan para da'i di Indonesia dan pada khususnya di Kota Medan.

Ulama dan da'i merupakan bagian yang sangat besar dalam pertahanan Islam di Indonesia. Hal ini dapat kita lihat melalui keberadaan lembaga besar yang menjadi tempat berhimpunya para ulama dan cendekiawan Islam dalam menyiarkan dakwah yaitu Majelis Ulama Indonesia (MUI). Majelis Ulama Indonesia terdiri dari pusat dan daerah, yang secara umum memiliki tujuan yang sama yaitu menyiarkan dakwah di Indonesia.

Salah satu Majelis Ulama Indonesia yang juga sangat aktif dalam menjalankan fungsinya yaitu Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan. Sejak diresmikannya kepengurusan MUI kota Medan pada tahun 1976, maka kegiatan dakwah di Kota Medan terus berkembang. Disamping itu MUI kota Medan juga dipegang oleh para ulama, da'i dan juga cendekiawan yang memiliki integritas untuk mengembangkan dakwah Islam di kota Medan.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam melaksanakan kegiatan dakwahnya tentu tidak bisa terlepas dari komunikasi. Peran komunikasi dalam sebuah lembaga seperti MUI Kota Medan sangat penting karena memberikan pengaruh terhadap lancarnya proses penyampaian pesan dakwah dan pertukaran pesan. Keterampilan dalam menerima atau mengirim pesan merupakan hal yang

penting agar komunikasi dapat berjalan dengan efektif.⁹Sebagai sentral dari sebuah lembaga, maka diperlukan adanya strategi yang kuat dalam melangsungkan komunikasi dengan publik.

Komunikasi yang kuat antara lembaga dengan publik dapat mengarahkan lembaga pada suatu kemajuan. Strategi komunikasi yang dipakai oleh lembaga untuk berkomunikasi dengan publik tentunya juga harus disesuaikan dengan kehadiran berbagai media di era digital saat ini. Untuk memperoleh informasi di era digital saat ini, masyarakat tidak lagi bergantung pada televisi, radio, koran dan media sejenisnya, melainkan sudah banyak yang memilih media-media sosial yang dapat mereka buka di telepon genggam masing-masing.

Di era digitilalisasi ini, sebagai pengemban utama jalannya dakwah di kota Medan, maka Majelis Ulama Indonesia kota Medan memanfaatkan dengan baik momentum tersebut. Penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook dan Youtube juga sudah ditempuh oleh MUI Medan. Dan yang terbaru, MUI Medan meluncurkan *Podcast* MUI Medan sebagai Media untuk menyampaikan dakwah di era digital ini.

Berdasarkan uraian-uraian di atas bahwa penggunaan *podcast* merupakan strategi komunikasi MUI kota Medan dalam menyiarkan dakwah di era digital. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : “Strategi Komunikasi Pengelola *Podcast* dalam Menyiarkan Dakwah Era Digital pada Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan.”

B. Batasan Istilah

Berdasarkan judul yang diteliti dalam proposal ini, maka penulis membatasi penelitian agar tidak terlalu meluas. Maka peneliti hanya memfokuskan pada Strategi Komunikasi Pengelola *Podcast* dalam Menyiarkan Dakwah Era Digital pada Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan:

1. Strategi Komunikasi

Strategi berarti ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu, memimpin bala tentara untuk

⁹Wahyu Nur Syarafina, dkk. *Strategi Komunikasi Podcast dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital (Studi Kasus pada Podcast Manusia Keju)*: Massive: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.1. No. 2. (Desember 2021): 21. <https://massive.respati.ac.id/index.php/massive/article/view/11>, diakses pada 13 Oktober 2022 Pukul 10.00 WIB.

menghadapi musuh dan strategi komunikasi berarti sesuatu yang patut dilaksanakan demi kelancaran komunikasi.¹⁰ Menurut Middleton, strategi komunikasi merupakan kombinasi dari berbagai elemen komunikasi yaitu komunikator, pesan, saluran, komunikan dan juga efek yang dirumuskan agar dapat mencapai tujuan komunikasi. Strategi komunikasi pada penelitian ini berpedoman pada teori empat tahapan perumusan strategi komunikasi yang dikemukakan oleh Anwar Arifin, yaitu:

- a. Mengenal khalayak;
- b. Menyusun pesan;
- c. Menetapkan metode; dan
- d. Pemilihan media.

2. Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan

MUI atau Majelis Ulama Indonesia. Majelis berarti dewan yang mengemban tugas tertentu dalam hal kenegaraan dan sebagainya melalui musyawarah secara terbatas¹¹ Majelis Ulama Indonesia merupakan wadah untuk bermusyawarah Indonesia bagi para ulama, zu'ama dan juga cendekiawan Muslim yang bertujuan untuk membimbing, membina dan mengayomi kaum muslimin di seluruh Indonesia. Pada penelitian ini, Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang dimaksud pada judul yaitu peneliti batasi pada Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan.

3. *Podcast* MUI Medan

Podcast atau dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai siniar (siaran web tanalir) adalah siaran dalam bentuk berita, musik dan lain sebagainya yang dibuat dalam format digital baik itu audio atau visual yang dapat diunduh melalui internet. *Podcasting* merupakan singkatan dari *ipod broadcasting* yang merupakan aktivitas monolog antara dua orang atau lebih yang membicarakan sebuah tema atau topik tertentu dalam sebuah episode yang singkat.¹²

¹⁰Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 1515.

¹¹Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus ...*, 969.

¹²Sucin, S., & Utami, L. S. S. (2020). *Konvergensi Media Baru dalam Penyampaian Pesan Melalui Podcast*. *Koneksi*, 4(2), 235-242, 236.

Podcast merupakan salah satu konten yang digemari oleh publik karena isinya yang intens dan fleksibel. Pada penelitian ini, *podcast* yang dimaksud pada judul yaitu pada *podcast* Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan dengan nama Podcast MUI Medan yang diupload dan disiarkan langsung di kanal Youtube TV MUI Medan.

4. Menyiarkan Dakwah

Menyiarkan berasal dari kata “siar”. Menyiarkan berarti memberitahukan kepada umum, mengumumkan, menyebarkan atau mempropagandakan, menerbitkan dan menjual dan mengirimkan.¹³

Secara etimologi, kata dakwah beraasal dari bahasa Arab yang berarti panggilan, ajakan, atau seruan. Asal katanya adalah *da'a-yad'u*, yang artinya memanggil, mengajak, atau menyeru.¹⁴ Dakwah merupakan aktivitas penyampaian, memberi ajakan dan menyeru orang lain untuk mengerjakan kebaikan sesuai dengan perintah Allah dan menjauhi larangan Allah untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat. Pada penelitian ini, menyiarkan dakwah yang dimaksud peneliti batasi pada menyiarkan dakwah era digital yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan.

5. Era Digital

Era diartikan sebagai kurun waktu dalam sejarah, sejumlah tahun dalam jangka waktu dengan beberapa peristiwa penting dalam sejarah.¹⁵ Dan digital berarti yang hal-hal yang berhubungan dengan angka yang terkait pada sistem perhitungan tertentu, penomoran.¹⁶ Kata digital sering kali muncul dengan istilah digitalisasi yang merupakan perubahan dari teknologi mekanik dan analog menuju teknologi yang digital.

Pada penelitian ini, era digital yang dimaksud peneliti batasi pada dakwah yang dilakukan Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan di era digital, sebagaimana pengertian diatas bahwa era ini merupakan perubahan dari teknologi mekanik atau analog menjadi teknologi digital.

¹³Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus...*, 1442.

¹⁴M. Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2005), 7.

¹⁵Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus...*, 399.

¹⁶*Ibid*, 354.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, yang menjadi rumusan masalah adalah:

1. Bagaimana Strategi Komunikasi Pengelola *Podcast* dalam Menyiarkan Dakwah Era Digital pada Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan?
2. Bagaimana hambatan pada Strategi Komunikasi Pengelola *Podcast* dalam Menyiarkan Dakwah Era Digital pada Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pengelola *Podcast* dalam Menyiarkan Dakwah Era Digital pada Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan.
2. Untuk mengetahui hambatan pada Strategi Komunikasi Pengelola *Podcast* dalam Menyiarkan Dakwah Era Digital pada Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Kegunaan Teoritis

Melalui penelitian ini, peneliti dapat mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh di bangku perkuliahan, khususnya terkait Strategi Komunikasi melalui *Podcast* dalam Menyiarkan Dakwah di Era Digital pada Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan;

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi literatur ilmiah dalam ilmu komunikasi, khususnya terkait Strategi Komunikasi melalui *Podcast* dalam Menyiarkan Dakwah di Era Digital pada Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan mengetahui pembahasan pada skripsi ini secara menyeluruh, maka diperlukan sistematika penulisan skripsi, yaitu sebagai berikut :

Bagian Awal Skripsi

Bagian ini memuat halaman sampul, halaman judul, halaman persetujuan dosen pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto dan persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, tabel, gambar dan lampiran serta arti lambang dan singkatan.

Bagian Utama Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORITIS

Bab ini berisi tentang pembahasan pengertian strategi komunikasi, Majelis Ulama Indonesia, Majelis Ulama Indonesia Kota Medan, *Podcast*, Dakwah, Era Digital, tinjauan terkait penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, dan Kerangka Berpikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini meliputi jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan pemeriksaan keabsahan data

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini meliputi gambaran hasil penelitian dan analisa.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan.

Bagian Akhir Skripsi

Bagian akhir ini berisi daftar pustaka dan daftar lampiran.