

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan data-data yang telah dikumpulkan terkait strategi komunikasi pengelola *podcast* dalam menyiarkan dakwah era digital pada Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Komunikasi Pengelola *Podcast* dalam Menyiarkan Dakwah Era Digital pada Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan yaitu terdiri dari empat tahapan sebagai berikut:
 - 1) **Mengenal** **Khalayak**. Mengenal khalayak pada Strategi Komunikasi Pengelola *Podcast* dalam Menyiarkan Dakwah Era Digital pada Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan yaitu khalayak *Podcast* MUI Medan adalah seluruh lapisan masyarakat tanpa memandang usia, latar belakang, dan lain sebagainya serta khalayak *Podcast* MUI Medan secara khusus berdasarkan kerangka referensi adalah generasi muda sebagai pengguna aktif internet yang dianggap perlu untuk memasuki ranah generasi muda ini agar tetap tersentuh pada hal-hal keagamaan.
 - 2) **Menyusun Pesan**. Menyusun pesan atau materi pada Strategi Komunikasi Pengelola *Podcast* dalam Menyiarkan Dakwah Era Digital pada Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan yaitu pengelola *Podcast* MUI Medan menyusun materi berdasarkan komisi-komisi yang ada pada MUI Kota Medan seperti fatwa, pendidikan, hukum, kerukunan umat beragama, ekonomi dan sebagainya dan menyusun pesan atau materi yang sesuai dengan momentum seperti PHBI.
 - 3) **Menetapkan Metode**. Menetapkan metode pada Strategi Komunikasi Pengelola *Podcast* dalam Menyiarkan Dakwah Era Digital pada Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan yaitu berdasarkan bentuk pelaksanaannya menggunakan metode *canalizing* yaitu dengan menyajikan materi yang dinamis agar mudah diterima, menggali narasumber dengan cara kekinian, membuat tema yang menarik dan

mengemas konten dengan baik. Berdasarkan bentuk isinya menggunakan metode informatif yaitu dengan menyampaikan tema-tema yang bermuatan dakwah pada *Podcast* MUI Medan untuk mempengaruhi dan memberikan penerangan pada khalayak/target dari *podcast* tersebut.

- 4) **Pemilihan Media.** Pemilihan media pada Strategi Komunikasi Pengelola *Podcast* dalam Menyiarkan Dakwah Era Digital pada Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan yaitu MUI Kota Medan memilih *Podcast* sebagai media menyiarkan dakwah dengan alasan *podcast* sedang *booming* dan bertepatan dengan pandemi, *podcast* bersifat lebih luas dari segi jangkauan dan durasi, *podcast* bagian dari semangat generasi muda dan sebagai upaya dalam merespon era digitalisasi.

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

Dalam menyiarkan dakwah melalui *podcast* di era digital tentunya Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan juga menemui hambatan-hambatan yang berpengaruh terhadap tujuan yang ditetapkan. Adapun hambatan yang terjadi ketika menggunakan *podcast* dalam menyiarkan dakwah era digital pada Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan yaitu hambatan internal berupa:

- a. *Pertama* yaitu terkait anggaran yang belum memadai.
- b. *Kedua*, terkait background pengurus yang masing-masing punya pekerjaan diluar *podcast* yang menyebabkan terbatasnya waktu masing-masing pengurus.
- c. *Ketiga*, terkait keterbatasan kemampuan untuk mengembangkan kanal Youtube, menambah jumlah *viewers* dan *subscribers*.

B. Saran

Dari penelitian ini, berikut beberapa saran yang dapat diberikan peneliti untuk menjadi pertimbangan:

1. Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan sebaiknya perlu memperhatikan jadwal tayang *podcast* yang tadinya dua kali dalam seminggu agar dapat rutin

dilaksanakan karena konsistensi dalam penayangan dapat berpengaruh pada minat penonton.

2. Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan sebaiknya mengambil tema-tema dari hal-hal yang sedang hangat/diperbincangkan oleh publik.
3. Membuat segmen pada *podcast* seperti video reaksi terhadap topik-topik terkini dan dikaji menurut pandangan Islam.

