

BAB II

TINJAUAN UMUM TEORI STRATEGI DAKWAH DIGITAL

A. Strategi Dakwah

1. Pengertian Strategi Dakwah

Untuk mengevaluasi apakah kegiatan dakwah berhasil, sangat penting untuk memiliki strategi dakwah atau perencanaan yang tepat agar dapat mencapai sasaran. Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani kuno "stratus" yang memiliki arti tentara. Strategi adalah kumpulan rencana menyeluruh yang ditujukan untuk meraih tujuan yang telah ditentukan. Agar dapat mencapai keberhasilan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai panduan untuk menunjukkan arah, tetapi juga sebagai media untuk menerapkannya.⁴³

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi diartikan sebagai rencana yang terperinci dan terstruktur untuk mencapai tujuan tertentu yang diinginkan. Strategi adalah rencana yang luas, menyeluruh, dan terintegrasi yang berfokus untuk meraih keberhasilan yang ingin dicapai. Menurut Bintoro Tjokro Wijoyo dan Mustafat Jaya, strategi adalah tindakan global dan rencana yang cermat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan atau untuk menghadapi tantangan yang ada.⁴⁴

⁴³ Febi Faidatuz Zahroh, "Startegi Dakwah Di Era Pandemi (Studi Kasus Tiga Ustadz Di Desa Baleraksa, Karangmoncol, Purbalingga)," 2022, 22.

⁴⁴ Ibid.

2. Bentuk-bentuk Strategi Dakwah

Bayanuni menyatakan, ada 3 (tiga) macam bentuk strategi dakwah, yaitu:

1) Strategi Sentimental (Manhaj Al-Athifi)

Strategi emosional dalam dakwah berfokus pada sentuhan hati, merangsang perasaan dan jiwa para mitra dakwah. Metode yang diterapkan dalam strategi ini adalah memberikan nasehat yang berharga, berbicara dengan lembut, atau memberikan bantuan yang menyenangkan. Pendekatan ini relevan dengan mitra dakwah yang rentan dan terpinggirkan, seperti perempuan, anak-anak, orang yang kurang memahami, muallaf (yang lemah imannya), orang-orang miskin, yatim piatu, dan lainnya.⁴⁵

Rasulullah Saw menerapkan pendekatan emosional ini saat berhubungan dengan kaum musyrik di Mekkah. Terdapat beberapa ayat yang diturunkan di Mekkah yang menonjolkan aspek kemanusiaan, seperti rasa peduli terhadap fakir miskin, empati kepada anak yatim, dan lain-lain. Terlihat bahwa pada masa awal, mayoritas pengikut Nabi Saw berasal dari lapisan sosial yang lebih rentan. Pendekatan ini berhasil membuat kalangan atas merasa dihormati dan pada saat yang sama memberikan penghargaan kepada mereka yang berada dalam posisi lemah.

⁴⁵ NURAFIFAH, "STRATEGI DAKWAH DIGITAL HANAN ATTAKI DI YOUTUBE" (UIN Datokarama Palu, 2016), 18.

2) Strategi Rasional (Al-Manhaj Al-Aqli)

Strategi Rasional adalah bentuk dakwah yang fokus pada aspek mental. Dengan pendekatan ini, mitra dakwah didorong untuk merenungkan dan mengambil hikmah. Beberapa metode dalam strategi rasional meliputi penggunaan prinsip logika, berdiskusi atau memberikan contoh, dan menyajikan bukti sejarah.

Berbagai istilah yang berkaitan dengan strategi rasional dalam Al-Quran mencakup tafakkur, tadzakkur, nazhar, ta'amul, I'tibar, tadabbur, dan istibshar, yang semuanya menuntut penerapan solusi yang logis. Ta'amul berarti merenungkan berulang kali sampai menemukan kebenaran dalam hati. I'tibar adalah proses memindahkan pengetahuan yang sedang direnungkan ke pengetahuan lain. Tadabbur adalah usaha untuk mempertimbangkan dampak dari setiap masalah. Tadzakkur adalah pemeliharaan ilmu yang perlu diingat setelah terlupakan. Nazhar adalah perintah untuk memusatkan perhatian pada objek yang sedang dipikirkan.⁴⁶

3) Strategi Indrawi (Al-Manhaj Al-Hissy)

Strategi eksperimen atau pendekatan ilmiah adalah istilah lain untuk taktik ini. Ia menggambarkan sebagai sistem penyampaian pesan keagamaan atau sekumpulan metode dakwah yang berdasarkan pada hasil penelitian dan percobaan serta berfokus pada panca indra.

⁴⁶ Ibid., 19.

Metode ini mencakup antara lain, aktivitas religius, contoh teladan, dan pertunjukan drama keagamaan.

Nabi Muhammad Saw mengamalkan Islam sebagai contoh strategi yang dapat dirasakan langsung oleh para sahabatnya. Para sahabat dapat menyaksikan keajaiban Nabi Saw secara langsung, seperti peristiwa terbelahnya bulan dan kedatangan malaikat Jibril dalam bentuk manusia. Saat ini, Alquran dipakai untuk mendukung atau mengkritik hasil penelitian ilmiah. Para ahli tafsir menyebutnya sebagai tafsir ilmiah. Metode ini diterapkan oleh penulis Turki Oktar, yang lebih dikenal dengan nama pena Harun Yahya, untuk menyampaikan dakwahnya. Seorang ahli tafsir terkemuka Indonesia, M. Quraish Shihab, sering memanfaatkan penemuan ilmiah untuk menafsirkan ayat-ayat Alquran.⁴⁷

B. Strategi Dakwah Digital Melalui Podcast

Strategi dakwah digital adalah cara modern untuk menyebarkan ajaran Islam di era digital. Melalui video, nilai-nilai keislaman dapat diakses oleh banyak orang. Dakwah di YouTube hadir dalam berbagai bentuk menarik, seperti vlog Islami, animasi, talk show, *Podcast*, dan dokumenter. Keuntungan utama dari dakwah di YouTube adalah kemudahan akses; orang bisa menonton kapan saja dan di mana saja. Ini juga efektif untuk menjangkau generasi muda yang lebih terbiasa dengan teknologi dan konten visual.

⁴⁷ Ibid.

YouTube merupakan platform yang memungkinkan interaksi antara penyampaian pesan dan audiens melalui fitur komentar, tanda suka, dan opsi berbagi. Ini menjadikan penyampaian pesan lebih bersifat dialogis dan mendorong keterlibatan penonton. Meski demikian, penyampaian pesan harus memperhatikan validitas konten, norma komunikasi, serta cara penyampaian yang sesuai agar nilai-nilai Islam disampaikan dengan cara yang sopan dan dapat diterima oleh masyarakat. Dengan pengelolaan yang tepat, konten pesan di YouTube dapat menciptakan pemahaman agama yang moderat, terbuka, dan sesuai dengan perkembangan zaman.

1. Podcast

a. Pengertian Podcast

Definisi *Podcast* menurut Merriam-Webster adalah "Sebuah acara (seperti musik atau diskusi) yang dapat diakses dalam bentuk digital untuk diunduh secara otomatis melalui Internet sebagai file audio yang terhubung dengan umpan RSS."⁴⁸

Hasil penelitian yang dipublikasikan pada awal 2016 oleh Reuters Institute berjudul "Media, Jurnalistik, dan Prediksi Teknologi" menyatakan bahwa *"While video remains the leader, audio is experiencing a renaissance fueled by connected smartphones and its multitasking-friendly format. In the US, Barack Obama made his*

⁴⁸ Meisyanti Meisyanti and Woro Harkandi Kencana, "Platform Digital Siaran Suara Berbasis on Demand," *Commed : Jurnal Komunikasi Dan Media* 4, no. 2 (2020): 191–207.

Podcast debut on WTF with Marc Maron, and Serial announced an exclusive distribution deal for its second series via Pandora."

Di ranah internet, radio daring dan situs radio sangat populer. Sebagian besar radio tradisional memiliki kehadiran di dunia maya. Walaupun tidak semua situs tersebut dioperasikan secara maksimal, situs radio Indonesia seperti [www. prfm. com](http://www.prfm.com) dan [www. suarasurabaya. com](http://www.suarasurabaya.com) menunjukkan kemajuan yang baik. Sementara itu, di Amerika Serikat, jumlah pengguna radio daring terus meningkat setiap tahunnya.

Berdasarkan penelitian oleh Edison Research yang dirilis oleh PEW Research Centre, proporsi pendengar radio daring pada tahun 2015 mencapai 53% dibandingkan 27% pada tahun 2010. Sebagian besar pengguna (73%) memanfaatkan smartphone untuk mendengarkan radio daring. Kenaikan jumlah pendengar radio daring juga terlihat dari bertambahnya pemilik ponsel yang mendengarkan radio saat berada di mobil. Tren ini meningkat enam kali lipat pada tahun 2015 (35%) dibandingkan dengan hanya 6% di tahun 2010.⁴⁹

Pada umumnya, ada dua platform utama untuk *Podcast*, yaitu Spotify dan YouTube, perbedaan yang paling mencolok antara keduanya terletak pada cara penyajian. Di Spotify, *Podcast* biasanya hanya dalam bentuk audio, meskipun beberapa konten kini juga

⁴⁹ Efi Fadilah, Pandan Yudhaprimesti, and Nindi Aristi, "Podcast Sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio," *Jurnal Kajian Jurnalisme* 1, no. 1 (2017): 90–104.

menawarkan tampilan visual yang terbatas. Di sisi lain, YouTube adalah platform untuk berbagi video yang memungkinkan pengguna untuk menonton, mengunggah, dan membagikan video secara gratis. Biasanya, *Podcast* di YouTube hadir dalam bentuk video *Podcast*, di mana pendengar tidak hanya mendengarkan suara tetapi juga melihat ekspresi dan interaksi langsung dari pembicara.

Kemajuan di bidang teknologi YouTube membuatnya menjadi sebuah platform yang sangat terkenal dan efisien, tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga sebagai alat untuk pendidikan, penyebaran informasi, dan interaksi publik. YouTube dapat memenuhi beragam kebutuhan pengguna berkat fleksibilitas dan cakupan audiens yang sangat besar. Dengan demikian, baik Spotify maupun YouTube menjadi dua platform kunci dalam pertumbuhan *Podcast* di zaman digital sekarang ini.

b. Sejarah *Podcast*

Podcast mulai muncul sekitar tahun 2005 seiring dengan peluncuran perangkat iPod dari Apple. Kata "*Podcast*" sendiri merupakan kombinasi dari iPod dan penyiaran. Ide awal *Podcast* muncul dari keinginan Adam Curry, mantan VJ MTV asal Amerika, untuk memiliki kebebasan dalam melakukan siaran tanpa batasan seperti di radio tradisional. Bersama Dave Winer, seorang pengembang software, mereka mengembangkan sistem distribusi audio digital yang dapat diakses kapan saja. Istilah "*Podcast*"

kemudian diperkenalkan oleh jurnalis Ben Hammersley dan segera menjadi terkenal secara internasional, bahkan dimasukkan dalam Oxford English Dictionary.

Seiring berjalannya waktu, perkembangan *Podcast* berlangsung dengan sangat pesat. Pada awalnya, formatnya hanya berupa monolog atau siaran sederhana, namun saat ini variasinya semakin beragam, seperti talkshow, diskusi, dan drama audio. Topik yang diangkat pun semakin luas, mencakup edukasi, politik, ekonomi, sejarah, dan hiburan. Di negara-negara seperti Amerika, Eropa, dan Australia, penggunaan *Podcast* sudah meluas sejak awal tahun 2000-an. Bahkan pada tahun 2008, survei menunjukkan bahwa sekitar 18% warga Amerika mendengarkan *Podcast*, dan angka tersebut meningkat menjadi 36% pada tahun 2016. Perpindahan dari komputer ke smartphone dan tablet juga turut mendorong pertumbuhan jumlah pengguna *Podcast* secara signifikan.

Di Indonesia, *Podcast* mulai diperkenalkan pada tahun 2005 lewat proyek Boy Avianto yang membagikan *Podcast* di situs pribadinya. Namun, popularitas *Podcast* di kalangan masyarakat Indonesia baru benar-benar terlihat antara tahun 2015 hingga 2018. Platform seperti Soundcloud dan Spotify sangat berkontribusi dalam memperluas jangkauan distribusi *Podcast*. Kehadiran sejumlah *Podcaster* seperti Iqbal Hariadi, Adriano Qalbi, dan Rane Hafied juga membantu mengembangkan ekosistem *Podcast* di dalam negeri. Saat

ini, *Podcast* telah menjelma menjadi salah satu sarana informasi dan hiburan alternatif yang praktis, mudah dijangkau, dan disukai banyak orang.⁵⁰

c. Jenis-Jenis Podcast

Podcast terdiri dari berbagai tipe yang ditentukan oleh cara penyajiannya, yaitu *Podcast* dasar, *Podcast* yang ditingkatkan, dan *vodcast*. Berikut adalah penjelasan singkat tentang masing-masing:

1) Basic *Podcast*

Merupakan tipe *Podcast* yang paling sederhana yang hanya terdiri dari audio, tanpa elemen visual tambahan. Jenis ini sesuai untuk materi seperti kuliah, perdebatan, atau pembahasan yang bisa disampaikan hanya melalui suara, serta dapat dinikmati kapan saja oleh pendengar secara fleksibel.

2) Enhanced *Podcast*

Podcast ini menyediakan suara yang dilengkapi dengan elemen visual tambahan, seperti slide, gambar, atau teks yang membantu menjelaskan isi pembicaraan. *Podcast* yang ditingkatkan biasanya digunakan dalam konteks pendidikan atau presentasi agar pendengar dapat memperoleh gambaran visual tentang topik yang sedang dibahas.

⁵⁰ Andri Hidayat, "Peran *Podcast* Sebagai Media Baru Dalam Era Masyarakat Informasi Pada Aplikasi Spotify," 2022, 83.

3) Vodcast (Video *Podcast*)

Merupakan perpaduan antara suara dan gambar, di mana orang yang mendengar tidak hanya menerima audio tetapi juga dapat menyaksikan visual, seperti ekspresi dari pembicara, animasi, atau siaran langsung. Vodcast sangat populer di platform seperti YouTube karena memberikan pengalaman yang lebih menarik dan interaktif.⁵¹

2. Trend *Podcast* Dakwah Di Pemerintahan

Peningkatan *Podcast* adalah saluran baru yang memiliki dampak besar terhadap aktivitas pemerintahan, khususnya di bidang humas. Banyak pejabat humas pemerintah telah memanfaatkan *Podcast* sebagai alat untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat karena kemudahan penggunaan *Podcast*. Kesempatan ini memberi wawasan kepada pemerintah tentang cara menyampaikan informasi dengan lebih efektif sejalan dengan kemajuan zaman dan teknologi.⁵²

Perkembangan dalam bidang teknologi informasi mendorong masyarakat untuk lebih inovatif dalam membuat media alternatif. Salah satu media alternatif yang muncul adalah *Podcast*. *Podcast* merupakan sebuah program yang disiarkan melalui platform internet. Kehadiran

⁵¹ Norhayati Norhayati and Sherly Jayanti, "Pemanfaatan Teknologi Untuk Mendukung Kegiatan Belajar Secara Mandiri (Studi Kasus: Penggunaan Podcast Oleh Mahasiswa Di Kota Palangkaraya)," *Jurnal Humaniora Teknologi* 6, no. 1 (2020): 29–36.

⁵² Al Hafis, "Persepsi Pendengar Terhadap *Podcast* Thirty Days Of Lunch Di Kalangan Mahasiswa Uin Suska Riau," No. 6194 (2023).

Podcast ini menawarkan informasi yang dapat diakses masyarakat baik dalam bentuk audio maupun video yang mudah diakses dan dapat diputar kembali kapan saja dan di mana saja. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika saat ini banyak orang lebih memilih *Podcast* sebagai sarana untuk mendapatkan informasi yang mereka perlukan. Konten *Podcast* sebelumnya hanya dapat dinikmati dalam bentuk audio dan visual, seperti yang dilakukan oleh para *Podcaster* di Indonesia yang menampilkan konten secara visual.

Trend *Podcast* saat ini semakin berkembang, dan salah satu alasannya adalah semakin banyaknya orang yang menyukainya karena sifatnya yang mudah diakses. *Podcast* dianggap sebagai wadah yang menyimpan beragam informasi yang diperlukan, terutama lewat Youtube.

Podcast dakwah yang dipresentasikan melalui platform Youtube tentunya mampu beradaptasi dengan perubahan zaman sebagai cara untuk menyampaikan dakwah yang tidak terlepas dari tiga metode dasar., yaitu:

- a. Dalam berdakwah, penting untuk mempertimbangkan situasi dan keadaan target dakwah, agar mad'u tidak merasa terbebani atau terpaksa dalam mengikuti ajaran agama Islam.
- b. Dalam menyampaikan dakwah, kita harus memberikan ajaran Islam melalui nasihat yang baik dan positif, bukan menyebarkan kebencian, sehingga pesan dakwah dapat menyentuh hati para mad'u.

- c. Berdakwah juga dapat dilakukan dengan cara berbagi atau berdiskusi, menyampaikan pendapat dengan cara yang sopan, dan tidak menjatuhkan pihak lain.

Dakwah melalui *Podcast* di YouTube dipilih karena kaum muda saat ini selalu membawa ponsel dan memiliki beragam minat, terutama dalam pembahasan masalah sehari-hari.

Saat ini, dakwah melalui *Podcast* sangat diminati oleh berbagai kelompok, yaitu:

- 1) Terdapat kelompok yang ingin mendalami agama namun terhambat oleh keterbatasan waktu. Dengan mendengarkan atau mengikuti penyampaian materi agama dalam waktu singkat melalui *Podcast*, mereka dapat memperoleh pengetahuan.
- 2) Peningkatan pembelajaran agama melalui internet semakin meningkat karena semakin banyak orang yang ingin belajar dengan cara yang cepat.
- 3) Penyampaian agama selalu menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Pembelajaran agama akan semakin terintegrasi dengan teknologi informasi yang ada di masa depan.
- 4) *Podcast* dipilih karena kemudahan dan kesederhanaannya. Pendengar dapat mengakses platform *Podcast* dan memilih konten kapan saja dan di mana saja tanpa harus memperhatikan jadwal seperti pada siaran radio tradisional.

- 5) Dari perspektif pembuat konten, *Podcast* dapat dibuat secara rumahan dan menawarkan keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan platform media lainnya.

3. Tema – Tema Keagamaan

a. Pengertian Tema keagamaan

Tema merupakan aspek utama atau gagasan pokok yang menjadi fondasi dari sebuah narasi, tulisan, atau diskusi. Seperti jantung dalam tubuh, tema berfungsi sebagai "energi" yang menggerakkan seluruh elemen karya. Tema memandu kita untuk memahami apa yang sejatinya ingin diungkapkan, apakah mengenai cinta, perjuangan, keyakinan, atau kejujuran.

Kata Agama adalah padanan dalam Bahasa Indonesia untuk istilah Religion (dari bahasa Inggris) dan Diin (dari bahasa Arab). Secara etimologi, istilah ini berasal dari dua komponen; A-Gamm-A (dari bahasa Sanskerta) di mana 'A' berarti 'tidak' dan 'Gamm' memiliki arti 'pergi, kacau atau melangkah'.⁵³ Dengan demikian, agama memiliki pengertian sebagai suatu pedoman atau prinsip yang abadi.

Agama atau keyakinan bisa dianggap sebagai hubungan manusia dengan sesuatu yang mereka anggap sebagai hal yang suci, istimewa, atau patut untuk dihormati. Agama terdiri dari sekumpulan

⁵³ Aprilinda, "Agama Dalam Perspektif Sosiologis: Kajian Terhadap Interaksi Sosial Dan Nilai-Nilai Keagamaan," *Jurnal Kajian Ilmiah Kajian Multidisipliner* 8, No. 6 (2024): 7–14.

keyakinan, praktik, dan sistem yang teratur, yang paling jelas berkaitan dengan iman. Secara umum, agama menunjukkan apa yang diyakini mengenai hubungan manusia dengan kekuatan yang lebih besar. Semua agama memiliki kesamaan, yaitu didasari oleh keyakinan. Dalam sejarah umat manusia, agama telah memainkan peran yang sangat krusial di berbagai belahan dunia. Jelaskan dengan pendekatan yang lebih manusiawi.

b. Tujuan tema Keagamaan

Tujuan dari tema keagamaan adalah untuk menyampaikan nilai-nilai spiritual, etika moral, dan ajaran dari agama kepada masyarakat dengan cara yang terstruktur dan berarti. Tema keagamaan berperan dalam mengarahkan pembicaraan pada hal-hal penting dalam kehidupan beragama, seperti iman, ibadah, akhlak, dan interaksi sosial. Dalam konteks dakwah atau pendidikan, tema ini digunakan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang ajaran agama serta menumbuhkan kesadaran mengenai pentingnya hidup sesuai dengan nilai-nilai ilahi.

Seiring perkembangan zaman, penerapan tema keagamaan juga disesuaikan dengan berbagai media komunikasi yang ada. Selain berfungsi sebagai dasar utama dalam studi keislaman, tema keagamaan juga bertujuan untuk menanamkan karakter religius dan memperkuat identitas spiritual individu di tengah arus modernisasi dan kemajuan teknologi yang cepat. Dalam berbagai media seperti

Podcast, ceramah, atau tulisan religius, tema keagamaan digunakan untuk membimbing masyarakat agar tetap memegang teguh nilai-nilai kebenaran dan kebaikan, serta melindungi diri dari pengaruh buruk. Dengan cara ini, tema ini tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi dakwah, tetapi juga sebagai pendorong untuk perubahan sikap, perilaku, dan pola pikir yang lebih positif dan sesuai dengan ajaran agama.