

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, strategi dakwah Podcast Ceria Kementerian Agama Kabupaten Kebumen dilakukan secara sistematis melalui empat tahapan utama. Pertama, segmentasi audiens dilakukan untuk menentukan sasaran dakwah, yaitu generasi muda pengguna media sosial, ASN, dan masyarakat umum yang membutuhkan konten Islami inspiratif. Kedua, materi dakwah disusun secara tematik sesuai momentum Ramadan dengan fokus pada akidah, syariah, akhlak, dan isu keagamaan kontemporer, serta disampaikan dengan bahasa yang komunikatif dan mudah dipahami.

Ketiga, metode dakwah menggunakan pendekatan *bil hikmah* dan *al-mau'izhah al-hasanah* yang dikemas dalam bentuk dialog atau bincang-bincang interaktif berisi cerita, pengalaman, dan solusi nyata. Keempat, YouTube dipilih sebagai media utama karena mampu menggabungkan audio-visual, mudah diakses, dan memungkinkan konten diperluas ke platform lain seperti Spotify dan Google Podcast. Dengan strategi ini, Podcast Ceria berhasil menyampaikan dakwah secara relevan, menarik, dan sesuai perkembangan media digital.

Pelaksanaan Podcast Ceria didukung oleh beberapa faktor utama, salah satunya adalah dukungan institusi dari Kementerian Agama Kabupaten Kebumen. Dukungan ini diwujudkan melalui struktur kerja yang

jelas dan koordinasi tim yang melibatkan Humas dan Penyuluh Agama, sehingga program dakwah digital berjalan profesional dan konsisten. Selain itu, kreativitas tim produksi dalam menghadirkan narasumber muda, mengemas konten secara modern, serta menyajikan beragam format seperti monolog dan dialog menjadi kekuatan yang membuat podcast lebih menarik dan relevan. Momentum Ramadan juga dimanfaatkan sebagai waktu strategis karena minat masyarakat terhadap konten keagamaan meningkat.

Namun demikian, Podcast Ceria juga menghadapi sejumlah hambatan. Keterbatasan sumber daya manusia, terutama host yang kurang sesuai dengan gaya komunikasi generasi muda, menjadi salah satu kendala dalam menarik minat audiens Gen Z. Selain itu, sarana teknis dan peralatan seperti kamera dan software editing yang masih sederhana membuat kualitas produksi belum maksimal. Tantangan lain datang dari perubahan tren media, di mana generasi muda lebih tertarik pada konten pendek seperti TikTok dan Instagram dibanding YouTube. Di sisi anggaran, terbatasnya dana membuat peningkatan peralatan, pelatihan, dan promosi sulit dilakukan, sehingga menghambat pengembangan podcast secara optimal.

B. Saran

a) Peningkatan Kualitas Produksi

Perlu peningkatan kamera, mikrofon, software editing, serta pelatihan SDM dan pemilihan host yang lebih sesuai dengan karakter generasi muda agar kualitas audio-visual dan penyampaian pesan lebih maksimal.

b) Perluasan Platform Distribusi

Konten tidak hanya disiarkan di YouTube, tetapi juga perlu diperluas ke TikTok, Instagram Reels, Spotify, dan platform populer lainnya untuk menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya Gen Z.

c) Inovasi dan Segmentasi Konten

Tema dakwah perlu disesuaikan dengan kebutuhan audiens tertentu seperti remaja, ASN, pelajar, atau masyarakat umum, serta bisa menghadirkan figur publik atau influencer Muslim agar lebih menarik dan relevan.

d) Evaluasi dan Kolaborasi Berkelanjutan

Setiap episode perlu dievaluasi melalui feedback dan data penonton, serta menjalin kerja sama dengan lembaga pendidikan, komunitas, atau tokoh agama guna memperkuat jaringan dan kualitas dakwah digital.