

**SKRIPSI**

**PRINSIP KOMUNIKASI ISLAM *PODCAST* FARAH QOONITA DALAM  
MENINGKATKAN RELIGIOSITAS GEN-Z DI ERA DIGITAL**

**Oleh:**

**NURUL LATIFAH**

**NPM. 1904011026**



**Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah (FUAD)**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
TAHUN 1446 H/2024 M**

**PRINSIP KOMUNIKASI ISLAM *PODCAST* FARAH QOONITA DALAM  
MENINGKATKAN RELIGIOSITAS GEN-Z DI ERA DIGITAL**

**Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar S.Sos**

**Oleh:**

**NURUL LATIFAH**

**NPM. 1904011026**

**Pembimbing : Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I**

**Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)**

**Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah (FUAD)**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**

**TAHUN 1446 H/2024 M**

## PERSETUJUAN

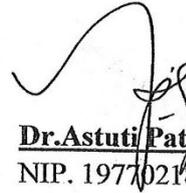
Judul Skripsi : Prinsip Komunikasi Islam *Podcast* Farah Qoonita Dalam Meningkatkan Religiositas Gen-Z Di Era Digital  
Nama : Nurul Latifah  
NPM : 1904011026  
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

## MENYETUJUI

Untuk dimunaqsyahkan dalam sidang munaqsyah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 27 Desember 2024

Dosen Pembimbing



Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I

NIP. 197702182000032001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725); Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iain@metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor :  
Lampiran : 1 (satu) Berkas  
Hal : Pengajuan Permohonan Munaqosyah

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
di-  
Tempat

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya, maka skripsi yang disusun oleh :

Nama : Nurul Latifah  
NPM : 1904011026  
Fakultas : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah (FUAD)  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Judul Skripsi : Prinsip Komunikasi Islam *Podcast* Farah Qoonita Dalam Meningkatkan Religiositas Gen-Z Di Era Digital

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah untuk dimunaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atas penerimaannya kami ucapkan terima kasih.

*Wasalamualaikum Warahmtullahi Wabarakatuh.*

Metro, 27 Desember 2024

Mengetahui

Pembimbing,

  
Ketua Jurusan KPI,  
Dr. Astuti Patminingsih, S.Ag., M.Sos.I  
NIP. 197702182000032001

  
Dr. Astuti Patminingsih, S.Ag., M.Sos.I  
NIP. 197702182000032001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725); Faksimili (0725) 47296; Website: [www.fuad.metrouniv.ac.id](http://www.fuad.metrouniv.ac.id); e-mail: [fuad.iain@metrouniv.ac.id](mailto:fuad.iain@metrouniv.ac.id)

**LEMBAR PENGESAHAN**

Nomor: B-0010/ln.28.4/D/PP.00.9/01/2025

Skripsi dengan judul: Prinsip Komunikasi Islam *Podcast* Farah Qoonita dalam Meningkatkan Religiositas Gen-Z Di Era Digital, disusun oleh: Nurul Latifah, NPM 1904011026, Program Studi: Komunikasi dan Penyiaran Islam, telah dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah pada hari/tanggal : Senin, 30 Desember 2024 di ruang munaqosyah FUAD.

TIM PEMBAHAS:

Moderator : Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I

Penguji I : Rahmah Dwi Nopryana, M.Kom.I

Penguji II : Dewi Mustika, M.Kom.I

Sekretaris : Eka Octalia Indah Librianti, M. Sos.

(.....)  
(.....)  
(.....)  
(.....)

Mengetahui

Dekan,



Dr. Khuswan Khotibul. Umam, S.Ag., M.A  
NIP.197308011999031001

## ABSTRAK

### PRINSIP KOMUNIKASI ISLAM *PODCAST* FARAH QOONITA DALAM MENINGKATKAN RELIGIOSITAS GEN-Z DI ERA DIGITAL

Oleh:

NURUL LATIFAH

Era digitalisasi yang berkembang sangat pesat mendorong berbagai bidang terus beradaptasi dengan teknologi yang ada. Segala sesuatu dapat lebih efisien dilakukan dengan media digital salah satunya kegiatan dakwah. Kini dakwah tak hanya dilakukan di atas mimbar tetapi bisa juga dengan memanfaatkan media sosial. Dakwah juga tak hanya dilakukan dengan menampilkan muka karena salah satu media dakwah berupa audio bisa dinikmati saat ini salah satunya berupa *podcast*. Spotify sebagai aplikasi penyedia *podcast* dan musik menjadi satu hal yang cukup trendi di kalangan Gen-Z saat ini. Hal inilah yang memotivasi penulis untuk melakukan penelitian terhadap prinsip komunikasi islam *podcast* farah qoonita dalam meningkatkan religiositas gen-z di era digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis prinsip-prinsip komunikasi Islam dalam *podcast* Farah Qoonita yang dipublikasikan di aplikasi Spotify. Jenis penelitian ini penelitian pustaka (*Library Research*) dan bersifat kualitatif. Penelitian dilakukan dengan cara mengkaji data dari berbagai dokumen dan bahan bacaan. Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni observasi, dokumentasi, dan wawancara. Observasi dilakukan dengan mendengarkan seluruh episode *podcast* dan mentranskripsikannya. Dokumentasi yang digunakan yakni data tertulis mengenai Farah Qoonita dan *podcast*-nya. Sedangkan wawancara dilakukan sebagai data pelengkap yang menjadi penguat dari hasil penelitian.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa prinsip komunikasi Islam yang terdiri dari 6 prinsip yakni Qawlan Sadidan seperti ucapan yang jujur, tidak berbohong, dan fakta sesuai ajaran Islam, Qawlan Baligha seperti kata-kata yang mudah dipahami, efektif, tidak berbelit-belit, to the point, Qawlan Ma'rufa seperti perkataan yang baik, sopan, tidak kasar, tidak menyinggung dan tidak menyakiti hati orang lain, Qawlan Karima seperti perkataan yang lembut, memuliakan, enak didengar dan santun, Qawlan Layyina seperti perkataan yang lembut penuh kebaikan dan menyentuh hati, Qawlan Maysura seperti perkataan yang menyenangkan dan menggemberikan, diterapkan dalam *podcast* Farah Qoonita. Prinsip komunikasi Islam itulah yang membuat Gen-Z sebagai pendengar *podcast* dapat menerima pesan yang disampaikan oleh Farah Qoonita. Sehingga religiositas Gen-Z yang mendengarkan *podcast* juga meningkat diukur berdasarkan tiga dimensi religiositas yakni dimensi akidah, akhlak, dan syariah.

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurul Latifah

NPM : 1904011026

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Fakultas : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah (FUAD)

Menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro,

Yang menyatakan



Nurul Latifah

## MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang, kecuali menurut kesanggupannya...”

(Al-Baqarah Ayat 286)

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua yang kucintai, Ibu Nastiti Ningsih dan Bapak Adman, yang selalu memberikan dukungan, semangat, doa, dan menjadi motivasi dalam selesainya skripsi ini.
2. Kedua kakakku, Heri Iryanto dan Bambang Riyadi, yang selalu memberi semangat dan motivasi untuk terus belajar.
3. Almamaterku tercinta, Institut Agama Islam Negeri Metro.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt. atas limpahan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “PRINSIP KOMUNIKASI ISLAM *PODCAST* FARAH QOONITA DALAM MENINGKATKAN RELIGIOSITAS GEN-Z DI ERA DIGITAL”.

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, penulis sampaikan terima kasih kepada Rektor IAIN Metro, Prof. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M. Ag. PIA, Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Dr. Aguswan Khotibul Umam, S.Ag.,M.A., Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam sekaligus Pembimbing Skripsi, Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I., yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi. Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada dosen/karyawan IAIN Metro yang telah membagikan ilmu serta sarana dan prasarana dalam menempuh pendidikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat penulis harapkan. Semoga hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat dan menjadi sarana pengembangan ilmu pengetahuan dalam hal komunikasi dan penyiaran Islam.

Metro, 30 Desember 2024

Penulis,



**Nurul Latifah**  
NPM. 1904011026

## DAFTAR ISI

HALAMAN Sampul .....	i
HALAMAN Judul.....	ii
PERSETUJUAN .....	iii
NOTA DINAS .....	iv
PENGESAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
ORISINALITAS PENELITIAN .....	vii
MOTTO .....	viii
PERSEMBAHAN .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
D. Penelitian Relevan.....	7
E. Metodologi Penelitian .....	10
1. Jenis dan Sifat Penelitian .....	10
2. Sumber Data.....	10
3. Teknik Pengumpulan Data.....	12
4. Teknik Penjamin Keabsahan Data .....	14
5. Teknik Analisis Data.....	15

BAB II LANDASAN TEORI .....	16
A. Prinsip-Prinsip Komunikasi Islam .....	16
1. Pengertian Komunikasi Islam .....	16
2. Dasar-Dasar Komunikasi Islam .....	18
3. Prinsip Komunikasi Islam .....	21
B. Media Dakwah .....	27
1. Pengertian Media Dakwah .....	27
2. Macam-Macam Media Dakwah .....	28
C. <i>Podcast</i> Sebagai Media Dakwah.....	30
1. Pengertian <i>Podcast</i> .....	30
2. Karakteristik <i>Podcast</i> .....	35
3. Tipe-Tipe <i>Podcast</i> .....	36
D. Religiositas.....	36
1. Pengertian Religiositas.....	36
2. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Religiositas .....	37
3. Indikator Religiositas .....	38
E. Gen-Z .....	41
1. Pengertian Gen-Z .....	41
2. Karakteristik Gen-Z .....	42
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Gambaran Umum <i>Podcast</i> Farah Qoonita .....	47
B. <i>Podcast</i> Farah Qoonita dalam Meningkatkan Religiositas Gen-Z di Era Digital .....	51

C. Pembahasan.....	59
BAB IV PENUTUP .....	70
A. Kesimpulan .....	70
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA .....	72
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	74
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	92

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Daftar Jumlah Episode Berdasarkan Tema.....	48
Tabel 4.2 Daftar Identitas Informan.....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Halaman Depan Aplikasi Spotify.....	32
Gambar 2.2 Tampilan Perpustakaan dan Daftar Putar.....	32
Gambar 2.3 Menu Berbagi.....	33
Gambar 2.4 Tampilan Kategori <i>Podcast</i> .....	33
Gambar 2.5 Tampilan Kategori Musik .....	34
Gambar 2.6 Top Lagu Unggulan .....	34
Gambar 4.1 Tampilan <i>Channel Podcast</i> Farah Qoonita di Spotify .....	45
Gambar 4.2 Tangkapan Layar Wawancara dengan Salah Satu Pendengar <i>Podcast</i> Farah Qoonita .....	51
Gambar 4.3 Tangkapan Layar Wawancara dengan Salah Satu Pendengar <i>Podcast</i> Farah Qoonita .....	52
Gambar 4.4 Tangkapan Layar Wawancara dengan Salah Satu Pendengar <i>Podcast</i> Farah Qoonita .....	53
Gambar 4.5 Tangkapan Layar Wawancara dengan Salah Satu Pendengar <i>Podcast</i> Farah Qoonita .....	54
Gambar 4.6 Tangkapan Layar Wawancara dengan Salah Satu Pendengar <i>Podcast</i> Farah Qoonita .....	55
Gambar 4.7 Tangkapan Layar Wawancara dengan Salah Satu Pendengar <i>Podcast</i> Farah Qoonita .....	56
Gambar 4.8 Tangkapan Layar Wawancara dengan Salah Satu Pendengar <i>Podcast</i> Farah Qoonita .....	57

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Time Schedule Skripsi
2. Penunjukan Pembimbing Skripsi
3. Outline
4. Alat Pengumpul Data (APD)
5. Surat Keterangan Turnitin Skripsi
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
8. Dokumentasi
9. Daftar Riwayat Hidup

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Teknologi yang berkembang begitu signifikan membuat berbagai hal harus beralih menggunakan media digital. Semakin hari semakin banyak inovasi bermunculan untuk mengejar ketertinggalan dunia digital. Internet menjadi hal yang berdampak dengan kehidupan sehari-hari manusia zaman sekarang. Berdasarkan laporan dari Data Reportal, tercatat pertumbuhan jumlah pengguna internet di dunia meningkat sangat signifikan. Per Januari 2022 jumlah pengguna internet menyentuh angka 4,95 miliar orang. Angka tersebut meningkat sebesar 4% dari tahun sebelumnya yang berjumlah 4,76 miliar orang. Sejak 2018 total pengguna internet tercatat 3,95 miliar. Total tersebut meningkat 6,6% pada 2019 yakni sebesar 4,21 miliar. Penambahan total tersebut juga terus terjadi pada tahun berikutnya sebesar 4,9% menyentuh angka 4,42 miliar pada 2020 dan tumbuh 7,7% menjadi 4,76 miliar pada 2021.<sup>1</sup>

Sementara itu, berdasarkan laporan terbaru agensi digital kreatif, *We Are Social*, jumlah pengguna internet di Indonesia per Januari 2023 mencapai 212,9 juta jiwa, 77% dari populasi Indonesia yang berjumlah berkisar 276,4 juta jiwa per Januari 2023. Sedangkan pengguna sosial media aktif sebesar 167 juta orang atau sekitar 60,4% dari populasi.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Cindy Mutia Annur, "Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022." Dalam <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/f7af290483a1152/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022> diunduh pada 30 Maret 2024.

<sup>2</sup> Cindy Mutia Annur, "Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang Hingga Awal 2023," dalam <https://databoks.katadata.co.id/teknologi->

Seiring dengan perkembangan tersebut, tentu saja berimbas pada berbagai kegiatan termasuk kegiatan dakwah Islam. Seorang dai (subjek dakwah) dituntut untuk menciptakan metode baru yang kekinian dan dapat menarik *mad'u* (objek dakwah). Seorang pendakwah juga hendaknya kreatif dan melek media agar formulasi dakwah dapat termunculkan di tengah realitas perkembangan teknologi. Dai harus menyesuaikan metode dakwahnya sesuai kondisi saat ini.<sup>3</sup>

Sebuah keniscayaan bagi dai untuk berkecimpung di media sosial karena perlu adanya penerapan dakwah yang dapat menjangkau dan mengimbangi kemajuan teknologi yang ada. Berbagai strategi dakwah harus dikembangkan lebih lagi karena tugas dakwah merupakan tugas suci bagi setiap yang mengaku dirinya seorang muslim.<sup>4</sup> Berbagai kreativitas dan inovasi harus dilakukan agar dakwah tidak ketinggalan zaman tetapi tetap sesuai dengan esensi dakwah yaitu menyeru manusia kepada kebaikan.

Berbagai media dakwah modern dapat dikelompokkan menjadi empat, media audio, visual, audio visual, dan cetak.<sup>5</sup> Berbagai aplikasi media sosial telah tersedia saat ini dan dapat dimanfaatkan untuk berdakwah di antaranya Instagram, Youtube, Facebook, Twitter, Spotify, dan masih banyak lagi. Salah satu aplikasi yang cukup trendi di kalangan anak muda saat ini adalah Spotify

---

*telekomunikasi/statistik/d109a45f4409c34/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023* diunduh pada 30 Maret 2024

<sup>3</sup> Athik Hidayatul Ummah, M. Khairul Khatoni, dan M. Khairurromadhan, "Podcast Sebagai Strategi Dakwah di Era Digital: Analisis Peluang dan Tantangan", *Jurnal Komunike*, Vol.12, No. 2, (2020): 212.

<sup>4</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2013), 111.

<sup>5</sup> *Ibid.*, 116.

yang dapat digunakan untuk mendengarkan maupun menonton *podcast*, sebuah cara baru mendengarkan dengan memanfaatkan jaringan internet. *Podcast* digunakan untuk menikmati konten audio yang dapat diputarkan kapan saja dan di mana saja. Dengan *Podcast*, berbagai jenis konten dapat dinikmati termasuk konten dakwah Islam. *Podcast* juga mudah dikolaborasi untuk menguatkan sisi visualnya. Hal tersebut akan lebih menarik dari segi audio maupun visual.<sup>6</sup>

*Podcast* sebenarnya merupakan audio hasil rekaman yang kemudian dipublikasikan di website. Sederhananya, *podcast* hampir sama dengan radio, tetapi *podcast* menggunakan jaringan internet sehingga jangkauannya lebih luas daripada radio. *Podcast* bisa saja digunakan sebagai media dakwah yang cukup efektif.

*Podcast* yang serupa dengan Youtube itu merupakan aplikasi siaran *on demand* atau siaran sesuai permintaan. Ketika seseorang ingin mendengarkan, ia tinggal mengunduh seri *Podcast* keinginannya, tanpa perlu menunggu waktu tertentu selayaknya radio konvensional yang melakukan siaran di waktu tertentu. Sifatnya yang *on demand* itu pula, suatu siaran *Podcast* dapat didengarkan secara berulang-ulang.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh DailySocial bekerjasama dengan JakPat Mobile Survey Aplikasi tahun 2018 dengan judul “*Podcast* User Research in Indonesia 2018” ditemukan ada 67,97% dari 2023 responden yang mengaku familiar dengan *Podcast*. Dari jumlah itu, 80,82% mendengarkan

---

<sup>6</sup> Athik Hidayatul Ummah, M. Khairul Khatoni, dan M. Khairurromadhan, “*Podcast* Sebagai Strategi Dakwah di Era Digital: Analisis Peluang dan Tantangan,” *Jurnal Komunike*, Vol.12, No. 2 (2020): 214.

*Podcast* dalam enam bulan terakhir. Namun, bukan berarti mereka mendengarkan *Podcast* secara intens, separuh responden mengatakan mendengarkan *Podcast* hanya 10 hingga 20 menit saja. Usia pendengar *Podcast* di Indonesia 40% lebih berasal dari usia 20-25 tahun (42,12%), diikuti oleh usia 26-29 tahun (25,52%), dan usia 30-35 tahun (15,96%). Spotify menjadi aplikasi paling populer yang digunakan oleh responden untuk mendengarkan *podcast*.<sup>7</sup>

*Podcast* dapat menambal kekurangan radio siaran yang selintas, selain juga berfungsi sebagai penyimpanan produk-produk audio (dokumentasi). Kelebihan yang dimiliki *Podcast* menyebabkan para pendengar mulai beralih dari radio ke *Podcast*. Penurunan pendengar radio dan meningkatnya pendengar *Podcast* menyebabkan terjadinya sebuah budaya baru di Indonesia. Mulai dari munculnya peluang bisnis hingga soal keagamaan ada di dalam *Podcast*. Munculnya para marketers yang memarketkan brand mereka, hingga para mubaligh yang mulai merambah ke dunia *Podcast*.

Berdasarkan laporan yang di rilis DailySocial yang menyatakan 40% pengguna *Podcast* berusia 20-25 tahun, untuk saat ini menyatakan bahwa usia tersebut berarti lahir pada rentang tahun 1997-2024, secara tidak langsung melaporkan banyak anak muda dengan kategori Generasi Z (Gen-Z) yang mendengarkan *Podcast* tanpa dibatasi konten apa yang didengarkan. Dari jumlah persentase usia tersebut membuat peneliti menguatkan langkah untuk

---

<sup>7</sup> Randi Eka, Laporan DailySocial : Penggunaan Layanan Podcast 2018.” dalam [https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-penggunaan-layanan-podcast-2018#google\\_vignette](https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-penggunaan-layanan-podcast-2018#google_vignette) diunduh pada 30 Maret 2024

mengambil penelitian kepada Gen-Z yang rentan terhadap pergaulan kurang baik di masa-masa remajanya.

Berdakwah dengan menggunakan media audio seperti *podcast* telah dilakukan oleh banyak ustaz seperti Ustaz Hanan Attaki, Ustaz Oemar Mita, Ustaz Abdul Somad, dan banyak ustaz lainnya. Selain itu, *Influencer* seperti Hawariyyun dan Farah Qoonita juga menggunakan *podcast* sebagai media dakwah. Dakwah yang dilakukan oleh Farah Qoonita terkesan *soft* dan mudah diterima, apalagi oleh kalangan anak muda karena isi dakwahnya cenderung *relate* atau sesuai dengan kondisi anak muda saat ini.

Farah Qoonita yang merupakan seorang *influencer* dan penulis buku juga menjadi aktivis dakwah yang melakukan proses dakwahnya dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Youtube, dan Aplikasi *podcast* seperti Spotify. Berdasarkan observasi awal, Farah Qoonita mulai mengunggah *podcast*-nya di Spotify pada 23 April 2019 dengan nama channel *podcast* Cinta Lewat Cerita. Kontennya banyak membahas mengenai pengembangan diri dalam Islam, kegagalan dalam hidup, dan kesehatan mental yang kesemuanya dikaitkan dengan Sirah Nabawiyah. Terhitung sejak awal ia mengunggah *podcast*-nya sampai sekarang, terdapat 101 episode *podcast* yang dapat didengarkan dan diunduh secara gratis di Spotify. Farah Qoonita juga sering memublikasikan *podcast*-nya pada akun Instagram pribadinya yang memiliki ratusan ribu pengikut sehingga jangkauannya menjadi sangat luas. Dari berbagai tema yang diangkat, *podcast* dengan tema kegagalan dalam hidup menjadi yang sangat *relate* dengan Gen-Z karena untuk saat ini Gen-Z sedang

masa peralihan dari fase remaja ke fase dewasa di mana segala hal terasa sangat berat dan sering mengalami kegagalan. Adanya podcast dengan tema kegagalan dalam hidup dapat membangkitkan lagi semangat dan meningkatkan religiositas Gen-Z di era digital ini.

Dari pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Prinsip Komunikasi Islam *Podcast* Farah Qoonita dalam Meningkatkan Religiositas Gen-Z di era digital”**.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada latar belakang di atas, maka pertanyaan pada penelitian ini adalah Bagaimana prinsip komunikasi Islam yang digunakan pada *podcast* Farah Qoonita dalam meningkatkan religiositas Gen-Z di Era Digital?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis prinsip komunikasi Islam yang digunakan pada *podcast* Farah Qoonita dalam meningkatkan religiositas Gen-Z di era digital.

### **2. Manfaat Penelitian**

#### **a. Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi tambahan referensi keilmuan dan rujukan bagi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran

Islam (KPI) dan *civitas academica* Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) dalam mengembangkan teori dakwah melalui media Spotify.

**b. Secara Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan tentang *podcast* sebagai media dakwah pada aplikasi spotify dan pengaruhnya bagi para pendengar.

**D. Penelitian Relevan**

1. Sara Dila Ridani, IAIN Metro Lampung, dengan judul penelitian “Efektivitas Siaran Dakwah Radio *Streaming* Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Kasus di Radio Ramayana 98,8 FM Metro).” Hasil dari penelitian ini adalah mengetahui efektivitas siaran dakwah radio *streaming* di Radio Ramayana 98,8 FM Metro dalam menyiarkan pesan dakwah kepada pendengar.<sup>8</sup> Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dan bersifat deskriptif kualitatif. Sama-sama menggunakan media audio dalam penelitian Sara Dila Ridani dengan penelitian ini, tetapi berbeda dalam aplikasinya. Jika penelitian Sara Dila menggunakan media berupa radio *streaming*, maka penelitian ini menggunakan media audio berupa *podcast*.
2. Mutmainnah, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung, dengan judul penelitian “Meningkatkan Religiositas Melalui Media Dakwah Alternatif *Podcast* Islam Spotify (Studi Fenomenologi

---

<sup>8</sup> Sara Dila Ridani, “Efektivitas Siaran Dakwah Radio *Streaming* sebagai Media Dakwah Islam (Studi Kasus di Radio Ramayana 98,8 FM Metro),” *Skripsi IAIN Metro*, 2018.

Religiositas Remaja Broken Home).” Penelitian Mutmainnah bertujuan untuk mengungkap informasi keagamaan yang diperoleh oleh mahasiswa penyiaran Islam UIN Bandung setelah mereka mendengarkan *podcast* Islam di Aplikasi Spotify.<sup>9</sup> Kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian Mutmainnah adalah keduanya mengkaji penggunaan *podcast* sebagai media dakwah Islam. Namun, perbedaannya terletak pada fokus penelitian, yang mana penelitian Mutmainnah lebih menekankan pada pengaruh religiositas terhadap remaja yang berasal dari keluarga terpisah, sementara penelitian ini lebih menyoroti prinsip komunikasi Islam yang digunakan.

3. Nadira Megananda, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya, dengan judul penelitian “*Podcast* Dakwah Dalam Radio Suara Muslim Surabaya 93,8 FM (Kajian Proses Produksi, Format, dan Kemasan Siaran).” Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *podcast* Suara Muslim disajikan dalam bentuk audio dengan format MP3, diunggah melalui anchor.fm dan kemudian didistribusikan ke Aplikasi Spotify.<sup>10</sup> Persamaan antara penelitian Nadira Megananda dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti *podcast* sebagai media dakwah. Namun, penelitian Nadira Megananda berfokus pada kajian proses produksi hingga pasca produksi, sedangkan penelitian ini berfokus pada prinsip komunikasi Islam yang diterapkan pada *podcast* Farah Qoonita.

---

<sup>9</sup> Mutmainnah, “Meningkatkan Religiositas Melalui Media Dakwah Alternatif *Podcast* Islam Spotify (Studi Fenomenologi Religiositas Remaja Broken Home),” *Skripsi UIN Sunan Ampel*, 2020.

<sup>10</sup> Nadira Megananda, “*Podcast* Dakwah dalam Radio Suara Muslim Surabaya 93,8 FM (Kajian Proses Produksi, Format, dan Kemasan Siaran),” *Skripsi UIN Sunan Ampel*, 2022.

4. Vira Maghfirah, Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin, dengan judul penelitian “Dakwah Farah Qoonita Berbasis Media *Podcast*.” Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses dakwah Farah Qoonita melalui *podcast* dan menganalisis faktor penunjang serta faktor penghambatnya. Metode penelitian yang digunakan yakni deskriptif kualitatif dan teknik pengumpulan datanya dengan cara wawancara dan dokumentasi.<sup>11</sup> Hasil dari penelitian ini adalah memaparkan alat yang digunakan dalam pembuatan *podcast* dakwah Farah Qoonita. Proses pembuatannya dimulai dengan memilih tema dan pembuatan naskah, setelah itu melakukan perekaman suara hingga editing dan publikasi di Spotify. Penelitian ini juga mengungkap bahwa pesan dakwah yang terkandung dalam *podcast* dakwah Farah Qoonita yakni pesan akhlak dan pesan akidah. Persamaan penelitian Vira Maghfirah dengan penelitian ini adalah meneliti obyek yang sama, yakni *podcast* dakwah Farah Qoonita. Namun, penelitian Vira Maghfirah bertujuan untuk mengungkap hal teknis seperti proses pembuatan sampai faktor penunjang dan penghambat. Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk meneliti prinsip komunikasi Islam yang digunakan dalam *podcast* Farah Qoonita.

---

<sup>11</sup> Vira Maghfirah, “Dakwah Farah Qoonita Berbasis Media *Podcast*,” *Skripsi UIN Antasari*, 2021.

## E. Metodologi Penelitian

### 1. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang melakukan analisis dan interpretasi teks dan hasil interview dengan tujuan untuk menemukan makna dari suatu fenomena.<sup>12</sup>

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*). Studi pustaka atau kepustakaan dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian.<sup>13</sup> Dengan demikian penelitian ini dilakukan dengan menghimpun data dari berbagai bahan bacaan, tidak terbatas hanya pada buku-buku, tetapi dapat juga berupa dokumentasi, jurnal, majalah, dan sebagainya. Dalam penelitian kualitatif ini bertujuan untuk menganalisis prinsip komunikasi Islam yang digunakan dalam *podcast* Farah Qoonita. Episode yang diteliti adalah yang bertemakan kegagalan dalam hidup.

### 2. Sumber Data

Sumber data adalah asal dari data didapatkan. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

---

<sup>12</sup> Ismail Suardi Wekke, *Metodologi Penelitian Dakwah dan Komunikasi* (Yogyakarta: Bintang Semesta Media, 2021), 38.

<sup>13</sup> Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2011), 35.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>14</sup> Sumber data utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah episode-episode *podcast* Farah Qoonita yang diunggah di Spotify (<https://open.spotify.com/show/6H8rANYt2PxzAmcT3jhuhY?si=1af9191acf354da9>). Penulis mengambil 6 episode *podcast* yang bertemakan kegagalan dalam hidup. Selain itu, pendengar *podcast* Farah Qoonita juga menjadi sumber data primer yang digunakan sebagai data pelengkap untuk menguatkan hasil penelitian. penulis melakukan wawancara kepada 7 pendengar.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, melainkan melalui orang atau dokumen lain.<sup>15</sup> Contoh sumber data sekunder adalah data yang diperoleh melalui buku, jurnal, artikel dan sumber lainnya. Data tersebut diperoleh melalui cara tidak langsung, tanpa melakukan penelitian di tempat yang bersangkutan. Sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa buku, jurnal, ataupun bacaan lainnya yang berkaitan dengan *podcast* Farah Qoonita.

---

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2020), 104.

<sup>15</sup> *Ibid.*

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data, oleh karena itu teknik pengumpulan data menjadi hal yang sangat strategis dalam penelitian.<sup>16</sup> Pada penelitian ini, pengumpulan data dilakukan untuk mengumpulkan data yang akan digunakan dalam penelitian. Hasil studi ini menghasilkan deskripsi terperinci, analisis, dan interpretasi fenomena.<sup>17</sup> Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

#### a. Observasi

Menurut Nasution, observasi adalah fondasi dari semua pengetahuan ilmiah.<sup>18</sup> Dalam bidang kualitatif, observasi merupakan deskripsi dari kejadian, orang, tindakan, dan objek dalam konteks tertentu.<sup>19</sup>

Terdapat beberapa macam observasi yang dapat digunakan dalam penelitian termasuk observasi partisipatif, observasi terstruktur atau tersamar, dan observasi tak berstruktur. Dalam teknik ini, penulis menggunakan teknik observasi partisipatif yang mana penulis terlibat langsung yaitu dengan mendengarkan dan menyalin siaran *podcast* Farah Qoonita untuk mengamati sekaligus mencari data penelitian. Data yang

---

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2020), 104.

<sup>17</sup> Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan* (Bandung: Refika Aditama, 2012), 208.

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, cet. ke-3 (Bandung: Alfabeta, 2020), 106.

<sup>19</sup> Uhar Saputra, *Metode Penelitian.*, 211.

dapat diperoleh seperti prinsip komunikasi Islam yang digunakan pada *podcast* Farah Qoonita di aplikasi Spotify.

#### b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa masa lalu. Dokumen yang dimaksud dapat berupa gambar, tulisan, maupun karya-karya. Dokumen gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan sebagainya, sedangkan dokumen tulisan seperti catatan harian, catatan sejarah, biografi, peraturan, dan kebijakan. Sementara dokumen berbentuk karya dapat berupa karya seni seperti patung, lukisan, dan film, serta karya seni lainnya.. Hasil penelitian dari observasi dan wawancara dapat diuji kredibilitasnya melalui dokumen yang ada.<sup>20</sup>

Sebagian besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Untuk memperoleh dokumentasi seperti sejarah, profil *Podcaster*, daftar episode *podcast*, peneliti menggunakan metode dokumentasi agar lebih mudah untuk memperoleh informasi dalam sebuah penelitian.

Selain itu, metode studi dokumen juga digunakan dalam penelitian kualitatif.<sup>21</sup> Dokumentasi digunakan untuk merekam proses penelitian dan menjadi bukti keabsahan penelitian tersebut, sehingga penelitian bisa lebih dipercaya.

---

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 240.

<sup>21</sup> *Ibid.*, 124.

### c. Wawancara

Menurut Esterberg, wawancara atau interview adalah pertemuan dua orang yang bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab untuk mengonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.<sup>22</sup> Teknik pengumpulan informasi melalui wawancara dalam penelitian kualitatif umumnya direncanakan untuk menyelidiki suatu kejadian atau kemungkinan pergerakan subyek.

Dalam penelitian ini, wawancara digunakan untuk memperoleh informasi tambahan yang tidak bisa didapatkan dari sumber lain. Data yang didapat melalui wawancara dapat tervalidasi langsung atau teruji kebenarannya dari pendengar *Podcast* Farah Qoonita.

## 4. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan teknik keabsahan data Triangulasi. Dalam penelitian ini, digunakan triangulasi teknik untuk memastikan keabsahan data. Triangulasi teknik dapat diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang menggabungkan beberapa teknik dan sumber data yang berbeda. Dengan menggunakan triangulasi teknik, penulis dapat mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitasnya dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang berbeda.<sup>23</sup>

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dari sumber yang sama yaitu *podcast* Farah

---

<sup>22</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 114.

<sup>23</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2020), 125.

Qoonita tetapi dengan teknik yang berbeda-beda. Teknik yang digunakan yaitu observasi, dokumentasi, dan wawancara.

## 5. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*). Analisis isi menurut Krippendorff dapat dijelaskan sebagai suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dapat direplikasi (ditiru) dan shahih datanya dengan memerhatikan konteksnya.<sup>24</sup> Tahapan-tahapan analisis yang dilakukan yaitu:

- a. Pengunitan adalah upaya untuk mengambil data yang tepat dengan kepentingan penelitian yaitu episode-episode *podcast* “Cinta Lewat Cerita”.
- b. Penyamplingan, untuk menyederhanakan penelitian dengan membatasi observasi.
- c. Perekaman/koding berfungsi untuk menjelaskan data secara naratif atau gambar pendukung.
- d. Pengurangan data dibutuhkan untuk penyediaan data yang efisien.
- e. Pengambilan kesimpulan dari tahap-tahap yang telah dilakukan sebelumnya.

---

<sup>24</sup> Sidiq, U., & Choiri, M. *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan* (Ponorogo: CV. Nata Karya), 2019.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Prinsip-Prinsip Komunikasi Islam**

##### **1. Pengertian Komunikasi Islam**

Secara etimologi, istilah komunikasi berasal dari bahasa Inggris *communication*, yang memiliki makna serupa dengan kata *communis*, artinya sama. Sama di sini berarti apa yang dipahami oleh komunikan sama dengan apa yang disampaikan oleh komunikator.<sup>25</sup> Komunikasi dianggap komunikatif bila kedua belah pihak saling memahami bahasa dan pesan yang disampaikan.<sup>26</sup>

Secara terminologis, banyak dari para ahli mengemukakan definisi dan tujuan dari komunikasi. Bernard Barelson dan Gary A. Steiner mengungkapkan bahwa komunikasi berarti penyampaian informasi, emosi, ide, keterampilan, dan aspek lain meliputi simbol, angka, gambar, kata-kata, dan grafik.<sup>27</sup>

Menurut Halah al-Jamal, komunikasi merupakan usaha untuk membangun hubungan sebaik mungkin dengan Sang Pencipta, dengan diri sendiri, dan dengan orang lain. Pengertian lain mengenai komunikasi dijabarkan oleh Sasa Djuarja Sendjaja, berikut definisinya:

---

<sup>25</sup> Muslimin. *Komunikasi Islam*. (Jakarta: Amzah, 2021), 1

<sup>26</sup> Subur Wijaya. Al-Qur'an dan Komunikasi (Etika Komunikasi dalam Perspektif Al-Qur'an). al-Burhan Vol. 15 No. 1 : 2015

<sup>27</sup> Rachmat Kriyantono. *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam*. ( Jakarta: Prenada Media Group, 2019), 124

- a. Komunikasi merupakan suatu proses di mana komunikator memberikan stimulus (umumnya berbentuk perkataan) untuk tujuan memperbaiki ataupun mengarahkan pada perilaku orang lain (pendengar).
- b. Tindakan dalam menemukan informasi, pikiran, perasaan, dan kemampuan melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, dan angka dikenal sebagai komunikasi.
- c. Pada dasarnya, komunikasi merupakan proses yang menggambarkan siapa yang sedang berbicara, apa yang dikatakan, saluran apa yang digunakan, kepada siapa ia berbicara, serta adanya efek atau hasil dari penyampaian pesan tersebut.
- d. Komunikasi adalah suatu proses yang dilakukan oleh dua orang atau lebih. Komunikasi berguna untuk meminimalisir keraguan dan adanya tindakan efektif. Komunikasi adalah suatu prosedur yang menghubungkan satu aspek kehidupan dengan aspek kehidupan lainnya.<sup>28</sup>

Komunikasi Islam adalah peristiwa komunikasi di mana seorang komunikator menyampaikan kepada komunikan pesan-pesan verbal dan nonverbal mengenai ajaran Islam dengan menggunakan teknik dan strategi tertentu.<sup>29</sup> Komunikasi Islam merupakan

---

<sup>28</sup> Harjani Hefni. *Komunikasi Islam*. (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2015), 43.

<sup>29</sup> Muslimin. *Komunikasi Islam* (Jakarta: Amzah, 2021), 105.

komunikasi dengan tujuan dalam menjalin hubungan pada diri sendiri, dengan orang lain, dengan Sang Pencipta agar memberikan kedamaian, kebaikan dan keamanan pada diri sendiri dan lingkungan, hal tersebut dapat berupa mentaati segala perintah-Nya serta menjauhi larangannya. Abdul Karim mengatakan bahwa komunikasi Islam adalah ajakan ke jalur dakwah yang lebih menitikberatkan pada penilaian agama dan sosial budaya dengan menggunakan prinsip dan hukum yang terdapat dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah.<sup>30</sup>

Muhammad Nasir berpendapat bahwa dakwah adalah ikhtiar menyadarkan dan menginformasikan kepada manusia tentang bagaimana keyakinan dan tujuan dunia yang *amar ma'ruf nahi munkar* melalui berbagai media dan sarana yang lurus secara moral yang mengarahkan pengalaman mereka dalam kehidupan individu, masyarakat, dan bernegara. Dalam komunikasi Islam, penyampaian pesan harus jujur serta sesuai dengan prinsip-prinsip Al-Qur'an dan sunah, karena hal tersebut termasuk dari sebuah ibadah.

## 2. Dasar-Dasar Komunikasi Islam

Komunikasi Islam melibatkan beberapa komponen penting yang terdiri dari komunikator (dai, ustaz, kiai, dan lain-lain), metode (*thariqah*), pesan (*maudu*), komunikan (*mad'u*, jamaah, kelompok, dan masyarakat

---

<sup>30</sup> Muljadi. *Etika dan Komunikasi Bisnis Islam*. (Jakarta: Salemba Diniyah, 2019), 26.

luas), media (*wasilah*), dan efek (*asar*) yaitu dampak keberhasilan komunikasi.

Perbedaan utama komunikasi secara umum dengan komunikasi Islam terletak pada komunikator dan pesan yang disampaikan. Dalam komunikasi Islam, komunikatornya beragama Islam, sedangkan dalam komunikasi secara umum komunikatornya berasal dari berbagai latar belakang agama. Pesannya (*maudu*) harus bersumber dari ajaran Islam. Pesan yang dimaksud tidak hanya berupa kata-kata atau ucapan saja, melainkan semua pernyataan, buah pikiran yang disampaikan oleh komunikator termasuk juga tindakan yang dilakukan komunikator. Dengan demikian pesan dalam komunikasi Islam dapat berupa ide, gagasan, pemikiran, kepercayaan, keyakinan, motivasi, ajakan, isyarat, gerakan, tulisan, gambar, perilaku yang mengandung nilai-nilai ajaran Islam. Oleh karena itu, tujuan akhir dari komunikasi Islam adalah mengubah pendapat, perasaan, dan perilaku komunikan menjadi orang yang beriman dan bertakwa kepada Allah.

Objek material ilmu komunikasi Islam adalah semua aspek ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, Ijma Ulama, dan Qias yang di dalamnya terdapat pembahasan tentang akidah, iman, akhlak, muamalah, pemikiran, sejarah peradaban, komunikasi, hukum, sosial, politik, ekonomi, teknologi, dan pendidikan. Objek formal ilmu komunikasi Islam adalah mengkaji salah satu dari objek material tersebut, yakni kegiatan

mengomunikasikan ajaran Islam, agar umat manusia masuk ke jalan Allah yang lurus dalam semua aspek kehidupannya.

Adapun tujuan komunikasi Islam dapat dikategorikan beberapa upaya dan tindakan. Pertama, membuat manusia meyakini bahwa tiada Tuhan selain Allah, dan bersaksi bahwa Muhammad adalah utusan Allah, tunduk kepada-Nya, mendekatkan diri kepada-Nya, dan introspeksi terhadap apa yang telah diperbuatnya. Kedua, berupaya mengubah perilaku komunikasi (*mad'u*), agar bersedia menerima ajaran Islam dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Ketiga, menjadikan manusia memperoleh hidayah, tumbuh kecintaan pada kebaikan, menjauhkan diri dari kebathilan dan mengeluarkan manusia dari kegelapan menuju cahaya terang benderang. Keempat, terbentuknya masyarakat Islam dengan predikat umat terbaik (*khair ummah*), yakni masyarakat Islam yang benar secara akidah, baik secara akhlak, kuat secara sosial politik, ekonomi, dan kultural, sehingga kepemimpinan dunia dapat dipegang dan berada di tangan mereka. Termasuk juga berusaha mewujudkan masyarakat muslim yang diidam-idamkan dalam suatu tatanan hidup berbangsa dan bernegara, adil, makmur, damai, dan sejahtera di bawah limpahan rahmat, karunia, dan ampunan Allah

Kelima, mengupayakan terlaksananya ajaran Islam secara keseluruhan dengan cara yang benar berdasarkan keimanan dan ketakwaan

kepada Allah, sehingga dapat diwujudkan masyarakat yang menjunjung tinggi kehidupan yang humanis dengan merealisasikan ajaran Islam secara totalitas.<sup>31</sup>

### 3. Prinsip Komunikasi Islam

Al-Syaukani dalam buku tafsirnya, Fath Al-Qadir mendefinisikan al-bayan sebagai kemampuan dalam berkomunikasi. Guna memahami bagaimana sebaiknya seseorang berkomunikasi, maka perlu mencari kata kunci (*key-concept*) yang dipergunakan Al-Qur'an untuk berkomunikasi. Selain kemampuan berkomunikasi (al-bayan), kata kunci yang disebut dalam Al-Qur'an adalah *al-qawl* atau bisa disebut sebagai ucapan dalam berkomunikasi. Al-Qur'an membahasnya dengan istilah *qawlan* yang artinya perkataan. Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya Islam Aktual dalam konteks perintah (*amr*) ada enam prinsip komunikasi dalam Islam yaitu qawlan sadidan, qawlan balighan, qawlan maysuran, qawlan layyinan, qawlan kariman, qawlan ma'rufan.<sup>32</sup>

#### a. Qawlan Sadidan

Qawlan sadidan menurut bahasa berarti perkataan yang benar, jujur, dan tidak berbelit-belit. Qawlan sadidan mempunyai dua aspek, ungkapan ini terdapat di dalam Al-Qur'an yaitu di surah al-Ahzaab ayat 70 dan surah an-Nisa ayat 9.

---

<sup>31</sup> Muslimin. *Komunikasi Islam*. (Jakarta: Amzah, 2021), 3-8.

<sup>32</sup> Jalaluddin Rakhmat. *Islam Aktual: Refleksi Seorang Cendekiawan Muslim*, Edisi Ke-2 (Bandung: Mizan, 2021), 112.

وَلِيَحْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا  
اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: “Hendaklah merasa takut orang-orang yang seandainya (mati) meninggalkan setelah mereka, keturunan yang lemah (yang) mereka khawatir terhadapnya. Maka, bertakwalah kepada Allah dan berbicaralah dengan tutur kata yang benar (dalam hal menjaga hak-hak keturunannya)”

Penafsiran Abu Bisyr Abdullah bin Fairus ad-Dailami, tujuan dari ayat ini adalah agar semua orang bertakwa kepada Allah dalam hal anak yatim dan anak orang lain, meskipun mereka tidak berada dalam pengasuhan mereka. Setelah kematiannya, setiap orang harus diperlakukan seperti itu, jadi jika Anda berbicara, katakan apa yang benar dan adil kepada mereka.

Bentuk perkataan yang benar bagi wali yang akan diberi tanggung jawab mengasuh anaknya yang akan ditelantarkan adalah “memperlakukan mereka seperti anak sendiri” atau “qawlan sadidan”. Penting bagi ahli waris yang melihat saat-saat terakhir seseorang untuk memilih kalimat yang tepat (*qawlan sadidan*), karena ini akan memungkinkan mereka untuk berbicara tentang warisan di depan orang yang meninggal tanpa mengkhawatirkan kematiannya.

Dalam surah Al- Ahzaab (33) ayat 70, Allah SWT memerintahkan manusia yang beriman untuk selalu berkata dengan perkataan yang benar, Allah SWT berfirman: QS Al-Ahzaab (33):70

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar”<sup>33</sup>

b. *Qawlan Balighan*

Bahasa yang baik adalah bahasa yang efektif, komunikatif, mudah dimengerti serta digunakan sesuai kondisi dan juga situasi baik oleh komunikator ataupun komunikan. Bahasa yang baik membuat hasil atau efek tersampainya sebuah pesan secara maksimal. Orang yang mahir menggunakan bahasa sehingga komunikasi dengan khalayak tercapai secara efektif akan dianggap sudah mempergunakan bahasa yang baik. Seorang komunikator hendaknya menyampaikan dawah atau informasi dalam masyarakat tertentu harus memilih bahasa yang cocok dengan lingkungan masyarakat tersebut. Dengan demikian dapat dipahami bahwa prinsip komunikasi qawlan balighan yaitu alangkah baiknya komunikator menyampaikan pesan dengan memakai kata-kata yang baik dan fasih, agar pesannya dapat diterima oleh masyarakat secara efektif.

Ayat ini mengajarkan pembaca jika pesan dikomunikasikan lebih efektif dengan "*wa qul lahum fi anfusihim*" (mengatakan pada diri sendiri). Artinya, alangkah baiknya jika seseorang berbicara dengan orang yang bersangkutan secara langsung daripada membuat pernyataan

---

<sup>33</sup> Al-Qur'an Al-Karim

tentang privasi seseorang di depan umum. Perpaduan kedua cara ini akan sangat membantu komunikator dalam mengubah cara pandang maupun sikap komunikasi jika kata-kata yang dipilih dapat menyentuh hati penerima tuntunan yang menggunakan ungkapan-ungkapan halus dan tidak menyampaikannya di depan khalayak.

c. *Qawlan Layyinan*

Kata "*qawlan layyinan*" adalah bahasa Arab untuk "ungkapan yang lembut". Agar komunikasi mau mengikuti dakwah yang disampaikan oleh da'i, dengan ungkapan yang lembut "Qawlan Layyinan" ajakan, saran, dan keteladanan yang akan menyentuh, menggerakkan, dan menenangkan jiwa komunikasi.

Ungkapan ini terdapat QS Thaahaa (20) ayat 44. Allah berfirman:

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Artinya: "Berbicaralah kamu berdua kepadanya (Fir'aun) dengan perkataan yang lemah lembut, mudah-mudahan dia sadar atau takut"

Ayat ini berkisah tentang Musa dan Harun yang diperintahkan Allah untuk berdakwah pada Firaun. Firaun menganggap dirinya Tuhan yang dapat menentukan nasib manusia, bisa menghidupkan dan mematikan rakyatnya yang berhati sombong dan akhirnya menghinakan rakyatnya. Sombong adalah salah satu bentuk keras hati. Untuk menghadapi kondisi seperti ini Allah memerintahkan Nabi Musa dan Nabi Harun untuk menggunakan strategi *qawlan layyinan* dengan

berbicara secara lemah lembut dan tidak kasar. Hati yang keras dilawan dengan perkataan yang penuh akan kelembutan.

d. *Qawlan Maysura*

*Qawlan Maysura* mengacu pada komunikasi yang benar, yaitu komunikasi yang mempromosikan, mengarahkan, dan meningkatkan harga diri sehingga orang dapat mengatasi tantangan dan terinspirasi untuk mengaktualisasikan diri secara maksimal.. Allah berfirman:

Al-israa': 28

وَأَمَّا تُعْرَضِنَ عَنْهُمْ ابْتَغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَّهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا

Artinya: “Jika (tidak mampu membantu sehingga) engkau (terpaksa) berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang engkau harapkan, ucapkanlah kepada mereka perkataan yang lemah lembut”

e. *Qawlan Ma'rufan*

*Qawlan Ma'rufan* mengacu pada kebaikan dunia dan akhirat, kata-kata manis yang ramah, tidak sembarangan, tidak menyakiti perasaan orang, tidak kotor, dan tidak menghasut pendengar untuk melakukan perbuatan salah. Ungkapan ini diabadikan oleh Al-Qur'an pada surah al-Baqarah ayat 235. Allah berfirman:

جُنَاحٌ عَلَيْكُمْ فِيمَا عَرَّضْتُمْ بِهِ مِنْ خِطْبَةِ النِّسَاءِ أَوْ أَكْنَنْتُمْ فِي  
أَنْفُسِكُمْ عَلِمَ اللَّهُ أَنَّكُمْ سَتَذْكُرُونَهُنَّ وَلَكِنْ لَا تُؤَاعِدُوهُنَّ سِرًّا إِلَّا أَنْ

تَقُولُوا قَوْلًا مَّعْرُوفًا ه وَلَا تَعْرِمُوا عُقْدَةَ النِّكَاحِ حَتَّىٰ يَبْلُغَ الْكِتَابُ أَجَلَهُ  
وَأَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا فِي أَنْفُسِكُمْ فَاحْذَرُوهُ وَأَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ  
غَفُورٌ حَلِيمٌ

Artinya: “kamu tidak melakukan dosa dengan menggunakan bahasa sarkastik untuk mendekati wanita atau dengan menyimpan keinginan yang mendasari untuk menikah. Allah mengetahui bahwa kamu akan mengangkat mereka. Namun, sampai Anda menemukan frasa yang sesuai, jangan membuat janji rahasia untuk (menikahi) mereka (sindiran). Jangan memutuskan akad nikah sebelum waktu iddah selesai. Ketahuilah bahwa Allah mengetahui pikiran terdalam Anda. Karena itu, Hormatilah Dia. Ketahuilah bahwa Allah Maha Pengampun”

f. *Qawlan Karima*

*Karima* memiliki makna kemuliaan, kemurahan hati, dan keluhuran budi pekerti, sehingga yang dimaksud qawlan karima berarti komunikasi santun dan menunjukkan sikap kepedulian, menghargai, serta menghormati terhadap lawan bicara. Ungkapan ini diabadikan oleh Al-Qur’an pada surah al-Isra’ ayat 23. Allah berfirman:

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُلُغَنَّ  
عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَيْهِمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرهُمَا وَقُلْ لَهُمَا  
قَوْلًا كَرِيمًا

Artinya: “Tuhanmu telah memerintahkan agar kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah berbuat baik kepada ibu bapak. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berusia lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah engkau mengatakan kepada keduanya perkataan “ah” dan janganlah engkau

membentak keduanya, serta ucapkanlah kepada keduanya perkataan yang baik”

## B. Media Dakwah

### 1. Pengertian Media Dakwah

Media dakwah adalah alat untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah.<sup>34</sup>

Penggunaan media dakwah yang tepat akan menghasilkan dakwah yang efektif. Penggunaan media-media dan alat-alat modern bagi pengembangan dakwah adalah suatu keharusan untuk mencapai efektivitas dakwah.<sup>35</sup>

Media-media yang dapat digunakan dalam aktivitas dakwah yaitu:

- a. Lisan, inilah media dakwah paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan dan sebagainya.
- b. Tulisan, media ini seperti buku majalah, surat kabar, korespondensi (surat, e-mail), spanduk dan lain-lain.
- c. Lukisan, seperti gambar, karikatur.
- d. Audio visual, alat dakwah yang dapat merangsang indra pendengar atau penglihatan dan kedua-duanya, bisa berbentuk televisi, slide, ohp, internet.
- e. Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh *mad'u*.<sup>36</sup>

---

<sup>34</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah.*, 14

<sup>35</sup> *Ibid*

<sup>36</sup> Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), 21.

f. Media audio dalam dakwah adalah alat-alat yang dapat dioperasikan sebagai sarana penjangkauan kegiatan dakwah yang ditangkap melalui indra pendengar. Media audio ini sudah digunakan untuk berbagai kegiatan yang efektif. Media audio ini cukup tinggi efektivitasnya dalam penyebaran informasi terlebih lagi media audio dapat digunakan untuk berkomunikasi dua arah, seperti telepon, atau handphone, radio, tape recorder.

Media dakwah sangat diperlukan untuk menyempurnakan tercapainya pesan dakwah yang akan diterima oleh *mad'u*, dengan berbagai bentuk media dakwah yang diterapkan sesuai pada situasi dan kondisi dari si penerima pesan dakwah atau *mad'u* itu sendiri, maka keefektivan dakwah akan meningkat dengan terbantunya media dakwah sebagai alat untuk terciptanya dakwah yang logis, bisa diterima dan sampai langsung kepada *mad'u*.<sup>37</sup>

## 2. Macam-Macam Media Dakwah

Sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah, media dakwah memiliki ragam jenis yang berbeda-beda. Pemanfaatan media massa sebagai alat untuk dakwah terus berkembang dengan cara-cara yang bervariasi dan berbagai bentuk yang ditampilkan. Adapun jenis dari media massa adalah sebagai berikut:

### a. Media Cetak

---

<sup>37</sup> Fahrurrozi, Faizah, dan Kadri, *Ilmu Dakwah.*, 35.

Media cetak mencakup segala jenis tulisan atau barang yang a dicetak, dan dapat disebut sebagai media dakwah jika kontennya mengandung pesan-pesan seperti amar ma'ruf nahi munkar atau prinsip-prinsip Islam. Contoh-contoh jenis media cetak termasuk surat, brosur, banner, spanduk, surat kabar, majalah, dan buku.

b. Media audio

Media audio adalah media yang dapat didengar. Pesan-pesan dakwah hanya dapat didengar tapi tidak dapat dilihat. Media audio dipandang cukup efektif, terutama untuk kepentingan dakwah Islam. Jeni-jenis yang tergolong dalam media audio antara lain, radio dan tape recorder.

c. Media Audio Visual

Media ini lebih menarik karena menggabungkan dua dimensi, yaitu audio yang dapat didengar dan visual yang dapat dilihat. Media ini dikenal sebagai media elektronik dan mencakup televisi, film, dan video kaset.

d. Dakwah Melalui Media Internet

Saat ini, peran new media dan sosial media dalam dakwah sangat vital di era teknologi informasi. Dakwah tidak lagi terbatas pada ruang masjid, melainkan juga merambah ke dunia internet. Kehidupan sehari-hari masyarakat yang padat membuat mereka jarang memiliki waktu 2 luang untuk menonton televisi atau membaca koran guna mendapatkan informasi. Kebutuhan akan informasi juga semakin terpenuhi secara

online, memungkinkan akses yang fleksibel dan tidak terbatas oleh waktu dan tempat.

Dakwah melalui internet menjadi pilihan yang efektif karena didukung oleh sifat internet yang tidak terbatas ruang dan waktu Materi keIslaman dan dakwah bisa disebarakan dengan cepat dan a efisien. Hal ini adalah kesempatan emas bagi da'i untuk memanfaatkannya sebagai media dakwah. Selain berdakwah lewat dunia nyata, da'i juga diperlukan dakwah lewat dunia maya sebagai pendukung dakwah didunia nyata. Karena mengingat berdakwah lewat dunia nyata sangat terikat oleh ruang dan waktu.

### C. *Podcast* Sebagai Media Dakwah

#### 1. Pengertian *Podcast*

Awal kemunculan istilah *podcast* tercatat pada tahun 2004. Namun, pada catatan lain menerangkan bahwa perkembangan *podcast* dimulai pada tahun 2005, yakni ketika Apple menambahkan materi *podcast* pada iTunes dengan beragam tema yang masih terbatas. Seiring masa, tersedia materi *podcast* yang semakin berkembang seperti sandiwara atau drama, dialog atau wawancara dan *talkshow*, dokumenter, serta monolog. Topik yang dibuat juga begitu beraneka ragam mulai dari ilmu pengetahuan, politik, ekonomi, sejarah, filsafat, ilmu agama, dan banyak topik lainnya.<sup>38</sup>

Awalnya, istilah *podcast* cenderung mengacu pada konten audio. Namun, seiring pada perkembangannya, *podcast* juga tersedia dalam format

---

<sup>38</sup> Efi Fadilah, Pandan Yudhaprarnesti, Nindi Aristi, “*Podcast* sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio,” *Kajian Jurnalisme*, Vol.1, No.1 (2017): 96.

video. *Podcast* dapat diartikan sebagai materi audio ataupun video yang tersedia pada aplikasi yang tersambung dengan internet dan secara otomatis dipindahkan ke computer atau media pemutar portable baik secara gratis maupun berbayar.<sup>39</sup>

Pada jurnal yang lain memberikan pengertian, bahwa *podcast* merupakan istilah yang berasal dari *Playable On Demand* dan *broadcast*. Istilah *podcast* dapat diartikan pada metode penyampaiannya atau bisa juga pada kontennya. Produk berupa audio dalam bentuk file rekaman diunggah ke aplikasi yang terhubung dengan internet, kemudian audio yang sudah terpublikasikan dapat diunduh oleh siapapun dan dapat didengarkan.<sup>40</sup>

Dari beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *podcast* adalah suatu konten audio hasil rekaman yang kemudian diunggah ke suatu aplikasi penyedia *podcast*, kemudian audio tersebut dapat diunduh dan didengarkan oleh siapa saja yang terhubung ke internet. Aplikasi yang menyediakan layanan mendengarkan *podcast* salah satunya adalah Spotify, layanan mendengarkan musik dan *podcast* audio maupun video secara gratis dan ada juga yang berlangganan.

Berikut ini beberapa fitur yang ada di Spotify :

a. Tampilan pertama saat membuka aplikasi Spotify

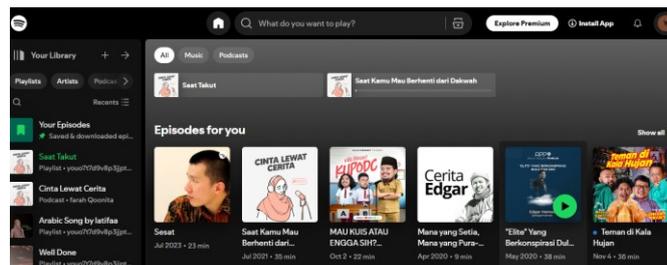
Terdapat menu pencarian dan rekomendasi untuk didengarkan pada halaman depan saat pertama kali membuka aplikasi spotify. Kita dapat

---

<sup>39</sup> *Ibid.*, 90.

<sup>40</sup> Farid Rusdi, "Podcast sebagai Industri Kreatif," *Jurnal Komunikasi* (2018): 2.

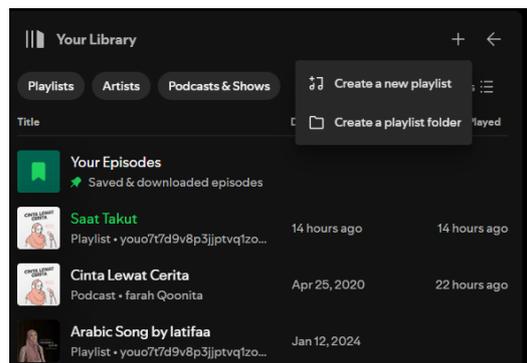
memilih ingin mendengarkan musik atau podcast baik *podcast* yang berbentuk audio maupun audio visual (*podcast* video). Terdapat berbagai genre podcast yang ditampilkan pada menu rekomendasi seperti dakwah, cerita horror, komedi, dan lain-lain.



**Gambar 2.1**  
**Halaman Depan Aplikasi Spotify**

b. Perpustakaan dan *Playlist* atau Daftar Putar

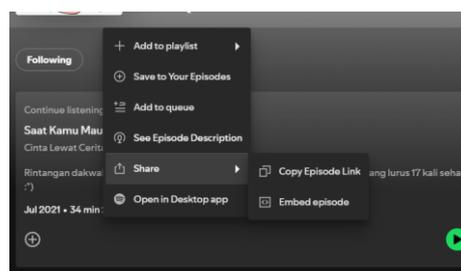
Pada bagian sebelah kiri terdapat fitur perpustakaan di mana kita membuat *playlist* kita sendiri dan mengumpulkan musik atau *podcast* yang kita suka untuk dimasukkan ke dalam *playlist*.



**Gambar 2.2**  
**Tampilan Perpustakaan dan Daftar Putar**

c. Fitur Berbagi

Kita bisa membagikan *podcast* atau musik yang kita inginkan ke orang lain melalui fitur berbagai link di tiap konten. Kita bisa memilih ingin membagikan link melalui sosial media manapun atau membuat cerita pada media sosial Instagram, orang lain dapat mengetahui apa yang sedang kita dengarkan di Aplikasi Spotify melalui fitur berbagai ini.



**Gambar 2.3**  
**Menu Berbagi**

d. Kategori *Podcast*

Spotify menyediakan berbagai kategori *podcast* yang bisa kita pilih untuk kita dengarkan. Selain itu, Spotify juga menampilkan peringkat akun *podcast* dan memperbaruinya setiap hari. Pemeringkatan ini dibuat berdasarkan banyaknya pemutaran *podcast*.



**Gambar 2.4**  
**Tampilan Kategori *Podcast***

e. Kategori Musik dan Peringkat Lagu

Berbagai genre musik tersedia di Aplikasi Spotify dari mulai pop, indie, jazz, dan lain sebagainya. Sama dengan *podcast*, juga terdapat peringkat lagu versi Indonesia dan versi global.



**Gambar 2.5**  
**Tampilan Kategori Musik**



**Gambar 2.6**  
**Top Lagu Unggulan**

## 2. Karakteristik *Podcast*

Sebagai media audio, *podcast* memiliki karakteristik yang dapat kita pahami. Cindy Yamaguchi, seorang spesialis media dari Office of Technology and Distance Learning, University of Hawaii at Hilo, menyebutkan bahwa karakteristik *podcast* adalah:

- a. Satu kali produksi.
- b. Diproduksi secara serial atau dalam beberapa episode dalam satu segmen. Produksinya dapat berupa harian, mingguan, maupun bulanan.
- c. Konten dapat diunduh saat *Podcaster* sudah mengunggahnya.
- d. Audio dapat didengarkan di mana saja dan kapan saja.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> Cindy Yamaguchi, "What is *Podcasting?*," [hilo.hawaii.edu/oct/itus/documents/Podcasting.pdf](http://hilo.hawaii.edu/oct/itus/documents/Podcasting.pdf), Diunduh pada 11 Maret 2023.

Sementara itu, dalam literatur yang lain menyebutkan bahwa empat karakteristik utama yang menjadi ciri khas *podcast* yakni *episodic*, *download*, *streaming*, dan memiliki tema yang *segmented*.<sup>42</sup>

### 3. Tipe-Tipe *Podcast*

Ada tiga tipe *podcast* di antaranya *podcast* dalam bentuk audio, *podcast* dalam bentuk video dan juga *enhanced podcast*. *Podcast* dalam bentuk audio hanya dapat didengarkan saja dan formatnya berbentuk MP3. Jika *podcast* berbentuk video dapat berupa konten audio visual yang dapat didengar dan ditonton karena formatnya berbentuk MP4. Sementara yang dimaksud dengan *enhanced podcast* adalah tipikal *podcast* dengan audio dan visual berupa gambar berjalan sepanjang *podcast* diputar.<sup>43</sup>

## D. Religiositas

### 1. Pengertian Religiositas

Religion merupakan asal kata religiositas, artinya keberagamaan dilaksanakan dalam banyak aktivitas, tidak sekedar diwujudkan melalui praktik ibadah.<sup>44</sup> Religiositas yaitu ukuran paham seseorang tentang bagaimana seseorang tersebut berkomitmen terhadap agamanya dan melalui agama mereka mencerminkan sikap dan perilaku mereka. Selain itu, Religiositas juga didefinisikan sebagai seberapa jauh pengetahuan,

---

<sup>42</sup> Nadana Dalila, Niken Febrina Ernungtyas, "Strategi Storytelling, Spreadability dan Monetization *Podcast* sebagai Media Baru Komedi," *Jurnal Riset Komunikasi*, Vol.3, No.2 (2020): 141.

<sup>43</sup> Ummah, A. H., Khatoni, M. K., & Khairurromadhan, M, "*Podcast* sebagai Strategi Dakwah id Era Digital: Analisis Peluang dan Tantangan", *Jurnal Komunike*, XII (2020): 223

<sup>44</sup> Ancok, D. & Suroso, F. N. *Psikologi Islami* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018). 45.

pelaksanaan ibadah, keyakinan, dan penghayatan seseorang terhadap agama yang mereka anut.

Religiositas dimaknakan tak sekadar diwujudkan dalam bentuk ibadah ritual saja, akan tetapi juga dalam aktivitas-aktivitas lainnya sebagai suatu system Islam yang mendorong pemeluknya beragama secara sempurna dan menyeluruh atau *kaffah*.<sup>45</sup>

## 2. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Religiositas

Menurut Fitriani, yang memengaruhi religiositas yaitu:

### a. Pengaruh pendidikan dan sosial

Dalam hal ini semua hal yang menyangkut perkembangan agama termasuk pendidikan yang diberikan oleh orang tua, pendapat maupun pemikiran lingkungan sekitar dan tradisi-tradisi yang berada di masyarakat.

### b. Faktor-Faktor dari kebutuhan yang tidak terpenuhi

Yang termasuk dalam faktor ini seperti kebutuhan terhadap kasih sayang, harga diri, keamanan, dan sebagainya yang berkaitan dengan kebutuhan diri seseorang.

### c. Faktor keindahan (faktor alami)

Yaitu ketika seseorang dapat menyadari dan merasakan segala keindahan di dunia merupakan hasil kekuasaan Allah SWT. Misalnya

---

<sup>45</sup> Aisyah Farah, Rifda Nafisa, "Peran Religiusitas Islam dalam Meningkatkan Kesejahteraan Psikologis," *Jurnal Al-Qalb*, no. 2 (2022): 106.

ketika seseorang sedang mengagumi keindahan lautan dan pemandangan sehingga memunculkan rasa religiositas dalam dirinya.<sup>46</sup>

d. Faktor intelektual

Yaitu segala hal yang berkaitan dengan cara atau proses pemikiran seseorang dalam pembentukan keyakinan-keyakinan religiositas dalam dirinya.

### 3. Indikator Religiositas

Dimensi religiositas seseorang terbagi ke dalam lima dimensi menurut Glock dan Stark. Lima dimensi tersebut antara lain dimensi ideology, dimensi peribadatan, dimensi penghayatan, dimensi pengetahuan, dimensi pengamalan. Namun, dalam islam, religiositas seseorang dapat dilihat dari aspek syariah, akidah, dan akhlak.

Nashori Suroso mengungkapkan bahwa dimensi keyakinan dapat disejajarkan dengan akidah, dimensi peribadatan dapat disejajarkan dengan syariah, dan dimensi pengamalan disejajarkan dengan akhlak.<sup>47</sup>

a. Dimensi Akidah

Dalam Islam, akidah dikenal sebagai iman. Iman diartikan sebagai keyakinan yang mendorong seorang muslim untuk bertindak, bukan sekadar percaya secara pasif. Akidah berlandaskan Al-Qur'an dan Sunnah Nabi sebagai sumber utama karena terkait dengan keyakinan yang mendasar. Prinsip utama dalam Islam

---

<sup>46</sup> Fitriani Annisa, "Peran Religiositas dalam Meningkatkan Psychological Being", *Al-Adyan*, vol. 11, no. 1 (2016): 76

<sup>47</sup> Ancok, D. & Suroso, F. N. *psikologi Islami* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018). 32.

meliputi pengucapan dua kalimat syahadat, melaksanakan shalat lima waktu, berpuasa di bulan Ramadhan, menunaikan zakat, serta melaksanakan ibadah haji ke Makkah bagi yang mampu.

b. Dimensi Ibadah (Syariah)

Ibadah berasal dari kata 'abada yang bermakna mengabdikan, tunduk, patuh, dan merendahkan diri. Ibadah merupakan upaya untuk mematuhi hukum dan ketetapan Allah SWT dalam menjalani kehidupan. Hal ini dilakukan sejak seseorang mencapai usia akil baligh hingga wafat, sesuai dengan perintah-Nya. Ibadah tidak dapat dipisahkan dari syariah. Ibadah murni (mahdhah) terbagi menjadi beberapa bentuk, yaitu shalat, puasa, zakat, dan haji. Dimensi ibadah ini mencakup empat dari lima rukun Islam, yaitu:

- 1) Shalat lima waktu, yang menjadi kewajiban utama setiap muslim.
- 2) Puasa, yang berarti menahan diri dari hal-hal yang membatalkan secara mutlak. Puasa terbagi menjadi puasa wajib, seperti puasa Ramadhan, dan puasa sunnah yang dilakukan di luar bulan Ramadhan.
- 3) Zakat, seperti zakat fitrah yang wajib dikeluarkan saat bulan Ramadhan, serta zakat lain yang diwajibkan atas harta yang dimiliki oleh umat muslim.

4) Haji, yang secara bahasa berarti mengunjungi sesuatu, sedangkan secara istilah adalah mengunjungi Baitullah untuk melaksanakan rangkaian ibadah dan berziarah.

c. Dimensi Akhlak

Akhlak diartikan sebagai budi pekerti atau karakter yang bersifat rohani, mencakup sifat-sifat terpuji maupun tercela. Menurut Imam Ghazali, akhlak dalam Islam sering dikaitkan dengan konsep ihsan, yaitu berbuat kebaikan dengan kesadaran tinggi. Allah SWT memerintahkan manusia untuk selalu berbuat ihsan demi meraih kemenangan dan kebahagiaan. Ihsan juga erat hubungannya dengan taqwa dan amal saleh. Dimensi akhlak mencakup berbagai tingkatan perilaku seorang muslim yang didasari oleh ajaran agama, terutama dalam hubungannya dengan dunia, termasuk interaksi dengan sesama manusia. Dalam Islam, dimensi akhlak meliputi perilaku seperti tolong-menolong, bekerja sama, bersedekah, menegakkan keadilan dan kebenaran, berlaku jujur, memaafkan, menjaga lingkungan, memegang amanah, tidak mencuri, tidak korupsi, tidak menipu, mematuhi norma-norma Islam terkait perilaku seksual, serta berjuang untuk meraih kesuksesan berdasarkan prinsip-prinsip Islam.

## E. Gen-Z

### 1. Pengertian Gen-Z

Generasi Z ialah generasi yang lahir dan tumbuh pada era teknologi dimana perkembangan dunia digital sangat pesat. Generasi Z merupakan kaum muda masa kini yang lekat dengan perkembangan dunia yang sudah canggih dan mereka memiliki kelebihan untuk mengakses informasi dengan mudah dan cepat diusia yang masih sangat muda.<sup>48</sup> Sedangkan Tapscott menyatakan bahwa generasi Z merupakan generasi yang sedari kecil sudah terlalu lekat dengan teknologi, ia juga mengklasifikasikan demografi penduduk dalam sejumlah klasifikasi berikut: <sup>49</sup>

- a. Pre Baby Boom (kelahiran tahun 1945 dan sebelumnya)
- b. The Baby Boom (kelahiran antara 1946 – 1964)
- c. The Baby Bust (kelahiran 1965 – 1976) – disebut Generasi X
- d. The Echo of the Baby Boom (kelahiran antara 1977 –1996) – disebut Generasi Y
- e. Generation Net (lahir antara 1997 - 2012) – Generasi Z

Generasi Z sebenarnya bisa disebut sebagai generasi internet yang pertama, karena generasi Z lahir ketika internet sudah tersedia sedangkan generasi Y lahir masih dalam kondisi dimana terjadi transisi teknologi yang kemudian menjadi internet. Hal ini menjadikan generasi Z lebih fleksibel,

---

<sup>48</sup> Putranto, T. D. Kelas Sosial dan Perempuan Generasi Z di Surabaya dalam Membuat Keputusan Setelah Lulus Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 2(1), (2018): 15–28

<sup>49</sup> Tapscott, D. *Grown Up Digital : Yang Muda Yang Mengubah Dunia* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013). 23

menyukai teknologi, lebih cerdas dan menyukai hal yang praktis. Generasi Z juga merupakan generasi yang cukup berpengaruh dalam komunitasnya, jika mempunyai pengalaman yang baik maupun buruk mereka akan menceritakannya di media sosial.<sup>50</sup>

## 2. Karakteristik Gen-Z

Karakteristik adalah suatu sifat atau ciri yang dapat memperbaiki kualitas hidup.<sup>51</sup> Setiap individu memiliki karakteristiknya masing-masing, sehingga tidak dapat disamakan antara satu dengan lainnya. Termasuk generasi Z, dengan ciri khasnya sendiri yang membedakan mereka dengan generasi-generasi sebelumnya. Setiap individu dari generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda-beda, tergantung dari latar belakang tempat tinggal, keadaan keluarga, strata ekonomi, dan pola komunikasi yang jelas lebih terbuka dibandingkan generasi sebelumnya.

Menurut, terdapat 7 karakteristik ideal generasi Z di Amerika dan negara-negara lainnya<sup>52</sup>, antara lain:

### a. Figital

Figital yang dimaksud dalam konteks ini adalah generasi Z tidak pernah membatasi aktivitas dan ruang lingkup mereka antara dunia

---

<sup>50</sup> Rastati. Media Literasi Bagi Digital Natives: *Perspektif Generasi Z Di Jakarta*. *Jurnal Kwangsan*, 6(1), 2018. 43.

<sup>51</sup> Nasrul, H. W., Buulolo, M., & Ratnasari, S. L. Pengaruh Karakteristik Individu, Lingkungan Kerja, Iklim Organisasi, Motivasi, dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi Review (MANOR)*, 10(2), 2021. 317–330.

<sup>52</sup> Lingga Sekar, Amira Zahrani, Nickyta Arcindy. Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2023. 64-65.

nyata dengan dunia digital. Perkembangan teknologi pada era gen Z memang cepat dan sudah selayaknya untuk terjadi. Segala hal sangat mudah untuk ditemukan dan biasanya telah disediakan oleh berbagai aplikasi maupun situs online. Memang benar bahwa dunia digital itu dapat mengurangi interaksi fisik dengan orang lain di sekitar kita, tetapi nampaknya generasi Z tidak peduli akan hal itu. Efisiensi waktu juga merupakan salah satu alasan utamanya. Terlebih lagi, dunia digital dan teknologi adalah dua hal yang tidak bisa dilepas begitu saja dari kehidupan mereka. Hanya dengan klik, scroll, dan klik kembali maka segala keperluan dan kebutuhan generasi Z dapat terpenuhi.

b. Hiper-Kustomisasi

Hiper-kustomisasi yang dimaksud dalam konteks ini adalah generasi Z tidak ingin diberi label atau cap atas apapun pada diri mereka. Mereka ingin menunjukkan kelebihan atau keunikan yang dimiliki sebagai identitas yang mereka gunakan, bukan dari segi agama, suku, maupun ras. Generasi Z lebih ingin mengkustomisasi identitas mereka sebanyak mungkin di mata masyarakat. Dari hal-hal yang menonjol itulah, muncul penilaian tentang seberapa unik diri mereka dibandingkan orang lain di lingkungan serupa.

Generasi Z bukan generasi yang suka untuk dikategorikan ke dalam beberapa kelompok. Hal ini terkesan seolah-olah mereka gemar membangkang dan sulit diatur. Generasi Z memang ingin keluar dari sesuatu yang sudah umum dan banyak digunakan orang lain. Bahkan

sejak masa remaja, rata-rata dari mereka telah berkeinginan untuk menentukan sendiri cita-cita dan tujuan mereka ke depannya, serta apa cara yang harus ditempuh untuk mencapai tujuan tersebut.

c. Realistis

Akibat pengaruh dari orangtua (generasi X) yang cenderung hidup dengan pandangan suram akibat kehidupan yang tidak sejalan dengan mimpi yang mereka cita-citakan, pemikiran generasi Z juga terbawa untuk tidak berekspektasi tinggi atas kemungkinan yang dapat terjadi ke depannya. Hal ini bukan termasuk pandangan yang skeptis, tetapi realistis. Oleh karena itu, generasi Z lebih mengutamakan untuk belajar secara praktik nyata dibandingkan teoritis. Mereka lebih memilih untuk mempelajari bagaimana cara menjual suatu produk atau memberikan solusi-solusi terhadap masalah yang ada di kehidupan sebenarnya.

Sejalan dengan karakteristik sebelumnya, di mana generasi Z bersedia untuk mengustomisasi diri sebagai jembatan mereka dalam memenuhi apa yang sekiranya dibutuhkan oleh mereka di masa depan. Meskipun terkesan memiliki pribadi yang tidak percaya akan mimpi, tindakan yang diambil oleh generasi Z nampaknya lebih riil (nyata) dan pada akhirnya dapat memberikan pengaruh baik pada lingkungan sekitarnya (Stillman, 2018). Secepat mungkin mereka mulai untuk bekerja, semakin banyak pengalaman yang bisa dipetik oleh mereka.

d. *Fear Of Missing Out* (FOMO)

Dikenal sebagai generasi digital, generasi Z turut mengumpulkan segala informasi di internet yang dirasa penting dan bermanfaat bagi pekerjaan mereka. Mereka takut tertinggal atas informasi tersebut yang pada akhirnya dapat menghambat dan merugikan hasil kerjanya. Ditambah dengan tingginya rasa ingin tahu yang membuat generasi Z gelisah apabila tidak diinjeksi berita-berita hangat. Hal inilah yang menciptakan kekhawatiran generasi Z apabila tertinggal dari orang-orang di sekitarnya. Mereka juga ingin memahami dan mengambil intisari dari apa yang orang lain sedang kerjakan. Bisa dibilang hal tersebut merupakan sebuah peluang bagi generasi Z untuk meningkatkan daya saing.

e. *Weconomist*

Generasi Z merupakan satu di antara sekian generasi yang mengenal kata kolaborasi, terutama pada bidang ekonomi. Biasa dikenal sebagai Ekonomi Berbagi atau Weconomist, mereka turut berpengaruh pada pasar industri digital, seperti Gojek, Grab, dan Disney+ Hotstar. Generasi Z cenderung lebih terbuka. Tanpa adanya ikatan erat, mereka dapat menjalin kemitraan dengan siapapun asalkan sesuai dengan kesepakatan yang ada.

f. *Do It Your Self* (D.I.Y)

Generasi digital yang mandiri, itulah generasi Z. Mandiri dalam konteks ini ialah mereka sudah tidak perlu didampingi atau dibantu saat

mereka ingin mempelajari sesuatu yang baru. Cukup dengan mencari video tutorial di youtube, semuanya terselesaikan. Memang semudah itu bagi mereka. Namun, di sisi lain, sifat generasi Z yang bisa melakukan segalanya secara individu menjadikan diri mereka dianggap tidak memiliki talenta untuk bekerja sama dalam tim. Mereka hanya ingin untuk fokus pada pekerjaan yang bisa diselesaikan dan menyerahkan sisanya kepada partner kerja mereka. Karakteristik ini pula yang melatarbelakangi keinginan besar mereka untuk menjadi seorang wirausaha, terutama karena generasi Z dapat melakukan apa yang sebenarnya mereka gemari dan tidak perlu bergerak secara statis dalam dunia kerja yang dianggap sudah terlalu tipikal.

g. Terpacu

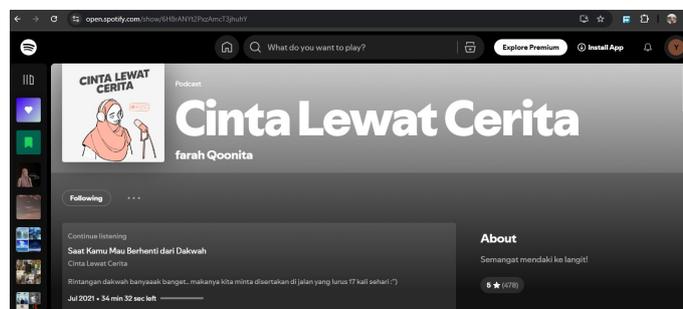
Memang benar generasi Z ialah generasi yang realistis dan tidak memiliki mimpi besar, akan tetapi mereka ingin membawa perubahan positif pada lingkungan dengan teknologi dalam genggamannya saat ini. Mereka mungkin rela untuk berbuat lebih besar demi mendatangkan manfaat bagi banyak orang yang sekiranya memerlukan bantuan mereka. Dengan semangat terpacunya itulah, generasi Z dapat membangun dan mengenalkan personal branding mereka pada dunia demi aksi-aksi besarnya di masa mendatang.

### BAB III

## HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum *Podcast* Farah Qoonita

Farah Qoonita atau sering dipanggil Teh Qoon dilahirkan di Jakarta pada tanggal 18 maret 1994. Farah Qoonita saat ini bertempat tinggal di Jakarta, Indonesia. Farah Qoonita adalah seorang influencer, penulis buku, pengiat media sekaligus sebagai aktivis dakwah. Berbagai kegiatan dan gerakan dakwah dia tekuni seperti menjadi Founder Teh Jasmine Universitas Padjajaran 2016, Pimpro Untoid Story pada tahun 2017, Campaign Manager SMART 171 sejak 2017 sampai sekarang, Co-Founder Terbangin pada tahun 2018, Pimpro Baik Berisik 2019-2020, Pimpro Aku Tanpa batas 2019, dan Co-Founder global Quranic Student 2020. Farah Qoonita merupakan Alumni S1 Jurnalistik Fakultas Ilmu Komunikasi tahun 2012 yang sampai saat ini sudah menerbitkan 4 judul buku Seni Tinggal di Bumi (buku Antalogi), buku Nyala Semesta (Novel), Hidup Satu Kali Lagi (Antalogi), dan Bertembu Dewasa, serta mmpunyai channel *Podcast* di Aplikasi Spotify dan Youtube dengan nama Cinta Lewat Cerita.



**Gambar 4.1**  
**Tampilan Channel *Podcast* Farah Qoonita di Spotify**

Akun *podcast* Farah Qoonita bergabung di Aplikasi Spotify pada tanggal 23 April 2019 dan dikelola langsung oleh Farah Qoonita. Farah Qoonita mulai mengunggah *podcast* di Aplikasi Spotify juga pada tanggal 23 April 2019 dengan 15 episode pertamanya yaitu “Bila Hati Jatuh Cinta”, “Hati-hati Sorotan Lampu”, “Karya Tertinggi”, “Kesepian dan Kesendirian”, “Satuan Umur adalah Karya”, “Sumber Semangat”, “Terlalu Bodoh untuk Menilai”, “Relativitas Waktu”, “Surat Cinta Untukmu”, “Kamu Tak Dianggap”, “Hubungan Suka Sama Suka”, “Pintar Memutar Nalar”, “Di-Skip”, “Sahabat Rasulullah juga Ingin Soleh”, “Merayakan Kegagalan”, dan “Saat Takut”. Akun *podcast* Farah Qoonita yaitu Cinta Lewat Cerita kerap kali menjadi urutan *podcast* yang trending di pengguna *podcast* Indonesia. Walaupun terkadang naik turun karena adanya pembaruan data setiap harinya oleh aplikasi Spotify. Adapun Total episode *podcast* yang telah diunggah Farah Qoonita sebanyak 101 episode dengan 98 episode *podcast*, 2 episode Q&A, dan 1 soundtrack lagu. Dalam *podcast*-nya ini, Farah Qoonita kebanyakan menggunakan gaya narasi, dengan menyelipkan kisah para Nabi, sahabat-sahabat dan keluarga Nabi, serta pengalaman pribadi. Qoonita sering menggunakan dalil dan hadits untuk memperkuat jawabannya. Intonasi bicara yang Qoonita gunakan di setiap episodanya kebanyakan lebih seperti mengajak ngobrol para pendengarnya, walaupun kata-kata yang ia gunakan puitis dan berirama. Saat ia menjawab pertanyaan pun intonasinya tidak terkesan untuk menggurui tapi lebih ke mengajak diskusi.

Dalam setiap episode *podcastnya*, Farah Qoonita selalu menggunakan latar belakang musik, sehingga membuat kesan saat didengarkan tidak terlalu sepi dan monoton. Cara menempatkan latar belakang musiknya pun tidak begitu mengganggu isi pembicaraannya, dimana sebelum ia mulai berbicara volume musik intro cukup tinggi kemudian ketika memasuki sesi Qoonita untuk berbicara maka volumenya pun mulai mengecil, saat bicaranya terhenti volume kembali meninggi, lalu saat kembali akan berbicara volume latar belakang musiknya mulai mengecil lagi, dan begitu seterusnya. *Podcast* “Cinta Lewat Cerita” menggunakan tipe *podcast* pada umumnya yaitu berbentuk audio. Kemudian jenis *podcast* yang digunakan Farah Qoonita dalam episode-episode *podcastnya* bermacam-macam, kebanyakan menggunakan jenis *podcast* solo seperti di episode yang berjudul “Bila Hati Jatuh Cinta”, “Karya Tertinggi”, “Kapten Hati” dan lain sebagainya. Aplikasi yang digunakan Farah Qoonita untuk mengunggah *podcast* antara lain melalui aplikasi Spotify dengan nama channel “Cinta Lewat Cerita”, kemudian di channel Youtube “Farah Qoonita Official” yang memiliki 8,02 ribu subscriber (sumber terlampir 3), lalu ada beberapa episode yang ia unggah di grup Telegram “Cinta Lewat Cerita” yang sampai saat ini memiliki 2.790 pelanggan (sumber terlampir 3), di Instagram pribadinya juga yaitu @qoonit\_ yang jumlah pengikutnya sampai saat ini mencapai 228 ribu (sumber terlampir 5), dan ada juga yang ia masukkan ke dalam buku karyanya yang berjudul “Hidup Satu Kali Lagi” yang saat ini sudah cetakan kedua. (Qoonit, 2021)

Untuk episode pertama dirilis pada tanggal 23 April 2019 dengan judul “Bila Hati Jatuh Hati” dan untuk episode terbaru dirilis pada tanggal Januari 2023 dengan judul “Si Paling Berkorban”. Kemudian untuk daftar episode-episode *podcast* dapat dilihat di lembar lampiran. Selanjutnya dari 101 episode yang telah diunggah, tema-tema yang diangkat sangat bervariasi yaitu meliputi akhlak, keluarga, ekonomi, sosial, pengembangan diri, dan kesehatan mental, untuk keterangan lebih jelas bisa dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.1**  
**Daftar Jumlah Episode Berdasarkan Tema**

No.	TEMA	JUMLAH EPISODE
1	Keluarga	11
2	Kegagalan Hidup	6
3	Akhlak	25
4	Pengembangan Diri	26
5	Sosial	8
6	Ekonomi	21

Lalu dari beberapa tema di atas, peneliti mengambil tema Kegagalan dalam Hidup yang berjumlah 6 episode yang kemudian ditranskripkan untuk mengetahui prinsip komunikasi Islam apa saja yang digunakan dalam *podcast* tersebut. Berikut pembahasan singkat episode-episode tersebut:

1. Merayakan Kegagalan

Membahas tentang kegagalan yang tak seharusnya selalu disesali melainkan harus disyukuri.

2. Saat Takut

Membahas tentang pentingnya sebuah usaha yang akan lebih dinilai oleh Allah dibandingkan hasilnya.

3. Jika Kita Punya Satu Hari Lagi

Membahas tentang Allah yang selalu memberikan kesempatan kepada hamba-hamba-Nya untuk memperbanyak amal ibadahnya.

4. Saat Hilang Harapan

Membahas tentang manusia yang sedang kehilangan harapan hidupnya padahal Allah selalu ada untuknya.

5. Hidup adalah Tentang Berjuang

Membahas tentang kehidupan di dunia itu tak luput dari sebuah perjuangan.

6. Saat Kamu Terpuruk

Membahas tentang kekhawatiran seorang hamba ketika dirinya merasa terpuruk.

## **B. *Podcast* Farah Qoonita dalam Meningkatkan Religiositas Gen-Z di Era Digital**

Channel *podcast* Farah Qoonita sampai saat ini memperoleh rating bintang 5 dari 478 penilai. Kebanyakan pendengar *podcast*-nya adalah Gen-Z atau dengan rentang usia 12-34 tahun. Untuk mengetahui apakah religiositas Gen-Z sebagai pendengar *podcast* Farah Qoonita meningkat setelah mendengarkan *podcast*-nya dan untuk mengetahui bagaimana penyampaian dakwah Farah Qoonita melalui *podcast* menurut

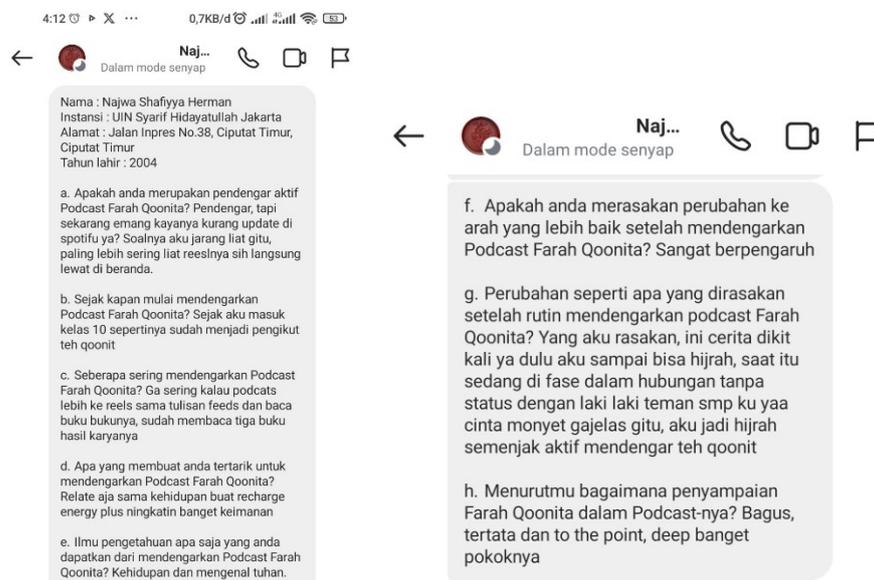
pendengarnya, Peneliti melakukan wawancara kepada informan yang telah ditentukan sebagai berikut :

**Tabel 4.2**  
**Daftar Identitas Informan**

No.	Nama	Tahun Lahir	Alamat
1.	Najwa Shafiyya Herman	2004	Jakarta
2.	Galuh Rizka Kinanti	2001	Lampung Tengah
3.	Fara Aprilinaya	2001	Kota Metro
4.	Husnun Afifah	1998	Kota Metro
5.	Pingki Novita Berliana	2001	Lampung Timur
6.	Delia Rani	2001	Lampung
7.	Nur Azizah	2000	Tulang Bawang

1. Najwa Shafiyya Herman, merupakan pendengar aktif *podcast* Farah Qoonita sejak dirinya masih Sekolah Menengah Atas (SMA). Ia juga sudah membaca 3 buku karya Farah Qoonita. Najwa mengaku tertarik dengan *podcast* Farah Qoonita karena isi *podcast*-nya yang sesuai dengan kehidupan dan juga bisa untuk menguatkan lagi iman yang sedang lemah. Najwa juga mengatakan bahwa *podcast* Farah Qoonita sangat berpengaruh bagi perubahan hidupnya, dan meningkatkan religiositasnya seperti ia berhijrah ke jalan yang lebih baik, dari menjalani hubungan percintaan dengan teman Sekolahnya menjadi tidak lagi. ilmu tentang kehidupan dan semakin mengenal Tuhan, itulah yang ia dapatkan dari mendengar *podcast* Farah Qoonita. Menurutnya, penyampaian

arah Qoonita pada *podcast*-nya sangat tertata dan to the point, serta mendalam.<sup>53</sup>



**Gambar 4.2**

### **Tangkapan Layar Wawancara dengan Salah Satu Pendengar *Podcast* Farah Qoonita melalui *Direct Massage* Instagram**

2. Galuh Rizka Kinanti merupakan pendengar aktif *podcast* farah Qoonita sejak 2021 dengan intensitas yang cukup jarang. Ia tertarik mendengarkan *podcast*-nya karena menurutnya Farah Qoonita mengemas dakwahnya dengan bahasa yang ringan dan menyenangkan. Sehingga ilmu pengetahuannya tentang *self improvement* atau pengembangan diri juga bertambah. Perubahan yang terjadi pada dirinya yakni menjadi pribadi yang lebih tenang dan penuh rasa syukur. Menurut Galuh, Farah Qoonita memiliki ciri khas dalam *podcast*-nya,

<sup>53</sup> Wawancara dengan Najwa Shafiyya Herman, Pendengar Podcast Farah Qoonita, 2 November 2024.

suaranya enak di dengar, bahasa yang digunakan ringan sehingga mudah diterima dan dipahami.<sup>54</sup>



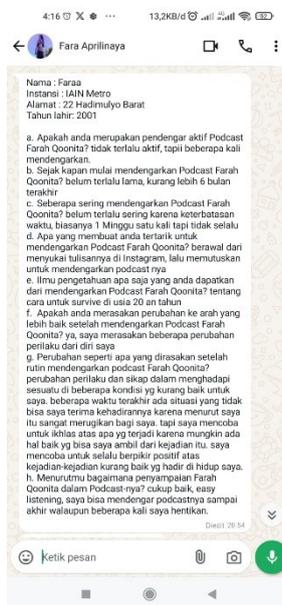
**Gambar 4.3**

**Tangkapan Layar Wawancara dengan Salah Satu Pendengar *Podcast* Farah Qoonita melalui Pesan WhatsApp**

3. Fara Aprilinaya, salah satu pendengar *podcast* Farah Qoonita asal Kota Metro. ia mendengarkan kurang lebih sejak 6 bulan yang lalu, tetapi tidak terlalu sering hanya 1 minggu 1x. Berawal dari tulisan Farah Qoonita yang lewat di beranda Instagram Fara, kemudian menarik perhatian Fara untuk mendengarkan *podcast*nya. Fara mendapatkan ilmu pengetahuannya tentang cara bertahan hidup di usia 20-an serta adanya perubahan perilaku dalam dirinya. Ia merasa lebih mudah untuk mengikhlaskan hal-hal buruk yang terjadi dalam hidupnya, dan berprasangka baik atas apa yang akan terjadi

<sup>54</sup> Wawancara dengan Galuh Rizka Kinanti, Pendengar *Podcast* Farah Qoonita, 2 November 2024.

setelahnya. Menurut Fara, *podcast* Farah Qoonita sangat enak didengar dan ia selalu mendengarkannya sampai akhir.<sup>55</sup>

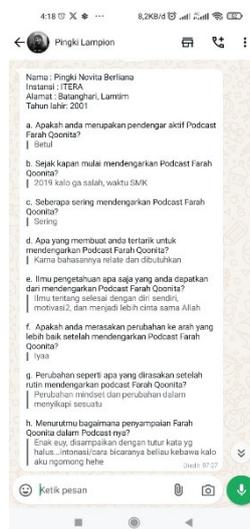


**Gambar 4.4**  
**Tangkapan Layar Wawancara dengan Salah Satu Pendengar *Podcast* Farah Qoonita melalui Pesan WhatsApp**

4. Pingki Novita Berliana, Gen-Z asal Lampung Timur yang saat ini berkuliah di Institut Teknologi Sumatera (ITERA), merupakan pendengar aktif sejak 2019. Pingki sring mendengarkan *podcast* Farah Qoonita karena bahasanya *relate* atau sesuai dengannya dan ia merasa isi *podcast*-nya adalah yang Pingki butuhkan. Ilmu pengetahuannya mengenai diri sendiri, motivasi, dan kecintaan kepada Allah semakin bertambah sejak mendengarkan *podcast* Farah Qoonita. Terjadi perubahan mindset atau pola pikir dalam menyikapi sesuatu. Menurut

<sup>55</sup> Wawancara dengan Fara Aprilinaya Pendengar Podcast Farah Qoonita, 3 November 2024.

Pingki, Farah Qoonita menyampaikan pocast dengan tutur kata yang halus dan intonasi yang mudah diikuti.<sup>56</sup>



**Gambar 4.5**

### **Tangkapan Layar Wawancara dengan Salah Satu Pendengar *Podcast* Farah Qoonita melalui Pesan WhatsApp**

- Husnun Afifah, Gen-Z asal Kota Metro yang mendengarkan *podcast* Farah Qoonita sejak awal tahun 2024. Ia mendengarkan *podcast* setiap kali ada episode baru yang topiknya sesuai dengan kondisinya saat itu. *Podcast* Farah Qoonita menarik perhatian Husnun karena bahasa yang digunakan tidak berlebihan tetapi tetap mendalam, terutama soal pengembangan diri. Cara menyampaikannya seperti mengobrol dan tidak terkesan menggurui sehingga membuat nyaman. Husnun mengaku belajar banyak hal setelah mendengarkan *podcast*, seperti cara menghadapi diri sendiri saat sedang tidak baik-baik saja, pentingnya punya waktu sendiri dan mengelola stres. Setelah mendengarkan *podcast* Farah Qoonita, ia merasa mendapat suntikan semangat untuk menjalani hari-hari. Menurut Husnun, penyampaian Farah Qoonita pada

<sup>56</sup> Wawancara dengan Pingki Novita Berliana, Pendengar Podcast Farah Qoonita, 30 Oktober 2024.

*podcast*-nya menggunakan bahasa yang santai tetapi mengena. Bicaranya tulus seolah-olah memahami apa yang pendengar rasakan.<sup>57</sup>



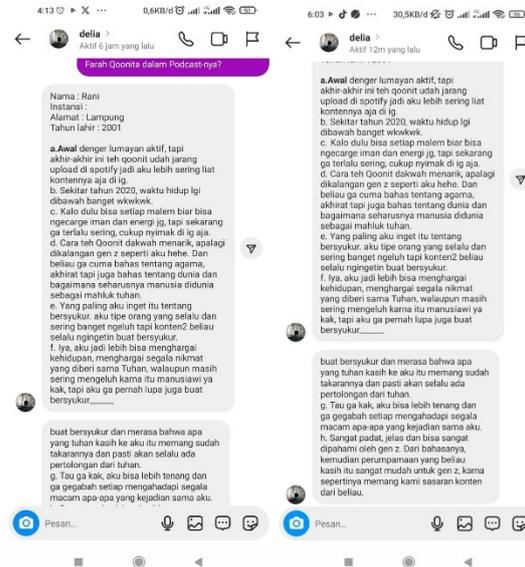
**Gambar 4.6**

### **Tangkapan Layar Wawancara dengan Salah Satu Pendengar *Podcast* Farah Qoonita melalui Pesan WhatsApp**

6. Delia Rani, Gen-Z kelahiran 2001, aktif mendengarkan *podcast* Farah Qoonita, namun lebih sering melihat kontennya di Instagram. Ia mendengarkan *podcast* sejak 2020. Menurutnyanya cara berdakwah Farah Qoonita menarik karena tidak hanya membahas soal agama, tetapi juga tentang dunia dan bagaimana seharusnya manusia di dunia sebagai makhluk Tuhan. Ia merasa sering mengeluh tentang kehidupan, tetapi rasa syukurnya tumbuh lagi setelah mendengar *podcast* Farah Qoonita. Cara penyampaian Farah Qoonita, menurut

<sup>57</sup> Wawancara dengan Husnun Afifah, Pendengar *Podcast* Farah Qoonita, 30 Oktober 2024.

Delia sangat padat, jelas, dan mudah dipahami oleh Gen-Z, serta tepat sasaran.<sup>58</sup>



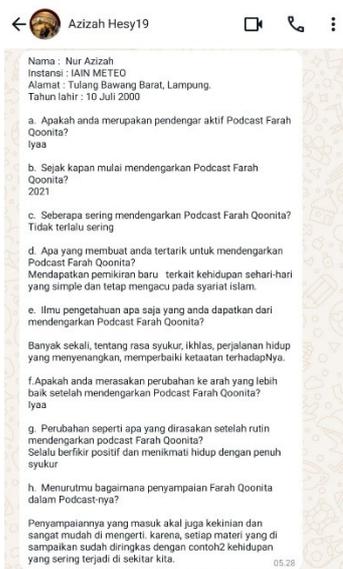
Gambar 4.7

### Tangkapan Layar Wawancara dengan Salah Satu Pendengar *Podcast* Farah Qoonita melalui *Direct Message* Instagram

7. Nur Azizah, Gen-Z kelahiran tahun 2000 asal Tulang Bawang Barat, Lampung, menjadi pendengar aktif *podcast* Farah Qoonita sejak 2021, tetapi tidak terlalu sering. Ia tertarik pada *podcast* Farah Qoonita karena ia mendapatkan pemikiran baru terkait kehidupan sehari-hari yang simple dan tetap mengacu pada syariat Islam. Ilmu pengetahuannya bertambah seperti syukur, ikhlas, dan memperbaiki ketaatan kepada Allah. Menurut Nur Azizah, Farah Qoonita pada *podcast*nya sangat kekinian dan materi yang disampaikan juga ringkas serta sesuai dengan yang terjadi di kehidupan kita.<sup>59</sup>

<sup>58</sup> Wawancara dengan Delia Rani, Pendengar Podcast Farah Qoonita, 30 Oktober 2024.

<sup>59</sup> Wawancara dengan Nur Azizah, Pendengar Podcast Farah Qoonita, 4 November 2024.



**Gambar 4.8**

**Tangkapan Layar Wawancara dengan Salah Satu Pendengar *Podcast* Farah Qoonita melalui Pesan WhatsApp**

**C. Pembahasan**

Dalam poin ini, Penulis akan menguraikan hasil pengumpulan data yakni episode *podcast* yang sudah diklasifikasikan berdasarkan tema. Terdapat 6 episode yang bertemakan “Kegagalan Hidup” pada *podcast* Farah Qoonita yang diunggah di Spotify. Setelah itu akan ditemukan hasil penerapan prinsip-prinsip komunikasi Islam dalam episode *podcast* tersebut. Data yang dianalisis berupa rekaman audio yang telah diunggah Farah Qoonita pada aplikasi Spotify yang isinya penulis tulis kembali sebagai data penjabar tahapan analisis.

**1. Merayakan Kegagalan**

*“Ada kalaya kita harus merayakan kegagalan. Agar gagal tak melulu mendapat predikat buruk sekali-kali ia harus dirayakan. Agar tak melulu bertengkar lalu berdamai dan bisa memaafkan dirimu. Agar kau bebas berlari karena tau dirimu telah dimaafkan. Agar gagal tak pernah jadi*

*penghalangmu untuk ragu melangkah. Agar bisa bernegosiasi, berstrategi dan membuat perjanjian baru dengan dirimu. Buat hari raya kegagalanmu jadi momen belajar agar tak jatuh pada kegagalan yang sama. Gagal tak selalu buruk, ia bukti kamu mau belajar Selamat merayakan kegagalan”<sup>60</sup>*

Pada saat usia muda, kita seringkali banyak mencoba hal-hal baru. Namun, tak jarang kita mengalami kegagalan saat mencoba bahkan dicemooh orang lain saat kita gagal. Dalam episode ini, Farah Qoonita mengajak pendengar untuk tidak selalu menganggap buruk kegagalan. Pada kalimat, “*Gagal tak selalu buruk, ia bukti kamu mau belajar. Selamat merayakan kegagalan*” menunjukkan seolah Farah Qoonita tidak ingin menyinggung seseorang yang sedang mengalami kegagalan, artinya Farah Qoonita menerapkan prinsip komunikasi Islam Qawlan Ma’rufa (perkataan yang baik dan tidak menyinggung). Selain itu, ia juga menerapkan prinsip komunikasi Islam Qawlan Layyina, yaitu perkataan yang lembut dan penuh kebaikan. Farah Qoonita juga menerapkan prinsip Qawlan Maysura yakni ucapan yang menyenangkan dan menggembirakan, meskipun gagal adalah suatu hal buruk, pada *podcast* ini Farah Qoonita tidak menghakimi seseorang yang sedang mengalami kegagalan.

## 2. Saat Takut

*“Apa yang paling ditakutkan orang saat memperjuangkan mimpinya? Sebuah hasil, bagaimana kalau hasilnya tak sesuai dengan harapan kita. Ini yang sering menghancurkan mimpi bahkan sebelum langkahnya dimulai. Kabar baiknya Allah tak melihat hasil, tapi menilai usaha kita. Jadi mengapa kita menakutkan hal yang bahkan tak dipedulikan oleh-Nya?”*

---

<sup>60</sup>Qoonita.2019.[https://open.spotify.com/episode/7Kphl80fzvUqcAhk2rkqYQ?si=A2bB67KnRr-ukkT0yVRPxx&utm\\_source=whatsapp](https://open.spotify.com/episode/7Kphl80fzvUqcAhk2rkqYQ?si=A2bB67KnRr-ukkT0yVRPxx&utm_source=whatsapp), diakses 5 Oktober 2024)

*Bukankah Khadijah binti Khuwailid meninggal saat Islam belum kemana-mana. Saat Rasulullah bahkan masih menjadi bulan-bulanan satu kota. Tapi, toh Allah tetap memberinya istana permata dan kemuliaan sepanjang masa. Itulah yang membuatku selalu berani melangkah walau ketakutan tetap menjadi teman setia. Tugasku hanya berlari secepat dan sebaik yang aku bisa, sisanya ku serahkan kepada Sang Penggenggam Nyawa”<sup>61</sup>*

Pada episode ini, Farah Qoonita memberikan sebuah fakta melalui kalimat, “Kabar baiknya Allah tak melihat hasil, tapi menilai usaha kita. Farah Qoonita menerapkan prinsip Qawlan Maysura karena kalimat tersebut menggembirakan bagi pendengar. Kalimat ini tak hanya digunakan Farah Qoonita untuk menyenangkan hati pendengarnya, tetapi memang sebuah fakta bahwa Allah hanya menilai usaha kita bukan hasilnya. Hal ini termaktub dalam Al-Qur’an Surat At-Taubah ayat 105.

"Dan bekerjalah (beramallah)! Niscaya Allah akan melihat (menilai) amalmu, juga rasulNya dan orang-orang beriman" QS. At-Taubah ayat 105.

Hal tersebut berarti Farah Qoonita menerapkan prinsip komunikasi Islam Qawlan Sadidan yaitu ucapan yang jujur, tidak berbohong, dan tidak memanipulasi fakta, benar menurut ajaran Islam. Farah Qoonita juga menerapkan prinsip komunikasi Islam Qawlan Ma'rufa yaitu perckataan yang sopan dan tidak kasar, karena pada episode ini Farah Qoonita tidak menghakimi orang yang takut justru membantu menghilangkan rasa takutnya dengan memberikan kabar baik dan perumpaan hidup Khadijah Istri Rasulullah Saw saat pengorbanannya belum berhasil menjadikan Islam mempunyai banyak pengikut. Bahasa yang digunakan Farah Qoonita tidak

---

<sup>61</sup>Qoonita.2019.[https://open.spotify.com/episode/2RD8xRLsnPmjG7UWFjbpNm?si=Z1-BWAvyQA6bbavdqBLzrg&utm\\_source=whatsapp](https://open.spotify.com/episode/2RD8xRLsnPmjG7UWFjbpNm?si=Z1-BWAvyQA6bbavdqBLzrg&utm_source=whatsapp), diakses 5 Oktober 2024

berbelit-belit, efektif, dan *to the point*, ini berarti Farah Qoonita juga menerapkan prinsip komunikasi Islam Qawlan Baligha.

### 3. Jika Kita Punya Satu Hari Lagi

*“Kalau mata kita terbuka esok hari berarti sekali lagi ruh kita dilepaskan-Nya kembali. Ya, kita punya satu kesempatan lagi. Satu hari lagi, mungkin Allah masih menanti, mencari suara lirih do’a kita di sepertiga malam bukan mendengar dengkurang di balik selimut yang nyaman. Mungkin Allah masih menunggu air mata pertaubatan atas dosa-dosa yang terus kita ulangi dan tak kunjung kita sesali. Mungkin Allah ingin mendengar bibir kita kembali sibuk dengan untaian ayat-,ayat suci bukan lagu-lagu yang melenakan hati. Mungkin Allah masih menunggu kita menciptakan amal-amal baik berpahala bukan menghabiskan waktu dengan hal yang sia-sia. Satu hari lagi kesempatan yang Allah beri. Sebuah kasih sayang dan nikmat tak hingga agar nanti kita tak menyesal dan berkata Ya Allah kembalikan aku ke dunia satu kali lagi”.*<sup>62</sup>

Pada episode *podcast* ini, Farah Qoonita menerapkan prinsip Qawlan Maysura melalui kalimat, *“Ya, kita punya satu kesempatan lagi”*. kalimat ini tentu kalimat yang membahagiakan bagi pendengarnya bahwa saat kita masih diberikan kesempatan untuk membuka mata artinya kita masih diberikan kesempatan untuk bertaubat dan memperbaiki diri. Sedangkan kalimat selanjutnya, *“. Satu hari lagi, mungkin Allah masih menanti, mencari suara lirih do’a kita di sepertiga malam bukan mendengar dengkurang di balik selimut yang nyaman. Mungkin Allah masih menunggu air mata pertaubatan atas dosa-dosa yang terus kita ulangi dan tak kunjung kita sesali.”* ini merupakan penerapan prinsip Qawlan Layyina yaitu kata yang menyentuh hati bagi seorang pendosa.

---

<sup>62</sup>Qoonita.2020.[https://open.spotify.com/episode/2E4Uz93UD2qzV8wP08JDHC?si=Ym0fkLiT5uZ9fVVTYsRYg&utm\\_source=whatsapp](https://open.spotify.com/episode/2E4Uz93UD2qzV8wP08JDHC?si=Ym0fkLiT5uZ9fVVTYsRYg&utm_source=whatsapp), diakses 5 Oktober 2024

#### 4. Saat Hilang Harapan

*“Kita sering kali hilang harapan. Melewati hari demi hari tanpa tujuan. Merasa hidup tak perlu lagi diperjuangkan. Padahal terbukanya mata setiap pagi bukan sebuah kebetulan. Ialah pertanda Allah masih berikan kesempatan. Kita sering kali menjauh dari Tuhan. Merasa ditinggalkan sendirian, kesepian, hingga hidupnya berantakan. Padahal Allah janjikan diri-Nya dekat, Ia sambut orang yang mau kembali. Ia dengarkan orang yang selalu berharap. Ia kabulkan orang yang mau meminta. Kita sering kali pilih hidup dalam gulita. Tersesat berkali-kali karena enggan membuka mata. Padahal cahaya-Nya benderang hadir di tengah-tengah manusia. Sejak silih bergantinya para Nabi hingga terjaganya kitab suci sampai hari ini. Kita sering kali hidup dalam baying-bayang kesalahan. Merasa gelapnya sudah tak akan termaafkan. Padahal Allah lembut memanggil hati-hati yang hampir mati “Jangan menyerah, kasih sayang dan ampunan-Ku luas membentang” Segelap apapun hidup saat ini. Masa depan kita masih suci. Kita bisa pilih hidup satu kali lagi”<sup>63</sup>*

Pada episode *podcast* ini Farah Qoonita menerapkan prinsip komunikasi Islam Qawlan Layyina. Bahasa yang lembut penuh kebaikan dan menyentuh hati. Episode *podcast* yang berjudul Saat Hilang Harapan ini membahas mengenai seseorang yang sering hilang harapan, mengalami hari-hari yang sangat berat dalam hidupnya. Namun, Farah Qoonita menggunakan kalimat, *“Merasa gelapnya sudah tak akan termaafkan. Padahal Allah lembut memanggil hati-hati yang hampir mati “Jangan menyerah, kasih sayang dan ampunan-Ku luas membentang” Segelap apapun hidup saat ini. Masa depan kita masih suci”* ini merupakan kata-kata yang menyentuh hati dan tidak ada unsur menghakimi.

#### 5. Hidup adalah Tentang Berjuang

*“Bayi merah mungil menangis keras. Itu kita, di hari pertama hadir di medan juang bertempur melawan hawa nafsu dunia. Sedang di alam sebelumnya kita bersaksi hanya akan mengabdikan dan menghamba pada Sang*

---

<sup>63</sup>Qoonita,2021.[https://open.spotify.com/episode/5yCcTLQVuvAVTwTQaKdVWgN?si=-aB8\\_IIGRRGeU3cIscOQ-A&utm\\_source=whatsapp](https://open.spotify.com/episode/5yCcTLQVuvAVTwTQaKdVWgN?si=-aB8_IIGRRGeU3cIscOQ-A&utm_source=whatsapp), diakses 5 Oktober 2024

*Pencipta. Manusia yang sering mengutuki diri sendiri jatuh lagi di lubang yang sama. Itu kita, yang sering kali dipecundangi musuh paling nyata, manusia. Sedang Allah janjikan pertolongan, penjagaan dan penebusan bagi hamba-Nya yang benar mau berjuang membersihkan diri. Manusia-manusia alpa diam-diam sering menangis, itu kita. Berpayah-payah berjuang melawan segala kelemahan manusia. Sedang Sang Pencipta telah menetapkan misi paling luar biasa di pundak kita. Beribadah dan mengatur dunia. Manusia-manusia tak berdaya berjuang melawan kerasnya dunia. Itu kita, yang sering kali takut gagal, jatuh, terpuruk tapi dunia tetap tak mau peduli. Rasanya ingin menyerah saja, kalau tak ingat bahwa Allah berjanji akan mengubah nasib setelah kita mau berjuang mengubah diri sendiri. Manusia-manusia hina berjuang inginkan mulia. Itu kita, yang bagai pungguk merindukan bulan. Hidayah-hidayah itu terlalu besar untuk diri yang kerdil. Sedang Allah janji sematkan taqwa, tinggikan derajat, hingga membuka peluang pintu-pintu syahid untuk manusia yang bersungguh berlari menuju-Nya. Ya, karena selamanya hidup adalah tentang berjuang. Biar kemenangan paling agung jadi tempat berpulang”<sup>64</sup>*

Pada episode *podcast* ini Farah Qoonita menerapkan prinsip komunikasi Islam *Qawlan Ma'rufa*, bahasanya tidak menyinggung siapapun. Episode ini membahas mengenai manusia yang mengikuti hawa nafsunya untuk mengejar dunia seolah lupa bahwa tujuannya di dunia adalah untuk beribadah kepada Allah. Prinsip komunikasi Islam *Qawlan layyina* juga diterapkan dalam episode *podcast* ini. Farah Qoonita mengingatkan kita yang sering kali takut gagal dan terpuruk, dan tidak ada yang peduli dengan keadaan kita, seolah lupa bahwa ada Allah yang membangkitkan kita, ini merupakan pengingat yang sangat menyentuh hati pendengarnya. Farah Qoonita juga menggunakan bahasa yang efektif, lugas, dan mudah dipahami oleh Gen-Z artinya Farah Qoonita menerapkan prinsip *Qawlan Baligha*.

---

<sup>64</sup>Qoonita, 2021. [https://open.spotify.com/episode/2CYIvCOHIxx08Mu7XAqwAh?si=0glSSdWBRT\\_UZWIlo7QZw&utm\\_source=whatsapp](https://open.spotify.com/episode/2CYIvCOHIxx08Mu7XAqwAh?si=0glSSdWBRT_UZWIlo7QZw&utm_source=whatsapp), diakses 5 Oktober 2024

## 6. Saat Kamu Terpuruk

*“Kamu pernah terpuruk? Berada di fase terkelam dalam hidupmu. Saat kau menangis di tengah malam menelan semua pedihnya sendirian. Rasanya hati sesak sampai bernafas terasa sulit. Kau kehilangan harapan, kehidupan tak berjalan seperti yang kau inginkan. Tenang, kau tak sendirian. Aku juga pernah mengalaminya. Hei! Bahkan manusia sempurna kesayangan Sang Pencipta saja pernah merasa terpuruk “Muhammad telah ditinggalkan Tuhannya” begitu olok-olok mereka. Ya, wahyu sempat tak turun begitu lama hingga Rasulullah merasa amat menderita. Saat terpuruk Allah justru meminta kita menegakkan kepala. Lihatlah langit, lihatlah matahari yang terbit dan terbenam. Langit yang benderang lalu gulita, maka bukankah begitu juga kehidupan. Hari ini mungkin hidupmu gulita, maka besok benderang harapan akan menyapa. Bukankah selalu seperti itu juga sebelumnya angankan hari ini dimana kau sudah tumbuh dewasa, saat masih kecil tak berdaya bukankah Allah tak sedikitpun mengurangi kasih sayangnya. Ada orang tua, saudara, kakak atau adik yang Allah gerakkan untuk menjaga kita. Jangankan hari ini di mana kau sudah belajar banyak hal. Saat kita masih bingung, tak mengerti arah bahkan belum mengenal Sang Pencipta. Bukankah Allah tak sedikitpun mengurangi kasih sayangnya Ia selalu ajarkan dan bimbing kita hingga kita mampu berjalan sejauh ini. Ya, saat kau takut akan masa depan. Lihatlah jajaran gunung masalah yang sudah kau lalui. Bukankah Allah tak pernah meninggalkanmu. Bukankah Allah selalu berikan jalan keluar. Bukankah Allah selalu turunkan pertolongan. Maka begitu juga hari ini. Sepelik apapun masalahmu Allah tetap di sini. Menjadi Dzat yang paling menjaga dan menyayangi kita lebih dari apapun”<sup>65</sup>*

Pada episode *podcast* ini, Farah Qoonita menerapkan hampir seluruh prinsip komunikasi Islam. Farah Qoonita menerapkan prinsip *Qawlan Sadida*, ia berkata jujur dan memberikan fakta melalui kalimat, *“Ya, wahyu sempat tak turun begitu lama hingga Rasulullah merasa amat menderita”*. Farah Qoonita memberikan fakta ini sebagai pembelajaran bagi pendengarnya bahwa bahkan manusia kekasih Allah saja juga pernah merasa terpuruk, apalagi kita yang

---

<sup>65</sup>Qoonita,2021.[https://open.spotify.com/episode/4Rbq7NdMvWbPhSedGej8zh?si=apjz\\_sRR RHYPevVmCxRGKw&utm\\_source=whatsapp](https://open.spotify.com/episode/4Rbq7NdMvWbPhSedGej8zh?si=apjz_sRR RHYPevVmCxRGKw&utm_source=whatsapp), diakses 5 Oktober 2024.

hanya manusia biasa. Namun, dari kisah Rasulullah kita jadi mengetahui bagaimana cara mengelola perasaan tersebut.

Farah Qoonita juga menerapkan prinsip Qawlan Layyina yaitu kata yang menyentuh hati, melalui kalimatnya, *“Tenang, kau tak sendirian. Aku juga pernah mengalaminya”*. Kalimat ini seolah menenangkan dan menyentuh hati pendengarnya. Selain itu, pada kalimat *“Hari ini mungkin hidupmu gulita, maka besok benderang harapan akan menyapa. Bukankah selalu seperti itu juga sebelumnya”* ini juga menunjukkan bahwa Farah Qoonita menerapkan prinsip Qawlan Maysura yang berarti kata-kata sederhana yang menggembirakan.

Pada proses wawancara terdapat kesesuaian antara hasil wawancara dengan 3 indikator atau dimensi religiositas sebagai berikut:

1. Dimensi Akidah

Dalam Islam, akidah disebut sebagai iman. Iman di sini berarti keyakinan yang mendorong seorang muslim berbuat, bahkan bukan sekadar percaya. Dalam Al-Qur'an, akidah diartikan sebagai keimanan kepada Allah Swt. dan mengakui keesaan-Nya. Dalam wawancara dengan pendengar *podcast* Farah Qoonita, penulis mendapati temuan bahwa keimanan mereka meningkat setelah mendengarkan *podcast*. Hal tersebut diungkapkan oleh Najwa Shafiyah Herman.

“Relate aja sama kehidupan buat ngecharge energy plus ningkatin banget keimanan”

Hal serupa juga diungkapkan oleh Delia.

“Yang paling aku inget itu tentang bersyukur. Aku tipe orang yang selalu dan sering banget ngeluh tapi konten-konten beliau selalu ngingetin buat bersyukur, aku jadi lebih bisa menghargai kehidupan, menghargai segala nikmat yang diberi sama Tuhan”<sup>66</sup>

Dengan menghargai segala nikmat yang diberi oleh Tuhan artinya Delia mempercayai dan yakin bahwa hidup ini di bawah kendali Tuhan.

Delia juga mengatakan,

“Cara berdakwah teh Qoonit menarik, apalagi di kalangan Gen Z seperti aku. beliau ga Cuma bahas tentang agama tetapi juga hidup di dunia, bagaimana seharusnya manusia di dunia sebagai makhluk Tuhan.”<sup>67</sup>

Hal ini berarti, Delia menyadari bahwa segala makhluk yang di bumi adalah makhluk Allah. Keyakinannya kepada Tuhan meningkat setelah mendengarkan *podcast* Farah Qoonita.

## 2. Dimensi Akhlak

Iman Gazali, menyatakan bahwa, dimensi akhlak sering dikaitkan dengan ihsan. Sementara itu, Nashori Suroso, menyatakan bahwa dimensi pengetahuan dan pengalaman sama dengan ihsan.<sup>68</sup>

Hal serupa juga dikatakan oleh Galuh Rizka Kinanti.

“Isi podcast yang menurut aku daging banget, mengangkat isu-isu ringan tapi seru, lebih banyak tentang self improvement”<sup>69</sup>

---

<sup>66</sup> Wawancara dengan Delia Rani, Pendengar Podcast Farah Qoonita, 30 Oktober 2024

<sup>67</sup> *Ibid.*

<sup>68</sup> Aisya Farah, Rifda Nafisa, “Peran Religiusitas Islam dalam Meningkatkan Kesejahteraan Psikologis,” *Jurnal Al-Qalb*, no. 2 (2022): 106-107.

<sup>69</sup> Wawancara dengan Galuh Rizka Kinanti, Pendengar *Podcast* Farah Qoonita, 2 November 2024

Dari pernyataan tersebut, menunjukkan bahwa ilmu pengetahuan mereka tentang islam bertambah, artinya religiositasnya juga meningkat.

Dimensi Akhlak terbagi menjadi akhlak lahir dan akhlak batin. Akhlak lahir yaitu perbuatan atau perilaku yang ditampakkan, sedangkan akhlak batin berupa pekerjaan hati seperti kejujuran, keadilan, kedenghian, kesombongan.<sup>70</sup> Dalam hal ini, jawaban dari informan menyatakan bahwa ia tidak lagi menyimpan kedenghian setelah mendengarkan podcast Farah Qoonita.

“Saya merasakan beberapa perubahan perilaku dari diri saya. Perubahan perilaku dan sikap dalam menghadapi sesuatu di kondisi yang kurang baik untuk saya. Beberapa waktu terakhir ada situasi yang tidak bisa saya terima karena menurut saya itu merugikan saya. Tetapi saya mencoba untuk ikhlas dan berpikir positif. Mungkin ada hikmah yang bisa diambil dari kejadian tersebut,” ungkap Fara Aprilinaya, pendengar *podcast* Farah Qoonita.<sup>71</sup>

Hal ini serupa juga diungkapkan oleh Husnun Afifah.

“Iya, cukup terasa. Dulu mungkin lebih gampang terjebak stress, tapi sekarang bisa lebih tenang. Setiap kali saya mendengarkan, rasanya dapat suntikan semangat baru untuk menjalani hari-hari”<sup>72</sup>

Hal tersebut menunjukkan adanya peningkatan pada dimensi akhlak setelah mendengar *podcast* Farah Qoonita, sehingga religiositasnya bisa dikatakan meningkat.

---

<sup>70</sup> Aisyah Farah, Rifda Nafisa, “Peran Religiusitas Islam dalam Meningkatkan Kesejahteraan Psikologis”, *Jurnal Al-Qalb*, no. 2 (2022): 107.

<sup>71</sup> Wawancara dengan Fara Aprilinaya, Pendengar Podcast Farah Qoonita, 3 November 2024.

<sup>72</sup> Wawancara dengan Fara Aprilinaya, Pendengar Podcast Farah Qoonita, 3 November 2024.

### 3. Dimensi Syariah

Ibadah berasal dari kata *ábada* yang berarti mengabdikan, tunduk, taat, dan merendahkan diri. Ibadah dapat dikatakan suatu usaha untuk mengikuti hukum dan aturan Allah SWT dalam kehidupan seseorang. Dimana seseorang tersebut menjalankan kehidupan dari akil baligh hingga meninggal dunia sesuai dengan perintah-perintah Nya. Ibadah tidak terpisahkan dari syariah. Ibadah murni (*mahdhah*) terbagi menjadi beberapa, yaitu shalat, puasa, zakat, dan haji dan Ibadah yang tidak murni atau bercampur dengan yang lain (*ghairu mahdhah*). Ibadah ini mencakup berbagai aspek kehidupan sehari-hari dan dapat berubah status menjadi ibadah karena niat pelakunya.

Penulis menemui bahwa salah satu informan mengatakan bahwa terjadi perubahan sikap dalam hidupnya. Hal tersebut diungkapkan oleh Najwa Shafiyya Herman.

“Yang aku rasakan, ini cerita dikit kali ya dulu aku sampai bisa hijrah, saat itu sedang di fase dalam hubungan tanpa status dengan laki-laki teman SMP-ku ya cinta monyet gitu, aku jadi hijrah semenjak aktif mendengar the Qoonit”<sup>73</sup>

Hijrah dari hal yang buruk ke hal yang lebih baik, meninggalkan maksiat karena patuh kepada Allah itu berarti terjadi peningkatan dalam hal praktik agama. itu berarti religiositasnya meningkat setelah mendengar *podcast* Farah Qoonita.

---

<sup>73</sup> Wawancara dengan Najwa Shafiyya Herman, Pendengar Podcast Farah Qoonita, 2 November 2024.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil analisis tentang penerapan prinsip Komunikasi Islam pada *podcast* Farah Qoonita yang bertemakan Kegagalan dalam Hidup di Spotify, dapat disimpulkan bahwa prinsip komunikasi Islam yang terdiri dari 6 prinsip yakni Qawlan Sadidan seperti ucapan yang jujur, tidak berbohong, dan fakta sesuai ajaran Islam, Qawlan Baligha, seperti kata-kata yang mudah dipahami, efektif, tidak berbelit-belit, *to the point*, Qawlan Ma'rufa, seperti perkataan yang baik, sopan, tidak kasar, tidak menyinggung dan tidak menyakiti hati orang lain, Qawlan Karima, seperti perkataan yang lembut, memuliakan, enak didengar dan santun, Qawlan Layyina, seperti perkataan yang lembut penuh kebaikan dan menyentuh hati, Qawlan Maysura perkataan yang menyenangkan, menggemberikan, diterapkan pada *podcast* Farah Qoonita. Hal ini disimpulkan dari analisis isi *podcast* dan hasil interview dengan pendengar

#### **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang membahas mengenai prinsip-prinsip komunikasi Islam pada *podcast* Farah Qoonita, ada beberapa hal yang ingin Peneliti sampaikan kepada beberapa pihak, di antaranya

1. Untuk Farah Qoonita, sebaiknya mengunggah *podcast* di Spotify secara rutin dan terjadwal agar bisa terus didengarkan oleh Gen-Z yang sering merasa sendiri atau bahkan terpuruk, tetapi tidak teman yang peduli.

2. Diharapkan kepada pendengar *podcast* Farah Qoonita agar tidak berhenti memberikan dukungan kepada Farah Qoonita dan *podcaster* lain serta mendengarkan *podcast* yang bergenre Islam lain untuk meningkatkan religiositas sebagai hamba Allah SWT.
3. Dari hasil dan pembahasan penelitian, peneliti berharap banyak dai yang terus berinovasi dan mengembangkan wawasannya terkait media dakwah di era digital agar dakwahnya lebih mudah tersebar dan diketahui oleh banyak kalangan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Al Karim.
- Ancok, D. D., & Suroso, F. N. *Psikologi Islami*. Pustaka Belajar, 2018.
- Annur, Cindy Mutia. "Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang Hingga Awal 2023," dalam <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/d109a45f4409c34/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023> diunduh pada 30 Maret 2024.
- Amin, Samsul Munir. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah, 2013.
- Ansari, Hafir. *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah*. Surabaya: Al-Ikhlash, 1993.
- Aziz, Moh Ali. *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2017.
- Dalila, Nadana, dan Niken Febrina Ernungtyas. "Strategi Storytelling, Spreadability dan Monetization Podcast sebagai Media Baru Komedi," *Jurnal Riset Komunikasi*, Vol.3, No.2, 2020.
- Fadilah, Efi, Pandan Yudhapramesti dan Nindi Aristi. "Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio," *Kajian Jurnalisme*, Vol.1, No.1, 2017.
- Fitriani, Annisa. Peran Religiositas dalam Meningkatkan Psychological Being, *Al-Adyan*, vol. 11, no. 1 (2016): 2016.
- Hadi, Al-Barry Sofyan. *Kamus Ilmiah Kontemporer*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2008.
- Hidayatul, Athik, Khairul Khatoni, dan M. Khairurromadhan. "Podcast Sebagai Strategi Dakwah di Era Digital: Analisis Peluang dan Tantangan", *Jurnal Komunike*, Vol.12, No. 2, 2020.
- Ilahi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- [kbbi.kemdikbud.go.id](http://kbbi.kemdikbud.go.id), diakses pada 30 April 2024.
- Magfirah, Vira. "Dakwah Farah Qoonita Berbasis Media Podcast" Skripsi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Antasari Banjarmasin, 2021.
- Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- Putranto, T. D. Kelas Sosial dan Perempuan Generasi Z di Surabaya dalam Membuat Keputusan Setelah Lulus Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 2(1), 2018.

- Rakhmat, Jalaluddin. *Islam Aktual: Refleksi Seorang Cendekiawan Muslim (Edisi Ke-2)*, Bandung: Mizan Pustaka, 2021.
- Rakhmah, D. N. *Gen Z Dominan, Apa Maknanya bagi Pendidikan Kita?*, Jakarta: Puslitjakdikbud.Kemdikbud.Go.Id. 2021.
- Rastati, R. "Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z Di Jakarta," *Jurnal Kwangsan*, 6(1), 2018
- Rusdi, Farid. "Podcast sebagai Industri Kreatif," *Jurnal Komunikasi*, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suharsaputra, Uhar. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama, 2012.
- Tapscott, D. *Grown up digital : yang muda yang mengubah dunia*. Gramedia Pustaka Utama, 2013
- Tim Agensi Kreatif We Are Social dan Hootsuite Digital 2023 dalam [wearesocial.com/digital-2023](https://wearesocial.com/digital-2023), diunduh pada 30 Maret 2024.
- Ummah, A. H., Khatoni, M. K., & Khairurromadhan, M. "Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang dan Tantangan", *Jurnal Komunike*, 2020.
- Wekke, Ismail Suardi. *Metodologi Penelitian Dakwah dan Komunikasi*. Yogyakarta: Bintang Semesta Media, 2021.
- Yamaguchi, Cindy. "What is Podcasting?," [hilo.hawaii.edu/oct/itus/documents/Podcasting.pdf](https://hilo.hawaii.edu/oct/itus/documents/Podcasting.pdf), Diunduh pada 11 Maret 2023.

# **Lampiran-Lampiran**

TIME SCHEDULE SKRIPSI

No.	Keterangan	2022		2023			2024					2025
		Mar	Apr	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Des	Jan
1	Pengajuan Judul											
2	SK Judul											
3	Penyusunan Proposal											
4	Seminar Proposal											
5	Kroscek Kevalidan Data											
6	Penelitian											
7	Penulisan Laporan											
8	Sidang Munaqosyah											
9	Penggandaan Laporan											



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 0983/In.28.4/D.1/PP.00.9/10/2023  
Lampiran : -  
Perihal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

02 Oktober 2023

Yth.  
**Dr. Astuti Patminingsih, M. Sos. I**  
di -  
Tempat

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut di atas, ditunjuk sebagai Pembimbing Skripsi mahasiswa :

Nama : Nurul Latifah  
NPM : 1904011026  
Fakultas : Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Judul : Efektifitas Podcash Dakwah Farah Qonita dalam penyampain pesan dakwah di Era Global

Dengan ketentuan :

**1 Pembimbing**

Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD)

**Mahasiswa**

Mahasiswa melakukan bimbingan dengan ketentuan sebagai berikut :

- Pasca seminar Proposal mahasiswa wajib melakukan pendalaman BAB I, II dan III kepada pembimbing
  - Mahasiswa mengajukan surat *research* setelah mendapat persetujuan (ACC) BAB I,II dan III dari Pembimbing
  - Pengajuan Ujian Skripsi (Munaqasyah) minimal 1 bulan setelah surat *research* dikeluarkan.
- Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Bimbingan/Surat Penunjukan Pembimbing dikeluarkan.
  - Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan Skripsi yang dikeluarkan oleh Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Tahun 2018.
  - Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
    - Pendahuluan ± 2/6 bagian.
    - Isi ± 3/6 bagian.
    - Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian suarat ini disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Wakil Dekan I  
Bidang Akademik dan Kelembagaan



Kholirrijal

**PRINSIP KOMUNIKASI ISLAM *PODCAST* FARAH QOONITA DALAM  
MENINGKATKAN RELIGIOSITAS GEN-Z DI ERA DIGITAL**

**OUTLINE**

**HALAMAN SAMPUL**  
**HALAMAN JUDUL**  
**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**HALAMAN NOTA DINAS**  
**HALAMAN PENGESAHAN**  
**ABSTRAK**  
**HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN**  
**HALAMAN MOTTO**  
**HALAMAN PERSEMBAHAN**  
**KATA PENGANTAR**  
**DAFTAR ISI**  
**DAFTAR TABEL**  
**DAFTAR GAMBAR**  
**DAFTAR LAMPIRAN**

**BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan
- E. Metodologi Penelitian
  - 1. Jenis dan Sifat Penelitian
  - 2. Sumber Data
  - 3. Teknik Pengumpulan Data
  - 4. Teknik Penjamin Keabsahan Data
  - 5. Teknik Analisis Data

**BAB II LANDASAN TEORI**

- A. Prinsip-Prinsip Komunikasi Islam
  - 1. Pengertian Komunikasi Islam
  - 2. Dasar-Dasar Komunikasi Islam
  - 3. Prinsip Komunikasi Islam
- B. Media Dakwah
  - 1. Pengertian Media Dakwah

2. Macam-Macam Media Dakwah
- C. *Podcast* sebagai Media Dakwah
  1. Pengertian *Podcast*
  2. Karakteristik *Podcast*
  3. Tipe-Tipe *Podcast*
  4. Jenis-Jenis *Podcast*
- D. Religiositas
  1. Pengertian Religiositas
  2. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Religiositas
  3. Indikator Religiositas
- E. Gen-Z
  1. Pengertian Gen-Z
  2. Karakteristik Gen-Z

### BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

- A. Profil Farah Qoonita
- B. *Podcast* Farah Qoonita dalam Meningkatkan Religiositas Gen-Z di Era Digital
- C. Pembahasan

### BAB V PENUTUP

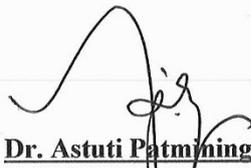
- A. Kesimpulan
- B. Saran

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN-LAMPIRAN

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Pembimbing,



**Dr. Astuti Patmingsih, M.Sos.I**

NIP 19770218 2000032 0 01

Metro, 16 Januari 2024  
Penulis,



**Nurul Latifah**

NPM. 1904011026

## ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

### PRINSIP KOMUNIKASI ISLAM *PODCAST* FARAH QOONITA DALAM MENINGKATKAN RELIGIOSITAS GEN-Z DI ERA DIGITAL

#### A. Observasi

Jenis Penelitian : Penelitian Kualitatif Kepustakaan

1. Melihat banyaknya penilaian yang diperoleh pada Podcast Farah Qoonita di Spotify
2. Melakukan pengamatan dengan mendengarkan dan menyalin siaran *podcast* Farah Qoonita

#### B. Dokumentasi

1. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *podcast* Farah Qoonita di Spotify
2. Teks *podcast* Farah Qoonita
3. Catatan hasil wawancara.
4. Profil Farah Qoonita

#### C. Wawancara (*Interview*)

Pendengar *Podcast* Farah Qoonita

- a. Apakah anda merupakan pendengar aktif *Podcast* Farah Qoonita?
- b. Sejak kapan mulai mendengarkan *Podcast* Farah Qoonita?
- c. Seberapa sering mendengarkan *Podcast* Farah Qoonita?
- d. Apa yang membuat anda tertarik untuk mendengarkan *Podcast* Farah Qoonita?
- e. Ilmu pengetahuan apa saja yang anda dapatkan dari mendengarkan *Podcast* Farah Qoonita?
- f. Apakah anda merasakan perubahan ke arah yang lebih baik setelah mendengarkan *Podcast* Farah Qoonita?

- g. Perubahan seperti apa yang dirasakan setelah rutin mendengarkan *podcast* Farah Qoonita?
- h. Menurutmu bagaimana penyampaian Farah Qoonita dalam *Podcast*-nya?

Pembimbing,



**Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I**

NIP 19770218 2000032 0 01

Metro, 16 Januari 2024  
Penulis,



**Nurul Latifah**

NPM. 1904011026



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**  
**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

Jalan Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuadainmetro@gmail.com

**SURAT KETERANGAN TURNITIN SKRIPSI**

Nomor: 1322 /In.28.4/J.1/PP.00.9/12/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I  
NIP : 197702182000032001  
Jabatan : Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menerangkan bahwa

Nama : Nurul Latifah  
NPM : 1904011026  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul Proposal Skripsi : PRINSIP KOMUNIKASI ISLAM PODCAST FARAH QOONITA DALAM MENINGKATKAN RELIGIOSITAS GEN-Z DI ERA DIGITAL

Mahasiswa tersebut, telah melaksanakan uji plagiasi **Skripsi** melalui program Turnitin dengan tingkat kemiripan **18 %**

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 30 Desember 2024  
Ketua Program Studi KPI



**Astuti Patminingsih**

Tembusan :

1. Dekan FUAD IAIN Metro
2. Wakil Dekan I FUAD IAIN Metro
3. Kabag TU FUAD IAIN Metro
4. Arsip



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

**NPP: 1807062F0000001**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: [digilib.metrouniv.ac.id](http://digilib.metrouniv.ac.id); [pustaka.iain@metrouniv.ac.id](mailto:pustaka.iain@metrouniv.ac.id)

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-1304/In.28/S/U.1/OT.01/12/2024**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Nurul Latifah  
NPM : 1904011026  
Fakultas / Jurusan : Ushuluddin, Adab dan Dakwah / Komunikasi dan Penyiaran Islam

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2024/2025 dengan nomor anggota 1904011026

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 30 Desember 2024

Kepala Perpustakaan



Dr. As'ad, S.Ag., S. Hum., M.H., C.Me.  
NIP.19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail: [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Nurul Latifah  
NPM : 1904011026

Jurusan/Prodi : FUAD/KPI  
Semester/ TA : ~~XI~~/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	10/1 2024		Pendalaman setelah seminar	
	15/1 2024		Bimbingan APD. Outline, lanjut	
	16/1 2024		Acc APD & Outline lanjut BAB I	
	2/10 2024		Bimbingan BAB I dan BAB II	
	7/10 2024		ACC BAB I dan II	

Pembimbing,

**Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I**  
NIP 19770218 2000032 0 01

Mahasiswa Ybs,

**Nurul Latifah**  
NPM 1904011026



FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nurul Latifah  
NPM : 1904011026

Jurusan/Prodi : FUAD/KPI  
Semester/ TA : XI/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	30/10 2024		Bimbingan BAB III - Perbaiki penulisan sesuai pedoman - Perbaiki Daftar Isi - lengkapi Data	
	8/11 2024		Bimbingan BAB IV - Perbaiki kesimpulan, jabarkan indikator relevansinya - Perbaiki Daftar Bustaka, urutkan sesuai Abjad	

Pembimbing,

Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I  
NIP 19770218 1000032 0 01

Mahasiswa Ybs,

Nurul Latifah  
NPM 1904011026



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH**  
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail:  
[iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

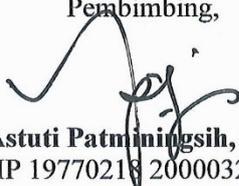
**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Nurul Latifah  
NPM : 1904011026

Jurusan/Prodi : FUAD/KPI  
Semester/ TA : XI/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	29/12 2024		Ace Munagasa	

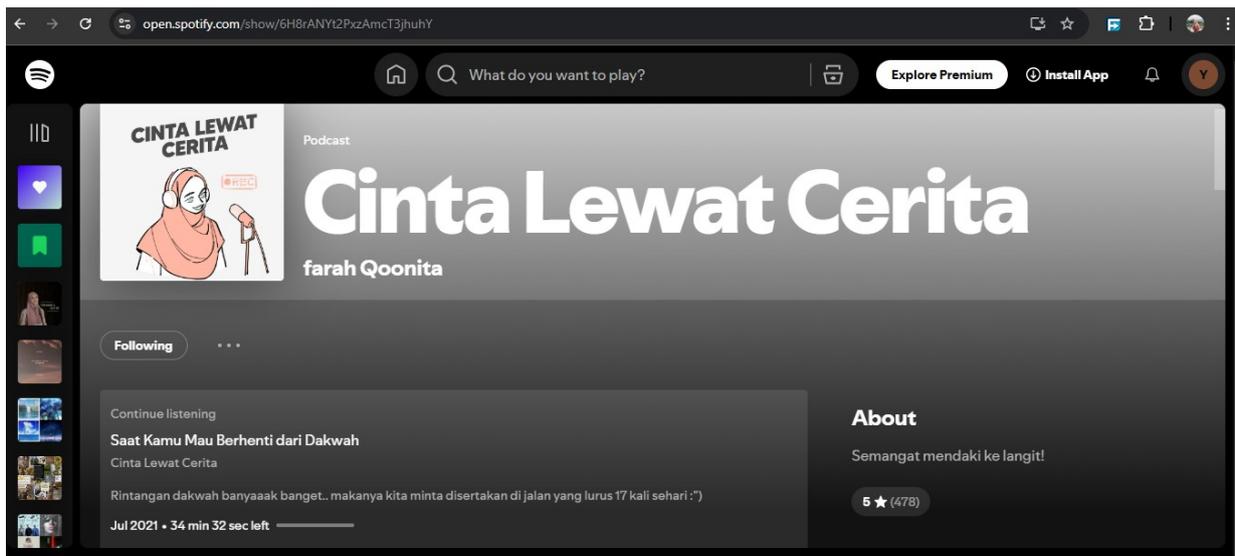
Pembimbing,

  
**Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I**  
NIP 19770218 2000032 0 01

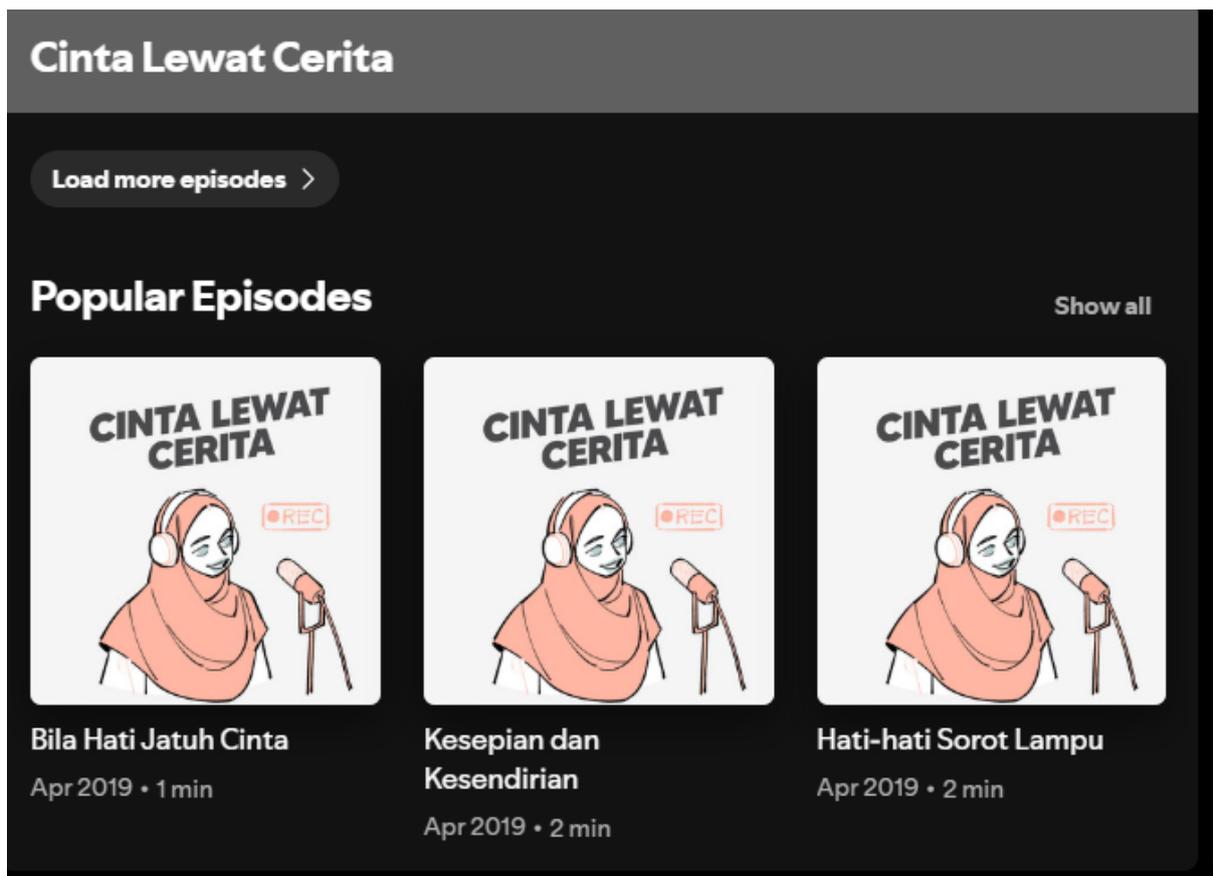
Mahasiswa Ybs,

  
**Nurul Latifah**  
NPM 1904011026

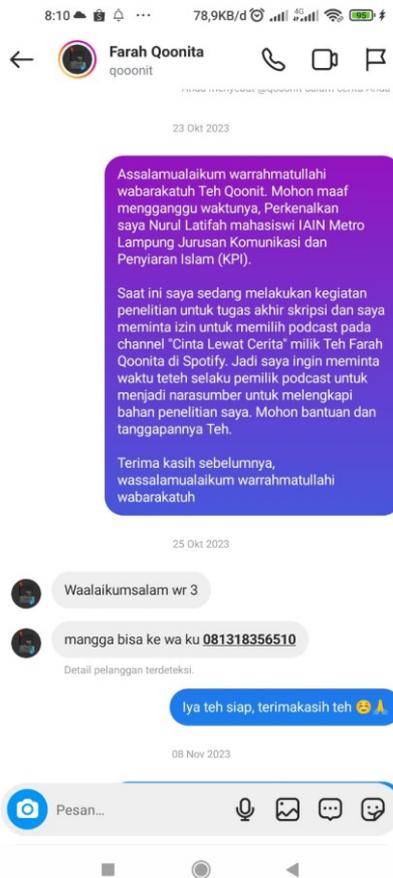
## Lampiran Tampilan Akun Podcast Farah Qoonita di Spotify



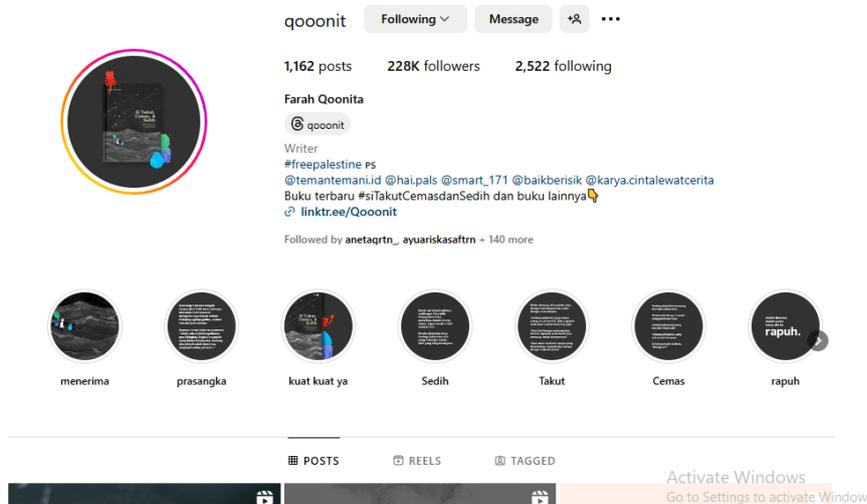
## Lampiran Tampilan Episode Podcast Populer Milik Farah Qoonita



## Lampiran Bukti Perizinan Penelitian Kepada Farah Qoonita



## Lampiran Tampilan Akun Instagram Farah Qoonita @qoonit



## Tampilan Akun Youtube Milik Farah Qoonita



# Farah Qoonita Official

@farahqoonitaofficial6825 · 11,4 rb subscriber · 56 video

Semangat mendaki ke langit! ...selengkapnya

[facebook.com/qoonita](https://facebook.com/qoonita) dan 2 link lainnya

 Disubscribe 

Beranda Video Playlist 

## Tampilan Akun Telegram Farah Qoonita



### Cinta Lewat Cerita

4 862 subscribers

by Farah Qoonita  
[cintalewatcerita.com](https://cintalewatcerita.com)  
dapatkan karya teh qoon di  
[bit.ly/tokomqi](https://bit.ly/tokomqi)



Sharing Tulisan dan Video dari  
akun [@qoonit](https://t.me/qoonit)

Info



[t.me/cintalewatcerita](https://t.me/cintalewatcerita)

Link

### Daftar Judul Episode Podcast Farah Qoonita di Spotify

<b>NO</b>	<b>JUDUL EPISODE</b>	<b>WAKTU RILIS</b>
1	Bila Hati Jatuh Cinta	23 April 2019
2	Hati-Hati Sorot Lampu	23 April 2019
3	Karya Tertinggi	23 April 2019
4	Kesepian dan Kesendirian	23 April 2019
5	Satuan Umur adalah Karya	23 April 2019
6	Sumber Semangat	23 April 2019
7	Terlalu Bodoh untuk Menilai	23 April 2019
8	Relativitas Waktu	23 April 2019
9	Surat Cinta Untukmu	23 April 2019
10	Kamu Tak Dianggap	23 April 2019
11	Hubungan Suka Sama Suka	23 April 2019
12	Pintar Memutar Nalar	23 April 2019
13	Di-Skip	23 April 2019
14	Sahabat Rasulullah Juga Ingin Soleh	23 April 2019
15	Merayakan Kegagalan	23 April 2019
16	Saat Takut	23 April 2019
17	Menit dan Jam	30 Juni 2019
18	Menolong Yang Tak Perlu Ditolong	30 Juni 2019
19	Surat Untukku Di Masa Depan	30 Juni 2019
20	Deadline	30 Juni 2019
21	Bermimpilah Dengan Gila	30 Juni 2019
22	Pilih Petualanganmu	30 Juni 2019
23	Kapten Hati	30 Juni 2019
24	Personal Branding Perempuan	29 Juli 2019
25	Hidup Bukan Tentang Dirimu	29 Juli 2019
26	QLC : Fase Naik Kelas	1 Agustus 2019
27	Pengalamanku Menghadapi Quarter Life Crisis	1 Agustus 2019
28	Konsekuensi Maksiat	23 Agustus 2019
29	Perspektif Langit	23 Agustus 2019

30	Berlarilah	23 Agustus 2019
31	Untuk Yang Memendam Rindu	17 September 2019
32	Pendaki Langit	17 September 2019
33	Polisi Hati	17 September 2019
34	Dari Palestina Kita Belajar	28 September 2019
35	Krisis Identitas	30 September 2019
36	Jatuh Di Lubang Yang Sama	15 Oktober 2019
37	Tanda Cinta Adalah Menjaga	14 November 2019
38	Muslim Berkualitas	14 November 2019
39	Relationship Goals	17 November 2019
40	Seni Hidup Minimalis	24 Januari 2020
41	Produk-tips!	19 Februari 2020
42	Investasi Manusia	8 Maret 2020
43	Ambisius	10 Maret 2020
44	Selesai Dengan Diri, Siap Berkontribusi	17 Maret 2020
45	Daya Hidup; Perang Peradaban dan Apa Yang Harus Kita Lakukan	22 Maret 2020
46	Perempuan Bisa Apa	28 Maret 2020
47	Ramadhan Dalam Pandemi	9 April 2020
48	Kartini Masa Kini	18 April 2020
49	Tips Ramadhan Dalam Karantina	20 April 2020
50	Tak Sekedar Terima Kasih	24 April 2020
51	Tak Sadar Bermimpi Besar	27 April 2020
52	Original Soundtrack - Novel Nyala Semesta	6 Mei 2020
53	Jadi 100%, Wujudkan Mimpi	21 Mei 2020
54	Menulis Usha Memanjangkan Usia	22 Mei 2020
55	Kalau Pancasila Bicara	2 Juni 2020
56	Manusia Mati Di Lumbung Cahaya	10 Juni 2020
57	Surat Terbuka Untuk Muslimah	26 Juni 2020
58	Cinta Lewat Cerita	1 Juli 2020
59	Influencer	16 Juli 2020

60	Setiap Kehidupan Berharga	13 Agustus 2020
61	Menjadi Manusia	13 Agustus 2020
62	Membuat Bidadari Cemburu	13 Agustus 2020
63	Menyayangi Ibu Pertiwi	13 Agustus 2020
64	Jika Kita Punya Satu Hari Lagi	5 September 2020
65	Untuk Yang Mengaku Mahasiswa	5 September 2020
66	"Aku Manusia Tanpa Potensi"	10 September 2020
67	Q&A "Al Quran in My Life" x Rumah Quran Jatinagor	18 September 2020
68	Mengatasi Rasa Insecure	18 Oktober 2020
69	Usha Manusia Mengenal Tuhan	20 Oktober 2020
70	Mengeja Bahagia	21 Oktober 2020
71	Generasi Pembaharu	27 Oktober 2020
72	Memperjuangkan Cinta	30 Oktober 2020
73	Untuk Yang Sedang Merayu Tuhan	10 November 2020
74	Milenials dan Palestina, Q&A Bareng Mahasiswa Sudan	20 Januari 2021
75	Bertemu Gagal	20 Januari 2021
76	Kita Adalah Kumpulan Hari	20 Januari 2021
77	Aku Belajar Cinta	9 Februari 2021
78	Saat Hilang Harapan	24 Maret 2021
79	Hidup Adalah Tentang Belajar	25 Maret 2021
80	Hidup Adalah Tentang Memberi	29 Maret 2021
81	Hidup Untuk Setelah Hidup	29 Maret 2021
82	Hidup Adlah Tentang Mencintai-Nya	29 Maret 2021
83	Hidup Adalah Tentang Berjuang	1 April 2021
84	Menjadi Muslim Prestatif dan Kontributif	11 Juli 2021
85	Mempersiapkan Pernikahan	19 Juli 2021
86	Lika-liku Berkarya	24 Juli 2021
87	Menghargai Hidup	26 Juli 2021
88	Usha Dikit Dapet Banyak	26 Juli 2021
89	Be The Greatest Version of You	27 Juli 2021

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nurul Latifah lahir di Desa Mojopahit, Kecamatan Punggur, Kabupaten Lampung Tengah pada 15 Oktober 2001, merupakan anak bungsu dari pasangan Bapak Adman dan Ibu Nastiti Ningsih. Pendidikan Dasar penulis tempuh di SDN 1 Mojopahit dan selesai pada tahun 2013. Kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 2 Punggur dan selesai pada 2016. Setelah itu, penulis menempuh Sekolah Menengah Atas di SMAN 1 Punggur yang selesai pada 2019. Penulis menempuh pendidikan terakhir di IAIN Metro Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.