

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PADA CHANNEL
PODCAST RINTIK SEDU**

Oleh:

YULIANA NISA

NPM 1904011035



Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah (FUAD)

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1445 H/ 2024 M

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PADA CHANNEL
PODCAST RINTIK SEDU**

**Diajukan Untuk Menyelesaikan Tugas dan Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos.)**

Oleh:

YULIANA NISA

NPM 1904011035

Pembimbing: Andi Rahmad, M. Sos

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah (FUAD)

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

TAHUN 1445 H/ 2024 M

PERSETUJUAN

Judul : Strategi Komunikasi Dakwah Pada Channel Podcast Rintik Sedu
Nama : Yuliana Nisa
NPM : 1904011035
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah.

Metro, 17 Desember 2023

Dosen Pembimbing



Andi Rahmad, M.Sos
NIP. 2016059701



**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.fua.iainmetro.ac.id, e-mail: fua.iain@metro.ac.id

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Halal : **Permohonan untuk Dimunaqsyahkan**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
di-
Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

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

Nama : Yuliana Nisa
NPM : 1904011035
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PADA CHANNEL
PODCAST RINTIK SEDU

Sudah kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqsyahkan.

Demikian harapan kami dan atas penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

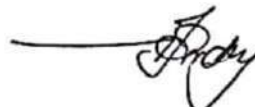
Wasalamualaikum Warahmtullahi Wabarakatuh.

Mengetahui
Ketua Program Studi KPI


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

Metro, 17 Desember 2023

Pembimbing,


Andi Rahmad, M.Sos
NIP. 2016059701

LEMBAR PENGESAHAN

No: B-0170/In-28-4/0/PP-00-9/02/2024

Skripsi dengan judul: STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PADA CHANNEL PODCAST RINTIK SEDU, oleh YULIANA NISA, NPM: 1904011035, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, yang diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah pada Hari/Tanggal: Rabu, 27 Desember 2023.

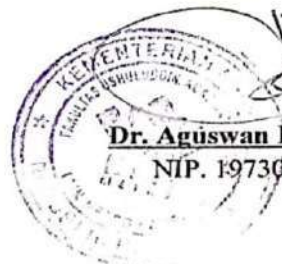
TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Andi Rahmad, M.Sos
Penguji I : Muhajir, M.Kom.I
Penguji II : Agam Anantama, M.I.Kom
Sekretaris : Alfiyana Yuliasari, S.Keb. M.Kes



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

Mengetahui
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah



Dr. Aguswan Khotibul Umam, MA
NIP. 19730801 199903 1 001

ABSTRAK

“STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PADA CHANNEL PODCAST RINTIK SEDU”

Oleh :

Yuliana Nisa

Latar belakang masalah penelitian ini yaitu ketertarikan peneliti dengan Strategi Komunikasi Dakwah yang dilakukan oleh Rintik Sedu di Channel Podcast Rintik Sedu pada platform Spotify. Channel podcast Rintik Sedu memiliki lebih dari 3 juta pendengar dan sebanyak 382 judul podcast yang sudah diupload. Konten podcast yang menggunakan tema “kehidupan Gen Z dan milenial”. Pertanyaan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi Komunikasi Dakwah Dalam Podcast Rintik Sedu?”. Tujuan penelitian ini adalah Untuk Mengetahui Strategi Dakwah Dalam Podcast Rintik Sedu.

Jenis penelitian ini adalah *Library research*, dengan pendekatan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yaitu Teknik Observasi dan Dokumentasi. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis isi (*Content Analysis*), Analisis data berhubungan dengan data yang sudah terkumpul disajikan secara *deskriptif interpretative* yaitu dengan memberikan penafsiran melalui ulasan-ulasan secukupnya mungkin terhadap data-data yang disajikan.

Hasil penelitian ini yaitu ada beberapa strategi yang digunakan oleh Rintik Sedu yaitu: 1). Berdakwah menggunakan media 2). Penyesuaian materi 3). Berdakwah menggunakan perkataan yang benar 4). Berdakwah dengan ucapan yang lugas, efektif dan jelas 5). Berdakwah dengan perkataan yang baik, santun dan tidak kasar 6). Berdakwah dengan ucapan lemah lembut menyentuh hati 7). Berdakwah dengan menggunakan judul yang menarik 8). Berdakwah secara tidak langsung.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuliana Nisa
NPM : 1904011035
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

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

Metro, 21 Desember 2023
Yang Menyatakan,



Yuliana Nisa
1904011035

MOTTO

“Hanya kepada Engkaulah kami menyembah dan hanya kepada Engkaulah kami
mohon pertolongan”

(Q.S. Al-Fatihah: 5)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan karunianya. Maka aku persembahkan skripsi karyaku ini kepada:

1. Orang Tua tercinta dan tersayang, Bapakku Supriyadi dan Mamakku Lasmiyati yang selalu memberikan do'a terbaik untukku, kasih sayang yang sangat tulus, kerja kerasnya yang tidak mengenal kata lelah dan didikan kerasnya yang membuatku menjadi tangguh dan hebat seperti sekarang. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan, kebahagiaan dan keberkahan untuk kedua orang tuaku.
2. Teruntuk adikku tercinta dan tersayang, Age Priyo Lesmono semoga kelak kamu bisa menjadi seorang anak yang selalu ingat dengan keluarga, terutama mamak. Semoga kamu bisa menjadi orang yang sukses dan selalu menebar kebaikan dan kebahagiaan bukan hanya untuk keluarga tetapi juga untuk orang lain.
3. Teruntuk sahabat-sahabatku, Yeni Safitri, Nur'aini, Winarti, Siti Nur Azizah Agustina, Priti Anggun, Hestiani yang sudah memberikan dukungan dan waktunya untuk membantuku dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga kemudahan dan kelancaran selalu menyertai kalian.
4. Teruntuk teman-teman KPI 19 yang telah berjuang bersama dalam menempuh pendidikan.
5. Teruntuk Almamaterku Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul Strategi Komunikasi Dakwah Pada Channel Podcast Rintik Sedu.

Penulisan Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata Satu Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah (FUAD) IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Dalam upaya penyelesaian Skripsi ini, penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, penulis mengucapkan terima kasih kepada Prof. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, PIA Rektor Institut Agama Islam (IAIN) Metro, Dr. H. Aguswan Khotibul Umam, M.A Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Andi Rahmad, M.Sos, Dosen pembimbing yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama penulis menempuh pendidikan. Ucapan terima kasih juga penulis haturkan kepada teman-teman yang sudah memberikan semangat selama ini.

Kritik dan saran demi perbaikan Skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga hasil penelitian yang telah dilakukan kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Metro, 27 Desember 2023

Penulis,



Yuliana Nisa

NPM. 1904011035

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN NOTA DINAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
HALAMAN KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Masalah	5
C. Pertanyaan Penelitian	5
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
E. Penelitian Relevan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Komunikasi.....	9
1. Definisi Strategi	9
2. Komunikasi	10
B. Dakwah	15
1. Pengertian Dakwah	15
2. Elemen-Element Dakwah.....	16
C. Strategi Komunikasi Dakwah	22
1. Definisi Strategi Komunikasi Dakwah.....	22
D. Podcast	23
1. Pengertian Podcast	23
2. Bentuk Podcast.....	25

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	27
B. Subjek dan Objek Penelitian	28
C. Sumber Data.....	28
D. Teknik Pengumpulan Data.....	28
E. Teknik Penjamin Keabsahan Data	29
F. Teknik Analisis Data.....	30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	31
1. Biografi Rintik Sedu	31
2. Aktivitas Dakwah Rintik Sedu.....	34
3. Profil Channel Podcast Rintik Sedu.....	36
4. Strategi Komunikasi Dakwah Podcast Rintik Sedu.....	37
B. Pembahasan.....	42

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	50
B. Saran.....	50

DAFTAR PUSTAKA	52
----------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	54
------------------------	----

DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	70
---------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tabel Judul-Judul Podcast Rintik Sedu	37
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Nadhifa Allya Tsana (Rintik Sedu).....	31
Gambar 2 Akun Kanal Podcast Rintik Sedu.....	36
Gambar 3 Podcast Rintik Sedu	38

DAFTAR LAMPIRAN

1. Jadwal Waktu Pelaksanaan Penelitian
2. SK Penunjukan Pembimbing Skripsi
3. Outline
4. Alat Pengumpul Data
5. Surat Tugas
6. Izin Research
7. Surat Keterangan Riset
8. Formulir Konsultasi Bimbingan
9. Surat Keterangan Bebas Pustaka
10. Surat Keterangan Uji Plagiasi
11. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat saat ini berada dalam kehidupan global, dimana dalam kondisi masyarakat global itu akan terjadi pola-pola hubungan sosial yang berbeda dari sebelumnya. Kemudahan berpindahan dari satu tempat yang lain dan terbentuknya jaringan komunikasi yang menjangkau setiap pelosok hunian manusia. Dengan demikian, dunia seakan menjadi kecil dan mudah dijangkau. Apa yang terjadi di suatu tempat akan segera diketahui dan tersebar ke tempat yang lain walaupun di tempat paling jauh sekalipun.

Dengan kata lain kehidupan global memberikan kemudahan bagi umat masyarakat dalam mendapatkan informasi dan juga memungkinkan masyarakat untuk berkomunikasi tanpa harus memperdulikan jarak yang ada pada mereka. Kemajuan teknologi komunikasi kini telah dimanfaatkan oleh masyarakat untuk menjalani interaksi dengan orang lain dimanapun dan kapanpun melalui media *smartphone*. Ponsel pintar dengan segala kecanggihan teknologinya menjadikan *smartphone* sebagai prioritas utama dalam melakukan segala hal bagi berbagai kalangan. Interaksi yang terjadi menjadi semakin mudah dan cepat Hal tersebut juga tidak lepas dari perkembangan internet yang memudahkan masyarakat dalam berkomunikasi dan juga mengakses informasi.

Hadirnya internet yang semakin cepat dan teknologi yang semakin pesat membuat kemunculan berbagai media baru, dimana hampir semua

hal bisa dilakukan melalui *smartphone* yang dapat melakukan sebagian besar kegiatan dengan instan dan semakin dipermudah dalam segala urusan seperti menonton televisi, membaca berita, mendengarkan radio, bahkan dari segi pendidikan dapat dilakukan sekaligus menggunakan *smartphone*. Begitu juga dalam segi keagamaan, sudah semakin banyak para da'i yang memanfaatkan kecanggihan teknologi sebagai sarana berdakwah. Salah satunya yang dapat diakses oleh *smartphone* ialah *Podcast*.

Podcast mempunyai pengertian sebagai situs media digital (audio) yang dapat didownload, diunggah, serta dibagikan (*share*) di seluruh penjuru dunia, Podcast ialah media yang menampilkan berupa audio yang kompleks. Salah satu fungsi podcast ialah sebagai media hiburan dan edukasi. Terlepas dari hiburan podcast juga digunakan sebagai media dakwah untuk menyebarkan nilai-nilai keagamaan.

Podcast sebagai platform yang bisa diakses menggunakan *smartphone* memiliki banyak sekali pengguna, seperti artikel pada Good Stats pada Juni 2023, terdapat total 167 juta pengguna media sosial di Indonesia. 153 juta ialah pengguna di atas usia 18 tahun yang merupakan 79,5 persen dari total populasi.¹

Pendengar podcast di Indonesia mencapai 35,2 persen dari total pengguna internet berumur 16-64 tahun yang gemar menikmati konten podcast tiap minggunya. Namun, apabila mengacu pada hasil dari riset yang dirilis *We Are Social* dan *Hootsuite* yang ditujukan khusus Indonesia yaitu yang berjudul “Digital 2022 Indonesia”, jumlah pengguna internet di

¹ Goodstats, “Waktu Tertinggi Mendengarkan Podcast Masyarakat RI Saat Weekdays,” dalam data.goodstats.id diunduh pada 19 September 2023.

Indonesia mencapai 204,7 juta per Januari 2022. Angka tersebut merupakan 73,7 persen dari total populasi Indonesia yang diklaim mencapai 277,7 juta jiwa, di mana lebih dari 75 persennya berusia 16-64 tahun. Dengan kata lain, pengguna internet di Indonesia berusia 16-64 tahun yang senang mendengarkan podcast tiap minggunya berjumlah lebih dari 73 juta jiwa. Secara keseluruhan, konten podcast sendiri tampaknya makin digemari oleh pengguna internet di seluruh dunia, di mana jumlahnya mencapai 5 miliar pengguna internet.²

Kelompok masyarakat pada saat ini lebih didominasi oleh generasi milenial dan generasi Z. Kedua Generasi milenial yang haus akan informasi dan memiliki pemikiran tidak biasa, menjadikan generasi ini yang ingin lebih mengerti tentang agama disertai perkembangan zaman yang semakin cepat, takut jika ingin menanyakan hal-hal yang kurang bisa diterima di kalangan sosial. Keunggulan yang dimiliki oleh generasi milenial dan Gen Z ialah adanya potensi kreativitas. Cara berpikir generasi ini yang *out of the box* menghasilkan kreatif yang berguna. Semakin banyak faktor yang mempengaruhi remaja dalam membentuk kepribadiannya semakin banyak pula penyimpangan yang akan ditimbulkan.

Apalagi untuk sekarang di zaman era digital yang dimana semua serba *online*, dan juga rasa ingin tahu generasi milenial dan Gen Z tentang segala hal bisa di lihat di mediasosial dari hiburan, pendidikan, bahkan tentang keagamaan bahkan kita bisa mendengarkan dakwah dan juga berdakwah langsung di media sosial. Dakwah sendiri ialah kegiatan untuk

² Kompas.com, "Jumlah Pendengar Podcast di Indonesia Terbesar Kedua di Dunia," dalam <https://tekno.kompas.com> diunduh pada 10 Januari 2024

menyampaikan dan mengajarkan serta mempraktikkan ajaran islam di kehidupan sehari-hari. Dakwah juga mengajak semua sesama umat muslim untuk menjalankan sebuah kebaikan, dakwah itu memotivasi setiap orang agar melaksanakan kebaikan dan mencegahnya dari perbuatan yang buruk atau mungkar agar setiap manusia bisa mendapatkan kebaikan di dunia maupun akhirat, seperti ketetapan Allah SWT dalam surah Ali 'Imran ayat 104.

Dalam surah Ali 'Imran ayat 104 menjelaskan tentang sebuah kebaikan, dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru pada kebaikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar.

Namun tidak sedikit juga dakwah di platform podcast yang diberikan inovasi, dakwah yang berbasis *Story Telling* dengan pembawaan yang santai dan isi pesan dakwah yang lebih ringan dan dapat diterima dengan mudah. Secara efektif informan terhibur dan senang, dan secara konatif informan merasa yang disampaikan da'i terjadi di dalam kehidupan mereka. Dengan melihat *Channel Podcast Rintik Sedu* yang dipandu oleh seorang *podcaster* bernama Nadhifa Allya Tsana dengan jumlah pendengar lebih dari 3 juta dan sebanyak 382 judul podcast yang berada di *channel podcast Rintik Sedu*. Konten podcast yang menggunakan tema "kehidupan sehari-hari dari Generasi milenial dan Gen Z", dengan adanya tema tersebut membuat masyarakat terkhususnya Generasi milenial dan Gen Z penasaran dengan isi kontennya dan juga channel podcast tersebut. Kalimat yang tidak biasa menjadikan inovasi baru dalam membuat konten

podcast dakwah karena semakin ambigu judul konten tersebut, semakin penasaran orang untuk melihatnya.

Sehingga di dalam konten podcast Rintik Sedu memberikan wadah bagi para pendengarnya tentang bagaimana yang dirasakan dari pendengar podcastnya dalam kehidupan di dunia ini. Di dalam Al-Qur'an dan hadits dijelaskan dasar-dasar dan pendalaman perihal keislaman, tetapi semakin berkembangnya zaman, pertanyaannyapun semakin berkembang, tetapi masih dalam pembahasan dasar dalam Al-Quran dan hadits, seorang da'i dituntut tegas dan berwawasan pada saat menerima dan memberi dakwahnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik meneliti judul "Strategi Komunikasi Dakwah Pada Channel Podcast Rintik Sedu" untuk diteliti karena dakwah podcast Rintik Sedu sangat cocok dan pas untuk generasi milenial dan Gen Z saat ini yang dimana dakwahnya tidak monoton, karena Rintik Sedu di inovasi dengan adanya *story telling* dalam podcastnya.

B. Fokus Masalah

Agar penerlitian ini tidak menyimpang, maka penulis memfokuskan pada permasalahan penelitian. Fokus pada penelitian ini adalah pada strategi dakwah dalam podcast Rintik Sedu di platform Spotify.

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan di latar belakang permasalahan di atas, maka pertanyaan pada penelitian ini yaitu Bagaimana strategi komunikasi dakwah dalam podcast Rintik Sedu?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Merujuk pada latar belakang dan pertanyaan pada uraian penelitian ini, maka dapat dituliskan bahwa tujuan penelitian ini adalah mengetahui strategi dakwah dalam podcast Rintik Sedu.

2. Manfaat Penelitian

Sebuah penelitian hendaknya dapat memberikan manfaat tertentu.

Demikian pula manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

a. Manfaat Akademis

Dalam melakukan penelitian ini merupakan suatu hal yang bermanfaat bagi peneliti karena dapat mengaplikasikan ilmu yang didapat dalam perkuliahan dan dituangkan pada karya ilmiah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada semua kalangan yang terkait dan menambah khazanah kepustakaan di Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah khususnya program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

b. Manfaat Praktis

- 1) Menambah wawasan serta pengetahuan bagi peneliti tentang strategi dakwah dan podcast
- 2) Dapat dijadikan bahan untuk referensi bagi penelitian yang selanjutnya.

E. Penelitian Relevan

Penelitian relevan adalah hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu yang sesuai atau relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti selanjutnya. Penelitian relevan akan berguna

sebagai dasar atau pijakan bahwa telah dilakukan penelitian yang hampir sama dengan hasil yang baik, sehingga penelitian tersebut dikembangkan lagi oleh peneliti lain dengan maksud memberikan hasil yang maksimal. Oleh karena itu, penelitian ini mengutip hasil penelitian lain sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya. Adapun penelitian relevan yang dipilih diantaranya adalah:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Raihanissa Fitriah (2022) Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dalam skripsi yang berjudul “Strategi Konten Dakwah Melalui Akun Tiktok (Studi Deskriptif Pada Konten Tiktok @Yudhidharmawan)”. Persamaan dari penelitian ini yakni sama-sama menggunakan analisis Studi Deskriptif. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini ialah menggunakan Objek akun kanal Podcast Rintik Sedu.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Roni (2020) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dalam skripsi yang berjudul “Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial (Online)”. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan analisis studi Deskriptif. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini ialah menggunakan objek penelitian Strategi Komunikasi Dakwah Podcast Rintik Sedu.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Tiara Rahmadaniar (2018) Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dalam skripsi yang berjudul “Strategi Dakwah Akun Youtube Muslimahdailycom Dalam Mensosialisasikan Jilbab”. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan analisis Studi Deskriptif. Sedangkan

perbedaan dalam penelitian ini yakni dalam sarana dakwahnya yaitu menggunakan akun podcast pada platform Spotify.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Komunikasi

1. Definisi Strategi

Strategi berasal dari istilah bahasa Yunani, yang aslinya berarti : “seni singa jendral” atau “kapal sang jendral”.³ Menurut Robbins dalam bukunya Morisson, mendefinisikan strategi sebagai penentuan tujuan jangka panjang perusahaan dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan.

Strategi dalam suatu kegiatan dapat diartikan sebagai langkah-langkah operasional dalam menuju terlaksananya suatu kegiatan yang merupakan taktik untuk mencapai suatu tujuan dari kegiatan itu, dalam pengertian berhasil dengan baik dalam mencapai sasaran yang dikehendaki.

Menurut referensi Kamus Besar Bahasa Indonesia, Strategi merupakan keahlian atau pengetahuan sumber daya dalam menyelesaikan kegiatan tertentu. Rencana untuk mencapai tujuan organisasi dan melaksanakan misi juga disebut strategi.⁴

Berdasarkan pengertian diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi adalah proses dari rencana yang bersifat menyeluruh dan terintegrasi berisikan sasaran dan program jangka panjang yang

³ Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah: Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 81.

⁴ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan R.I, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), 199.

dirumuskan berdasarkan kelebihan dan kekurangan guna menghadapi peluang dan ancaman.

2. Komunikasi

a. Definisi Komunikasi

Secara etimologi Komunikasi berasal dari bahasa Inggris *Communication* berasal dari bahasa Latin "*Communication*", bersumber dari "*Communis*" yang berarti sama. Sama dalam hal ini adalah pengertian "sama makna". Komunikasi antara kedua belah pihak setidaknya harus memiliki niat yang sama. Disebut minimal karena kegiatan komunikasi bersifat persuasif, artinya orang cenderung menerima suatu pemahaman atau keyakinan, melakukan suatu kegiatan, dan lain-lain, selain bersifat informatif, yaitu untuk memastikan bahwa orang mengerti dan tahu. Praktek penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media yang memberikan dampak tertentu dikenal dengan istilah komunikasi. Pada kenyataannya, komunikasi dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung. Jika pesan komunikator sesuai dengan kerangka acuan komunikan yaitu panduan untuk mengalami dan memahami sepenuhnya maka komunikasi akan efektif.⁵

Komunikasi menurut beberapa ahli memiliki pengertian yang berbeda-beda, diantaranya:

Pertama, Deddy Mulyana mengutip Bernard Berelson dan Gery A. Stainer tentang komunikasi dalam Ilmu Komunikasi. Komunikasi didefinisikan sebagai transfer informasi, ide, emosi, kemampuan, dan

⁵ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakrya, 2010), 4.

hal-hal lain melalui pemanfaatan simbol, kata-kata, gambar, dan grafik.

Kemudian, Carl I. Hovland yang dikutip oleh Deddy Mulyana dalam bukunya pengantar Ilmu Komunikasi mengatakan bahwa komunikasi, “*Communication is the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify, the behavior of other individuals*” (prosedur melalui mana satu orang (komunikator) mengirimkan stimulus ke orang lain (biasanya sebagai tanda verbal) untuk mengubah perilaku mereka).⁶

Sebagaimana yang sudah dipaparkan di atas, kesimpulan dari komunikasi adalah tindakan menyampaikan suatu pesan kepada orang lain, dan komunikasi akan terjadi apabila pesan yang disampaikan dan penerimanya memahaminya. Ketika seseorang mengetahui apa yang dikatakan oleh komunikator, maka dapat dikatakan bahwa komunikasi tersebut berhasil. Sebaliknya, jika komunikan tidak menangkap pesan atau tujuan yang coba diungkapkan oleh komunikator maka komunikasi akan gagal.

b. Unsur-Unsur Komunikasi

Untuk memahami komunikasi, maka terlebih dahulu memahami unsur-unsur dalam komunikasi, yaitu sebagai berikut:

1) Komunikator

Pihak yang menyampaikan pesan kepada khalayak disebut komunikator. Selama proses komunikasi, informasi mengalir lebih dari satu arah, dari sumber ke tujuan, sehingga

⁶ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 68-69.

memungkinkan bagi komunikator dan komunikan untuk saling bertukar informasi. Karena komunikator memberikan umpan balik kepada komunikan, komunikator kemudian berfungsi sebagai komunikan.

2) Pesan

Semua yang disampaikan oleh komunikator adalah pesan. Pesan komunikator adalah kumpulan pikiran dan emosi yang diungkapkan sebagai pernyataan yang mungkin berbentuk ide, fakta, keluhan, keyakinan, permohonan, pelajaran, dan hal-hal lain.

Sebuah pesan mungkin verbal atau non-verbal. Komunikasi verbal dapat disampaikan melalui live chat, percakapan telepon, radio, catatan, buku, majalah, dan media tertulis atau cetak lainnya. Komunikasi nonverbal dapat berbentuk gerak tubuh, suara, dan ekspresi wajah.⁷

3) Komunikan

Dalam proses komunikasi, komunikator membutuhkan sasaran, khalayak, pendengar dan penerima pesan yang disebut komunikan. Berbagai terminologi, seperti publik, target, komunikator, atau dalam bahasa Inggris, publik atau penerima sering digunakan untuk menyebut penerima. Diterima di seluruh komunikasi bahwa keberadaan sumber menghasilkan keberadaan penerima. Tidak ada sumber berarti tidak ada penerima.

⁷ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 70.

Karena dia adalah penerima pesan yang dimaksud, penerima sangat penting untuk proses tersebut. Banyak masalah muncul ketika penerima yang dituju tidak mendapatkan komunikasi, dan masalah ini sering memerlukan modifikasi sumber, pesan atau saluran.⁸

4) Media

Media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesannya kepada khalayak. Metode penyampaian pesan kadang-kadang disebut sebagai saluran dan mencakup komunikasi tatap muka langsung, media cetak (surat kabar, majalah), dan media elektronik (radio, televisi). Meskipun kekuatan media personal lebih rendah dari media massa, namun media personal tetap efektif untuk tujuan tertentu dan digunakan secara luas. Oleh karena itu, untuk berkomunikasi dengan lancar menggunakan media, komunikator harus lebih matang dan siap untuk merencanakan komunikasi yang sukses.

5) Umpan Balik (*Feedback*)

Umpan balik adalah reaksi atau tanggapan dari penerima pesan yang membentuk dan memodifikasi pesan berikutnya dari sumber. Umpan balik menguntungkan sumber karena dapat menjawab pertanyaan yang dibuat oleh sumber.

c. Tujuan Komunikasi

⁸ Fenny Oktavia, "Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Dalam Memediasi Kepentingan PT. Bukit Borneo Sejahtera Dengan Masyarakat Desa Long Lunuk," *ejournal Ilmu Komunikasi*, No. 2/2016, 240.

Sebagaimana dikemukakan oleh Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, komunikasi memiliki tujuan sebagai berikut:

1) Perubahan sikap

Komunikator berusaha mempengaruhi opini orang dan membujuk mereka untuk mendukung tujuan kita dalam berbagai skenario.

2) Perubahan pendapat

Dalam komunikasi, upaya membangun pengetahuan, yaitu kemampuan untuk menafsirkan informasi secara menyeluruh sebagaimana dimaksud oleh komunikator, akan mengakibatkan komunikasi mengembangkan sudut pandang yang berbeda.

3) Perubahan perilaku

Tingkah laku atau perilaku seseorang yang awalnya negatif dapat diubah melalui komunikasi menjadi baik.

4) Perubahan sosial

Penyampaian pesan atau informasi kepada publik sebagai bagian dari upaya komunikasi juga berusaha mendorong individu untuk mendukung dan mengambil bagian dalam tujuan informasi tersebut.⁹

⁹ A. Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta: Penanda Media Group, 2011), 128.

B. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Dakwah ditinjau dari segi bahasa berasal dari bahasa arab “da’wah” yang berarti menyeru, memanggil, mengundang, meminta, memohon, minta tolong, mendoakan dan meratapi.

Dakwah dapat juga dimaksudkan sebagai upaya untuk menyeru atau mengajak kepada umat manusia agar melakukan hal-hal yang baik dan terus berada di jalan Allah baik secara lisan, tulisan ataupun kegiatan yang dilakukan. Dapat dilakukan dengan menyebarkan nilai-nilai kebenaran sesuai dengan ajaran Islam, mencegah dan menjauhkan hal-hal yang inkar.¹⁰

Berdakwah merupakan kewajiban bagi setiap muslim, baik sendirian ataupun kelompok. Sehingga dakwah yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam upaya untuk mengajak orang lain agar timbul kesadaran, sikap dan pengalaman ajaran agama Islam dalam diri manusia tanpa unsur paksaan. Ajaran agama Allah terdiri dari akidah, akhlak dan syariah yang tertulis di dalam Al-qur’an.

Membahasakan apa yang ada di dalam al-Qur’an bukan sebatas menjelaskan dan menyampaikan semata-mata, tetapi juga harus menyentuh dalam pembinaan dan menciptakan pribadi, keluarga dan masyarakat Islam secara menyeluruh.¹¹

Ajaran agama Islam disampai melalui dakwah yang dapat menyelamatkan manusia dan masyarakat dari hal-hal yang akan

¹⁰ Sakareeya Bungo, “Pendekatan Dakwah Kultural Dalam Masyarakat Plural”, Jurnal Dakwah Tabligh, 15(2), 2014, hal. 212.

¹¹ Baidi Bukhori, “Dakwah melalui bimbingan konseling Islam”, Jurnal Konseling Religi, 5(1), 2014, hal. 3.

membawa kepada kehancuran. Oleh karena itu, dakwah bukanlah pekerjaan yang asal dilakukan, tetapi suatu pekerjaan yang sudah menjadi kewajiban bagi setiap umat muslim.

2. Elemen-Elemen Dakwah

Dalam berdakwah, tentu keberhasilannya ditentukan oleh beberapa elemen yang menjadi satu kesatuan yang saling berkesinambungan. Adapun elemen-elemen dakwah, yaitu:

a. Subjek Dakwah

Subjek dakwah yaitu da'i atau mubaligh melaksanakan tugas dakwah. Dalam melakukan dakwah subjek dakwah dapat melakukannya individu atau berkelompok.

b. Objek Dakwah

Objek dakwah yaitu mad'u yang menjadi sasaran atau tujuan dalam dakwah. Dalam pengertian tersebut, maka tiap manusia tanpa membedakan ras, usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, warna kulit dan lain sebagainya.

c. Materi Dakwah

Materi atau pesan dakwah adalah isi pesan yang disampaikan da'i kepada mad'u. Pada dasarnya pesan dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri. Secara umum dapat dikelompokkan menjadi:

1) Pesan akidah, meliputi iman kepada Allah, iman kepada malaikatnya, iman kepada kitab-kitabnya, iman kepada rasul-rasulnya, iman kepada hari akhir, iman kepada Qadha-Qadhar.

2) Pesan Syariah meliputi ibadah thaharah, shalat, zakat, puasa, haji, serta mu'amalah. Hukum perdata meliputi: hukum niaga,

hukum nikah, dan hukum waris. Hukum publik meliputi: hukum pidana, hukum negara, hukum perang dan damai.

3) Pesan Akhlak meliputi akhlak terhadap Allah, akhlak terhadap makhluk meliputi akhlak terhadap manusia, diri sendiri, tetangga, masyarakat lainnya, akhlak terhadap bukan manusia, flora, fauna, dan sebagainya.¹²

d. Metode dakwah

Metode dakwah adalah cara yang digunakan untuk menyampaikan dakwah kepada mad'u agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik kemudian diyakini dan diamalkan. Da'I harus menentukan metode yang tepat dalam menyampaikan dakwah, disesuaikan dengan keadaan mad'u. Sebagaimana dalam surat an-Nahl ayat 125:

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ
أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”. (Q.S an-Nahl:125)¹³

¹² Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), 20.

¹³ Q.S. An-Nahl ayat 125.

e. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menunjang keberlangsungan kegiatan dakwah. Segala sesuatu yang menunjang proses dakwah dan mengefektifkan penyampaian pesan dari da'i kepada mad'u.

Alat-alat yang dipakai untuk menyampaikan ajaran Islam.

Hamzah Ya'qub membagi media dakwah itu menjadi lima:

- 1) Lisan, media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan dan sebagainya.
- 2) Tulisan, buku majalah, surat kabar, korespondensi (surat, e-mail, smas), spanduk dan lain-lain.
- 3) Lukisan, gambar, karikatur dan sebagainya.
- 4) Audio visual yaitu alat dakwah yang dapat merangsang indera pendengar atau penglihatan dan kedua-duanya, bisa berbentuk televisi, slide, ohp, internet dan sebagainya.
- 5) Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam, yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh mad'u.¹⁴

f. Efek Dakwah

Efek dalam ilmu komunikasi biasa disebut dengan *feedback* (umpan balik) adalah reaksi dari proses dakwah. Dalam bahasa sederhananya adalah reaksi dakwah yang ditimbulkan oleh aksi dakwah.¹⁵

g. Tujuan Dakwah

¹⁴ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), 20

¹⁵ *Ibid.*, 21.

Dalam ilmu komunikasi, tujuan disebut dengan term *destination* yang berarti sasaran atau arah yang akan dicapai dan dengannya dirumuskan pesan-pesan oleh komunikator untuk mencapai tujuan komunikator.¹⁶ Pada prinsipnya, tujuan dakwah hanya kepada Allah, tetapi keadaan objek dakwah seperti tersebut variatif (ada yang kafir, ahli kitab, dan orang-orang beriman), sehingga masing-masing objek perlu ditinjau menurut eksistensinya. Peninjauan yang berbeda bertujuan agar pesan bersifat kondisional dan situasional dan dapat menunjukkan solusi setiap permasalahan yang dialami oleh objek.

1) Tujuan dakwah kepada orang kafir

Orang kafir adalah orang yang mendustakan Allah dan Rasul-Rasul-Nya sekaligus ajaran-ajarannya. Penolakan mereka menunjukkan bahwa profil yang tampak itu bukan pada prototype yang hakiki. Penyampaian dakwah secara intensif bertujuan agar mereka beriman kepada Allah, dan sadar akan kedudukan dan fungsi dirinya sebagai hamba Allah. Dengan demikian, mengajak orang kafir ke jalan Islam adalah suatu kewajiban. Dakwah memberikan informasi tentang eksistensi dirinya sebagai makhluk ciptaan Allah dan fungsinya, guna membawa mereka kepada kesejahteraan hidup di dunia dan keselamatan di akhirat.

2) Tujuan dakwah kepada ahli kitab

Terhadap ahli kitab (Yahudi dan Nasrani) Al-qur'an menunjukkan agar da'i berusaha menanamkan keyakinan kepada mereka bahwa Nabi Muhammad SAW adalah rasul terakhir dan

¹⁶ Dr. Muhammad Qadaruddin Abdullah, M. Sos.I, *Pengantar Ilmu Dakwah* (CV. Penerbit Qiara Media, 2019), 15

kitab suci Al-qur'an adalah petunjuk bagi manusia secara universal.¹⁷ Hal tersebut dapat dipahami dalam QS. Asy-Syura : 15.

فَلِذَلِكَ فَادُعُ ۖ وَاسْتَقِيمَ ۖ كَمَا أُمِرْتُ ۖ وَأَنَا تَتَّبِعُ أَهْوَاءَ هُمْ ۖ وَقُلْ آمَنْتُ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ
مِنْ كِتَابٍ ۖ وَأُمِرْتُ لِأَعْدِلَ بَيْنَكُمُ ۖ اللَّهُ رَبُّنَا وَرَبُّكُمْ ۖ لَنَا أَعْمَالُنَا وَلكُمْ أَعْمَالُكُمْ ۖ نَا
حُجَّةَ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمُ ۖ اللَّهُ يَجْمَعُ بَيْنَنَا ۖ وَإِلَيْهِ الْمَصِيرُ

Artinya:

Maka karena itu serulah (mereka kepada agama itu) dan tetaplah sebagaimana diperintahkan kepadamu dan janganlah mengikuti hawa nafsu mereka dan katakanlah: “Aku beriman kepada semua kitab yang diturunkan Allah dan aku diperintahkan agar berlaku adil di antara kamu. Allah Tuhan kami dan Tuhan kamu. Bagi kami perbuatan kami dan bagi kamu perbuatan kamu. Tidak (perlu) ada pertengkaran antara kami dan kamu, Allah mengumpulkan antara kita dan kepada-Nyalah (kita) kembali.”¹⁸

Ayat tersebut merupakan perintah untuk menyampaikan dakwah kepada ahli kitab. Tujuannya agar mereka sadar dan mengakui kebenaran segala yang diturunkan Allah kepadanya.

3) Tujuan dakwah kepada orang beriman

Mukmin adalah orang yang beriman kepada Allah dan segala hal yang wajib diimani. Pelaksanaan dakwah kepada orang beriman bertujuan agar mereka intensif melaksanakan amal saleh

¹⁷ *Ibid.*, 18.

¹⁸ QS. Asy-Syura (42): 15.

sebagai bukti ketaatan kepada Allah. Efek amal saleh yang mereka lakukan adalah terbentuknya akhlak mulia dan di akhirat mendapat pahala mulia di sisi Allah SWT.¹⁹ Hal ini dijelaskan dalam QS. Al-Nahl: 97 :

مَنْ عَمِلْ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً ۚ وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ
مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ

Artinya:

“Barang siapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya akan kami berikan kepadanya kehidupan yang baik, dan sesungguhnya akan kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan.”²⁰

Ayat ini menjelaskan tentang janji Allah kepada orang-orang yang beriman tanpa membedakan jenis kelamin, berupa hayatan tayyibah (kehidupan yang baik) dan pahala sebagai balasan amal saleh yang dilaksanakan. Selain itu, dalam ayat tersebut terlihat pula hubungan sebab akibat antara usaha manusia dengan tujuan yang dicapai. Dalam ayat ini disebutkan bahwa iman merupakan dasar utama untuk melakukan usaha dapat mengantarkan tercapainya tujuan tersebut.

¹⁹ Dr. Muhammad Qadaruddin Abdullah, M. Sos.I, *Pengantar Ilmu Dakwah* (CV. Penerbit Qiara Media, 2019), 19.

²⁰ QS. Al-Nahl (16): 97.

C. Strategi Komunikasi Dakwah

1. Definisi Strategi Komunikasi Dakwah

Strategi terutama perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan, seperti yang dinyatakan sebelumnya. Namun,, untuk melakukan ini, strategi harus dapat menunjukkan bagaimana taktik operasional, bukan hanya sebagai peta jalan yang menggambarkan jalan. Begitu pula dengan setrategi komunikasi, yang memadukan manajemen komunikasi dengan perencanaan komunikasi untuk memenuhi tujuan yang telah ditetapkan.²¹

Komunikasi dakwah dimungkinkan dalam arti luas dan khusus. Komunikasi dakwah dalam pengertian yang paling luas, mengacu pada tujuan dan peran komunikasi (seperti pertukaran pesan) di antara semua pemegang kepentingan dakwah, terutama antara komunikator (da'i) dan komunikan (mad'u), karena proses perencanaan, pelaksanaan, serta penilaian dakwah.

Sedangkan dalam pengertian yang lebih terbatas, komunikasi dakwah mengacu pada semua metode, pendekatan dan strategi yang digunakan untuk menyampaikan pesan dan kemampuan dakwah kepada seluruh masyarakat. Tujuan dari aksi ini adalah untuk membantu masyarakat sasaran, dalam hal ini mad'u memahami, menerima dan mengamalkan ajaran dakwah yang disebarluaskan oleh da'i. Dalam mengkaji mengenai komunikasi dakwah tentunya perlu mengetahui dan memahami komponen dakwah, objek kajian dakwah serta ilmu yang bersangkutan. Setelah

²¹ Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), 61.

menentukan aspek yang akan diteliti kemudian nantinya perlu mengkaji berdasarkan objek kajian dakwah serta ilmu yang bersangkutan.²²

Letak perbedaan krusial antara komunikasi dan komunikasi dakwah sesungguhnya terletak pada substansi pesannya. Sementara isi media dakwah menyampaikan kebenaran dan keteladanan Islam, pesan-pesan dalam media lebih bersifat generik dan netral. Tujuan dan dampak yang diinginkan juga membuat perbedaan. Sementara tujuan komunikasi hanya untuk menyampaikan informasi, tujuan komunikasi dakwah adalah untuk mempengaruhi pendengar agar mengubah perilakunya agar lebih mematuhi prinsip-prinsip Islam.²³

Oleh karena itu, dengan beberapa penjelasan di atas mengenai strategi dan komunikasi dakwah, seorang peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan. Strategi komunikasi dakwah dapat dipahami sebagai upaya atau metode da'i untuk menyampaikan pesan-pesan Al-Qur'an dan Al-Hadits kepada masyarakat umum, agar dapat mengetahui dan memahami, mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari dan dapat menjadikan Al-Qur'an dan Al-Hadits sebagai pedoman hidup yang akan menentukan kehidupan manusia di dunia ini untuk mendapatkan kebahagiaan di dunia dan masa depan.

D. Podcast

1. Pengertian Podcast

Podcast merupakan sebuah media audio baru yang dikenal sejak tahun 2004. Sebagai sebuah media audio baru, podcast dapat diartikan sebuah materi audio atau video yang tersedia di internet atau

²² Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 32-33.

²³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2009), 4.

melalui aplikasi secara gratis maupun berlangganan.²⁴ Di Amerika Serikat (AS), tempat pertama kali podcast lahir, ditunjukkan bahwa 21% warga Amerika Serikat usia 12 tahun keatas, pasti pernah menjadi pendengar podcast dalam satu bulan terakhir. Seorang pendiri seri podcast bernama “*stratup*” yaitu Alex Blumberg, mengungkapkan bahwa sekarang (siaran) audio berpindah pada jenis *on demand* atau sesuai kebutuhan.

Podcast merupakan pepadanan ‘iPod’ dan ‘*broadcasting*’. podcast sebagai file audio yang dapat di distribusikan melalui jaringan internet dan dapat diputar tidak hanya pada iPod melainkan *smartphone*, komputer atau *pc*, atau perangkat audio online seperti *Spotify*, *Joox*, *Soundcloud.com*. Salah satu kelebihan podcast dapat didengarkan dan diunduh kapanpun dan di manapun.²⁵

Dibandingkan dengan radio konvensional, perbedaan podcast dengan radio adalah podcast tidak menyiarkan kontennya secara linear karena podcast merupakan platform siaran suara *on demand*. Dengan kata lain, pendengar bisa mendengarkan sesuai apa yang mereka inginkan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Podcasting adalah bentuk dari perkembangan media yang menarik karena siapapun dapat mengekspresikan ide dan gagasannya. Podcasting mempunyai kekuatan berkomunikasi ke tangan individu tanpa sebuah sistem dan aturan, podcast dapat menjangkau khalayak

²⁴ Fdilah, E Yudhaprarnesti, P dan Aristi, N, “Podcast Sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio,” *Jurnal Kajian Jurnalisme* 1,no. 1 (2017): 90-104

²⁵ Rachmawati, F Muhajarah, K Kamaliah, “Mengukur Efektivitas Podcast sebagai Media Perkuliahan Inovatif pada Mahasiswa”, *Justek: Jurnal Sains dan Teknologi* 2, no.1: 39.

lebih luas dibanding radio yang harus mempunyai frekuensi atau pemancar AM/FM.

Dapat dimengerti pengertian podcast sebagai bentuk perkembangan dari media disebut dengan *new media* berupa file audio yang dapat didengarkan dan diunduh dengan fleksibel di manapun dan kapanpun.

2. Bentuk Podcast

Proses podcast diawali dengan produksi konten menggunakan proses rekaman dan editing audio. Berkaitan dengan proses berlangganan teknologi *Really Simple Syndication* (RSS). Pembuat konten (podcaster), melakukan rekaman lalu menjadikannya file audio podcast dan merujuk ke situs web yang mendukung RSS dan pengguna dapat mengunduhnya. Dalam situs pilihan tersebut, dicantumkan alamat semua episode podcast, termasuk tanggal, judul dan deskripsi teks. Setelah diunduh audio podcast kemudian dapat diputar, diputar ulang atau diarsipkan bersama dengan (*smartphone* dan komputer) lainnya yang dapat juga didengarkan secara langsung. Ada 3 tipe podcast di antaranya podcast dalam bentuk audio, podcast dalam bentuk video dan juga *enhanced podcast*.²⁶

Podcast dibawakan sesuai dengan karakter yang diinginkan podcaster dalam menyampaikan materi. Adapun beberapa jenis yaitu berbentuk monolog, *talkshow* atau wawancara. Jenis-jenis inilah yang membuat podcast dinilai sebagai media baru yang menarik pendengar disamping sifatnya yang mudah untuk didengarkan dan dapat diputar

²⁶ Ummah, A. H Khatoni, M.K Khairuromadhan, M, "Podcast sebagai Strategi Dakwah di Era Digital: Analisis Peluang dan Tantangan", *Jurnal Komunika* XII, no. 2: 223-224.

berulang kali. Tidak seperti radio, yang mana siarannya hanya dapat didengarkan sekali. Podcast audio dapat menambal kekurangan radio siaran yang selintas, selain juga berfungsi sebagai penyimpanan produk-produk audio (dokumentasi). Ketika pendengar mendengarkan podcast sama halnya dengan mendengarkan radio. Akan terbangun *theatre of mind* pada pendengar. Karena pendengar akan membayangkan bagaimana terjadinya kejadian itu, bagaimana perawakan podcaster dan sebagainya. Sehingga pendengar akan terpacu untuk berimajinasi sembari menikmati materi yang disajikan dengan nyaman sesuai keinginan pendengar.

Gaya pembawaan podcast pastinya disesuaikan dengan tipe atau tema yang dibawakan. Seperti contoh, podcast mengenai dakwah bisa disampaikan ceramah yang lebih cocok untuk pendengar dengan umur 35-40 tahun ke atas, bisa juga dengan *talkshow* santai dengan durasi 15-20 menit yang mana bentuk ini cocok dengan segmentasi anak muda. Dan masih ada beragam inovasi lainnya, di mana seorang podcaster berposisi sebagai pendakwah dituntut untuk dapat mengikuti perkembangannya.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif. Menurut Lexy J. Moloeng penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.²⁷

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif deskriptif dapat menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata baik itu tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati oleh peneliti. Dalam hal ini, penelitian difokuskan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi dakwah dalam podcast Rintik Sedu.

Jenis penelitian ini adalah penelitian literatur (*library researh*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan, menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan menyimpulkan. Kesimpulan yang diberikan selalu jelas dasar faktanya. Sehingga semuanya selalu dapat dikembalikan langsung pada data yang diperoleh yang bertujuan menggambarkan fakta secara sistematis dan akurat.²⁸

²⁷ Lexy, J. Moelong, *Metode penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005), 59.

²⁸ Anwar Syaifuddin, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 7

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini ialah podcast Rintik Sedu

2. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini ialah strategi komunikasi dakwah Podcast Rintik Sedu.

C. Sumber Data

Dari segi sumber pengumpulan data meliputi sumber primer dan sumber skunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini berupa audio visual podcast yang diposting akun podcast Rintik Sedu pada platform digital spotify.

2. Sumber Data Skunder

Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber lain yang berupa kajian pustaka. Kajian pustaka tersebut dapat berupa, buku, koran, majalan, situs, internet, serta sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Data sekunder tersebut digunakan untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan judul penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data.²⁹

²⁹ Sugiyono, *Metode penelitian kombinasi* (Bandung : Alfabeta, 2015), 308.

1. Metode Pengamatan Observasi

Observasi dapat diketahui perilaku dalam situasi sosial tertentu. Observasi adalah pengamatan dan pencatatan terhadap fenomena atau gejala yang diteliti.³⁰

Bahan yang penulis butuhkan dalam penelitian ini adalah strategi dakwah dalam podcast Rintik Sedu pada sebuah platform digital Spotify serta tinjauan literatur pendukung terkait subjek dan objek penelitian. Observasi bertujuan untuk mendapatkan sebuah gambaran tentang objek yang akan diteliti dan juga mengenai hal-hal yang berkaitan dengan objek tersebut.

2. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen dan cenderung menjadi data sekunder. Pemakaian metode dokumentasi digunakan peneliti untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, ilmiah, prasasti, notulen dan sebagainya.³¹

Penulis menggunakan metode dokumentasi untuk mengumpulkan data-data atau mencari informasi yang berkaitan dengan judul penelitian.

E. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan keabsahan data kriteria kriterium derajat kepercayaan atau kredibilitas, dimana kriterium ini berfungsi untuk membuktikan kebenaran data yang dikumpulkan. Teknik yang digunakan untuk penjamin keabsahan data, yaitu teknik triangulasi.

³⁰ Ismail Suardi Wekke dkk, *Metode Penelitian Sosial* (Yogyakarta: Gawe Buku, 2019), 49

³¹ Sugiyono, *Metode penelitian kualitatif kuantitatif* (Bandung : Alfabeta, 2011), 277

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu. Penelitian ini menggunakan triangulasi teknik yaitu triangulasi yang dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh dari pengamatan video, lalu dicek dengan observasi dan dokumentasi. Dengan triangulasi akan lebih meningkatkan kekuatan data, jika dibandingkan dengan satu pendekatan.³²

F. Teknik Analisis Data

Analisis isi (*content analysis*) adalah penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media sosial. Pelopor analisis isi adalah Harold D. Lasswell, yang memelopori teknik *symbol coding*, yaitu mencatat lambang atau pesan secara sistematis, kemudian diberi interpretasi.

Analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi. Baik surat kabar, berita radio, iklan televisi maupun semua bahan-bahan dokumentasi yang lain. Hampir semua disiplin ilmu sosial dapat menggunakan analisis isi sebagai teknik/metode penelitian. Holsti menunjukkan tiga bidang yang banyak mempergunakan analisis isi, yang besarnya hampir 75% dari keseluruhan studi empirik, yaitu penelitian sosioantropologis (27,7%), komunikasi umum (25,9%), dan ilmu politik (21,5%). Sejalan dengan kemajuan teknologi, selain secara manual kini telah tersedia komputer untuk mempermudah proses penelitian analisis isi, yang dapat terdiri atas 2 macam, yaitu perhitungan kata-kata, dan “kamus” yang dapat ditandai yang sering disebut General Inquirer Program.³³

³² *Ibid.*, 127.

³³ Admin, “Pengertian analisis isi,” dalam www.dosenpendidikan.co.id diunduh pada 08 November 2023.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Biografi Rintik Sedu



Gambar 1 : Nadhifa Allya Tsana (Rintik Sedu)

Nadhifa Allya Tsana atau dikenal dengan Tsana lahir di Jakarta pada tanggal 4 Mei 1998. Namanya tersebut memiliki makna dimana Nadhifa yaitu Bersih, Allya memiliki arti Langit, dan Tsana artinya Pujian. Nadhifa Allya Tsana menempuh pendidikan sebagai mahasiswa di Politeknik Kesehatan Jakarta dengan jurusan Teknik Elektromedik. Tsana merupakan seorang penulis muda dan penyiar podcast yang dikenal dengan nama Rintik Sedu atau Paus.

Nama Rintik Sedu itu sendiri dipilih oleh Tsana sebagai nama pena untuk karya-karyanya. Rintik Sedu ia pilih semula untuk menyembunyikan identitas diri dari teman-temannya. Dipilihnya nama pena Rintik Sedu bukan karena tanpa alasan. Nama Rintik Sedu terinspirasi dari rintik hujan dan aktivitas setelah menangis yang menceritakan agar diharapkan dapat segera berlalu seperti rintik hujan yang cepat kering.

Tsana menyukai menulis sejak masih duduk di bangku Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan kerap menjadi teman curhat. Di masa sekolah, ia pernah membagikan tulisan ke mading selama tiga bulan namun tidak diterima. Tsana kemudian menuangkan tulisannya ke dalam blog yang membuatnya merasa bebas untuk berekspresi. Dari blog tersebut, Tsana kemudian mulai menulis pada platform wattpad yang disarankan oleh salah satu pembacanya.³⁴

Rintik Sedu mulai muncul sejak tahun 2010 hingga sekarang. Pada awalnya, Rintik Sedu hanya menuliskan karya-karyanya pada sebuah situs website Wattpad untuk tempat menampung tulisan-tulisan yang dibuatnya. Karya pertama atau tulisan pertamanya pada saat itu adalah sebuah novel berjudul Gezz dan Ann yang akhirnya terbit pada tahun 2017 dan telah diangkat ke layar lebar pada tahun 2019 dengan judul yang sama. Dan novelnya yang berjudul kata yang sekarang sudah dibukukan oleh Rintik Sedu pada tahun 2018 yang akan diangkat ke layar lebar tetapi masih belum ada kepastian kapan karya film tersebut akan tayang.

Rintik sedu telah membuat banyak sekali tulisan-tulisan dan cerita novelnya yang sudah di bukukan seperti; Gezz dan Ann #1 dan Gezz dan Ann #2 (2017), Buku Rahasia Gezz (2018), Kata (2018), Buku Minta Dibanting (2020), Masih Ingatkah Kau Jalan Pulang (2020), Gezz & Ann (2020), Buku Minta Disayang (2021), Pukul Setengah Lima (2023). Selain novel-novel tersebut, Rintik Sedu juga mempublikasikan tulisannya pada akun sosial medianya seperti Instagram (@rintiksedu dan @ntsana), Blog

³⁴ Tia Agnes, "Tulisan Dianggap Absurd, Rintik Sedu Pedes Berkarier," dalam *www.detik.com* diunduh pada 03 Maret 2020.

pribadi (rintiksedu.com), dan podcast di Spotify (Rintik Sedu serta Kuas, Kanvas dan Bulan Kesepian).

Rintik Sedu mulai bergabung di Instagram pada tahun 2015 dan sekarang sudah memiliki jumlah pengikut pada akun instagramnya sebanyak 2,6 juta. Serta Rintik Sedu juga bergabung pada Spotify sejak tahun 2019 dan memiliki sebanyak 42 ribu pengikut dengan lebih dari 3 juta pendengar podcastnya. Podcast Rintik Sedu sudah mempublikasikan podcastnya sebanyak 382 episode dengan berbagai macam pembahasan pada platform Spotify.

Pada tahun 2022 Rintik Sedu memegang posisi pertama yang paling banyak didengarkan pada spotify. Dan sudah berhasil mempertahankan posisi pertama selama tiga tahun berturut-turut sejak tahun 2020. Selain itu, Rintik sedu juga pernah masuk dalam posisi 18 besar dunia. Salah satu episodenya yang berjudul ‘lagi capek ya?’ juga menjadi episode podcast yang paling banyak didengarkan pada tahun 2022 di Indonesia.³⁵

Selain menulis dan menjadi seorang podcaster, Rintik Sedu atau Tsana juga pernah merambah pada dunia bisnis kecantikan sebagai wadah untuk mengekspresikan diri. Melalui merek kosmetik Lily by Tsana yang berhasil diluncurkan pada awal bulan Februari 2022. Tsana juga pernah berkolaborasi dengan seorang sastrawan idolanya, yaitu Sapardi Djoko Damono yang membuat Rintik Sedu mencintai dunia puisi. Sebagai sosok yang karyanya dinikmati kaum milenial Indonesia, Tsana mempunyai harapan yang besar terhadap setiap anak bangsa untuk tetap bergerak maju dan mencoba hal-hal baru yang positif.

³⁵ Giovanni Dio Prasasti, “Spotify: Podcast Rintik Sedu Paling Banyak Didengarkan di Indonesia 2022,” dalam *www.liputan6.com* diunduh pada 02 Desember 2022.

Dengan perkembangan teknologi saat ini, generasi muda Indonesia harus bisa memanfaatkannya dengan menghasilkan karya-karya yang berguna bagi orang lain. Melalui tulisan-tulisannya, Tsana juga selalu memberi nasihat kepada para pembacanya untuk bisa memanfaatkan teknologi sebaik mungkin.³⁶

2. Aktivitas Dakwah Rintik Sedu

Rintik Sedu merintis dakwahnya melalui dunia literatur. Karya tulisannya kerap menghiasasi kolom media sosial. Pada awalnya ia fokus pada tulisan *quotes-quotes* dari kutipan buku yang ditulisnya, namun dengan melihat perkembangan dunia sosial media ia memutuskan untuk tampil dalam sebuah podcast dan membuat konten podcast di platform Spotify dengan konsep yang berbeda tidak seperti podcaster lainnya.

Kini Rintik Sedu tak hanya membagikan karya tulisannya dalam bentuk tulisan saja. Selain rajin mengunggah karya-karyanya dalam sosial instagramnya ia juga membagikan tulisannya melalui sebuah video yang ia unggah di *Youtube* dan di *Spotify*. Akun resmi Spotify nya diberi nama “Rintik Sedu” merupakan channel podcast yang berisi tentang kehidupan generasi milenial dan generasi Z ataupun juga menanggapi masalah-masalah yang kerap terjadi dimasyarakat. Podcast pertama di Spotify yang ia unggah berjudul “Salam Kenal”. Semenjak itu Rintik Sedu mulai rajin mengunggah podcast di Channel Rintik Sedu setiap hari Senin dan Jum’at.

Dakwah melalui sosial media lainnya disamping platform Spotify ialah Instagram. Sosial media Instagram dipilih oleh Rintik Sedu karena para milenial juga sering menggandrungi konten-kontennya melalui sosial media. Konsep dakwah dengan nada, dan dakwah, musik sangat berpengaruh untuk saat ini.

³⁶Andre, “Profil dan Biodata Tsana Rintik Sedu, Penulis Muda Idola Kaum Milenial,” dalam *parboaboa.com* diunduh pada 30 Oktober 2021.

Meskipun dalam setiap podcastnya yang diunggah Rintik Sedu lebih banyak membahas tentang kisah cinta anak milenial dan gen Z, tetapi dalam beberapa isi konten podcastnya ia juga kerap menyelipkan kalimat dakwahnya secara tidak langsung pada setiap isi podcastnya. Melalui tulisan-tulisannya yang sering ia unggah pada akun pribadi Instagram, Rintik memiliki cara penyampaian pesan yang berbeda dengan pendakwah pada umumnya.

Adapun aktifitas yang ada di Channel podcast Rintik Sedu ialah proses penyampaian dakwah berupa kata-kata yang disampaikan dalam isi podcastnya. Di dalam akun podcast Channel Rinti Sedu kurang lebih ada sebanyak 382 judul podcast yang diunggah, ada beberapa judul materi yang disampaikan sangat beragam.

Perkembangan suatu daakwah yang bisa dilihat dari banyak atau tidaknya audiens yang mengikutinya. Rintik Sedu termasuk seorang podcaster muda dan penulis yang menggunakan media sosial untuk menyebarkan tulisannya. Bisa dilihat dari banyaknya pengikut (followers) di akun Instagram dan Spotify nya sudah memiliki pengikut sebanyak 2,6 juta untuk akun Instagram dan pada Channel podcastnya sudah mendapatkan rate 4,9 bintang dengan 42 ribu pengikut.

Dari hasil pengamatan penulis dengan audiens Rintik Sedu melalui kolom komentar Instagram dan Twitter, semuanya memberikan respon yang baik dengan adanya akun Podcast Rintik Sedu ini. Beberapa komentar di sosial media tersebut diantaranya adalah:

- a. “Terima kasih paus sudah mengajarkan *thats “its okay to not be okay”* peluk online paus dan teri-teri.

- b. “Paus temenin kita belajar terus ya, semangat”
- c. “wah setelah dengar ini dan di pikir-pikir lagi aku sadar bahwa ternyata aku hebat banget”
- d. “Paus, makasih ya karena udah jadi manusia yang menebarkan banyak kebaikan, sayang banget! Pokoknya kita yang lama ya, Us.

3. Profil Channel Podcast Rintik Sedu

Channel podcast Rintik Sedu merupakan sebuah channel yang menjadi salah satu akun podcast di Spotify. Di pelopori langsung oleh Nadhifa Alya Tsana atau yang sering dikenal dengan Rintik Sedu sebagai Narasumbernya/podcasternya.



Gambar 2 : Akun Kanal Podcast Rintik Sedu

Sebelum menjadi sebuah channel podcast yang bertema tentang kehidupan generasi milenial dan generasi Z, sebenarnya Rintik Sedu ialah seorang penulis novel. Nama Podcastnya menjadi Rintik Sedu itu karena basic-nya penulis, selama 14 tahun jadi penulis dari sejak tahun 2010 yang bertema tentang percintaan anak muda.

Video pertama yang berada di channel podcast Rintik Sedu ialah podcast yang berjudul “Salam Kenal” yang ia unggah pada tanggal 23 Mei 2019 dengan jumlah durasi 1 menit 53 detik. Dalam Podcastnya yang

sudah diunggah kurang lebih 382 judul podcast dengan tema yang beragam. Dan sudah di dengarkan lebih dari 3 juta pendengar. Beberapa judul podcast yang digunakan untuk penelitian antara lain:

No	Judul Podcast	Tanggal Upload	Durasi Podcast
1	Bulan Baik	4 Juni 2019	4 menit 22 detik
2	Semesta Enggak Pernah Ingkar Janji	11 Juni 2019	8 menit 23 detik
3	Untuk Sebentar Aja Kita Nggak Perlu Pura-Pura Kuat	10 April 2020	17 menit 24 detik
4	Ya Udah Mau Gimana Lagi	24 April 2020	18 menit 1 detik
5	Gapapa	5 Juli 2021	5 menit 44 detik
6	Dari Sana: Yah, Hidup	19 Juli 2021	9 menit 55 detik
7	Lagi Capek, ya?	29 Oktober 2021	6 menit 15 detik
8	Plan B	21 Januari 2022	8 menit 28 detik
9	Jalan Buntu	24 Juni 2022	10 menit
10	Lambat, Bukan Terlambat #berKata	2 Oktober 2023	16 menit 26 detik

Tabel 1 : Judul-Judul Podcast Rintik Sedu

4. Strategi Komunikasi Dakwah Podcast Rintik Sedu

Dari hasil penelitian yang ditemukan melalui pengamatan, strategi komunikasi dakwah Podcast Rintik Sedu khususnya di Spotify podcast Channel Rintik Sedu ialah sebagai berikut:

a. Berdakwah menggunakan media audio-visual

Dengan lahirnya internet Rintik Sedu memanfaatkan media sosial untuk berdakwah, salah satunya adalah Spotify. Channel tersebut

dinamakan Rintik Sedu dengan kualitas visual yang di upload memiliki kualitas gambar dan juga audio yang bagus dan menarik dimaksudkan agar para mad'u yang mendengarkan menjadi nyaman. Durasi podcast yang diunggah berbeda-beda untuk menarik perhatian para mad'u tidak lupa juga Rintik Sedu menggunakan cover Podcast dan judul yang menarik. Seperti gambar dibawah ini:



Gambar 3 : Podcast Rintik Sedu

b. Penyesuaian materi dengan kebutuhan Mad'u

Selain menggunakan strategi komunikasi dakwah menggunakan media Rintik Sedu juga mencari tahu terlebih dahulu apa yang sedang diperlukan oleh pendengarnya dan sesuai dengan kegelisahan yang dirasakan oleh Rintik Sedu itu sendiri.

c. Berdakwah menggunakan perkataan yang benar

Rintik Sedu ketika menyampaikan podcastnya tidak ada kata atau ucapan yang ia lebih-lebihkan dan tidak ada yang ia kurangi. Strategi berdakwah menggunakan perkataan yang benar ini dalam podcastnya yang berjudul 'Jalan Buntu' yang mana ia mengatakan tentang "Kalau dirasa semua orang tidak ada yang ngerti, tungguin aja janjinya Allah.

Dia yang maha Adil. Allah pasti melihat usaha kita, tidak mungkin menjadi sia-sia”.

d. Berdakwah dengan ucapan yang lugas, efektif, dan jelas

Pada podcast Rintik Sedu episode ‘plan b’ yang membahas tentang memiliki rencana cadangan untuk mencapai tujuan dengan sangat jelas, dengan menggunakan pemilihan bahasa yang santai sehingga memudahkan pendengar untuk mengerti dari isi podcast tersebut. Seperti pada menit ke 2 yang isinya “Bikin backup plan atau rencana cadangan itu bukan karena kita pesimis, bukan karena kita merasa nggak mampu untuk sampai pada tujuan yang kita mau.”

Pada podcast Rintik Sedu episode ‘Bulan Baik’ yang membahas tentang bulan Ramadhan, bulan kebaikan yang memiliki makna tersendiri untuk setiap umat muslim di dunia. Ia mengatakan bahwa pada bulan baik ini kata yang paling terkenal adalah maaf. Seperti pada detik ke 40 yang isinya “Nggak tahu deh, sungguh maaf atau karena bulan baik jadi bilang maaf. Kita manusia kan gitu, asal bicara tapi nggak selaras sama yang benar-benar mau disuarakan.”

e. Berdakwah dengan perkataan baik, santun, dan tidak kasar.

Pada episode ‘Semesta Enggak Pernah Ingkar Janji’ ini Rintik Sedu membahas mengenai usaha yang tidak sia-sia. Dengan menggunakan bahasa yang santai namun tidak kasar ini, Rintik Sedu mampu membuat para pendengar podcastnya bisa menerima dengan baik setiap kata yang ada dalam podcastnya. Dalam berbicara Rintik Sedu terdengar sangat baik dan tidak memaksa dengan apa yang disampaikan. Selain pada episode ‘Gapapa’ Rintik Sedu dalam

episodenya yang berjudul ‘Gapapa’ dalam podcastnya tersebut Rintik Sedu mengatakan tentang proses pendewasaan hingga pada akhir pembahasan dengan sangat baik dan tidak ada kata singgungan dan kata-kata kasar. Dalam podcastnya tersebut ada kalimat yang disampaikan dengan tidak kasar “Karena kita nggak perlu ngejar pencapaian orang lain. Masing-masing punya standard mimpinya sendiri. Tolak ukur sukses juga beda-beda nggak cuman dari yang kelihatan, tapi dari hal kecil yang nggak pernah digubris tapi bikin kita bahagia”.

f. Berdakwah dengan ucapan lemah lembut menyentuh hati

Strategi ini juga dipakai oleh Rintik Sedu untuk menyampaikan isi podcastnya, yang mana dalam podcast tersebut Rintik Sedu pada episode ‘Untuk Sebentar Aja Kita Nggak Perlu Pura-Pura Kuat’ penyampaian podcastnya ia dengan suara yang lemah lembut dan menggunakan kalimat yang menyentuh hati ada kalimat yang disampaikan sangat menyentuh hati “Kalau mau punya rumah, rumahin dulu diri sendiri. Kalau sama diri sendiri aja kita nggak betah, nggak nyaman, malah musuhan, saling simpan dengki terus di mana letak betahnya”.

g. Berdakwah menggunakan judul yang menarik

Memiliki kemampuan untuk memanfaatkan berbagai media untuk mengikuti zaman yang modern ini seorang Da’i tidak boleh gagap teknologi. Saat ini, perkembangan media elektronik dan media sosial membuat arus informasi mengalir begitu deras tanpa terbendung kepada masyarakat. Tentunya mad’u akan kehilangan minat ketika

mendengarkan dakwah yang disampaikan alakadarnya. Untuk membangkitkan kembali minat mad'u dibutuhkan kemasan yang menarik.

Da'i dapat memanfaatkan media sosial untuk mengemas materi dakwah menjadi lebih menarik, misalnya dengan menampilkan cuplikan video, foto ataupun gambar yang dapat mempermudah mad'u dalam memahami materi dakwah dengan judul yang menarik sehingga bisa menarik minat para mad'u.

h. Berdakwah dengan secara tidak langsung

Berdakwah secara tidak langsung sering kali sudah dipraktekkan oleh setiap manusia ke manusia lainnya. Dalam hal ini, cara menyampaikan dakwahnya tidak langsung merujuk pada sebuah ayat-ayat al-qur'an tetapi lebih merujuk pada sebuah perkataan atau perbuatan yang baik yang bisa diikuti oleh orang lain. Rintik Sedu dalam berpodcast pada episode 'Lambat, Bukan Terlambat. #berKata' menyampaikan kalimat dakwahnya yang secara tidak langsung dalam isi podcastnya. Adapun inti dari isi podcastnya ialah Rintik Sedu menyerahkan segala urusannya pada Allah tidak peduli dengan komentar orang lain tentang tujuan hidup.

Dalam judul podcast lainnya yaitu 'Dari Sana: Yah, Hidup' Rintik Sedu juga menyisipkan tentang kalimat bahwa tidak ada yang pernah tahu mengenai hidup dan takdir dan tetap percaya pada rencana yang maha kuasa.

B. Pembahasan

Setelah dilakukan penelitian maka langkah selanjutnya ialah penyajian data yang akan dilakukan oleh penulis, kemudian melakukan analisis terhadap data temuan tersebut. Dari hasil penelitian ada beberapa strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh Rintik Sedu yaitu sebagai berikut:

1. Berdakwah dengan menggunakan media audio-visual

Hamzah Ya'kub membagi media itu menjadi lima yaitu: lisan, tulisan, lukisan, akhlak, dan audio-visual. Dari kelima media yang disebutkan tersebut ada suatu media yang digunakan oleh Rintik Sedu yaitu audio visual. Audio visual itu sendiri dapat berupa televisi, slide, smartphone, internet dan lain sebagainya.

Dengan adanya internet Rintik Sedu memanfaatkan media sosial untuk berdakwah, media sosial yang digunakan adalah Spotify. Adapun keuntungan dari pemanfaatan spotify sebagai media dakwah yaitu bisa diakses kapan saja dan dimana saja dengan catatan diwilayah tersebut terdapat jaringan internet.

Lahirnya internet yang semakin cepat dan teknologi yang semakin pesat membuat kemunculan media interaktivitas dan konektivitas yang tinggi. Teori media yang dikembangkan oleh Pierre Levi membahas tentang perkembangan media. New media atau media online didefinisikan sebagai sebuah produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersamaan dengan komputer digital. Media baru memungkinkan pengembangan aktivitas dakwah yang lebih efektif, lebih mudah dan tidak terbatas oleh ruang dan juga waktu.

Adapun hasil positif dari penggunaan media sebagai strategi komunikasi dakwah Rintik Sedu tergambar dari komentar para pendengar yang ada di akun Instagram resmi Rintik Sedu itu sendiri.

2. Penyesuaian materi dakwah dengan kebutuhan mad'u

Fokus perhatian dari seorang da'i kepada mad'u sangatlah penting untuk mencapai keberhasilan dalam dakwah, teori strategi komunikasi dari Melvin L. Defleur dalam bukunya *Theories Of Mass Communication* ada empat teori yang dikemukakan. Salah satunya *Individual Differences Theory* mengatakan komunikasi secara selektif memperhatikan suatu pesan komunikasi, khususnya bila bersangkutan dengan kebutuhannya, sesuai dengan apa yang dialami, sesuai dengan sikap, kepercayaan dan nilai-nilainya.

Ketika seorang da'i menghadapi banyak mad'u yang berkelompok tentu akan ada kemungkinan tidak semua mendengarkan dan memahami apa yang disampaikan oleh da'i. Oleh karena itu seorang da'i harus mampu membaca kondisi mad'u menyetarakan semuanya, berbuat adil sehingga materi yang disampaikan bisa sesuai dengan kebutuhan, sikap dan kepercayaan mad'u.

Rintik Sedu selain menggunakan media audio-visualnya ia juga menerapkan strategi penyesuaian materi dakwah dengan kebutuhan pendengar dengan mencari tahu terlebih dahulu apa yang diperlukan dan apa yang disenangi oleh pendengarnya, contohnya pada episode 'Lagi Capek, Ya?' yang berisi tentang kondisi yang banyak dirasakan oleh orang-orang mengenai titik lelahnya.

3. Berdakwah menggunakan perkataan yang benar

Menggunakan perkataan yang mengandung sebuah kebenaran, dan tidak bohong. Dengan demikian, komunikasi yang mengandung manipulasi fakta, data atau yang mengandung kebohongan dilarang.

Hal tersebut terkandung dalam Al-qur'an surah An-Nahl ayat: 105

إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَاذِبُ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَىٰ كِهِمُ الْكَاذِبُونَ

Artinya:

105. Sesungguhnya yang mengada-adakan kebohongan, hanyalah orang yang tidak beriman kepada ayat-ayat Allah, dan mereka itulah pembohong.³⁷

Maka dari itu Rintik Sedu juga menggunakan strategi ini untuk menyampaikan dakwahnya tidak ada kata atau ucapan yang ia lebih-lebihkan dan juga dikurangi dalam menyampaikan podcastnya.

4. Berdakwah dengan ucapan yang lugas, efektif dan jelas

Kata-kata yang lugas, efektif dan juga jelas ialah kata-kata yang dapat atau bisa langsung dipahami dengan mudah. Agar dakwahnya tepat sasaran, gaya bicara dan pesan yang disampaikan hendaklah disesuaikan dengan kadar pemahaman dan menggunakan bahasa yang dimengerti oleh mad'u. Strategi ini diterapkan oleh Rintik Sedu pada podcastnya episode 'plan b' ini yang mana ia dalam penyampaian isi podcastnya secara jelas dari segi pemilihan kata demi kata dan bahasa yang sangat mudah untuk dipahami oleh pendengar podcast.

³⁷ QS. An-Nahl (16): 105.

5. Berdakwah dengan perkataan yang baik, santun, dan tidak kasar

Dakwah dengan perkataan baik, santun dan tidak kasar yang disebutkan dalam Al-qur'an yang artinya perkataan yang baik, ungkapan yang pantas, santun, tidak menggunakan sindiran, tidak menyakitkan atau menyinggung perasaan, serta pembicaraan yang bermanfaat dan menimbulkan kebaikan.

Atau dalam komunikasi Islam yaitu *Qaulan ma'rufa*. Secara bahasa arti *ma'rufa* adalah baik dan diterima oleh nilai-nilai yang berlaku di masyarakat. Ucapan yang baik adalah ucapan yang diterima sebagai sesuatu yang baik dalam pandangan masyarakat lingkungan penutur dengan demikian qaulan ma'rufa sebagai perkataan yang baik dan pantas. Baik artinya sesuai dengan norma dan nilai sedangkan pantas sesuai dengan latar belakang dan status orang yang mengucapkannya.

Rintik Sedu dalam podcastnya episode 'Semesta Enggak Pernah Ingkar Janji' dan 'Gapapa' menggunakan perkataan yang baik, santun dan tidak kasar agar dalam penyampaiannya tersebut tidak ada rasa ketersinggungan dari pendengar. Karena seperti yang diketahui ada sifat-sifat manusia yang mudah tersinggung atau mudah tersakiti.

6. Berdakwah dengan ucapan lemah lembut menyentuh hati

Dakwah dengan ucapan yang lemah lembut atau dalam komunikasi islam *qaulan Layyinan*. Secara bahasa berarti perkataan yang lemah atau lembut, berkata layyinan adalah berkata lemah lembut.

Dapat diartikan qaulan layyinan yaitu ucapan yang baik dilakukan dengan lemah lembut sehingga dapat menyentuh hati orang lain, Rintik Sedu dalam podcastnya yang berjudul ‘Untuk Sebentar Aja Kita Nggak Perlu Pura-Pura Kuat’ ia menyampaikan podcastnya ini dengan menggunakan intonasi suara yang lemah lembut dengan tujuan agar pendengar tersentuh hatinya.

7. Berdakwah menggunakan judul yang menarik

Dengan pemilihan judul yang menarik dan unik sangat penting untuk para da’i dalam penyampaian dakwahnya, dengan memberi cover dengan judul yang menarik bisa menambah minat mad’u untuk mendengarkannya. Rintik Sedu menerapkan pemilihan judul beserta dengan cover yang menarik dengan menggunakan warna polos sebagai latar teks pada covernya, teks judul pada covernya, dan menggunakan logo yang sangat identik dengan Rintik Sedu.

8. Berdakwah dengan secara tidak langsung

Berdakwah adalah sebuah kewajiban yang harus dilakukan oleh setiap umat islam, mengajak pada kebaikan baik itu secara langsung ataupun tidak langsung. Dalam hal ini Rintik Sedu dalam menyampaikan isi podcastnya juga secara tidak langsung sudah menyampaikan dakwahnya. Mengajak para pendengarnya agar menyerahkan segala urusan di dunia hanya kepada Allah yang secara tidak langsung disampaikan podcast pada episode ‘Plan B’. Meski podcast Rintik Sedu sendiri lebih merujuk pada podcast kehidupan anak-anak muda di zaman sekarang, alias generasi milenial dan generasi Z. Rintik Sedu juga seringkali menyematkan pada isi

podcastnya tentang nilai-nilai kebaikan atau pesan-pesan dakwah secara tidak langsung yang tidak banyak diketahui oleh pendengar.

Halnya pada podcastnya yang berjudul ‘Lambat, Bukan Terlambat. #berKata’ pada menit ke 7 dari podcastnya tersebut, yang isinya adalah “Seperti yang terkandung dalam surah Ali- Imran ayat 139:

فَسْتَذْكُرُونَ مَا أَقُولُ لَكُمْ ۗ وَأَفْوُضُ أَمْرِي إِلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ

بَصِيرٌ ۗ بِالْعِبَادِ

Artinya:

139. Maka kelak kamu akan ingat kepada apa yang kukatakan kepadamu. Dan aku menyerahkan urusanku kepada Allah. Sungguh, Allah Maha Melihat akan hamba-hamba-Nya.³⁸

Podcast Rintik Sedu berjudul ‘Lambat, Bukan Terlambat. #berKata’ mengajak pendengarnya untuk tidak terlalu larut memikirkan tentang apa yang akan terjadi pada hari esok. Ia selalu menyerahkan segala urusannya di dunia ini hanya kepada Allah SWT, dan dengan terus menjalani takdirnya sebagaimana yang sudah menjadi ketetapan-Nya. Tidak perlu memikirkan tentang hari esok karena itu sudah menjadi urusan Allah. Rintik Sedu dalam podcastnya juga yang berjudul ‘Dari Sana: Yah, Hidup’ mengajak para pendengar podcastnya untuk tidak menyalahkan takdir dan

³⁸ QS. Ghafir (40): 44

mengkhawatirkan perihal masa depan, sebab tidak ada yang benar-benar mengetahui bagaimana tentang hidup dan dunia. Ia juga mengatakan bahwa kita harus selalu percaya dengan rencana-rencana Allah perihal kehidupan di dunia.

Secara keseluruhan strategi merupakan pendekatan yang terkait dengan implementasi gagasan, perencanaan dan pelaksanaan sebuah kegiatan dalam kurun waktu yang tidak ditentukan. Dari beberapa strategi yang digunakan oleh Podcast Rintik Sedu penulis menyimpulkan dalam situasi saat ini Rintik Sedu memakai teori yang dikemukakan oleh Muhammad Ali Al Bayanni.

Pertama Rintik Sedu menggunakan strategi sentimentil (*al-manhaj al-athifi*). Strategi ini adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan batin dan mitra dakwah. Memberi nasehat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan, atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan beberapa metode yang dikembangkan strategi ini.

Selain strategi sentimentil, yang kedua Rintik Sedu juga menggunakan strategi rasional (*al-manhaj al-aqli*) yaitu dakwah dengan beberapa metode yang memfokuskan pada aspek akal pikiran, strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berpikir, merenungkan dan mengambil pelajaran, penggunaan hukum logika merupakan beberapa strategi rasional.

Dari sudut pandang penulis strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh Podcast Rintik Sedu pada platform Spotify ini sangat baik, karena dalam menyampaikan isi podcastnya ini banyak sekali

menyelipkan pesan-pesan baik yang bisa diambil oleh para pendengarnya dan direnungkan isi-isi dari podcastnya. Selain itu, Podcast Rintik Sedu juga menyesuaikan materi dalam podcastnya ini, dan podcast yang disampaikan menggunakan perkataan yang benar atau berdakwah berdasarkan Al-qur'an dan hadits, dan ketika menyampaikannya menggunakan ucapan yang lugas, efektif dan jelas atau lebih bisa untuk dipahami sehingga ia bisa menyesuaikan gaya bicara, bahasa dan pesan yang akan disampaikannya sehingga bisa tepat sasaran.

Selain menggunakan kata yang lugas, efektif dan jelas, Rintik Sedu juga menggunakan perkataan yang baik, santun dan tidak kasar dalam podcastnya, bahkan ia juga menggunakan ucapan yang lemah lembut menyentuh hati. Rintik Sedu tidak hanya menyampaikan podcastnya dengan begitu saja alias tidak memiliki manfaat yang ada pada isi podcastnya. Ia menyematkan sebuah kalimat-kalimat dakwah dalam podcastnya baik secara langsung dan tidak langsung yang dapat dipahami oleh pendengar podcastnya.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil uraian di atas, maka simpulan dari skripsi “Strategi Komunikasi Dakwah pada Channel Podcast Rintik Sedu” yakni penggunaan media audio-visual pada platform spotify, penyesuaian materi dalam podcastnya ini, dan podcast yang disampaikan menggunakan perkataan yang benar, penyampain podcast menggunakan ucapan yang lugas, efektif dan jelas atau lebih bisa untuk dipahami sehingga ia bisa menyesuaikan gaya bicara, bahasa dan pesan yang akan disampaikannya sehingga bisa tepat sasaran. Rintik Sedu juga menggunakan perkataan yang baik, santun dan tidak kasar dalam podcastnya, bahkan ia juga menggunakan ucapan yang lemah lembut menyentuh hati. Rintik Sedu juga menyematkan sebuah kalimat-kalimat dakwah dalam podcastnya baik secara langsung dan tidak langsung yang dapat dipahami oleh pendengar podcastnya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut tentunya peneliti memiliki saran agar bisa dijadikan bahan pertimbangan.

1. Bagi Pembaca Peneliti berharap pembaca menyadari bahwa didalam sebuah konten-konten podcast juga terdapat sebuah pesan keislaman.
2. Bagi Pendakwah Pendakwah harus mengikuti perkembangan teknologi dan media sosial. Sehingga, kaum milenial bisa dijangkau oleh pendakwah. Pendakwah juga harus menyajikan dakwah yang menarik dengan memanfaatkan fasilitas media sosial yang digemari kaum milenial.

3. Bagi Praktisi Akademis Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi mahasiswa, khususnya dalam bidang komunikasi dan penyiaran Islam. Dalam penelitian ini, penulis menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan didalamnya. Akan tetapi penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi untuk penelitian kedepan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes, Tia. "Tulisan Dianggap Absurd, Rintik Sedu Pedu Berkarier." Dalam *www.detik.com* diunduh pada 03 Maret 2020.
- Andre. "Profil dan Biodata Tsana Rintik Sedu, Penulis Muda Idola Kaum Milenial." Dalam *Paeboaboa.com* diunduh pada 30 Oktober 2021.
- Aziz, Moh Ali. *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Bukhori, Baidi. "Dakwah Melalui Bimbingan Konseling Islam." *Jurnal Konseling Religi* 5, no. 1 (2014): 3.
- Bungo, Sakareeya. "Pendekatan Dakwah Kultural dalam Masyarakat Plural." *Jurnal Dakwah Tabligh* 15, no. 2 (2014): 212.
- Cangara, Hafied. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Dr. Abdullah, Muhammad Qadaruddin, M. Sos.I. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Penerbit Qiara Media, 2019.
- Fdilah., Yudhaprimesti, E, P dan N, Aristi. "Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio". *Jurnal Kajian Jurnalisme* 1, no. 1 (2017): 90-104.
- Goodstats. "Waktu Tertinggi Mendengarkan Podcast Masyarakat RI Saat Weekdays." Dalam *data.goodstats.id* diunduh pada 19 September 2023.
- Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.
- Kompas.com. "Jumlah Pendengar Podcast di Indonesia Terbesar Kedua di Dunia." Dalam *https://tekno.kompas.com* diunduh pada 10 Januari 2024.

Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015.

Prsasti, Giovani Dio. "Spotify: Podcast Rintik Sedu Paling Banyak Didengarkan di Indonesia 2022." Dalam *www.liputan6.com* diunduh pada 02 Desember 2022.

Rachmawati., Muhajarah, F dan Kamaliah, K. "Mengukur Efektivitas Podcast sebagai Media Perkuliahan Inovatif pada Mahasiswa." *Justek: Jurnal Sains dan Teknologi* 2, no. 1: 39.

Suhandang, Kustadi. *Strategi Dakwah: Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.

Lampiran

WAKTU PELAKSANAAN PENELITIAN TAHUN AJARAN 2023

No.	Keterangan	April	Okt	Nov	Des	Feb
1.	Seminar Proposal					
2.	Pengurusan Izin dan Pengiriman Proposal					
3.	Izin Dinas (Surat Menyurat)					
4.	Penentuan Sampel Penelitian					
5.	Kroscek Kevalidtan Data					
6.	Penulisan Laporan					
7.	Sidang Munaqosyah					
8.	Penggandaan Laporan dan Publikasi					



**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 : 0460/In.28.4/D.1/PP.00.9/04/2022
Lampiran : -
Perihal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

11 April 2022

Yth.
Andi Rahmad, M.Kom.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 : Yuliana Nisa
NPM : 1904011035
Fakultas : Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Podcast Rintik Sedu

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 :

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

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

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Wakil Dekan I
Bidang Akademik dan Kelembagaan

Wahyudin

OUTLINE

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PADA CHANNEL
PODCAST RINTIK SEDU**

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINAL PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Fokus Masalah
- C. Pertanyaan Penelitian
- D. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- E. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Strategi Komunikasi
 - 1. Definisi Strategi
 - 2. Komunikasi

- B. Dakwah
 - 1. Pengertian Dakwah
 - 2. Elemen-Elemen Dakwah
- C. Strategi Komunikasi Dakwah
 - 1. Definisi Strategi Komunikasi Dakwah
- D. Podcast
 - 1. Pengertian Podcast
 - 2. Bentuk Podcast

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Subjek dan Objek Penelitian
- C. Sumber Data
- D. Teknik Pengumpulan Data
- E. Teknik Penjamin Keabsahan Data
- F. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Hasil Penelitian
 - 1. Biografi Rintik Sedu
 - 2. Aktivitas Dakwah Rintik Sedu
 - 3. Profil Channel Podcast Rintik Sedu
 - 4. Strategi Komunikasi Dakwah Podcast Rintik Sedu
- B. Pembahasan

BAB V PENUTUP

- A. Simpulan
- B. Saran

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Mengetahui,
Dosen Pembimbing,



Andi Rahmad, M. Sos
NIP. 2016059701

Metro, 1 Oktober 2023
Mahasiswa Ybs,



Yuliana Nisa
1904011035

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)
STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PADA CHANNEL
PODCAST RINTIK SEDU

A. Observasi

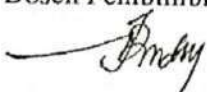
1. Pengamatan tentang podcast Rintik Sedu

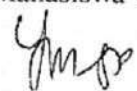
NO.	Indikator	Jawaban		Keterangan
		IYA	TIDAK	
1.	Profil dari Rintik Sedu	✓		Rintik Sedu nama yang digunakan oleh seorang penulis novel bernama NoehiFa Ariya Triana/Sana. lahir di Jakarta 9 Mei 1998. Ia menggunakan nama Rintik Sedu karena ia ingin dikenal melalui karya-karyanya.
2.	Profil channel podcast Rintik Sedu	✓		Channel podcast Rintik Sedu dimulai sejak tahun 2019 di platform digital Spotify dengan episode perdana berjudul "Salam kenal" Panjang durasi 1 menit 53 detik. Podcast Rintik Sedu termasuk podcast yang paling banyak di dengarkan.
3.	Jumlah podcast Rintik Sedu	✓		382 judul
4.	Tema dari podcast Rintik Sedu	✓		Tentang Keselamatan Gen Z
5.	Penyampaian isi podcast Rintik Sedu	✓		Jelas, tidak berbelit-belit, menggunakan bahasa yang baik, mudah untuk dipahami pendengar, Sifat penyampaiannya santai, menyambung podcastnya dengan leman-leman, dan tidak ada yang ia leleh-lebihkan. Serta bisa menyuntik hati para pendengarnya.
6.	Aktivitas dakwah dalam podcast Rintik Sedu	✓		Dalam podcastnya Rintik Sedu kerap menyelipkan kalimat-kalimat dakwah meski tidak secara langsung merujuk pada sumber al-Quran. Ia juga kerap membagikan tulisannya di media sosial pribadinya yang juga berisi kata-kalimat dakwah yang secara tidak langsung.

7.	Judul podcast Rintik Sedu yang berkaitan dengan dakwah	✓	<ul style="list-style-type: none"> - Bulan Baik - Jalan Buntu - Plan B - Semesta nggak pernah ingkar janji - Siapa - Untuk selangkah kita nggak perlu pura-pura kuat - Lasi Capik, ya? - Jaudah mau Gimana Lagi. - Lambat, Bukan Terlambat - #berkata - Dari Sana: Yah, Hidup.
8.	Persepsi pendengar terhadap isi konten Podcast Rintik Sedu yang berkaitan dengan dakwah	✓	<p>berperan positif dari para pendengar podcast. Dan pendengar podcast tersebut bisa langsung memahami dari isi podcast sehingga banyak dari mereka yang merasa sama dengan apa yang di sampaikan dalam isi podcast Rintik Sedu.</p>

B. Library

1. Dokumentasi tampilan podcast Rintik Sedu mengenai dengan judul-judul podcast yang berkaitan dengan dakwah
2. Melihat media sosial resmi Rintik Sedu mengenai persepsi pendengar tentang isi dari podcast Rintik Sedu
3. Website yang berkaitan tentang Rintik Sedu
4. jurnal yang berkaitan dengan podcast
5. Buku yang berkaitan dengan strategi komunikasi dan dakwah

Mengetahui
 Dosen Pembimbing

Andi Rahmad, M. Sos.
 NIP. 2016059701

Metro, 1 Oktober 2023
 Mahasiswa Ybs

Yuliana Nisa
 NPM. 1904011035



SURAT TUGAS

Nomor: B-1363/In.28/D.1/TL.01/12/2023

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : YULIANA NISA
NPM : 1904011035
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di PERPUSTAKAAN BAIT AL-HIKMAH IAIN METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PADA CHANNEL PODCAST RINTIK SEDU".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 14 Desember 2023



Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Dr. H. Khoirurrijal S.Ag, MA
NIP 19730321 200312 1 002

Nomor : B-1364/In.28/D.1/TL.00/12/2023
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
KEPALA PERPUSTAKAAN BAIT AL-
HIKMAH IAIN METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1363/In.28/D.1/TL.01/12/2023,
tanggal 14 Desember 2023 atas nama saudara:

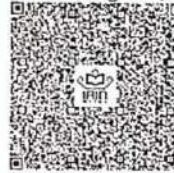
Nama : **YULIANA NISA**
NPM : 1904011035
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Maka dengan ini kami sampaikan kepada KEPALA PERPUSTAKAAN BAIT AL-HIKMAH IAIN METRO bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PERPUSTAKAAN BAIT AL-HIKMAH IAIN METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PADA CHANNEL PODCAST RINTIK SEDU".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 14 Desember 2023
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Dr. H. Khoirurrijal S.Ag, MA
NIP 19730321 200312 1 002



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

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

**SURAT KETERANGAN IZIN RISET
Nomor : P.44/In.28/U.1/OT. 1/12/2023**

Berdasarkan Surat Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Nomor : B-1364/In.28/D.1/TL.00/12/2023 tanggal 14 Desember 2023 tentang Permohonan izin riset penelitian di Perpustakaan IAIN Metro, dengan ini memberikan izin kepada :

Nama : YULIANA NISA
NPM : 1904011035
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Untuk mengadakan riset penelitian yang berjudul : "STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PADA CHANNEL PODCAST RINTIK SEDU" di Perpustakaan IAIN Metro.

Demikian surat izin riset penelitian ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 20 Desember 2023



Perpustakaan,

Ag., S.Hum., MH.
5052001121002



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41807, Fax. (0725) 41296.
E-mail iainmetro@metrouniv.ac.id Website www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Yuliana Nisa
NPM : 1904011035

Fakultas/Jurusan : FUAD /KPI
Semester/TA : IX /2023

No.	Hari/Tanggal	Hal yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Senin 3-10- 2023	Acc APP Outline LANJUT BAB IV, V	

Dosen Pembimbing,

Andi Rahmad, M.Sos

NIP. 2016059701

Mahasiswa ybs,


Yuliana Nisa

NPM 1904011035

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Yuliana Nisa
NPM : 1904011035

Fakultas/Jurusan : FUAD /KPI
Semester/TA : IX /2023

No.	Hari/Tanggal	Hal yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	30 NOV 2023	<ul style="list-style-type: none"> - Perbaiki hal. kata pengantar - hal. motto gak Perlu banyak? - Tambah landasan teori tentang Strategi komunikasi - Perbaiki hal. Penelitian Relevan 	

Dosen Pembimbing,



Andi Rahmad, M.Sos

NIP. 2016059701

Mahasiswa ybs,



Yuliana Nisa

NPM.1904011035



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
E-mail iainmetro@metrouniv.ac.id Website www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Yuliana Nisa
NPM : 1904011035

Fakultas/Jurusan : FUAD /KPI
Semester/TA : IX /2023

No.	Hari/Tanggal	Hal yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Selasa . 12-12- 2023	1. Perbaiki Spasi pada hal. Abstrak. 2 pada hal. Motto kutipan dari siapa. 3. Tambahkan Ayat tentang dakwah pada Landasan Teori	

Dosen Pembimbing,

Andi Rahmad, M.Sos

NIP. 2016059701

Mahasiswa ybs,

Yuliana Nisa

NPM.1904011035



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id Website: www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Yuliana Nisa
NPM : 1904011035

Fakultas/Jurusan : FUAD /KPI
Semester/TA : IX /2023

No.	Hari/Tanggal	Hal yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Jumat 15-12 2023	Acc di Sidangkan/ Muna dosyah.	

Dosen Pembimbing,

Andi Rahmad, M.Sos

NIP. 2016059701

Mahasiswa ybs,

Yuliana Nisa

NPM.1904011035



**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: diglib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1433/In.28/S/U.1/OT.01/12/2023**

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

Nama : YULIANA NISA
NPM : 1904011035
Fakultas / Jurusan : Ushuluddin, Adab dan Dakwah / Komunikasi Penyiaran Islam

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2023/2024 dengan nomor anggota 1904011035

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, 13 Desember 2023
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
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47295, Website www.fuad.metrouniv.ac.id, e-mail fuadainmetro@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Nomor: 1423/In.28.4/J.1/PP.00.9/12/2023

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 : Yuliana Nisa
NPM : 1904011035
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Strategi Komunikasi Dakwah Pada Channel Podcast Rintik Sedu

Mahasiswa tersebut, telah melaksanakan uji plagiasi Skripsi melalui program Turnitin dengan tingkat kemiripan 12 %

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

Metro, 21 Desember 2023
Ketua Program Studi KPI



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

RIWAYAT HIDUP



Yuliana Nisa di lahirkan di Desa Gunung Sari, Kampar pada tanggal 14 Juli 2001. Bertempat tinggal di Desa Gunung Sari, Kecamatan Gunung Sahilan, Kabupaten Kampar, Riau. Puteri pertama dari pasangan Bapak Supriyadi dan Ibu Lasmiyati. Peneliti menyelesaikan pendididkan formalnya di TK Dharma Wanita, SD Negeri 005 Gunung Sari, Kampar. Kemudian melanjutkan ke SMP Negeri 1 Gunung Sahilan, Kampar. Dan melanjutkan ke jenjang SMA Negeri 2 Gunung Sahilan.

Selanjutnya melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah (FUAD), Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Tahun Akademik 2019 melalui jalur UM-PTKIN.

Bagi peneliti menjadi mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam merupakan suatu hal yang menyenangkan. Peneliti memilih Prodi KPI atas keinginan peneliti sendiri dengan harapan akan melatih peneliti lebih percaya diri untuk tampil di depan umum.