

BAB III

KAJIAN DAN PEMETAAN POKOK BAHASAN ISI PESAN DAKWAH DALAM PODCAST DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE

A. Pengertian Pesan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pesan mempunyai makna seruan, perintah, nasehat untuk disampaikan kepada orang lain.²³ Dalam Bahasa Inggris, pesan disebut *message* yang berarti pesan, informasi, dan perintah suci yang terkandung nilai-nilai kebaikan didalamnya. Sedangkan menurut bahasa Arab, pesan adalah *risalah* yang berakar dari kata yang sama dari *rasul* yaitu *Ra-Sin-Lam*. Menurut M. Quraish Shihab dalam Tafsir Al Misbah, kata yang berasal *Ra-Sin-Lam* ditemukan 513 kali di dalam Al-Qur'an dengan berbagai bentuk, 442 kali lainnya merujuk pada kerasulan penegasan poin-poin utama dari sejumlah ayat tertentu misalnya dalam Surat Yunus:47, An-Nahl:36, Al-Isra-15, dan lain sebagainya. Dengan demikian, secara maknawiyah (istilah terminologis), risalah ialah amanat yang diturunkan Allah Swt. kepada para utusan-Nya. Dalam konteks Islam, pesan yang dimaksud ini adalah *Kalamullah* berupa ayat-ayat Al-Qur'an sebagai sumber utama ajaran agama Islam.

²³ Wjs. Poerwadarwinta, "*Kamus Besar Bahasa Indonesia*", 2005, Jakarta, Balai Pustaka, Edisi 3, h. 883

Message atau Pesan ialah serangkaian simbol penting yang disampaikan kepada komunikan dibawa oleh komunikator.²⁴ Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi disebutkan sebagai sesuatu yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Pengiriman pesan ini dapat melalui cara tatap muka maupun melalui media komunikasi yang berisi informasi, hiburan, ilmu pengetahuan, nasihat bahkan propaganda.

Pesan juga bisa disebut kumpulan ekspresi perilaku, biasanya terdiri dari simbol-simbol yang dipahami bersama, yang dihasilkan untuk menyampaikan sesuatu. Meski hubungan antara simbol dan apapun hal yang diwakilinya bervariasi, komunikasi masih dimungkinkan, sebagian karena mayoritas simbol yang digunakan memiliki interpretasi konvensional.²⁵ Pesan tidak hanya sekedar lambang yang menyusun kata dan kalimat, namun pada dasarnya ia merupakan tindak tutur (*speech act*) demonstrasi suatu tindakan melalui ujaran berupa kata dan gerak tubuh (*gesture*).²⁶

Pesan bisa berbentuk tanda atau simbol, misalnya kata-kata tulisan maupun lisan, gambar, nominal, gerak tubuh (gestura). Pada dasarnya pesan bersifat abstrak. Untuk mengkonkretkannya sedemikian rupa sehingga dapat terkirim dan tersampaikan kepada penerima pesan (komunikan), maka dengan

²⁴ Onong Uchjana, "*ILMU KOMUNIKASI Teori dan Praktek*", 1990, Bandung, PT Remaja Rosdakarya, Edisi Revisi, h. 16

²⁵ Ahmad Sultra Rustan, Nurhakki Hakki, "*Pengantar Ilmu Komunikasi*", 2017, Sleman, Deepublish, h. 43

²⁶ *Ibid.*

akalnya manusia mengolah rangkaian simbol komunikasi berupa suara, ekspresi, gestur tubuh, bahasa tulisan dan bahasa lisan.²⁷ Yang disebut dengan pesan bersifat abstrak disini dapat dikatakan bahwa komunikan yang anda kirim pesan tidak akan tahu apa yang anda pikirkan sampai anda mengaktualisasikannya dalam beberapa bentuk atau kombinasi simbol-simbol komunikasi ini. Oleh karena itu, simbol komunikasi disebut juga bentuk pesan, yaitu bentuk konkrit dari pesan yang berfungsi mengubah pesan abstrak menjadi spesifik.

Umumnya, pesan dibedakan menjadi dua jenis, yaitu pesan verbal dan non-verbal. Pesan verbal merupakan jenis pesan yang dapat dimengerti isinya oleh penerima pesan menurut apa yang didengarnya, serta penyampaiannya pun jelas menggunakan kata-kata. Bahasa lisan dan bahasa tulisan dikelompokkan dalam pesan verbal. Sedangkan pesan non-verbal ialah jenis pesan yang didasarkan pada indera penglihatan sebagai penerima ransangan yang dihasilkan serta tidak disampaikan secara langsung dengan kata-kata, suara, ekspresi wajah atau gerak tubuh yang biasa tergolong dalam pesan non-verbal.

Pesan ialah suatu maksud dalam bentuk “sinyal” kemudian dialirkan melalui saluran tertentu. Dalam hal ini terdapat dua bentuk sinyal, yaitu: 1) *sinyal paralel*, yang terjadi dalam interaksi tatap muka dimana suara dan gerakan menunjukkan arti yang berbeda, dan 2) *sinyal serial*, yang berupa suara dan/atau

²⁷ Rayudaswati Budi, “*Pengantar Ilmu Komunikasi*”, 2010, Makassar, KRETAKUPA Print, h. 21

isyarat yang terus-menerus beralih ke sinyal elektronik, gelombang radio, kata-kata atau gambar.²⁸

Dalam konteks komunikasi, pesan menjadi salah satu komponen penting dalam pelaksanaan komunikasi yang baik. Pengorganisasian pesan yang tepat bagi khalayak ialah pesan yang bersifat umum, mudah dipahami banyak audiens, dan terhubung dengan kebutuhan atau kehidupan khalayak. Sehingga pesan dapat menginspirasi khalayak untuk memberikan perhatian yang serius (*attention*) dan dengan demikian akan mampu mengolah suatu kegiatan (*action*). Akhirnya, tujuan penyampaian pesan itu dapat terealisasikan.²⁹

B. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi bahasa, “*Da’wah*” dalam bentuk kata *mashdar* dari bahasa Arab memiliki arti panggilan, himbauan atau ajakan, yang mana. Sedangkan bentuk kata kerja (*fi’il*) nya berarti memanggil, menyeru, atau mengajak, (*Da’a - Yad’u - Da’watan*). Orang yang berdakwah biasa dipanggil dengan sebutan *Da’i* sementara orang yang didakwahi atau menerima dakwah disebut *Mad’u*.³⁰ Dalam Al-Qur’an, kata *da’wah* dengan berbagai bentuknya ditemukan sebanyak 198 kali menurut hitungan Muhammad Sulthon (2003:4), sebanyak 212 kali mengikuti ujaran Asep Muhiddin (2002:40), atau 299 kali versi Muhammad Fuad ‘Abd al-Baqi’ (dalam A. Ilyas Isma’il, 2006: 144-145).

²⁸ Alo Liliweri, “*Komunikasi Antar-personal*”, 2015, Jakarta, Pramadamedia Group, h. 66

²⁹ Athik Hidayatul Ummah, “*Podcast Sebagai Strategi Dakwah di Era Digital: Analisis Peluang dan Tantangan*”, 2020, Komunike, Volume XII, No. 2, h. 229

³⁰ Wahidin Saputra, “*Pengantar Ilmu Dakwah*”, 2012, Jakarta, Raja Grafindo Persada, Cet. Ke-II, h. 1

Hal ini membuktikan bahwa pengembangan makna dari kata *da'wah* berlaku di berbagai penggunaan dalam Al-Qur'an.³¹

Kadangkala kata dakwah secara etimologis dikenakan dalam arti ajakan terhadap kebajikan yang pelakunya adalah Allah Swt. dan para utusan-Nya serta orang-orang yang beriman juga beramal saleh.³² Didasarkan definisi itu, dapat diketahui bahwa dakwah ialah suatu usaha menghijrahkan manusia yang berasal dari kondisi negatif menjadi lebih positif. Misal dari keadaan kafir menuju keimanan, dari kemiskinan menjadi kemakmuran, dari perpecah belahan menuju integrasi, dari kemaksiatan menuju ketaatan untuk semata-mata meraih ridha Allah Swt., semua itu termasuk dalam pengertian dakwah.

Hal ini sealur dengan definisi dakwah yang diungkapkan oleh Syekh Abdullah Ba'lawy al-Haddad, yakni dakwah itu mengajak, membimbing, serta memimpin orang yang belum paham betul atau bahkan telah menyimpang dari agama yang benar, untuk kembali dialihkan ke jalan yang benar dengan mentaati Allah, beriman kepada-Nya, serta mencegah dari apa yang bertentangan dengan dua hal tersebut, kemaksiatan dan kekufuran. Berkaitan pula halnya dengan penuturan definisi dakwah oleh Muhammad Natsir, yang mana dakwah adalah ini merupakan upaya untuk membangkitkan konsepsi Islam tentang visi dan tujuan hidup manusia di dunia ini, termasuk *amar ma'ruf nahi munkar*, melalui bermacam media dan cara demi menanamkan pada umat Islam, memungkinkan

³¹ Moh. Ali Aziz, "*Ilmu Dakwah*", 2017, Jakarta, Kencana, Edisi Revisi, h. 8

³² Muh. Qadaruddin Abdullah, "*Pengantar Ilmu Dakwah*", 2019, Surabaya, Penerbit Qiara Media, h. 3

moralitas dan membimbing pengalamannya dalam peri kehidupan masyarakat dan peri kehidupan bernegara.³³ Kecenderungan ini juga diperkenalkan oleh Syaikh Muhammad Al-Khidir Husain dalam buku *Ad-Da'wah ila Al-Ishlah*, dimana ia mendefinisikannya, “Memotivasi manusia agar beramal saleh dan mendapatkan hidayah, beramal maruf dan naHYi munkar supaya mereka meraih kebahagiaan di dunia dan akhirat.” Definisi ini mengutip definisi yang diperkenalkan Syaikh Ali Mahfuz dalam *Hidayah al-Mursyidin*. Langkah yang sama juga dilakukan Dr. Ahmad Ghalwasy dalam buku *Ad-Da'wah Al-Islamiyyah*, dimana ia menyatakan, “(Ilmu Dakwah adalah) ilmu yang dimaksudkan untuk mengetahui semua upaya teknis dan beragam yang bertujuan menyampaikan ajaran Islam kepada umat manusia, yang mencakup keyakinan, syariah, dan akhlak...”³⁴

Terdapat beberapa termin yang menjadi padanan kata dakwah, diantaranya *an-nida'* (seruan), *at-thalab* (permohonan), *an-nashihah* (nasehat), *at-tabligh* (penyampaian), *al-hats* (perintah), *al-istimalah* (bujukan), *al-irsyad* (bimbingan), *at-tarbiyah* (pendidikan) dan *at-ta'lim* (pengajaran).³⁵

Dakwah secara terminologis dapat diartikan sebagai seruan kepada seorang individu atau sekelompok manusia guna menyakini suatu hal, beserta perintah buat melaksanakan atau meninggalkan sesuatu terhadapnya. Di dalam

³³ *Ibid.*, 4

³⁴ Muh. Abu Al-Fath Al-Bayanuni, “*Pengantar Studi Ilmu Dakwah*”, 2021, Jakarta, Pustaka Al-Kautsar, Edisi Indonesia, h. 10

³⁵ Daniel Rusyad, “*Ilmu Dakwah: Suatu Pengantar*”, 2020, Bandung, El Abqarie, h. 1

Islam, dakwah secara umum dimaknai dalam dua kerangka konseptual. Pertama, dakwah dipahami sebagai Islam itu sendiri, atau dakwah sebagai *risalah* Islam. Pandangan ini sejalan dengan gagasan bahwa dakwah terlahir di saat lahirnya aqidah, dan terlahir bersama keduanya ibadah, akhlak dan nilai-nilai masyarakat yang luhur. (Ghazali: 1995). Kedua, dakwah dimaknai sebagai tindakan atau aktivitas penyebaran Islam dan penyampaian risalah.³⁶

1. Menurut Abu Bakar Zakaria (1962:8) mengutarakan dakwah adalah:

قيام العلماء والمستترين في الدين بتعليم الجمهور من العامة ما يبصرهم
بأمور دينهم و دنياهم على قدر الطاقة

“Upaya para ulama dan orang-orang yang memiliki ilmu agama Islam untuk memberikan ajaran kepada masyarakat umum, sesuai dengan kemampuan yang dimiliki tentang hal-hal yang mereka butuhkan dalam masalah duniawi dan agama.”

2. Syekh Ali bin Shalih al-Mursyid (1989:21), dakwah menurutnya adalah:

منحج يقوم على بيان الحق والخير والهدى و كشف و سائل الباطل
وأساليبه بشتى الطرق وأساليب والوسائل

“Sistem yang berfungsi menjelaskan kebenaran, keutamaan, dan petunjuk (agama); sekaligus mengungkap beragam kebatilan beserta media dan metodenya melalui berbagai teknik, metode, dan media lainnya.”

³⁶ Daniel Rusyad, “*Ilmu Dakwah: Suatu Pengantar*”, 2020, Bandung, El Abqarie, h. 1

3. Syekh Adam ‘Abdullah al-Aluri (dalam Al-Bayanuni, 1993:15), baginya dakwah adalah:

صرف أنظار الناس وعقولهم إلى عقيدة تفيدهم أو مصلحة تنفعهم وهي
أيضا ندبة لإنقاذ الناس من ضلالة كادوا يقعون فيها أو من معصية كادت
تحدق بهم

“Mengarahkan perspektif dan akal manusia menuju keyakinan yang berguna dan kebaikan yang bermanfaat. Dakwah juga aktivitas mengajak (manusia) untuk menyelamatkan orang lain dari kesesatan yang hampir menggulingkannya atau dari kemaksiatan yang selalu melingkupinya.”³⁷

4. Menurut Asmuni Syukir, dakwah adalah suatu upaya mempertahankan, melestarikan dan menyempurnakan umat manusia agar tetap beriman kepada Allah, dengan melaksanakan syariat-Nya agar senantiasa hidup bahagia sebagai manusia di dunia maupun akhirat.³⁸
5. Syaikh Muhammad Al-Ghazali dalam buku *Ma’a Allah*, ia menyatakan bahwasanya (Ilmu dakwah ialah) sebuah strategi yang komprehensif dan mencakup semua informasi yang manusia perlukan agar mampu melihat tujuan utama dalam hidup dan mengungkap rambu-rambu jalan yang dapat menyatukan mereka dalam petunjuk.³⁹

³⁷ Moh. Ali Aziz, “*Ilmu Dakwah*”, 2017, Jakarta, Kencana, Edisi Revisi, h. 9-10

³⁸ Asmuni Syukri, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya, Al Ikhsan, 1983, h. 20

³⁹ Muh. Abu Al-Fath Al-Bayanuni, “*Pengantar Studi Ilmu Dakwah*”, 2021, Jakarta, Pustaka Al-Kautsar, Edisi Indonesia, h. 10

6. Menurut Jamaluddin Kafie (1993:28), dakwah merupakan sebuah skema aktivitas dari seseorang, sekelompok, atau segolongan umat Islam sebagai aktualisasi keimanan yang diwujudkan dalam bentuk himbauan, ajakan, panggilan, undangan, doa yang diucapkan secara ikhlas dengan menggunakan metode, sistem, dan bentuk tertentu, agar mampu menyentuh hati dan fitrah seorang individual, kelompok, massa, dan khalayak umat, sehingga mampu mempengaruhi perilaku demi mencapai suatu tujuan tertentu.
7. M. Arifin (1993:6), dakwah merupakan perbuatan ajakan, baik berbentuk lisan, tulisan, perilaku, dan lainnya yang dilakukan secara sadar dan terencana guna mempengaruhi orang lain, baik individual hingga kelompok, agar sampai pada pemahaman, kesadaran, sikap, penghayatan, dan pengalaman terhadap ajaran agama, pesan yang dibawa padanya tanpa ada satupun unsur paksaan.
8. Menurut Asep Muhiddin (2000:35) dakwah ialah usaha mengintroduksi Islam yang merupakan satu-satunya jalan hidup yang hakiki secara menarik, bebas, demokratis, dan realistis menyentuh kebutuhan dasar umat.⁴⁰
9. B.J. Boland (dalam A. Ilyas Ismail, 2006:9) berkomentar, *“That da’wah meant the propagation of Islam not only by preaching and publications,*

⁴⁰ Moh. Ali Aziz, *“Ilmu Dakwah”*, 2017, Jakarta, Kencana, Edisi Revisi, h. 13

but also by deeds and activities in all areas of social life, in other words that da'wah had to be comprehensive islamization of society." (bahwa dakwah dimaknai sebagai propaganda Islam bukan sekedar untuk disebarluaskan dan dipublikasikan, tetapi juga untuk tindakan dan aktivitas di segala bidang kehidupan sosial, dengan kata lain dakwah ini harus menjadi islamisasi komprehensif bagi seluruh masyarakat.)⁴¹

10. Menurut Shalahuddin Sanusi, dakwah bisa dibidang sebuah upaya memperbaiki dan membangun masyarakat, merekonstruksi kerusakan, menghilangkan kebatilan, kemaksiatan dan ketidakadilan dalam masyarakat.⁴²

Berbagai definisi dakwah tidak berarti saling meniadakan, juga tidak menunjukkan adanya kontradiksi antara makna dakwah. Perbedaan ini harusnya dimaknai sebagai sebuah kategorisasi, bahwa teori dakwah memiliki dimensi dan orientasi kajian dakwah yang dititikberatkan secara berbeda satu sama lain. Namun secara umumnya, interpretasi dakwah yang telah diutarakan oleh beberapa *expert* yang telah dibahas semuanya jelas mengarah kepada aktivitas yang berorientasi pada metamorfosis diri manusia dalam hal positif. Metamorphosis ini dimanifestasikan dengan eskalasi kualitas keimanan. Singkatnya, dakwah merupakan kegiatan positif yang meningkatkan keimanan berdasarkan syariat Islam.

⁴¹ *Ibid*, h. 14

⁴² Muh. Qadaruddin Abdullah, "*Pengantar Ilmu Dakwah*", 2019, Surabaya, Penerbit Qiara Media, h. 4

Dari semua pendefinisian dakwah yang telah diterangkan diatas, bisa dikonklusikan bahwa berdakwah itu adalah suatu perjuangan hayati demi menegakkan dan menjunjung tinggi undang-undang Ilahi pada seluruh aspek kehidupan manusia, akibatnya ajaran Islam menjadi landasan yang mendasari, menjiwai serta mewarnai seluruh sikap dan perilaku manusia dalam kehidupannya.

C. Pengertian Pesan Dakwah

Materi dakwah (*maddah*) adalah pesan-pesan yang dibawa oleh para *da'i* dan diterima oleh *mad'u* baik yang mengandung ajakan, bimbingan, dan binaan yang diharap dapat dikerjakan pada segala aspek kehidupan *mad'u* berdasarkan prinsip ajaran Islam. Pesan dakwah biasanya terhubung dengan masalah *aqidah* (keimanan), masalah *syariah* (hukum), masalah *mu'amalah* (hubungan sosial kemasyarakatan), masalah *akhlak* (moralitas), dan lainnya.⁴³

Pesan dakwah merupakan materi atau isi ceramah yang akan disampaikan dalam dakwah. Penyusunan pesan dakwah didasarkan pada kondisi obyektif *mad'u* yang diperoleh melalui pengamatan, *interview* atau telaah sumber-sumber tertulis. Dikenal pesan utama dan pesan pendukung dalam kajian pesan dakwah. Bahan dasar atau materi utama dakwah adalah Al-Qur'an dan Al-Hadits,

⁴³ Athik Hidayatul Ummah, "Podcast Sebagai Strategi Dakwah di Era Digital: Analisis Peluang dan Tantangan", 2020, Komunike, Volume XII, No. 2, h. 228

ditambah dengan pendapat ulama, hasil-hasil penelitian dari para ahli di bidangnya, kisah-kisah, dan berita.⁴⁴

Pesan dakwah atau *maddah* disampaikan oleh *da'i* sebagai isi dalam berdakwah. Pemahaman *mad'u* ditentukan oleh pesan yang disampaikan *da'i*, sehingga dalam menyusun pesan dakwah harus dengan sistem yang baik dan sesuai dengan kondisi *mad'u*. Kemampuan mengidentifikasi ini kemudian akan membangun komunikasi yang efektif. Keefektifan ini muncul karena objek dakwah sudah dipahami karakternya oleh seorang juru dakwah. Ketepatan materi dakwah yang disampaikan menjadi mudah diterima semua kalangan, serta tidak memunculkan perselisihan terkait isi pesan dakwahnya.⁴⁵

Enjang dan Aliyuddin (2009, hlm. 80-82), dalam bukunya yang berjudul "Unsur-Unsur Dakwah" membicarakan materi dakwah secara minim. Pada bab IV ini penulis menerbitkan berbagai pendapat atau pandangan para ahli seperti Muhaemin dan Sambas mengenai pesan dakwah. Dapat kita lihat menurut Muhaemin isi pokok al-Qur'an secara umumnya mengandung:⁴⁶

1. Aqidah: aspek yang memiliki keterkaitan dengan iman dalam ajaran Islam, termasuk: rukun iman, atau apapun yang diyakini sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Al-Sunnah.

⁴⁴ Jafar, Amrulah, "*Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah dalam Kajian Al-Qur'an*", 2018, Jurnal UIN Sunan Ampel Surabaya, Volume 08, Nomor 01, h. 43

⁴⁵ Budi Ariyanto, "*Pengorganisasian Pesan Dakwah Da'i Selebriti Ustad Al-Habsy*", 2019, Lampung, Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah Volume 19, Nomor 1, h.3

⁴⁶ *Ibid.*, 44

2. Ibadah: aspek ajaran Islam yang berkaitan dengan rutinitas ritual dalam rangka mengabdikan dan taat kepada Allah Swt.
3. Muamalah: aspek ajaran Islam yang memedomani segala aturan yang berbeda dalam tatanan berkehidupan sosial di berbagai arahnya.
4. Akhlaq: aspek ajaran Islam yang memiliki keterkaitan dengan moralitas ataupun tata budi pekerti seseorang sebagai hamba Allah, sebagai masyarakat dan aspek dari lingkungan alam sekitar.
5. Sejarah: peristiwa safari kehidupan yang pernah dialami umat manusia yang digambarkan dalam al-Qur'an untuk senantiasa diambil hikmah dan pelajarannya.
6. Prinsip-prinsip pengetahuan dan teknologi: yang mana merupakan berbagai instruksi singkat yang mendorong manusia untuk mempelajari isi alam serta perubahannya.
7. Lainnya, baik berupa saran, janji, maupun ancaman.

Pesan dakwah bersifat dinamis dalam artian dapat disesuaikan dengan kondisi insidental penerima dakwah atau *mad'u*. Sebagai seorang *da'i* haruslah mempersiapkan dengan benar apa saja yang harus dilakukan ataupun bagaimana pengorganisasian sebelum menyampaikan pesan dakwah kepada audiens atau *mad'u*. Hal-hal yang harus diperhatikan di antaranya: 1) survey awal bagaimana situasi dan kondisi audiens atau *mad'u* yang akan disampaikan pesan dakwah, 2) menyusun pendekatan atau strategi yang akan diterapkan kepada *mad'u*, 3) menetapkan tujuan dakwah yang akan dicapai, 4) menyiapkan materi dakwah

yang lengkap serta relevan, 5) serta menyiapkan media atau alat komunikasi yang tepat.

D. Media

Media berasal dari bahasa Latin *medius*, yang secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar. Media dalam bahasa Arabnya sama dengan *wasilah* atau dalam bentuk jamak *wasail* yang berarti alat atau perantara. Dalam bahasa Inggris, *medium* adalah bentuk jamak dari kata media yang berarti tengah, antara, rata-rata. Menurut definisi diatas, pakar komunikasi memaknai media sebagai alat tengah yang mengaitkan pesan komunikasi yang dikirimkan oleh pemberi pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan).

Media adalah saluran komunikasi wadah berjalannya pesan oleh komunikator kepada komunikan.⁴⁷ Medium komunikasi dapat didefinisikan sebagai sarana mediasi yang dipilih secara sadar oleh komunikator untuk menyampaikan pesannya ke komunikan. Oleh karena itu, elemen primer dari media komunikasi adalah pemilihan dan penggunaan instrumen komunikasi secara sadar oleh komunikator, yang mana hal ini mengacu pada penggunaan dan pemilihan teknologi media komunikasi.⁴⁸

Saluran atau media ialah tempat penyampaian pesan yang umumnya diseleksi oleh pengirim karena dialah yang memiliki “hak” dalam menentukan

⁴⁷ Onong Uchjana, “*ILMU KOMUNIKASI Teori dan Praktek*”, 1990, Bandung, PT Remaja Rosdakarya, Edisi Revisi, h. 16

⁴⁸ Rayudaswati Budi, “*Pengantar Ilmu Komunikasi*”, 2010, Makassar, KRETAKUPA Print, h. 33

jenis media yang digunakan, baik formal maupun informal. Misalnya tiap-tiap organisasi telah mendapatkan saluran komunikasi formal yang menghubungkan atasan dan bawahan. Dengan demikian saluran formal dalam organisasi mengikuti rantai otoritas yang telah ditentukan. Bentuk lain dari media dalam organisasi adalah saluran informal, dalam organisasi terlihat melalui komunikasi interpersonal yang spontan.⁴⁹

Media komunikasi dapat dibedakan berdasarkan jumlah komunikator sasaran di media massa dan media non-massa. Media massa dapat dibedakan menjadi media massa periodik dan media massa non periodik menurut waktu terbitnya. Periodik artinya dilansir secara berkala tergantung durasi yang telah ditetapkan sebelumnya. Media massa periodik dapat dilihat perbedaannya dari yang elektronik (radio, TV) dan non-elektronik atau cetak (surat kabar, majalah). Media massa nonperiodik dimaksud juga media massa yang bersifat eventual atau bergantung pada agenda tertentu. Sehabis acara tersebut selesai, maka berakhir pula pemakaiannya. Maka dari itu, media massa non-periodik dapat dibedakan atas manusia (juru kampanye atau *sales promotion girl*) dan benda (poster, spanduk, *flyer*, *leaflet*, baliho). Sedangkan jika nonmedia massa, dilihat dari sifatnya dapat dibedakan atas nonmedia massa benda juga nonmedia massa manusia (kurir pembawa pesan). Nonmedia massa benda terbagi menjadi dua yaitu elektronik (telepon, faks) dan yang non elektronik (surat).

⁴⁹ Alo Liliweri, "Komunikasi Antar-personal", 2015, Jakarta, Pranadamedia Group, h. 67

Kelangsungan terakhir dari teknologi komunikasi yaitu teknologi komputer dengan internet, membuahakan media multimedia ke dunia.⁵⁰

E. Media Dakwah

Media dakwah atau dalam bahasa Arab disebut dengan *wasilah*, yaitu instrumen atau sarana yang berfungsi sebagai penyampaian materi dakwah atau ajaran Islam terhadap *mad'u*. Seorang juru dakwah dalam penyampaian pesan-pesan dakwah kepada khalayaknya pastilah tak luput dari yang namanya sarana atau media. Apalagi di zaman modernisasi seperti sekarang, pesan dakwah tak cukup hanya diturunkan oleh lisan saja, tetapi juga harus diutarakan melalui bantuan alat-alat komunikasi lainnya.

Media atau sarana dakwah mempunyai berbagai macam bentuk, dapat berupa lisan, tulisan, lukisan, audio-visual, maupun akhlak. 1) Lisan bisa berbentuk seperti ceramah, bimbingan, pidato, serta contoh lainnya. 2) Tulisan, bisa kita lihat melalui artikel, buku, surat kabar, majalah, dan lain-lain. 3) Lukisan dapat berupa gambar atau yang sangat ramai pada zaman sekarang ialah dakwah melalui komik. 4) Audiovisual sudah sangat sering kita jumpai, yakni televisi, internet, bahkan seperti yang penulis bahas dalam penelitian ini yang tak lain adalah podcast, dengan tujuan agar ceramah tidak kaku dan tidak membosankan. 5) Sedangkan dakwah dengan media akhlak, ialah dengan cara

⁵⁰ Rayudaswati Budi, "Pengantar Ilmu Komunikasi", 2010, Makassar, KRETAKUPA Print, h. 34

penyampaian dakwah dengan perbuatan nyata, langsung praktik dan tidak banyak teori.

Siti Uswatun Khasanah (2007:37) mengemukakan bahwa dari kelima hal diatas bisa diperkecil menjadi tiga media secara umumnya:

1. *Spoken Word*, dakwah berarti dalam bentuk bahasa atau suara dan ditangkap oleh indera pendengaran seperti audio, telepon dan lain-lain.
2. *Printed Writings*, dakwah yang disajikan berupa tulisan, gambar, lukisan dan lainnya yang dapat dilihat dengan mata.
3. *The Audio Visual*, berupa gambar hidup yang dapat didengar sekaligus dapat dilihat, seperti video, televisi, film, dan sebagainya.⁵¹

Jikalau dikaitkan dengan penggunaan perangkat teknologi zaman sekarang, media dakwah ini banyak sekali macamnya, dapat berupa media elektronik, contohnya melalui internet dan beragam *platform* media sosial. Upaya menyampaikan pesan dakwah melalui media dakwah yang berkembang saat ini, khususnya internet, akan dapat menarik perhatian masyarakat apabila disajikan dengan cara yang kreatif juga bahasa yang mudah dipahami. Bahkan media dakwah ini akan menjadi cara yang paling efektif dilakukan apabila pendakwah menyuguhkan pesan tersebut disertai dengan hiburan atau tren masa kini, yang pastinya masih sesuai dan tidak melenceng sedikit pun dari kaidah ajaran Islam.

⁵¹ Fanatut Thoifah, dkk, "*Ilmu Dakwah: Praktis Dakwah Milenial*", 2020, Malang, Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang, h. 36

Penelitian Arifuddin (2016) mencatat bahwa dalam konteks dakwah Islam di Indonesia, munculnya teknologi informasi dan komunikasi seperti internet berperan penuh sebagai media kekinian untuk menyebarluaskan ajaran Islam. Dengan internet, dakwah Islam mempunyai keunggulan baik dari sudut pragmatisasi, aksesibilitas, keleluasaan daya jangkauan dan konvensional. Dalam konteks dakwah Islam di Indonesia, internet dapat digunakan sebagai instrument propaganda demi melawan dan kontra narasi anti-Islam atau lebih dikenal dengan *Islamophobia*. Penelitian Mazaya (2019) mengemukakan bahwa *cyberdakwah* berperan sebagai aktivitas *amar ma'ruf nahi munkar* dengan pemanfaatan sarana internet. Di periode globalisasi, penyebaran informasi via internet begitu masif, hingga kadang tidak adanya filter dalam penyebaran pesan positif maupun sebaliknya. Satu dari konsen *cyberdakwah* ialah usaha untuk menyaring pesan yang bersifat hoaks, ujaran kebencian (*hatespeech*) serta pesan menyesatkan.⁵²

Berkaitan dengan masalah tersebut pula, upaya penyampaian pesan dakwah ini harus selektif dalam pemilihan kata maupun kalimat serta dalam memilih dan memilah informasi yang akan disampaikan secara luas kepada khalayak sebagai *mad'u* dari dakwah tersebut. Kepandaian seorang *da'i* dalam menentukan media dakwah juga sangatlah diperhatikan. Media dakwah wajib diseleksi dengan tepat agar bisa benar-benar sampai ke masyarakat hingga target atau tujuan dakwah yang diinginkan dapat terealisasi.

⁵² Ridwan Rustandi, "Cyberdakwah: Internet sebagai Media Baru dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam", 2019, Nalar: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam Vol. 3, No. 2, h. 86

F. Media Sosial

Media sosial (lebih sering dikenal sebagai sosial media dan disingkat menjadi “sosmed”) merupakan sebuah media online yang dipakai sesama penggunanya agar bisa berpartisipasi, berkomunikasi dengan gampang, berbagi konten, dan membuat konten blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual tanpa limitasi oleh ruang dan waktu. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk sosmed paling umum yang digunakan oleh masyarakat awam seluruh dunia.⁵³

Media sosial adalah tentang menjadi manusia biasa yang saling bertukar ide, bekerja sama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berpikir, berdiskusi, bertemu teman baru, menemukan mitra, dan membangun sebuah komunitas. Media sosial dimaknai paling efisien sebagai segolongan jenis media online baru, yang mempunyai mayoritas karakteristik seperti di bawah ini:

1. *Participation* (Keikutsertaan)

Media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik dari semua pemangku kepentingan dan mengaburkan batas antara media dan audiens.

2. *Openness* (Keterbukaan)

Sebagian besar layanan media sosial terbuka untuk umpan balik dan keikutsertaan dengan mendorong pemungutan suara (*voting*), komentar,

⁵³ Wikipedia, “*Media Sosial*” dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial, 14 April 2021

dan berbagi informasi. Jarang ada rintangan saat mengakses dan menggunakan konten-konten yang dilindungi kata sandi itu tidak disukai.

3. *Conversation* (Percakapan)

Media sosial yang sering dikenal baik sebagai konversasi dua arah, berbeda dengan media tradisional yang biasa menyiarkan konten yang ditransmisikan atau didistribusikan ke audiens.

4. *Community* (Komunitas)

Media sosial memberi peluang cepat bagi terbentuknya komunitas agar berinteraksi dengan efektif. Komunitas biasanya punya kesamaan *passion*, seperti kecintaan pada olahraga, masalah politik, atau selebriti favorit.

5. *Connectedness* (Keterhubungan)

Mayoritas jenis media sosial berkembang berkat keterkaitannya, menggunakan link ke website, sumber daya, dan orang lain.

Pada intinya, penggunaan sosial media dapat membuat seseorang menjadi diri sendiri. Kecepatan informasi yang dapat diakses dalam waktu sekejap mata, selain itu menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa media ini sukses berkembang pesat. Tak terkecuali, hasrat impian untuk aktualisasi diri dan kebutuhan membangun citra diri atau *personal branding*.⁵⁴

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mengemukakan bahwa media sosial menjadi "sebuah grup aplikasi berbasis internet yang diciptakan atas dasar

⁵⁴ Antony Mayfield, "What is Social Media?", 2008, from iCrossing, h. 5

ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan pembangunan dan pertukaran *user-generated content*". Media sosial ialah media berbasis kecanggihan teknologi yang diklasifikasikan menurut aneka macam bentuk, seperti forum internet, weblog, blog sosial, microblogging, wiki, siniar, majalah, gambar, video, serta bookmark sosial. Dengan menerapkan satu set teori pada bidang saluran penelitian (kehadiran sosial, media kekayaan) dan proses sosial (*self-presentation, self-disclosure*), Kaplan dan Haenlein mengolah skema atau pembagian terstruktur untuk beragam macam jenis media sosial (disampaikan dalam artikel Horizons Bisnis yang dilansir sepanjang tahun 2010).⁵⁵

Media sosial mengajak masyarakat yang tertarik agar berpartisipasi dengan turut berkontribusi dan memberi umpan balik atau umpan balik secara konvensional, bertukar komentar, hingga berbagi pengetahuan tanpa limitasi ruang dan waktu secepat kilat. Media sosial memiliki karakteristik yang dijuluki evolusi, revolusi, dan kontribusi. Media sosial disebut; 1) Evolusi karena dia menampilkan perkembangan baru dari cara seseorang berkomunikasi misalnya dengan *e-mail*, 2) Revolusi, karena untuk pertama kali dalam sejarah komunikasi, kita semua memiliki akses yang sangat bebas, komunikasi dapat dilakukan secara instan dan mengglobal, dan 3) sebagai Kontribusi karena keberadaan media sosial dapat membedakan kemampuan setiap orang untuk berbagi dan berkontribusi pesan kepada sasaran. (Mark W. Schaefer)⁵⁶

⁵⁵ Wikipedia, "*Media Sosial*" dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial, 14 April 2021

⁵⁶ Alo Liliweri, "*Komunikasi Antar-personal*", 2015, Jakarta, Pranadamedia Group, h. 291

Pemakaian istilah Sosial Media berawal dari tahun 1997 pada media cetak. Kala itu seorang eksekutif di AOL bernama Ted Leonsis mengomentari bahwa organisasi tersebut perlu menyediakan konsumen “sosial media” yaitu sebuah tempat dimana mereka bisa dihibur, berkomunikasi, dan berpartisipasi dalam lingkungan sosial. Di tahun yang sama situs jejaring sosial publik yang pertama, SixDegrees.com berhasil meluncur ke publik. Situs ini melegalkan pengguna untuk membuat halaman profil online dan daftar pertemanan. Berlanjut pada dekade berikutnya, beberapa platform sosial media lain mulai bermunculan dan beranjak populer. Situs blog layaknya Blogger dan LiveJournal pun hadir di tahun 1999, Wikipedia di tahun 2001, social bookmarking Delicious dan jejaring sosial MySpace tahun 2003, tak lupa pula disusul Facebook di tahun 2004. Sampai saat ini jejaring sosial media terus berkembang pesat, bahkan semakin canggih dengan adanya berbagai fitur dan kemungkinan yang tidak pernah terpikirkan sebelumnya.⁵⁷

Media sosial dapat mengintegrasikan teknologi, interaksi sosial, dan penciptaan informasi melalui *connect online*. Melalui media sosial, orang atau sekelompok orang menciptakan, mengorganisasikan, mengedit, memberikan komentar, dan membagikan konten semuanya dalam proses untuk mencapai misi tertentu. Berikut ini beberapa contoh tipe utama media sosial, diantaranya:

⁵⁷ Marcella, “8 Jenis Sosial Media dan Perkembangannya”, dalam <https://www.progresstech.co.id/blog/jenis-sosial-media/>, 10 Juni 2016

1. *Wikis*, laman web yang memperbolehkan siapapun untuk memasukkan atau mengedit informasi di dalamnya, berlaku sebagai sebuah dokumen atau basis data komunal. Misalnya Wikipedia.
2. *Blog*, berbentuk jurnal *online* dengan pemuatan tulisan postingan terbalik, yang mana postingan terbarunya berada di halaman utama.
3. *Microblog*, kombinasi dari situs jejaring sosial dengan *blog*, terdapat fasilitas untuk mengirimkan *update* secara online melalui SMS, pesan instan, *e-mail*, atau aplikasi bagi penggunanya. Contohnya Twitter.
4. *Konten*, komunitas yang mengatur dan membagi isi konten tertentu. Misalnya: Instagram untuk foto, YouTube untuk video, SlideShare untuk presentasi, Kompasiana untuk tulisan, Scribd untuk dokumen.
5. *Situs Jejaring Sosial*, aplikasi atau situs yang memungkinkan dan memfasilitasi penggunanya untuk menciptakan halaman *web* pribadi dan kemudian terhubung dengan teman-temannya untuk berbagi konten dan berkomunikasi. Contohnya: Facebook, LinkedIn, dan Bebo.
6. *Virtual Game World*, atau mudahnya disebut dunia virtual, dimana mengrepikasikan dunia 3D, dimana pengguna dapat berubah bentuk menjadi *avatar* sesuai keinginan demi berinteraksi dengan orang lain seperti halnya di dunia nyata. Contohnya *game online*.
7. *Virtual Social World*, dunia maya yang mana penggunanya merasa hidup di dunia virtual, hal ini kurang lebih sama layaknya *virtual game world* yang mengarahkan pengguna berinteraksi dengan orang lain. Disini

penggemar *Virtual Social World* ternyata dapat lebih bebas menikmati kehidupan di dunia nyata, contohnya *Second Life*.

8. *Podcasts*, berbentuk file audio maupun video yang dapat diakses dengan cara berlangganan (*subscribe*) e-mail, via Apple iTunes.
9. *Forum*, sebuah wadah diskusi online, membahas seputar topik dan minat tertentu. Forum tentunya sudah ada jauh sebelum media sosial dikenal banyak orang yang menjadi elemen kuat dan populer di kalangan komunitas online. Contoh: KasKus, forum Kompas, forum Viva.
10. *Integrasi Media Sosial*, sebuah situs yang mengintegrasikan semua media untuk satu aktivitas sehingga kita tidak perlu repot memposting di banyak media. Contoh: HootSuite.⁵⁸

G. Podcast

Istilah “Podcast” pertama kali diusulkan oleh jurnalis The Guardian, Ben Hammersley, pada 2004. Kata “*podcast*” merupakan singkatan dari “*play-on-demand (pod)*” dan “*broadcast*” lalu akhirnya diadopsi oleh salah satu produk Apple, iPod dan aplikasi Apple Podcasts.

Podcast merupakan sebuah file audio maupun video yang di-*upload* ke halaman web supaya bisa diakses oleh siapa saja baik bagi yang berlangganan maupun tidak, sehingga dapat didengar atau dilihat secara luas memakai PC / komputer atau pemutar media *digital portable* (Brown, A., & Green, T. D, 2007).

⁵⁸ Alo Liliweri, “*Komunikasi Antar-personal*”, 2015, Jakarta, Pranadamedia Group, h. 293-294

Pemakaian istilah podcast seperti "radio" atau "video" ini sendiri bisa dilihat dari segi konten atau cara penyebaran serta pendistribusiannya.⁵⁹

Podcast merupakan rekaman audio diskusi tentang suatu topik tertentu, contohnya tentang hiburan, bisnis, atau perjalanan yang dapat didengarkan. Banyak masyarakat yang mengamalkan podcast sebagai wadah mendengarkan berita, berbagi ilmu pengetahuan dan wawasan yang bersifat dapat diulang. Podcast jadi salah satu konten yang sering diminati yaitu karena kontennya dapat disimak dimana pun dan kapanpun. Hal ini dikarenakan sesi podcast itu tidak harus kita lihat secara visual.

Tidak seperti radio yang harus mendengarkan semua konten siarannya disana, podcast memungkinkan kita untuk memilih topik yang kita inginkan, mengulanginya, bahkan melewatkan bagian yang tidak ingin kita dengarkan. Bahkan, saat ini podcast sedang menjadi ladang investasi murah, karena tidak membutuhkan satupun stasiun radio. Pendengarnya juga punya opsi agar bisa langsung mengunduh trek sesuai selera mereka. Saat ini, ada banyak Podcast dengan beragam topik berbeda yang sering ditemukan secara umum di iTunes dan Spotify. Podcast dalam bentuk audiovisual kini sudah mudah diakses dan dinikmati melalui YouTube.⁶⁰

⁵⁹ Cut Medika, *"Tren Diseminasi Konten Audio on Demand melalui Podcast : Sebuah Peluang dan Tantangan di Indonesia"*, 2020, Jakarta, Jurnal Pekommas, Vol. 5 No. 2, h. 118

⁶⁰ Voffice, *"Apa Itu Podcast? Berikut Adalah Penjelasan Lengkapnya"*, dalam <https://voffice.co.id/jakarta-virtual-office/business-tips/podcast-adalah/>, 2020

Asal usul penyebutan kata podcast ini bermula karena fakta bahwa podcast ialah akronim atau singkatan dari *iPod Broadcasting*, mengacu pada perangkat Apple iPod sebagai platform distribusi podcast pertama yang dipersembahkan Steve Jobs pada tahun 2001. Bergeraknya podcast sendiri secara aktif dimulai pada 2004 setelah dikembangkan oleh pengusaha internet dan mantan penyiar MTV Adam Curry. Kontribusi Curry bisa dilihat pada pengembangan produk perangkat lunak, iPodder, yang memudahkan streaming file audio ke pemutar musik digital.⁶¹ Pada awalnya istilah podcast sebenarnya belum resmi dinamakan podcast, namun karena jurnalis Amerika bernama Ben Hammersley sudah pernah menulis sebuah artikel dengan nama “*Podcast*” dan ternyata popularitasnya meningkat pesat, maka digunakanlah istilah tersebut, bahkan podcasting sempat menjadi kata terbaik atau *Word of the Year* dalam Oxford English Dictionary, hingga bermunculanlah ribuan podcast baru pada akhir tahun 2005. Sebagai bentuk rasa terima kasih dan apresiasi untuk Curry dan Winer, mereka dinobatkan dan diberi gelar *Podfather* atau *Godfather* dalam dunia podcast.

Perkembangan Podcast di Indonesia pertama kalinya dimulai oleh seorang bernama Boy Avianto yang pada saat itu membuat podcast di Indonesia berjudul “Apa Saja Podcast” di kanal blogspotnya pada tahun 2005. Kemunculan Soundcloud di 3 tahun ke depannya sebagai aplikasi yang mempermudah

⁶¹ Cut Medika, “*Tren Diseminasi Konten Audio on Demand melalui Podcast : Sebuah Peluang dan Tantangan di Indonesia*”, 2020, Jakarta, Jurnal Pekommas, Vol. 5 No. 2, h. 118

pendengaran podcast serta mulainya perkembangan internet yang membuat podcast semakin populer di kalangan masyarakat Indonesia. Maraknya para podcaster Indonesia setelah itu, seperti Iqbal Hariadi dengan Podcast Subjective tahun 2015, lalu Adriano Qalbi yang membawakan Podcast Awal Minggu sejak tahun 2016, kemudian juga ada Rne Hafield dengan Suarane pada tahun 2017.⁶²

Agar lebih menarik, Podcast dapat dibuat dengan beberapa episode sehingga menciptakan perasaan ‘kecanduan’ bagi pemirsa untuk mengikuti episode selanjutnya. Penyajian podcast pun jadi hal yang tak kalah penting untuk diperhatikan seperti monolog, dialog, humor, dan lainnya. Selain itu, Podcast memiliki berbagai jenis yang beragam, diantaranya sebagai berikut:

1. *Interview Podcast*

Jenis podcast pertama dimana presenter atau host melakukan sesi interview dengan tamu atau berbagai narasumber berbeda tiap episodenya. Salah satu contoh dari interview podcast ialah contoh podcast yang akan penulis teliti kali ini, yaitu Close The Door Podcast terdapat dalam channel YouTube Deddy Corbuzier.

2. *Solo Podcast*

Jenis kedua merupakan podcast yang dilaksanakan oleh host seorang diri atau biasa disebut monolog. Tujuan dari podcast ini untuk menyampaikan

⁶² Elita Putri, “Sejarah Podcast dan Eksistensi Podcast dimata Khalayak”, dalam <https://kumparan.com/elitaputripradipta/sejarah-podcast-dan-eksistensi-podcast-dimata-khalayak-1usWnz6V0oz/full>, 30 Desember 2020

opini, membagikan informasi, atau sesi tanya jawab yang dilakukan oleh host dan pendengar. Contohnya bisa kita lihat dalam podcast Rintik Sedu atau Hello Bagas.

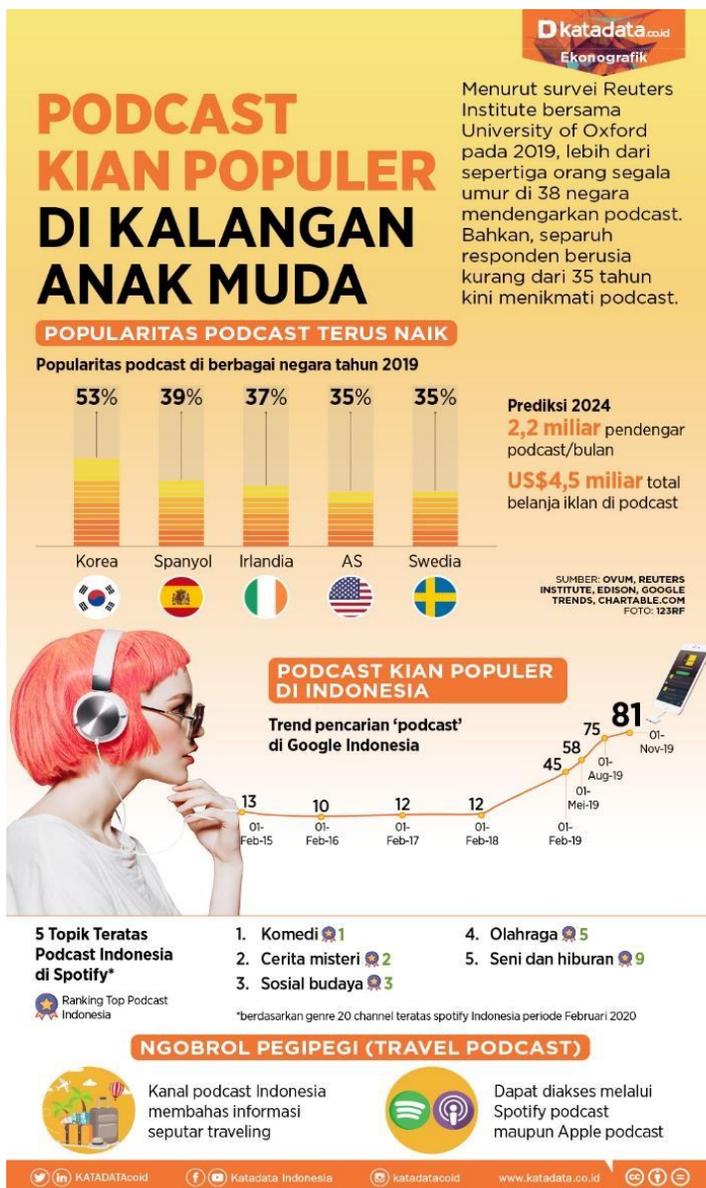
3. *Multi host Podcast*

Jenis ketiga yaitu podcast yang memiliki lebih dari satu host. Berfungsi menawarkan diskusi dan menyajikan pendapat serta perspektif yang berbeda, demi berkembangnya diskusi yang lebih menarik merupakan tujuan dari multi host podcast sendiri. Jadi pendengar akan lebih tertarik mendengarkan debat dan membawa nilai hiburan sendirinya. Semakin dalam bahasan diskusi yang dikemukakan, maka semakin meningkatlah jumlah trafik dari pengunjung podcast tersebut. Contoh dari podcast berikut bisa kita lihat dari podcast Awkarin, Keanugl, dkk dalam The Powerpod Girls yang diunggah oleh channel YouTube KUY Entertainment.

Sesuai dengan banyak data yang ditunjukkan, podcast memang menjadi lebih akrab di telinga banyak manusia di pelbagai penjuru, terutama di kalangan milenial. Survei Reuters Institute bersama University of Oxford pada 2019 membuktikan bahwa lebih dari sepertiga orang segala usia di 38 negara telah mendengarkan podcast. Bahkan, di antara anak-anak muda – mereka yang berusia kurang dari 35 tahun – kini lebih dari separuhnya ‘tak bisa hidup’ tanpa podcast. Antusiasme yang tinggi terhadap podcast juga terlihat dari hasil wawancara Katadata pada 4 Februari 2020 dengan 15 orang berusia antara 20

hingga 40 tahun. Hingga 93,3 persen narasumbernya merupakan pendengar podcast, 26,6 persen dari mereka adalah pendengar podcast dalam jangka seminggu sekali dengan durasi rata-rata sekitar lima sampai tiga puluh menit lamanya, dengan hiburan, pengetahuan dan self-improvement, serta cerita misteri sebagai topik yang paling banyak diminati dengan persentase sebesar 20 persen masing-masingnya.⁶³

⁶³ Katadata, "Podcast Kian Populer di Kalangan Anak Muda" dalam <https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/infografik/5e9a495d15355/podcast-kian-populer-di-kalangan-anak-muda>, 10 Februari 2020



Gambar 3. 1 Perkembangan Podcast di Indonesia