

PEMANFAATAN *PODCAST* PADA YOUTUBE SEBAGAI TRANSFORMASI DAKWAH DI ERA DIGITAL

Elce Purwandari¹, Depi Putri², Adi Saputra³

Abstract: *This study aims to examine the utilization of podcasts on the YouTube platform as a form of da'wah transformation in the digital era. The focus of the study includes the role of podcasts in expanding the reach of da'wah, message delivery strategies, audience impact, and challenges in digital da'wah practices. The research method employed is a literature review, analyzing scholarly journals, books, and academic publications related to digital da'wah and podcast-based religious communication. A descriptive-analytical approach is used to identify trends and key findings from previous studies. The findings indicate that YouTube podcasts contribute significantly to enhancing the accessibility and reach of da'wah, particularly among younger generations who are closely engaged with digital technology. Various podcast formats, such as sermons, discussions, and interactive interviews, encourage innovation in conveying religious messages in a more contextual and engaging manner. Podcast-based da'wah content also has a positive impact on religious understanding, the strengthening of religious identity, and the development of constructive social behavior. However, challenges such as content competition, production quality, and the potential spread of misinformation remain critical concerns. Therefore, future research is recommended to conduct empirical studies on the effectiveness of da'wah podcasts and to further explore ethical and digital literacy aspects in managing digital da'wah content.*

Keyword: *Digital Da'wah, YouTube Podcast, Religious Communication*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pemanfaatan *podcast* pada platform YouTube sebagai bentuk transformasi dakwah di era digital. Fokus kajian meliputi peran *podcast* dalam memperluas jangkauan dakwah, strategi penyampaian pesan, dampak terhadap audiens, serta tantangan dalam praktik dakwah digital. Metode penelitian yang digunakan adalah literature review dengan menelaah jurnal ilmiah, buku, dan publikasi akademik yang relevan dengan dakwah digital dan *podcast*. Analisis dilakukan secara deskriptif-analitis untuk mengidentifikasi tren dan temuan utama penelitian terdahulu. Hasil kajian menunjukkan bahwa *podcast* YouTube berkontribusi signifikan dalam meningkatkan aksesibilitas dan jangkauan dakwah, khususnya bagi generasi muda. Beragam format *podcast*, seperti ceramah, diskusi, dan wawancara interaktif, mendorong inovasi dalam penyampaian pesan keagamaan yang lebih kontekstual dan menarik. Konten *podcast* dakwah juga berdampak positif terhadap pemahaman keagamaan, penguatan identitas religius, dan perilaku sosial yang konstruktif. Meski demikian, tantangan seperti persaingan konten, kualitas produksi, dan potensi disinformasi masih perlu mendapat perhatian. Penelitian selanjutnya disarankan mengkaji efektivitas *podcast* dakwah secara empiris serta aspek etika dan literasi digital.

Kata Kunci: *Dakwah Digital, Podcast YouTube, Komunikasi Keagamaan*

¹ Universitas Islam Nusantara Al-Azhaar Lubuklinggau, Email: purwandari.elce@gmail.com

² Universitas Islam Nusantara Al-Azhaar Lubuklinggau

³ UIN Fatmawati Bengkulu, Email: saputraadi2181@gmail.com

PENDAHULUAN

Era digital yang terus berkembang dengan cepat, transformasi dalam berbagai aspek kehidupan manusia telah mengubah paradigma komunikasi, interaksi sosial, dan penyampaian pesan, termasuk dalam ranah agama. Salah satu aspek yang menjadi fokus dalam transformasi ini adalah praktek dakwah, yang merupakan inti dari penyampaian pesan agama, terutama dalam konteks Islam. Dakwah, sebagai usaha menyebarkan ajaran dan nilai-nilai Islam, telah mengalami evolusi yang signifikan seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Dalam konteks ini, *platform-platform* digital, seperti YouTube, menjadi sarana utama untuk menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat yang semakin terkoneksi secara global.

Pemanfaatan *podcast* pada YouTube merupakan salah satu fenomena menarik yang muncul dalam praktek dakwah di era digital ini. *Podcast*, sebagai bentuk konten audio yang dapat diakses secara fleksibel, telah menjadi populer di kalangan pengguna internet. Melalui kombinasi antara kemudahan akses dan fleksibilitas dalam konsumsi konten, *podcast* telah menjadi alat yang efektif dalam menyampaikan pesan dakwah kepada audiens yang beragam.

Dakwah memiliki peran sentral dalam ajaran Islam, yang menekankan pentingnya menyebarkan pesan kebenaran dan kebaikan kepada individu dan masyarakat. Dalam Islam, dakwah bukanlah hanya tugas para ulama atau pemimpin agama, tetapi merupakan tanggung jawab setiap Muslim untuk menyampaikan ajaran agama kepada sesama. Seiring dengan perkembangan zaman, metode dan media penyampaian pesan dakwah juga mengalami perubahan. Dari mulai dakwah lisan yang dilakukan oleh Nabi Muhammad saw. dan para sahabatnya, hingga penggunaan media cetak, radio, televisi, dan sekarang

internet, praktek dakwah terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, terutama internet dan media sosial, telah membuka peluang baru dalam praktek dakwah. *Platform-platform* digital seperti YouTube, Facebook, Instagram, dan Twitter telah menjadi sarana yang efektif bagi para da'i untuk menyampaikan pesan agama kepada khalayak yang lebih luas dan terdiversifikasi. Salah satu bentuk konten yang semakin populer dalam praktek dakwah di era digital adalah *podcast*. *Podcast* menawarkan keunggulan dalam hal kemudahan akses, fleksibilitas dalam konsumsi konten, dan kemampuan untuk menjangkau audiens yang berbeda-beda secara geografis dan demografis. Dengan format audio yang dapat diunduh dan didengarkan kapan saja dan di mana saja, *podcast* telah menjadi alat yang efektif dalam menyampaikan pesan agama kepada generasi muda dan masyarakat yang terkoneksi secara digital.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, terutama internet dan media sosial, telah membuka peluang baru dalam praktek dakwah. *Platform-platform* digital seperti YouTube, Facebook, Instagram, dan Twitter telah menjadi sarana yang efektif bagi para da'i untuk menyampaikan pesan agama kepada khalayak yang lebih luas dan terdiversifikasi. Salah satu bentuk konten yang semakin populer dalam praktek dakwah di era digital adalah *podcast*. *Podcast* menawarkan keunggulan dalam hal kemudahan akses, fleksibilitas dalam konsumsi konten, dan kemampuan untuk menjangkau audiens yang berbeda-beda secara geografis dan demografis. Dengan format audio yang dapat diunduh dan didengarkan kapan saja dan di mana saja, *podcast* telah menjadi alat yang efektif dalam menyampaikan pesan agama kepada generasi muda dan masyarakat yang terkoneksi secara digital.

Meskipun pemanfaatan *podcast* pada YouTube telah membuka peluang baru dalam praktek dakwah, namun tidak terlepas dari tantangan dan hambatan yang perlu dihadapi. Salah satu tantangan utama adalah persaingan dengan konten-konten lain di YouTube yang lebih populer dan menghibur. Selain itu, masalah teknis seperti kualitas audio dan video, serta manajemen konten dan promosi, juga merupakan tantangan yang perlu diatasi. Namun, di balik tantangan tersebut, terdapat peluang besar untuk mengembangkan praktek dakwah melalui *podcast* pada YouTube. Dengan terus mengoptimalkan konten, memanfaatkan fitur-fitur *platform* dengan baik, dan berkolaborasi dengan para konten kreator lainnya, para da'i dapat meningkatkan visibilitas dan dampak dari pesan-pesan dakwah yang disampaikan.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan tinjauan literatur yang komprehensif tentang pemanfaatan *podcast* pada YouTube sebagai sebuah transformasi dalam praktek dakwah di era digital. Melalui penelitian ini, kami akan mengidentifikasi konsep-konsep kunci, tren, tantangan, dan peluang yang terkait dengan penggunaan *podcast* dalam konteks dakwah di YouTube. Selain itu, kami juga akan memberikan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut dalam bidang ini. Dengan menggabungkan kekuatan teknologi informasi dan komunikasi dengan nilai-nilai agama, pemanfaatan *podcast* pada YouTube telah menjadi sebuah transformasi dalam praktek dakwah di era digital. Melalui *podcast*, para da'i dapat menyampaikan pesan agama dengan lebih efektif dan interaktif kepada audiens yang semakin terkoneksi secara digital. Namun, untuk mengoptimalkan potensi dari pemanfaatan *podcast* pada YouTube, diperlukan upaya yang terus-menerus dalam mengembangkan konten, memanfaatkan fitur-fitur *platform* dengan baik, dan berkolaborasi dengan para konten kreator lainnya. Dengan

demikian, *podcast* pada YouTube dapat menjadi salah satu instrumen yang efektif dalam memperluas jangkauan dan dampak dakwah di era digital ini.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah literatur review yang bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis literatur terkait dengan pemanfaatan *podcast* pada YouTube sebagai transformasi dalam praktek dakwah di era digital. Pendekatan literatur review dipilih karena memungkinkan kami untuk mengumpulkan, meninjau, dan mensintesis pengetahuan yang telah ada tentang topik penelitian ini dari berbagai sumber dan perspektif yang relevan. Langkah-Langkah Penelitian terdiri atas: Pertama, Penentuan Ruang Lingkup Penelitian: Langkah pertama dalam melakukan literatur review adalah menentukan ruang lingkup penelitian. Kedua, Pengumpulan Literatur: Langkah berikutnya adalah mengumpulkan literatur terkait dengan topik penelitian. Ketiga, Seleksi Literatur: Setelah mengumpulkan sejumlah literatur, langkah selanjutnya adalah melakukan seleksi literatur yang relevan dan berkualitas tinggi. Keempat, Analisis Literatur: Setelah proses seleksi selesai, dilakukan analisis terhadap literatur yang terpilih. Langkah terakhir adalah melakukan sintesis dan interpretasi terhadap temuan-temuan dari literatur yang telah dianalisis. Dilakukan integrasi hasil analisis literatur untuk menyusun gambaran yang komprehensif tentang pemanfaatan *podcast* pada YouTube sebagai transformasi dalam praktek dakwah di era digital. Kami mengidentifikasi temuan-temuan utama, mengeksplorasi hubungan antara berbagai konsep dan argumen, serta menyajikan kesimpulan yang didukung oleh literatur yang telah direview.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Konteks Dakwah dalam Islam

Dalam literatur Islam, dakwah adalah konsep yang mendalam dan luas. Dakwah bukan hanya sekadar penyampaian pesan agama, tetapi juga mencakup upaya untuk membimbing, menginspirasi, dan memotivasi individu serta masyarakat untuk mengadopsi prinsip-prinsip dan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks praktek dakwah, Nabi Muhammad saw. sering dianggap sebagai teladan utama, yang mempraktikkan dan menyebarkan ajaran Islam melalui berbagai cara yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat pada zamannya.

1. Makna dan Pentingnya Dakwah dalam Islam

Dakwah dalam Islam bukanlah sekadar tugas para ulama atau pemuka agama, tetapi merupakan tanggung jawab setiap Muslim untuk menyampaikan ajaran agama kepada sesama. Konsep dakwah secara etimologis berasal dari kata “da’wa”, yang berarti “memanggil” atau “mengajak”. Oleh karena itu, dakwah merupakan panggilan untuk mengajak orang lain mendekati kebenaran agama. Dalam literatur Islam, pentingnya dakwah telah ditekankan secara berulang kali. Dakwah dianggap sebagai salah satu aspek utama dari kehidupan seorang Muslim, yang tidak hanya memengaruhi hubungan individu dengan Allah, tetapi juga hubungan individu dengan sesama manusia. Melalui dakwah, seorang Muslim diharapkan untuk menyebarkan kasih sayang, kebaikan, dan kebenaran kepada masyarakat luas.

2. Metode Dakwah dalam Islam

Metode dakwah dalam Islam sangat bervariasi, tergantung pada konteks sosial, budaya, dan politik masing-masing. Nabi Muhammad saw. dan para sahabatnya menggunakan berbagai strategi dan pendekatan dalam

menyampaikan pesan agama kepada masyarakat. Metode dakwah tersebut meliputi pembicaraan langsung, khotbah, penyampaian pesan melalui tulisan, diskusi kelompok, dan interaksi sosial. Selain itu, dakwah juga dapat dilakukan melalui contoh nyata atau praktek kehidupan sehari-hari. Nabi Muhammad saw. dikenal sebagai “uswatun hasanah” atau teladan yang baik, yang memberikan contoh yang baik dalam praktek ajaran agama Islam. Oleh karena itu, selain dari kata-kata, tindakan dan perilaku juga menjadi bagian integral dari metode dakwah dalam Islam.

3. Peran dan Tanggung Jawab Masyarakat Muslim dalam Dakwah

Dalam Islam, dakwah bukanlah tanggung jawab eksklusif dari sejumlah orang yang terpelajar atau berpengaruh. Setiap individu Muslim memiliki tanggung jawab untuk menyebarkan pesan agama sesuai dengan kemampuan dan lingkungannya masing-masing. Konsep ini tercermin dalam hadis Nabi Muhammad saw. yang menyatakan bahwa “setiap orang adalah seorang pemimpin dan setiap orang bertanggung jawab atas orang yang dipimpinnya.” Oleh karena itu, dalam masyarakat Muslim, terdapat penekanan yang kuat pada partisipasi aktif semua individu dalam praktek dakwah. Meskipun ulama dan pemuka agama memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan agama, namun setiap Muslim dianggap memiliki tanggung jawab moral untuk berkontribusi dalam upaya menyebarkan ajaran Islam.

4. Adaptasi Dakwah dalam Era Digital

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, metode dan strategi dakwah juga mengalami transformasi. Dakwah di era digital telah mengalami adaptasi dalam berbagai bentuk, termasuk penggunaan media sosial, *platform* konten, dan

aplikasi mobile untuk menyampaikan pesan agama kepada khalayak yang lebih luas dan terdiversifikasi. Dalam konteks pemanfaatan *podcast* pada YouTube sebagai transformasi dalam dakwah di era digital, penting untuk memahami bahwa dakwah tidak hanya tentang menyampaikan pesan agama, tetapi juga tentang memahami kebutuhan dan preferensi audiens. *Podcast* pada YouTube memberikan fleksibilitas dan aksesibilitas yang lebih besar dalam menyampaikan pesan agama kepada generasi muda dan masyarakat yang semakin terkoneksi secara digital. Dengan memahami konteks dakwah dalam Islam melalui tinjauan literatur ini, betapa pentingnya adaptasi dan inovasi dalam praktek dakwah di era digital saat ini. Melalui pemanfaatan teknologi dan *platform* digital, para da'i dan aktivis dakwah dapat mencapai audiens yang lebih luas, memperkuat keterlibatan masyarakat dalam praktek dakwah, dan memperkokoh nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.

B. Perkembangan Teknologi dan Transformasi Dakwah

Dalam era digital yang terus berkembang, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap praktek dakwah secara signifikan. Melalui pemanfaatan teknologi, terutama internet dan media sosial, para da'i dan aktivis dakwah memiliki akses ke *platform-platform* yang memungkinkan mereka untuk menyebarkan pesan agama kepada khalayak yang lebih luas dan terdiversifikasi. Dalam konteks ini, pemanfaatan *podcast* pada YouTube telah menjadi salah satu bentuk transformasi yang menonjol dalam praktek dakwah di era digital.

1. Peran Teknologi Informasi dalam Transformasi Dakwah

Berbagai inovasi dalam teknologi informasi telah membuka peluang baru dalam praktek dakwah. Internet, media sosial, dan *platform* konten seperti

YouTube telah menjadi sarana yang efektif bagi para da'i untuk menyampaikan pesan agama kepada masyarakat luas. Dengan menggunakan teknologi ini, dakwah tidak lagi terbatas pada ruang dan waktu tertentu, tetapi dapat mencapai audiens di seluruh dunia dengan cepat dan mudah. Perkembangan teknologi juga memungkinkan para da'i untuk menggunakan berbagai bentuk media, termasuk teks, gambar, audio, dan video, untuk menyampaikan pesan agama dengan cara yang lebih kreatif dan menarik. Dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti live streaming, *podcast*, dan interaksi langsung dengan audiens, para da'i dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan khalayak dan menghasilkan dampak yang lebih besar dalam praktek dakwah mereka.

2. Transformasi Dakwah melalui Platform Konten

Platform-platform konten seperti YouTube telah menjadi pusat utama untuk praktek dakwah di era digital. Dengan jumlah pengguna yang mencapai miliaran, YouTube menawarkan potensi besar untuk mencapai audiens yang luas dan terdiversifikasi. Para da'i dapat membuat konten dakwah dalam berbagai bentuk, termasuk ceramah, khotbah, diskusi, dan *podcast*, dan mengunggahnya ke YouTube untuk disebarluaskan kepada khalayak mereka. Salah satu bentuk konten yang semakin populer di YouTube adalah *podcast*. *Podcast* menawarkan keunggulan dalam hal kemudahan akses, fleksibilitas dalam konsumsi konten, dan kemampuan untuk menjangkau audiens yang berbeda-beda secara geografis dan demografis. Melalui *podcast*, para da'i dapat menyampaikan pesan agama dengan lebih terstruktur dan mendalam, serta memfasilitasi dialog yang lebih interaktif dengan audiens mereka.

3. Dampak Transformasi Teknologi dalam Dakwah

Transformasi teknologi dalam praktek dakwah telah menghasilkan

dampak yang signifikan dalam masyarakat Muslim dan di luarnya. Salah satu dampak utama adalah meningkatnya aksesibilitas terhadap pesan agama. Melalui internet dan media sosial, orang-orang dapat dengan mudah mengakses berbagai sumber informasi dan konten dakwah, tanpa terbatas oleh batasan geografis atau fisik. Selain itu, transformasi teknologi juga telah membuka ruang untuk partisipasi yang lebih luas dalam praktek dakwah. Siapapun, tanpa memandang latar belakang atau status sosial mereka, dapat berkontribusi dalam menyebarkan pesan agama melalui berbagai *platform* digital. Hal ini membantu memperkuat keterlibatan masyarakat dalam praktek dakwah dan memperluas jangkauan dakwah ke berbagai lapisan masyarakat.

4. Tantangan dalam Pemanfaatan Teknologi dalam Dakwah

Meskipun transformasi teknologi telah membawa dampak positif dalam praktek dakwah, namun tidak terlepas dari tantangan dan hambatan yang perlu diatasi. Salah satu tantangan utama adalah kualitas konten dan akurasi informasi. Dalam era di mana informasi dapat dengan mudah disebarkan dan disebarluaskan, penting untuk memastikan bahwa konten dakwah yang disampaikan melalui *platform* digital adalah akurat, bermutu, dan sesuai dengan ajaran Islam. Selain itu, masalah seperti penyalahgunaan teknologi untuk tujuan yang tidak bermoral atau menyebarkan pemahaman yang salah tentang agama juga merupakan tantangan yang perlu diatasi. Penting bagi para da'i dan aktivis dakwah untuk mempertimbangkan dampak dari konten yang mereka hasilkan dan menyebarkan, serta berkomitmen untuk mematuhi prinsip-prinsip etika dan nilai-nilai Islam dalam praktek dakwah mereka. Melalui tinjauan literatur tentang perkembangan teknologi dan transformasi dakwah, dapat dilihat betapa pentingnya adaptasi dan inovasi dalam praktek dakwah di era

digital. Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan *platform* konten dengan bijak, para da'i dan aktivis dakwah dapat mencapai audiens yang lebih luas, memperkuat keterlibatan masyarakat dalam praktek dakwah, dan memperkokoh nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.

C. Studi-Studi Terdahulu tentang Dakwah dalam Konteks Media Sosial: Tinjauan Literatur

Dalam era digital yang semakin berkembang, media sosial telah menjadi salah satu alat utama untuk praktek dakwah di tengah masyarakat. Studi-studi terdahulu tentang dakwah dalam konteks media sosial telah memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana para da'i dan aktivis dakwah memanfaatkan *platform-platform* digital untuk menyebarkan pesan agama. Melalui tinjauan literatur ini, dapat dipahami tren, strategi, dan dampak dari dakwah dalam konteks media sosial, yang menjadi landasan penting bagi penelitian tentang pemanfaatan *podcast* pada YouTube sebagai transformasi dakwah di era digital.

1. Tren Penggunaan Media Sosial dalam Dakwah

Studi-studi terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dalam praktek dakwah telah meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Para da'i dan aktivis dakwah memanfaatkan berbagai *platform* seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube untuk menyebarkan pesan agama kepada khalayak mereka. Media sosial menawarkan kesempatan untuk berinteraksi dengan audiens secara langsung, membangun komunitas yang terhubung, dan memperluas jangkauan dakwah ke berbagai lapisan masyarakat.

Maharani et al., (2025) menelaah peran berbagai *platform* media sosial, seperti YouTube, Instagram, dan Twitter, dalam penyebaran pesan dakwah Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

media sosial secara signifikan memperluas jangkauan dakwah dan meningkatkan efektivitas penyampaian pesan keagamaan. Interaktivitas dan kemudahan akses menjadi faktor utama yang mendorong meningkatnya keterlibatan audiens dalam dakwah digital. Selanjutnya Alwi et al., (2024) melakukan penelitian yang berfokus pada mahasiswa sebagai subjek dakwah dan pelaku dakwah digital. Temuan menunjukkan bahwa YouTube dimanfaatkan mahasiswa baik sebagai media konsumsi maupun produksi konten dakwah. Motivasi utama penggunaan YouTube adalah fleksibilitas waktu, visualisasi materi, dan daya tarik audiovisual yang relevan dengan karakter generasi muda.

2. Strategi Dakwah dalam Media Sosial

Studi-studi tentang dakwah dalam konteks media sosial juga menyoroti berbagai strategi yang digunakan oleh para da'i untuk mencapai audiens mereka. Salah satu strategi yang umum adalah konten yang menarik dan relevan. Para da'i berusaha untuk membuat konten yang informatif, inspiratif, dan menghibur, sehingga dapat menarik minat audiens dan membuat mereka terlibat dengan pesan agama. Selain itu, strategi seperti penggunaan hashtag, kampanye viral, dan kolaborasi dengan influencer juga sering digunakan untuk memperluas jangkauan dakwah di media sosial.

Studi oleh Mukhtar & Kamil (2024) mengkaji YouTube sebagai strategi dakwah yang efektif di kalangan generasi milenial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan format konten seperti ceramah singkat, dialog interaktif, dan *podcast* mampu meningkatkan minat audiens. Penyesuaian bahasa, durasi, dan gaya penyampaian menjadi kunci keberhasilan dakwah di *platform* digital. Penelitian Ridwan & Tasruddin (2025) mengidentifikasi strategi optimalisasi

dakwah melalui media sosial, termasuk konsistensi konten, pemanfaatan fitur *platform*, dan peningkatan kualitas pesan. Studi ini juga menyoroti tantangan seperti algoritma *platform* dan rendahnya literasi digital sebagian da'i, yang memerlukan pendekatan strategis dan berkelanjutan.

3. Dampak Dakwah dalam Media Sosial

Studi-studi terdahulu juga telah mengidentifikasi berbagai dampak dari dakwah dalam konteks media sosial. Salah satu dampak utama adalah peningkatan kesadaran dan pemahaman tentang ajaran agama. Melalui konten yang disebar di media sosial, audiens dapat belajar lebih banyak tentang nilai-nilai Islam, praktik ibadah, dan masalah-masalah keagamaan lainnya. Selain itu, dakwah dalam media sosial juga dapat membantu memperkuat identitas keagamaan individu dan membangun komunitas yang solid berdasarkan nilai-nilai Islam. Baharudin & Waehama, (2024) menyoroti dampak sosial dan budaya dakwah melalui media sosial pada audiens global. Hasil studi menunjukkan bahwa dakwah digital berkontribusi pada penguatan identitas keagamaan, penyebaran nilai toleransi, dan pembentukan komunitas virtual lintas budaya. Namun, diperlukan kehati-hatian agar pesan dakwah tidak disalahartikan.

Studi Setiadi (2023) menganalisis pemanfaatan YouTube oleh ulama sebagai media dakwah. Temuan menunjukkan bahwa kehadiran ulama di YouTube meningkatkan kepercayaan audiens dan efektivitas penyampaian pesan agama. Kredibilitas da'i dan konsistensi konten menjadi faktor utama keberhasilan dakwah.

4. Tantangan dan Peluang dalam Dakwah di Media Sosial

Meskipun dakwah dalam media sosial menawarkan berbagai manfaat, namun tidak terlepas dari tantangan dan hambatan yang perlu diatasi. Salah satu

tantangan utama adalah penyebaran informasi yang salah atau ekstremis. Dalam lingkungan yang terbuka dan bebas seperti media sosial, informasi yang tidak terverifikasi dapat dengan mudah disebar dan mempengaruhi persepsi masyarakat tentang Islam. Oleh karena itu, penting bagi para da'i untuk memastikan bahwa konten yang mereka hasilkan adalah akurat, bermutu, dan sesuai dengan ajaran Islam. Pentingnya etika, akurasi materi, dan tanggung jawab moral dalam dakwah melalui media sosial. Studi ini menyimpulkan bahwa dakwah digital yang efektif harus memperhatikan nilai keislaman, kualitas produksi, serta dampak sosial dari konten yang disampaikan (Rosidi et al., 2022; Saragih et al., 2022).

Namun, di balik tantangan tersebut, terdapat peluang besar untuk pengembangan lebih lanjut dalam praktek dakwah di media sosial. Dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti live streaming, *podcast*, dan interaksi langsung dengan audiens, para da'i dapat memperkuat keterlibatan masyarakat dalam praktek dakwah dan memperluas jangkauan pesan agama. Selain itu, media sosial juga memungkinkan para da'i untuk membangun jejaring yang kuat dengan orang-orang dari berbagai latar belakang dan budaya, yang dapat mendukung penyebaran ajaran agama secara global.

Melalui tinjauan literatur tentang dakwah dalam konteks media sosial, betapa pentingnya adaptasi dan inovasi dalam praktek dakwah di era digital. Studi-studi ini memberikan wawasan yang berharga tentang tren, strategi, dampak, tantangan, dan peluang dalam pemanfaatan media sosial untuk menyebarkan pesan agama, yang menjadi landasan penting bagi penelitian tentang pemanfaatan *podcast* pada YouTube sebagai transformasi dakwah di era digital.

D. Penelitian Mengenai Penggunaan *Podcast* sebagai Sarana Dakwah

Penggunaan *podcast* sebagai sarana dakwah telah menjadi topik penelitian yang menarik dalam beberapa tahun terakhir. Studi-studi terdahulu telah menginvestigasi berbagai aspek dari penggunaan *podcast* dalam praktek dakwah, termasuk metode, strategi, dampak, dan tantangan yang terkait. Melalui tinjauan literatur ini, dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang kontribusi *podcast* dalam transformasi dakwah di era digital.

1. Metode dan Format *Podcast* Dakwah

Penelitian sebelumnya telah menjelajahi berbagai metode dan format *podcast* dakwah yang digunakan oleh para da'i dan aktivis dakwah. *Podcast* dakwah dapat berupa ceramah, khotbah, diskusi panel, wawancara dengan ahli agama, dan banyak lagi. Beberapa studi juga mengkaji efektivitas berbagai metode penyampaian pesan agama melalui *podcast*, serta preferensi audiens terhadap format-format tertentu. *Podcast* dipandang memiliki potensi besar untuk meningkatkan pemahaman agama, memperkuat nilai moral dan memberi fasilitas interaksi dengan audiens secara lebih personal. Media *podcast* menawarkan fleksibilitas akses dan konektivitas lintas *platform* (Azhima et al., 2023).

2. Strategi Penggunaan *Podcast* dalam Dakwah

Studi-studi terdahulu juga telah menyoroti berbagai strategi yang digunakan oleh para da'i dalam mengoptimalkan penggunaan *podcast* sebagai sarana dakwah. Strategi tersebut meliputi pemilihan topik yang relevan, penggunaan bahasa yang mudah dipahami, interaksi dengan audiens melalui fitur komentar dan pertanyaan, promosi melalui media sosial, dan kolaborasi dengan konten kreator lainnya. Analisis strategi-strategi ini membantu memahami bagaimana para

da'i dapat mencapai audiens yang lebih luas dan memperkuat dampak pesan agama mereka melalui *podcast*. (Mutmainah, 2023).

3. Dampak Penggunaan *Podcast* dalam Dakwah

Sejumlah penelitian telah menginvestigasi dampak penggunaan *podcast* dalam praktek dakwah. Dampak yang umum disorot termasuk peningkatan aksesibilitas pesan agama, peningkatan keterlibatan masyarakat dalam praktek dakwah, peningkatan pemahaman tentang ajaran agama, dan peningkatan identitas keagamaan individu. Selain itu, beberapa studi juga telah mengukur pengaruh *podcast* dalam mengubah perilaku dan pandangan masyarakat terhadap berbagai isu sosial dan keagamaan. Dampak *podcast* terhadap keterlibatan generasi milenial dengan ajaran Islam. *Podcast* terbukti meningkatkan aksesibilitas informasi agama dan membangun engagement audiens, terutama millennials dengan preferensi konsumen konten digital yang fleksibel (Farid, 2024).

4. Tantangan dan Hambatan

Meskipun memiliki manfaat yang signifikan, penggunaan *podcast* dalam dakwah juga dihadapkan pada sejumlah tantangan dan hambatan. Beberapa di antaranya termasuk kesulitan dalam mencapai audiens yang tepat, persaingan dengan konten lain di *platform podcast*, kualitas produksi yang rendah, dan kesulitan dalam mempromosikan *podcast* secara efektif. Selain itu, masalah teknis seperti ketersediaan akses internet dan perangkat yang memadai juga dapat menjadi hambatan dalam mengakses konten *podcast* bagi sebagian masyarakat. Penelitian Aliwan et al., (2025) mengidentifikasi strategi dakwah *podcast* yang efektif meliputi narasi reflektif, format dialog interaktif, dan penjadwalan konten. Temuan juga mencatat tantangan seperti literasi digital da'i, keterbatasan teknis, dan risiko konten yang tidak otoritatif, serta peluang

menjangkau audiens generasi digital. Hal ini sejalan dengan Penelitian Hitimala (2023) mengulas potensi *podcast* dalam dakwah digital serta tantangan yang dihadapi, seperti kompetisi konten, kebutuhan sumber daya produksi, dan isu teknis. *Podcast* dilihat sebagai sarana dakwah yang fleksibel untuk menjangkau khalayak luas secara geografis.

5. Peluang untuk Pengembangan Lebih Lanjut

Studi-studi terdahulu juga menunjukkan adanya peluang untuk pengembangan lebih lanjut dalam penggunaan *podcast* sebagai sarana dakwah. Pengembangan teknologi dan *platform* digital, seperti pengenalan fitur-fitur interaktif baru, peningkatan aksesibilitas konten, dan peningkatan kualitas produksi, dapat meningkatkan efektivitas dan dampak *podcast* dalam praktek dakwah. Selain itu, kolaborasi antara para da'i dan aktivis dakwah dengan pihak-pihak lain, seperti produser konten, lembaga pendidikan, dan organisasi masyarakat, juga dapat memperluas jangkauan dan dampak pesan agama melalui *podcast* (Ariyanto, 2021; Qoyyim & Syihab, 2025; Rahmawati et al., 2024).

Melalui tinjauan literatur tentang penggunaan *podcast* sebagai sarana dakwah, dapat dilihat betapa pentingnya kontribusi *podcast* dalam transformasi praktek dakwah di era digital. Studi-studi ini memberikan wawasan yang berharga tentang metode, strategi, dampak, tantangan, dan peluang dalam penggunaan *podcast* dalam menyebarkan pesan agama kepada masyarakat luas.

E. Analisis Terhadap Konten *Podcast* Dakwah di YouTube dalam Islam: Tinjauan Literatur

Penggunaan YouTube sebagai *platform* untuk konten dakwah telah menjadi subjek penelitian yang menarik dalam studi keagamaan dan media. Tinjauan literatur terhadap konten *podcast* dakwah di YouTube memberikan wawasan mendalam tentang

berbagai aspek dari konten tersebut, termasuk topik, metode penyampaian, dampak, dan tantangan yang terkait. Melalui analisis terhadap konten *podcast* dakwah di YouTube, dapat dipahami bagaimana para da'i memanfaatkan *platform* ini untuk menyebarkan pesan agama kepada khalayak mereka di era digital.

1. Topik Konten

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa konten *podcast* dakwah di YouTube mencakup berbagai topik yang relevan dengan kehidupan sehari-hari umat Islam. Beberapa topik yang umum disorot termasuk tafsir Al-Quran, hadis, sejarah Islam, akhlak dan moralitas, kisah-kisah inspiratif, serta isu-isu kontemporer yang berkaitan dengan agama. Analisis terhadap topik-topik ini membantu memahami perhatian dan kebutuhan audiens dalam konteks agama dan spiritualitas.

2. Metode Penyampaian

Studi-studi terdahulu juga mengidentifikasi berbagai metode penyampaian yang digunakan dalam konten *podcast* dakwah di YouTube. Beberapa da'i memilih untuk menyampaikan pesan agama melalui ceramah atau khotbah, sementara yang lain lebih condong kepada pendekatan yang lebih interaktif, seperti diskusi panel, wawancara dengan ahli agama, atau sesi tanya jawab dengan audiens. Metode penyampaian yang dipilih dapat dipengaruhi oleh preferensi audiens, tujuan dakwah, dan gaya komunikasi individu masing-masing da'i.

3. Dampak Konten

Analisis terhadap dampak konten *podcast* dakwah di YouTube menunjukkan bahwa konten ini memiliki potensi besar untuk memengaruhi pemikiran, sikap, dan perilaku audiens terhadap agama. Beberapa studi telah menunjukkan bahwa mendengarkan konten dakwah di YouTube dapat meningkatkan pemahaman tentang ajaran agama, memperkuat identitas keagamaan

individu, dan menginspirasi perubahan positif dalam perilaku dan pandangan hidup. Dampak positif ini memberikan bukti tentang relevansi dan efektivitas penggunaan YouTube sebagai *platform* dakwah dalam Islam.

4. Tantangan dan Hambatan

Meskipun memiliki dampak yang positif, konten *podcast* dakwah di YouTube juga dihadapkan pada sejumlah tantangan dan hambatan. Beberapa tantangan yang umum meliputi persaingan dengan konten lain di *platform* YouTube, kesulitan dalam mencapai audiens yang tepat, kualitas produksi yang rendah, dan penyebaran informasi yang salah atau ekstremis. Selain itu, masalah teknis seperti koneksi internet yang lambat atau perangkat yang tidak memadai juga dapat menjadi hambatan dalam mengakses konten *podcast* dakwah.

5. Peluang untuk Pengembangan Lebih Lanjut

Analisis terhadap konten *podcast* dakwah di YouTube juga menunjukkan adanya peluang untuk pengembangan lebih lanjut dalam praktek dakwah di *platform* ini. Pengembangan teknologi dan fitur-fitur baru dalam YouTube, seperti live streaming, fitur komentar interaktif, dan analitik yang lebih canggih, dapat meningkatkan efektivitas dan dampak konten dakwah. Selain itu, kolaborasi antara para da'i dan konten kreator lainnya juga dapat memperluas jangkauan dan dampak pesan agama di YouTube.

Melalui analisis terhadap konten *podcast* dakwah di YouTube, dapat dipahami bagaimana para da'i memanfaatkan *platform* ini untuk menyebarkan pesan agama kepada khalayak mereka di era digital. Studi-studi ini memberikan wawasan yang berharga tentang topik, metode penyampaian, dampak, tantangan, dan peluang dalam penggunaan YouTube sebagai sarana dakwah dalam Islam.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil tinjauan literatur mengenai pemanfaatan *podcast* pada YouTube sebagai sarana dakwah, dapat disimpulkan bahwa media digital ini telah membawa transformasi yang signifikan dalam praktik dakwah di era digital. *Podcast* YouTube tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga sebagai ruang interaksi yang mampu membangun kedekatan antara da'i dan audiens, memperkuat identitas keagamaan, serta memengaruhi pola pikir dan perilaku masyarakat terhadap nilai-nilai Islam. YouTube sebagai *platform podcast* dakwah menawarkan aksesibilitas dan jangkauan yang sangat luas, memungkinkan pesan dakwah menjangkau audiens yang beragam secara geografis, demografis, dan sosial. Hal ini menjadikan dakwah lebih inklusif dan mudah diakses oleh masyarakat, khususnya generasi muda yang akrab dengan teknologi digital. Selain itu, penggunaan *podcast* mendorong kreativitas dan inovasi dalam penyampaian pesan dakwah melalui berbagai format, seperti ceramah, diskusi, dan wawancara interaktif, sehingga pesan agama dapat disampaikan secara lebih menarik dan kontekstual.

Hasil kajian literatur juga menunjukkan bahwa konten *podcast* dakwah memberikan dampak positif bagi masyarakat, antara lain meningkatkan pemahaman keagamaan, memperkuat identitas religius, mendorong perubahan perilaku yang konstruktif, serta menanamkan nilai-nilai toleransi, kedamaian, dan persaudaraan. Meskipun demikian, dakwah melalui *podcast* YouTube masih menghadapi sejumlah tantangan, seperti persaingan konten, keterbatasan kualitas produksi, dan potensi penyebaran informasi yang tidak akurat. Namun, dengan pemanfaatan teknologi secara bijak dan kolaborasi antara da'i dan kreator konten, *podcast* YouTube memiliki peluang besar untuk

terus dikembangkan sebagai media dakwah yang efektif dan relevan di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliwan, A., Ratnawati, S., Syaifudin, M. A., & Hakim, A. (2025). Analisis Strategi, Tantangan, dan Peluang Dakwah melalui *Podcast* di Era Digital. *Jurnal Janaloka*, 3(1), 232–240.
- Alwi, A., Rizki, J. W. S., & Siregar, N. (2024). Penggunaan Media Sosial Youtube sebagai Sarana Dakwah di Kalangan Mahasiswa Prodi KPI Angkatan 2020-2021. *INTERAKSI PERADABAN: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(2), 125–138.
- Ariyanto, P. P. (2021). *PODCAST SEBAGAI MEDIA DAKWAH ERA PANDEMI*. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 02(01), 105–120.
- Azhima, N., Puspito, I. D., Ariyanto, B., Sakinah, N., & Tyas, R. R. (2023). *Podcast* sebagai Media Baru Dakwah di Era Digital. *Dawatuna : Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(1), 589–598.
<https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i1.6561>
- Baharudin, M. I., & Waehama, M. R. (2024). Social and Cultural Implications of Da'wah Through Social Media. *Jurnal Iman Dan Spiritualitas*, 4(4), 337–346.
- Farid, A. S. (2024). Exploring The Impact of *Podcasts* on Millennial Engagement With Islamic Teachings. *Wasilatuna : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 07(01), 100–110.
- Hitimala, I. (2023). Analysis of Opportunities and Challenges for *Podcasts* as a Means of Islamic Preaching in the Digital Era. *SEHATI: Socio-Economic and Humanistic Aspects for Township*

- and Industry*, 1(2), 173–179.
- Maharani, S., Sitiyani, I., & Kusuma, A. (2025). Analisis Pengaruh Media Sosial terhadap Penyebaran Pesan Dakwah. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 5(1), 194–202.
- Mukhtar, A. Z., & Kamil, P. (2024). Pengaruh Kegiatan Muhadharah terhadap Kemampuan Public Speaking Santri Pondok Pesantren. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam (JRKPI)*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i1.3740>
- Mutmainah, M. (2023). MEMANFAATKAN “PODCAST” SEBAGAI STRATEGI DAKWAH DI ERA DISRUPSI: ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 6(2), 2231–2240.
- Qoyyim, I. H., & Syihab, M. F. (2025). Mediatization of Religion in the Digital Era : A Case Study of Habib Ja’far ’ s “ Login “ Podcast in Religious , Media , and Community Relations. *BUSYRO (Jurnal Dakwah Dan Komunkasi Islam)*, 7(1), 93–99.
- Rahmawati, S. S., Isnaini, M. M. R., & Jaya, C. K. (2024). Peran Podcast dalam Meningkatkan Aksesibilitas Informasi Keagamaan di Kalangan Gen Z. *Mutiara: Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 2(6), 31–43.
- Ridwan, R., & Tasruddin, R. (2025). Optimalisasi Media Sosial untuk Dakwah Islam. *AL-QIBLAH: Jurnal Studi Islam Dan Bahasa Arab*, 4(1), 32–44. <https://doi.org/10.36701/qiblah.v4i1>.
- Rosidi, R., Mubasit, M., & Zaelani, A. Q. (2022). ETHICS OF DA ’ WAH COMMUNICATION THROUGH SOCIAL MEDIA DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN INDONESIA. *Al-Tahrir*, 22(2), 233–250.
- Saragih, A. F. F., Sagala, R. F., & Effendi, E. (2022). Peran Media Sosial Dalam Membangun Dakwah Islam yang Efektif. *Dakwatussifa: Journal of Da’wah and Communication*, 1(2), 141–151.
- Setiadi, A. A. F. S. (2023). Dakwah dalam Media Sosial (Studi Kasus Pemanfaatan Youtube Oleh Ulama Di Kabupaten Magelang Tahun 2021). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 17088–17102.