

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. Kajian Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Dakwah berawal dari bahasa Arab ialah *da' a, yad' u, da' wan, du' a*. yang dimaksud selaku mengajak ataupun memanggil, memanggil, jeritan, permohonan, serta permohonan. Sebutan ini kerap diberi arti yang serupa dengan istilah- istilah *tabligh, amr ma' ruf nahi munkar, ingin' idzhoh hasanah, tabsyir, indzhar, washiyah, tarbiyah, ta' lim*, serta ceramah.¹

Pada tataran penerapan ajakan wajib memiliki serta mengaitkan 3 komponen, ialah: penyampai amanat, data yang di informasikan, serta penerima amanat. Tetapi dakwah memiliki penafsiran yang lebih besar dari sebutan itu, sebab sebutan ajakan arti selaku kegiatan mengantarkan anutan Islam, memerintahkan melakukan bagus serta menghindari aksi munkar, dan beriklan berita bahagia serta peringatan untuk orang.²

Selain itu pengertian dakwah dari para ahli diantaranya yaitu:

Yang *pertama*, menurut Toha Yahya Omar dakwah Islam yakni menggandeng orang dengan metode bijak pada jalur yang betul serupa dengan anutan Tuhan buat faedah serta keceriaan mereka di bumi serta di alam baka.

Kedua, menurut Aboebakar Atjeh dakwah yakni perintah melangsungkan jeritan pada sesama orang buat kembali serta hidup selama ajaran Allah yang betul dengan penuh kebijaksanaan serta ajakan yang bagus.

Ketiga, menurut HSM Nasaruddin Latif dakwah yakni tiap upaya ataupun kegiatan dengan perkataan, catatan serta yang lain yang bertabiat memanggil, mengajak, memanggil orang buat beragama serta menaati

¹ M.Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia, 2015), 16.

² M.Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia, 2015), 17.

Allah sesuai dengan garis-garis akidah dan syariat serta akhlak Islamiyah.

Keempat, menurut Masdar Helmy dakwah yakni menyeru serta mendorong orang supaya mematuhi ajaran Allah (Islam), tercantum melaksanakan amar ma' ruf nahi munkar buat bias mendapatkan keceriaan di bumi serta alam baka.

Kelima, menurut A. Hasyim dakwah Islamiyah yakni menyeru orang buat beriktikad serta mengimplementasikan agama serta syariah Islam yang lebih dulu sudah dipercayai serta mengimplementasikan oleh dai sendiri.

Keenam, bagi Nasaruddin Razak dakwah yakni sesuatu upaya memanggil individu ke jalur Ilahi jadi mukmin.

Dan yang *ketujuh*, menurut Jamaluddin Kafie dakwah yakni “ Sesuatu sistem aktivitas dari seorang, golongan, ataupun sekeluarga pemeluk Islam selaku aktualisasi imaniyah yang dimanifestasikan dalam wujud jeritan, bujukan, panggilan, ajakan, berkah yang di informasikan dengan jujur dengan memakai tata cara, sistem, serta wujud khusus, supaya sanggup memegang batin serta bakat seorang, sekeluarga, segerombol, massa serta warga orang, biar bisa mempengaruhi aksi laris buat menggapai sesuatu tujuan khusus”.³

Adapun definisi dakwah menurut Islam ialah mengajak orang dengan metode bijaksanaan pada jalur yang betul cocok dengan perintah Tuhan buat kegunaan serta kebahagiaan mereka di bumi serta alam baka.⁴

b. Unsur-unsur Dakwah

Yang diartikan unsur dakwah merupakan elemen yang terdapat dalam tiap aktivitas ajakan. Unsur itu yakni dai (subjek dakwah), mad'u (objek dakwah), wasilah (media dakwah).

1) Dai (subjek dakwah)

Yang diartikan dai merupakan orang yang melakukan dakwah bagus dengan cara perkataan,

³ M.Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia, 2015), 13.

⁴ Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), 32.

catatan atau aksi serta bagus selaku orang, golongan ataupun berupa institusi ataupun lembaga.

Dai sering di ucap mayoritas orang dengan gelar“ Mubaligh”(orang yang mengantarkan anutan Islam). Bakal namun begitu juga sudah dijuluki pada ulasan di wajah gelar itu sesungguhnya lebih kecil dari penafsiran mubalig yang sesungguhnya.

Dai ialah faktor dakwah yang sangat berarti, karena tanpa mubalig Islam cuma hanya pandangan hidup yang tidak terkabul dalam kehidupan warga.“ Supaya bagaimanapun bagusnya pandangan hidup Islam yang wajib disebarikan di warga, beliau hendak senantiasa selaku ilham, beliau bakal senantiasa selaku angan- angan yang tidak terkabul bila tidak terdapat orang yang menyebarkannya “.

Abul A’ la Al Maududi dalam bukunya“ Tadzakiratud Du’ atil Islam” berkata kalau sifat yang wajib dipunyai mubalig dengan cara perorangan bisa disimpulkan selaku selanjutnya, Mampu melawan kompetitor dalam dirinya sendiri ialah hawa hasrat buat patuh seluruhnya pada Allah serta Rasul- Nya saat sebelum melawan hawa hasrat orang lain, Mampu berhijrah dari keadaan maksiat yang bisa mengurangkan dirinya di depan Allah serta di hadapan warga.⁵

Dalam kemanjuran komunikasi dakwah tidak saja didetetapkan oleh keahlian berbicara, namun pula oleh diri komunikator. Guna komunikator(mubalig) dalam penyampaian benak serta perasaannya dalam wujud catatan buat membuat komunikan jadi ketahui serta berganti tindakan, opini, serta perilakunya. Komunikan yang hendak menelaah siapa komunikator yang hendak mengantarkan catatan itu. Bila nyatanya data yang diutarakan tidak cocok dengan diri komunikator betapapun tingginya metode komunikasi yang dipakai hingga hasilnya tidak bakal cocok dengan yang diinginkan.⁶

⁵ Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: Pena Salsabila, 2013),58.

⁶ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), 77-114.

Berbicara dengan individu lain tidak segampang apa yang dicerminkan, lebih-lebih buat mengganti pemikiran, tindakan, serta sikap orang lain terpaut dengan dakwah yang di sampaikan. Dengan demikian membicarakan materi dakwah yang bagus wajib mengenali siapa yang jadi incaran dakwah. Berkomunikasi tidak selalu berjalan mulus pasti ada hambatan-hambatan yang di rasakan oleh seorang dai salah satunya hambatan semantik aspek, halangan ini berbentuk penggunaan kosakata yang tidak dimengerti oleh mad' u. Di sinilah berartinya seseorang dai dalam menguasai frame of rujukan(kerangka rujukan) serta subjek dakwah. anugerah terbanyak yang di bagikan oleh Allah Swt. pada orang adalah kemampuan mempelajari bahasa. Bahasa oleh ilmu pengetahuan. Bahasa ialah alat penting orang dalam berasumsi serta mendapatkan wawasan. Bahasa dalam perannya selaku simbol-simbol rancangan sudah membolehkan orang buat mangulas seluruh konsepsi dalam pandangan dengan metode sismbolis serta dengan begitu menolongnya buat mewujudkan perkembangan wawasan yang terdapat.

2) Mad'u (Objek)

Komponen dakwah yang kedua merupakan mad' u ialah orang yang jadi anjuran dakwah ataupun orang pemeroleh dakwah, bagus orang ataupun golongan, bagus orang yang berkeyakinan Islam ataupun dengan tutur lain orang dengan cara totalitas.

Pada orang yang belum memeluk Islam, dakwah bermaksud buat merangkul mereka buat menjajaki agama Islam, Sedangka pada banyak orang yang sudah berkeyakinan Islam, dakwah buat tingkatan mutu kepercayaan. Islam serta ihsan.

Mad' u (objek dakwah) terdiri dari bermacam berbagai kalangan orang, oleh sebab itu mengelompokkan mad' u serupa dengan mengelompokkan individu itu sendiri.⁷

⁷ Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya : Pena Salsabila, 2013),67.

3) Wasilah (Media) Dakwah

Komponen dakwah yang keempat yakni Wasilah (alat) dakwah ialah, perlengkapan yang dipakai buat mengantarkan maddah ajakan (kaidah Islam) pada mad' u. Buat mengantarkan anutan Islam pada pemeluk, dakwah bisa memakai bermacam Wasilah. Hamzah Betul' qub memilah Ikatan ajakan jadi 5 berbagai ialah, perkataan, inilah ikatan dakwah yang sangat simpel yang memakai lidah serta suara. Dakwah dengan ikatan ini bisa berupa ceramah, khotbah, kuliah, edukasi serta konseling serta lain serupanya, catatan: novel majalah, pesan berita, pesan mencatat (korespodensi), slogan, flash card serta serupanya. Gambar: lukisan, parodi serta serupanya. Audio visual, ialah perlengkapan ajakan yang memicu indera rungu ataupun pandangan ataupun kedua-duanya, sepeti: radio, tv, film, slide, OHP, Spotify serta serupanya. Adab ialah: perilaku jelas yang memantulkan anutan Islam serta bisa dicermati dan dipahami oleh mad' u.

Pada dasarnya dakwah bisa memakai bermacam ikatan yang bisa memicu indra orang dan bisa memunculkan atensi buat menyambut dakwah. Terus menjadi kilat serta efisien ikatan yang digunakan terus menjadi efisien pula usaha uraian anutan Islam pada warga yang jadi target ajakan. Yoyon Mudjiono melaporkan kalau alat dalam komunikasi dakwah sudah banyak memikat perhatian.

Media (paling utama alat massa) sudah tingkatkan keseriusan serta capaian komunikasi ajakan dengan akibat sosial keimanan yang lumayan besar. Belum sempat dalam asal usul bumi komunikasi dicoba pemeluk orang sedemikian itu besar saat sebelum terdapatnya alat massa pers, radio, tv, spotify serta serupanya. Apalagi bisa dibilang alat-alat itu sudah menempel tidak terlepas dengan hidup individu di era ini.

Dari bidang metode pemberian catatan dakwah, alat dakwah bisa dipecah 3 kalangan ialah: *The spoken words* (yang berupa perkataan). Dalam kalangan ini tercantum wujud suara, sebab cuma bisa dibekuk oleh kuping, diucap pula dengan" the audio alat" yang dapat

berbentuk perkataan langsung yang dapat dipergunakan tiap hari. Alat yang lain yakni telepon, radio, spotify serta serupanya. *The printed Writing* (yang berupa catatan). Yang tercantum didalamnya merupakan beberapa barang tercetak, gambar- gambar tercetak, gambar- gambar, lukisan- lukisan yang dalam kehidupan tiap hari diketahui novel, majalah, pesan berita, edaran, brosur, serta serupanya. *The Audio Visual* (yang berupa lukisan hidup) ialah pencampuran dari kedua kalangan diatas, ialah yang bisa didengar serta diamati, yang tercantum kalangan ini merupakan film, tv, film, serta lain serupanya.⁸

Selain perihal di atas adat pula bisa dibuat selaku alat ajakan, misalnya Aceh dengan kultur seninya. Di mana kita tahu Aceh dengan keelokan tari seribu tangan yang dipunyanya. Sebab bagi asal usul orang Aceh, pada era dulu, tari era dipakai buat mengantarkan pengajaran agama Islam pada warga.

c. Tujuan Dakwah

Islam yakni ajaran Allah yang sempurna serta diberikan buat menata hidup individu serta warga. Hendak namun keutuhan anutan itu cuma ialah ilham serta bayangan saja bila bujukan yang bagus itu tidak di informasikan pada orang, terlebih bila anutan itu tidak diimplementasikan di hidup orang. Oleh sebab itu dakwah ialah kegiatan yang amat berarti dalam totalitas sistem Islam. Dengan dakwah, Islam bisa dikenal, dihayati serta diamalkan oleh orang dari angkatan ke angkatan selanjutnya. Kebalikannya, tanpa ajakan terputuslah angkatan orang yang mengamalkan Islam serta berikutnya. Islam hendak sirna dari dataran alam. Realitas eratnya hubungan ajakan serta Islam dalam asal usul penyebarannya semenjak diturunkannya Islam pada orang, Max Muller membuat pengakuan kalau Islam merupakan agama ajakan, ialah agama yang didalamnya upaya memberitahukan bukti serta mengajak banyak orang yang belum menyakininya dikira selaku kewajiban bersih oleh pendiriannya ataupun oleh para penggantinya.

⁸ Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: Pena Salsabila, 2013),77.

Antusias mengupayakan para pengikut alhasil bukti itu terakumulasi dalam benak, perkataan serta aksi, antusias yang membuat mereka merasa tidak puas hingga sukses menancapkan angka bukti itu di jiwa tiap orang, alhasil apa yang dipercayai selaku bukti diperoleh oleh semua orang.⁹ Dakwah Islam bekerja menggunakan kembali indera keimanan orang yang memanglah sudah jadi fitri mulanya, supaya mereka bisa mendalami arti hidup yang sesungguhnya buat mengabdikan pada Allah.

Ustadz Sayid Qutub berkata kalau risalah(ajakan) Islam yakni merangkul seluruh orang buat angkat tangan pada Allah Swt. patuh pada Rasulullah Saw, serta percaya bakal hari akhirat. Sasarannya merupakan menghasilkan orang dari kemalangan kecahaya, dari pebudakan sesama orang mengarah deifikasi serta peyerahan seluruh jiwa badan pada Allah Swt. dari kekecilan bumi ke alam yang lurus serta dari aniaya agama- agama lain sudahlah jelas serta upaya mengerti terus menjadi gampang. Kebalikannya, kebatilan telah terus menjadi terlihat dan akibat- akibatnya telah dialami dimanapun.¹⁰

d. Fungsi Dakwah

Tanpa dakwah, pemeluk Islam bisa kehabisan arah. Dengan dakwah, pemeluk Islam jadi kerabat. Semacam dalam potret idealitas. Dengan begitu, kita dapat membuat statment kalau kehidupan seorang diditetapkan oleh keyakinannya, sebaliknya agama itu bisa diditetapkan oleh pemahamannya. Lebih spesial, pemeluk Islam diditetapkan oleh keagamaannya; serta wawasan agamanya terkait pada Islam yang menindas saudaranya sendiri disebabkan. Kekeliruan ini dampak tidak terdapatnya ajakan ataupun dakwahnya keliru.¹¹

e. Multimedia Dakwah

Pada era teknologi data serta komunikasi berusia ini, ajakan dituntut buat dengan cara penting memakai beraneka ragam biasa(multimedia) buat dapat memperoleh akses ke bermacam bagian warga serta di bermacam bagian

⁹ Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), 43.

¹⁰ Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), 46.

¹¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2012), 110.

bumi era ke- 21. Ajakan bermedia tunggal(monomedia) cuma bakal bersuara tunggal(monotone) serta pasti saja hendak hadapi kesusahan buat ‘terdengar’ serta ‘terterima’ oleh banyak golongan warga garis besar yang berkepribadian multikultural serta menempuh kehidupannya dengan mengaitkan miltimedia. Teknologi data serta komunikasi mempunyai arti penting tertentu selaku alat ajakan yang amat memikat kesuksesan ajakan di era teknologi ini.¹²

2. Karya Seni

Karya seni pula membuat poin keelokan yang besar. Bila buatan kesusastraan memakai komunikasi lisan (diucapkan), karya seni banyak menyuarakan komunikasi nonverbal (diperlihatkan). Catatan dakwah tipe ini merujuk pada ikon yang terbuka buat diartikan siapa juga. Jadi, bertabiat individual. Tidak seluruh orang mencitai ataupun memberika penghargaan buatan seni. Untuk penggemar buatan seni, catatan dakwah tipe ini lebih banyak buatnya berasumsi mengenai Allah Swt. Serta makhluk- Nya, lebih dari kala memandang suatu gambar panorama alam laut yang terhampar besar dengan gelombang yang bertimbulan serta di kejauhan nampak seorang yang bersujud di atas perahu kecil yang lagi terapung- apung. Seseorang pengunjung di rumah ajangan memandang berulang kali dengan kakaguman kaligrafi salah satu santri yang berbunyi *bismillahirrahmanirrahim* di dinding ruang tamu. Semua penonton film *The Message* bisa menangkap pesan dakwah di dalamnya, bagaimana semangat para sahabat Rasulullah diperankan untuk mengumanadangkan adzan di dekat ka’bah dalam film itu. Siswa kelas satu Sekolah Dasar bisa menceritakan kisah Nabi Musa as. Dengan lancar setelah membaca cerita bergambar tentang kisah para nabi. Begitu juga dengan karya seni *podcast* yang berbentuk audio. Seseorang yang mendengarkan akan mendapatkan pesan dakwah yang ada di dalamnya.¹³

Buat menghasilkan karya seni selaku catatan dakwah, terdapat sebagian etika yang wajib dicermati, ialah: diusahakan

¹² Dindin Solahudin, “Jurnal Ilmu Dakwah”, Strategi Dakwah Syekh Ghazali: 405, Diakses Pada (08 Juli 2021).

¹³ Abd. Aziz Ahmad, “Jurnal Dakwah Tabligh”, Dakwah, Seni dan Teknologi Pembelajaran: 84, Diakses Pada (05 juli, 2021).

sedemikian muka supaya buatan seni tidak diartikan dengan cara salah oleh kawan kerja ajakan. Bila ditatap butuh dapat diberi sedikit pendapat. Serta buatan seni tidak berwarna pornografi, menghina symbol agama, merendahkan individu lain, ataupun memunculkan efek minus yang lain bagus langsung ataupun tidak langsung.¹⁴

Karya seni jenis komunikasi verbal ini (diucapkan) memiliki gaya suara. Gaya suara ialah berbicara memakai seni buat menarik atensi audiens. Komunikasi islam merupakan komunikasi yang berupaya untuk membangun hubungan dengan diri sendiri dengan Sang Pencipta, serta dengan sesama untuk menghadirkan kedamaian, keramahan, keselamatan diri dan lingkungan dengan cara tunduk dengan perintah Allah dan Rasul-Nya. Jika umat islam melakukan komunikasi dengan cara ikhlas untuk menjalin silaturahmi dan meningkatkan kualitas hubungan positif dengan sesama manusia, maka mereka tidak hanya mendapat keuntungan dunia, tetapi juga akan mendapatkan pahala akhirat.¹⁵ Berdialog memakai aksentuasi yang berubah- ubah dengan membagikan pengepresan khusus pada kata yang membutuhkan pengepresan spesial. T. A Lathif Rousydy berkata kalau audiens terpicu dengan khotbah ataupun berceramah bila mempunyai suara yang benyak, lezat didengar serta cocok dengan kemauan jiwa pemirsa. Terdapat sebagian perihal yang pengaruhi style suara.¹⁶

a. *Pitch*

Pitch ialah besar rendahnya suara. Dalam ilmu nada, pitch diucap tangga bunyi. Dalam berdialog pitch suara tidak bisa sangat besar ataupun sangat kecil, cocok dengan pendalaman modul dialog. Disetiap dialog wajib menekuni alterasi dalam pitch buat menciptakan aksentuasi yang menarik. Dalam bahasa tonal ada 5 berbagai pitch antara lain: bunyi naik ataupun besar(atau), bunyi latar(-), bunyi turun ataupun kecil(atau), bunyi turun setelah itu naik(v), serta bunyi naik setelah itu turun(^).

b. *Loudnes*

Loudnes ialah bunyi suara berhubungan keras ataupun bukan suara. Dikala melaksanakan khotbah

¹⁴Moh.Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2012), 331.

¹⁵ Harjani Hefni, *Komunikasi Islam* (Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2017), 14.

¹⁶ Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*, 125-127.

seseorang juru bicara wajib bisa menata serta melembutkan suara keluaran, tetapi perihal itu cocok suasana serta situasi yang dialami. Ragam keras lembutnya suara bakal menaikkan pengepresan dengan mementingkan ilham khusus dalam catatan yang di informasikan, alhasil tidak serupa dengan suara wajar.

c. *Rate dan Rhytem*

Rate serta Rhytem ialah menghitung kilat lambatnya aksentuasi suara. *Rate* hendak dikendalikan oleh jeda (penghentian). Oleh sebab itu seseorang komunikator terdapat kalanya wajib menyudahi sejenak buat membagikan peluang pada khalayak buat mengolah serta menguasai arti dari catatan yang sudah di informasikan.

d. *Jeda*

Jeda bisa dikelompokkan selaku bagian dari *rate* ataupun kecekatan, sela waktu yang pendek dipakai buat titik penyekat dari sesuatu pandangan, ataupun merubah ilham semacam koma dalam catatan.

3. *Podcast*

Definisi *podcast* menurut MerriamWebster: " Sesuatu program (semacam music ataupun dialog) ada dalam bentuk digital buat pengunduhan otomatis lewat Internet selaku file audio yang berada dalam suatu aplikasi atau web. Sebutan ini mulai dipakai tahun 2004, kala iPod lagi terkenal. Pada dikala itu, teknologi dibesarkan buat membolehkan berlangganan feed dengan tautan ke file audio yang bisa diunduh. Dengan sedemikian itu tidak butuh mendatangi web website ataupun weblog khusus yang menawarkan kegiatan audio kesukaan. Podcast memakai fitur lunak buat " berlangganan" serta dengan cara otomatis dikasih tahu kala adegan terkini ada."¹⁷

Mengembangnya alat berplatform audio di Indonesia membuat munculnya tipe alat audio yang lebih terkini, salah satu yang lagi bertumbuh merupakan podcast, podcast adalah suatu konten dalam audio broadcast di alat internet, pada awal mulanya podcast sendiri kurang terkenal di Indonesia, tetapi sebagian tahun terakhir pendengar semakin tertarik karna adanya karya-karya *podcast* terbaru dan milenial. Kedatangan

¹⁷ Meisanti, Woro Harkandi Kencana, "Jurnal Komunikasi dan Media", Platform Digital Siaran Suara Berbasis On Demand: 193, Diakses Pada (05 Juli, 2021).

dini podcast sendiri dimulai oleh Ben Hammersley di artikelnya mengatakan tutur podcasting, tetapi luang lenyap sampai sebagian bulan setelah itu sebagian orang memakai daerah tutur podcasting semacam Dannie grogeire dalam podcaster.¹⁸ Berbeda dengan media visual, media audio (*podcast*) ini tidak butuh memperhitungkan suatu yang tampak dari layar cermin. Sebab podcast mempunyai kepribadian perorangan, yang membuat pemirsa merasa dekat. Apa yang di informasikan oleh penyebar masuk ke isi kepala pemirsa alhasil langsung diperoleh.

Asal-usul *podcast* juga mulai ditemukan pada tahun 2004 terdaftar selaku dini kedatangan sebutan *podcast*. Ben Hammersley mengatakan tutur“ *podcasting*” di dalam artikelnya di [www. theguardian. com](http://www.theguardian.com) yang mangulas audioblogs serta radio online. Sepanjang nyaris 7 bulan, sebutan“ *podcasting*” seakan karam hingga kesimpulannya sebagian orang memakainya selaku julukan pada dikala memasukkan daerah semacam yang dicoba Dannie Gregoire yang memasukkan daerah *podcaster*.

pesan lain berkata, podcast audio sudah bertumbuh semenjak tahun 2005, pada dikala Apple meningkatkan modul podcast pada iTunes dengan tema minim. Bersamaan durasi, modul podcast terus menjadi bertumbuh serta beraneka ragam. Kemasannya bisa berbentuk dagelan atau drama, perbincangan atau talkshow, monolog serta feature atau dokumenter. Topiknya amat besar, mulai dari asal usul, ilmu wawasan, politik, ekonomi, metafisika, percintaan serta sedang banyak lagi. Apalagi bagi [www. time. com](http://www.time.com), sebagian program podcast bisa membandingi ketenaran serial drama tv.

Awal mulanya sebutan podcast mengarah sama dengan modul berformat audio. Semacam yang tercetak di kamus Oxford:“ *a digital audio file made available on the Internet for downloading to a computer or portable alat player, typically available as series, new instalments of which can be received by subscribers automatically.*”

Belum lama, podcast pula merujuk pada modul dalam wujud film. Biasanya diunggah di dalam Youtube. Alhasil penafsiran podcast bisa merujuk pada podcast audio ataupun

¹⁸ Mochamad Irfan Radika, Sri Dewi Setiawati, “Jurnal Ilmu Komunikasi”, Strategi Komunikasi *Podcast* Dalam Mempertahankan Pendengar : 98, Diakses Pada (05 Juli, 2021).

podcast film. Apple sendiri membuat batas podcast selaku pancaran audio serta film yang ada di internet buat diputar pada fitur portable ataupun pc, semacam iPad, Ipod, ataupun Mac. Pendek narasi, sebutan podcast dimaksud selaku modul audio ataupun film yang ada di internet yang bisa dengan cara otomatis dipindahkan ke pc ataupun alat pemutar portable bagus dengan cara free ataupun berlangganan.¹⁹ Sedangkan di Indonesia, riset terpaut podcast terkini dicoba sebagian tahun terakhir serta belum banyak yang melaksanakan riset, paling utama terpaut dengan daya guna dakwah lewat podcast.²⁰

Penggunaan podcast di Indonesia memanglah belum gemerlap vlog ataupun Youtube, tetapi sebagian alat ataupun perorangan orang mulai memakai podcast buat menginformasikan suatu, menghibur ataupun melaksanakan talkshow semacam pancaran radio dengan mangulas sesuatu tema khusus. Tidak hanya itu kreator konten podcast pula tidak butuh menghasilkan bayaran mahal dibanding membuat vlog. Fitur semacam microphone, aplikasi Audacity, serta hosting selaku tempat konten podcast di internet, lumayan buat jadi racikan membikin konten- konten podcast. Apalagi Spotify pula membagikan peluang para kreator konten podcast buat bisa memberitahukan konten mereka melalui Spotify. Kemajuan *podcast* di Indonesia pasti tidak bebas dari angkatan millennial, perihal ini dikenal dari postingan yang ditulis oleh Namira (2019) di IDN.

Pendengar *podcast* berkembang pada tahun 2020 lebih dari 3,6 juta, dan dikenal kalau pemirsa podcast di Indonesia dikuasai oleh umur 20- 25 tahun, ialah sebesar 42, 12 persen yang setelah itu diiringi oleh golongan umur 26- 29 serta 30- 35 tahun.²¹ *Podcast* dapat didengarkan melalui aplikasi *Spotify*. Dan diamati dari pemakaian program memakai program yang kerap di maanfaatkan oleh khalayak, dengan tujuan buat

¹⁹Efi Fadilah, Pandan Yudhaprarnesti, Nindi Aristi, “Kajian Jurnalisme”, *Podcast* sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio: 95, Diakses Pada (05 Juli, 2021).

²⁰ Athik Hidayatul Ummah, M. Khairul Khatoni, M. Khairurromadhan, “Komunike”, *Podcast* Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: 217, Diakses Pada (05 Juli, 2021).

²¹ Meisanti, Woro Harkandi Kencana, “Jurnal Komunikasi dan Media”, Platform Digital Siaran Suara Berbasis On Demand: 195, Diakses Pada (06 Juli, 2021).

memudahkan untuk khalayak dalam mencermati *podcast*, dengan membukanya rute penyaluran langsung untuk para *creator podcast*, membuat *Spotify* mejadi salah satu layanan terbaik buat mencermati *podcast*. *Spotify* bisa dibilang selaku program kesukaan untuk para pemirsa *podcast* dengan 52 persen.²² Apalagi pada saat pandemi seperti ini peminat mendengarkan *podcast* semakin banyak.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan, diantaranya: pertama Efi Fadilah, Pandan Yudhapramesti, dan Nindi Aristi (2017), mengkaji tentang *Podcast* sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio.²³ Kedua, Dewi Mayangsari dan Dinda Rizki Tiara (2019), mengkaji tentang *Podcast* Sebagai Media Pembelajaran Di Era Milenial, Penelitian ini bertujuan untuk melihat efektivitas media pembelajaran *podcast* *ececast* berbasis teknologi informasi audio.²⁴ Dan yang ketiga, Athik Hidayatul Ummah, M. Khairul Khatoni, dan M. Khairurromadhanyang (2020) mengkaji tentang bagaimana Strategi dakwah di era digital melalui *podcast*.²⁵

Podcast audio bisa menghasilkan kesempatan untuk para developer konten audio tercantum para pengurus radio pancaran konvensional di Indonesia. Bagi Geoghegan serta Klass, kemampuan *podcast* terdapat pada kelebihanannya; bisa diakses dengan cara otomatis, gampang serta pengawasan terdapat di tangan pelanggan, yang tidak susah dicari, selalu tersedia dan dapat dibawa-bawa.²⁶ Cara pengembangan alat *podcast* tergabi dari sebagian langkah, ialah:

²² Mochamad Irfan Radika, Sri Dewi Setiawati, "Jurnal Ilmu Komunikasi", Strategi Komunikasi Podcast Dalam Mempertahankan Pendengar (Studikasuk Dalam Podcast Do You See What I See), Diakses Pada (30 September 2021).

²³ Efi Fadilah, Pandan Yudhapramesti, "Kajian Jurnalisme", *Podcast* sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio: 90, Diakses Pada (06 Juli, 2021).

²⁴ Dewi Mayangsari, Dinda Rizki Tiara, "Jurnal Golden Age Universitas Hamzanwad", *Podcast* Sebagai Media Pembelajaran Di Era Milenial: 126, Diakses Pada (06 Juli 2021).

²⁵ Athik Hidayatul Ummah, M.Khairul Khatoni, M.Khairurromadhan, "Komunike", *Podcast* Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: 210, Diakses Pada (06 Juli, 2021).

²⁶ Efi Fadilah, Pandan Yudhapramesti, Nindi Aristi, "Kajian Jurnalisme", *Podcast* sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio: 94, Diakses Pada (06 Juli, 2021).

Pertama, Langkah pra penciptaan, langkah ini mencakup determinasi julukan, konsep *podcast*, pembuatan logo, merancang aturan bentuk serta pula determinasi modul yang bakal dimasukkan dalam *podcast* Kedua, langkah penciptaan, pada kuat ini dicoba eksekusi dari konsep logo, layout serta pula lukisan– lukisan yang terdapat di *podcast*. Tidak hanya itu pengumpulan audio pula dicoba. Modul yang sudah diseleksi dengan melaksanakan analisa direkam dengan rancangan yang sudah disusun. Sehabis modul audio sudah berakhir, audio itu dimasukkan ke dalam alat *podcast* yang sudah jadi. Serta yang ketiga, langkah *review*, pada langkah ini dicoba percobaan coba pemutaran alat *podcast* yang sudah bermuatan modul audio.

Sehabis alat *podcast* berakhir, hingga dicoba pengesahan alat pada validator alat. Hasil perbaikan dari dipakai selaku bawah koreksi alat *podcast* saat sebelum disebarkan. Masukan yang diserahkan oleh validator pakar alat, antara lain lukisan yang didapat wajib hasil dari konsep sendiri, akumulasi pada data kompetensi bawah pada tiap- tiap modul serta pula akumulasi julukan developer alat alhasil kita dari regu periset mengubah bentuk logo mata kuliah dengan konsep sendiri, meningkatkan kompetensi bawah pada tiap- tiap modul serta meningkatkan julukan developer pada alat itu.²⁷

4. Strategi Dakwah

Kata“ strategi” pada mulanya amat bersahabat di golongan tentara, dengan cara etimologi berawal dari bahasa Yunani, ialah Strategos. Ada pula srategos bisa diartikan selaku“ panglima tentara” pada era kerakyatan Athena. Strategi digunakan dalam perspektif Pengembangan Strategi Dakwah Lewat Alat Internet tentara semenjak era kesuksesan Yunani-Romawi hingga era industrialisasi. Setelah itu tutur strategi menyebar ke bermacam pandangan aktivitas warga tercantum dalam aspek komunikasi serta ajakan. Perihal itu amat berarti sebab ajakan bermaksud melaksanakan pergantian terencana dalam warga yang berjalan lebih seribu tahun lamanya. Walaupun strategi pada mulanya berhubungan dengan permasalahan tentara yang amat berhubungan dengan seni serta ilmu wawasan. Saat ini ilmu strategi memiliki maksud serta

²⁷ Dewi Mayangsari, Dinda Rizki Tiara, “Jurnal Golden Age Universitas Hamzanwad”, *Podcast* Sebagai Media Pembelajaran Di Era Milenial: 130, Diakses Pada (06 Juli 2021).

andil yang amat berarti untuk tiap orang ataupun badan dalam menggapai tujuannya tiap hari dalam kehidupan orang dibutuhkan strategi. Bagi Ali Azis kalau strategi merupakan pemograman yang bermuatan susunan aktivitas yang didesain buat menggapai tujuan ajakan khusus. Strategi pada hakekatnya merupakan pemograman (planning) serta manajemen (management) buat menggapai sesuatu tujuan. Di sisi itu bisa pula berarti “keahlian yang ahli dalam menanggulangi serta merancang suatu”. Sebaliknya tujuan sesuatu strategi yakni buat meregang kemenangan ataupun mencapai sesuatu hasil yang di idamkan. Strategi ajakan selaku tata cara, siasat, siasat ataupun maneuver yang di pergunakan dalam kegiatan (aktivitas dakwah).²⁸

Strategi dakwah ialah sesuatu tata cara, siasat, siasat yang dipakai dalam kegiatan ataupun aktivitas dakwah, yang peranannya amat memastikan dalam cara pendapatan tujuan ajakan. Bersamaan dengan bertumbuhnya era, kesejagatan selaku kejadian terbuka luasnya ruang serta durasi bukan cuma suatu kemungkinan tidak bisa ditampik, tapi pula profitabel untuk interaksi peradaban semua pemeluk orang. Kehadirannya menghasilkan kesejagatan selaku suatu ideology untuk warga era saat ini yang pula diucap selaku warga data, alhasil memilah serta memakai alat ajakan yang pas telah ialah keharusan serta desakan era.

Strategi dakwah juga bisa di maknai dengan pemograman yang bermuatan susunan aktivitas yang didesain buat menggapai tujuan dakwah khusus. Terdapat 2 perihal yang butuh dicermati dalam perihal ini, yakni:

Pertama, Strategi ialah rencana aksi (susunan aktivitas dakwah) tercantum pemakaian tata cara serta eksploitasi bermacam pangkal energi ataupun daya. Dengan begitu, strategi ialah cara kategorisasi konsep kegiatan, belum hingga pada aksi.

Kedua, strategi dirangkai buat menggapai tujuan khusus. Oleh karena itu, saat sebelum memastikan strategi, butuh diformulasikan tujuan yang jelas dan bisa diukur kesuksesannya.²⁹

²⁸ Murniaty Sirajuddin, “Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam”, Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet: 12, Diakses Pada (07 Juli 2021).

²⁹ Moh.Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2012), 350.

Al-Bayayuni merumuskan strategi dakwah (*manahij al da'wah*) sebagai berikut:

“ketentuan-ketentuan dakwah dan rencana-rencana yang dirumuskan untuk kegiatan dakwah”.

Selain membuat rumusan, ia juga membagi strategi dakwah dalam tiga bentuk, yaitu:

- a. Strategi sentimentil (*al-manhaj al-a'thifi*).
Strategi sentimentil merupakan dakwah yang mementingkan pandangan batin serta menggetarkan perasaan serta hati kawan kerja dakwah. berikan kawan kerja ajakan ajakan yang bergengsi, memanggil dengan kelembutan, ataupun membagikan jasa yang melegakan ialah sebagian tata cara yang dibesarkan dari strategi ini. Metode- metode ini cocok buat kawan kerja ajakan yang terasingkan (kecil) serta dikira lemas, semacam kalangan wanita, kanak- kanak, orang yang sedang biasa, para mualaf, banyak orang miskin, kanak- kanak yatim, serta serupanya. Strategi sentimantil ini diaplikasikan oleh Rasul saw. dikala menghadapi kalangan musyik Mekkah. Tidak sedikit ayat- ayat Makkiyah (bagian yang diturunkan kala Rasul di Mekkah ataupun saat sebelum Rasul saw. memindahkan ke Madinah) yang menekankan pandangan manusiawi (humanism), sejenis kebersamaan, atensi pada miskin miskin, kasih sayang pada anak yatim, serta serupanya. Para pengikut Rasul saw. pada dikala itu merupakan golongan- golongan kalangan lemas. Dengan strategi ini, kalangan lemas merasa dinilai serta kalangan agung merasa dihormati.
- b. Strategi Rasional (*al-manhaj al 'aqli*)
Stratei rasional yakni dakwah dengan sebagian tata cara yang mementingkan pada pandangan ide benak. Strategi itu mendesak kawan kerja ajakan buat berfikir, merenungkan, serta mengutip pelajaran. Pemakaian hukum akal sehat, dialog, ataupun performa ilustrasi serta fakta asal usul ialah sebagian tata cara dari cara logis.
- c. Strategi Indriawi (*al-manhaj al-hissi*)
Strategi indriawi juga bisa dinamakan dengan strategi eksperimen atau strategi ilmiah, strategi ini didefinisikan sebagai system dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada pancaindra dan berpegang teguh

pada hasil penelitian dan percobaan. Di antara metode yang dihimpun oleh strategi ini adalah praktik keagamaan, keteladanan, dan pentas drama. Dahulu Nabi Saw. mempraktikkan Islam sebagai sebagai perwujudan strategi indriawi yang disaksikan oleh para sahabat. Para sahabat dapat menyaksikan Malaikat Jibril dalam bentuk manusia. Sekarang, kita menggunakan Alquran untuk memperkuat atau menolak hasil penelitian ilmiah.³⁰

Dalam hal ini rumusan strategi dakwah ini berangkat dari realitas struktur masyarakat yang beragam, baik budaya, status sosial, ras, etnis, agama dan pemahaman keagamaannya. Tujuannya, agar kegiatan dakwah Islamiyah mampu mewujudkan nilai-nilai etika global dan solidaritas masyarakat dalam bingkai pluralitas.³¹

Dalam menentukan strategi dakwah juga dapat berdasarkan surat al-Baqarah ayat 129 dan 151, ali Imron ayat 164, al-Jumu'ah ayat 2.

Ketiga ayat ini memiliki pesan yang sama yaitu tugas para Rosul sekaligus dapat dipahami sebagai strategi dakwah.

رَبَّنَا وَابْعَثْ فِيهِمْ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِكَ وَيُعَلِّمُهُمُ

الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُزَكِّيهِمْ إِنَّكَ أَنْتَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ

Artinya : “Wahai Tuhan kami, utuslah untuk mereka seorang Rosul dari kalangan mereka, yang akan membacakan kepada mereka Alkitab (Alquran) dan Al-Hikmah (As-Sunah) serta mensucikan mereka. Sesungguhnya Engkau yang Maha Kuasa Lagi Bijaksana. (QS. Al-Baqarah: 129).³²

³⁰ Moh.Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2012), 353.

³¹ Sulkhan Chakim, “Komunika”, Strategi dakwah dan Kemajemukan Masyarakat: 142, Diakses Pada (09 Juli 2021).

³² Alquran, al-Baqarah ayat 129, *Alquran dan Terjemahnya* (Jakarta: Kementerian Agama RI, Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2013), 20.

كَمَا أَرْسَلْنَا فِيكُمْ رَسُولًا مِّنكُمْ يَتْلُوا عَلَيْكُمْ آيَاتِنَا
وَيُزَكِّيكُمْ وَيُعَلِّمُكُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُعَلِّمُكُم مَّا لَمْ
تَكُونُوا تَعْلَمُونَ ﴿١٥١﴾

Artinya : Sebagaimana (Kami Telah menyempurnakan nikmat kami kepadamu) kami Telah mengutus kepadamu Rasul diantara kamu yang membacakan ayat-ayat kami kepada kamu dan mensucikan kamu dan mengajarkan kepadamu Al Kitab dan Al-Hikmah, serta mengajarkan kepada kamu apa yang belum kamu ketahui. (Q.S Al-Baqarah : 151)³³

لَقَدْ مَنَّ اللَّهُ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ إِذْ بَعَثَ فِيهِمْ رَسُولًا مِّنْ أَنفُسِهِمْ
يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ
وَإِنْ كَانُوا مِن قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ ﴿١٦٤﴾

Artinya : Sungguh Allah Telah memberi karunia kepada orang-orang yang beriman ketika Allah mengutus diantara mereka seorang Rasul dari golongan mereka sendiri, yang membacakan kepada mereka ayat-ayat Allah, membersihkan (jiwa) mereka, dan mengajarkan kepada mereka Al Kitab dan Al hikmah. dan Sesungguhnya sebelum (kedatangan Nabi) itu, mereka adalah benar-benar dalam kesesatan yang nyata. (Q.S. Al-Imron : 164)³⁴

³³ Alquran, al-Baqarah ayat 151, *Alquran dan Terjemahnya* (Jakarta: Kementerian Agama RI, Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2013), 23

³⁴ Alquran, al-Imron 164, *Alquran dan Terjemahnya* (Jakarta: Kementerian Agama RI, Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2013), 81.

هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ
وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِن كَانُوا مِن قَبْلُ لَفِي

ضَلَالٍ مُّبِينٍ ﴿٢٥﴾

Artinya : Dia-lah yang mengutus kepada kaum yang buta huruf seorang Rasul di antara mereka, yang membacakan ayat-ayat-Nya kepada mereka, mensucikan mereka dan mengajarkan mereka Kitab dan hikmah (As Sunnah). dan Sesungguhnya mereka sebelumnya benar-benar dalam kesesatan yang nyata. (Q.S Al-Jumu'ah : 2)³⁵

Menyampaikan kulum yakni salah satu alat yang amat efisien dalam mengedarkan kebaikan. Sebab apa yang terdapat di dalam anutan agama langsung di informasikan di depan umum serta mendadak memperoleh responnya. Dan penyampaian kulum ini juga dapat disampaikan secara online atau daring. Ini ialah dini rancangan dakwah, sebab jauh saat sebelum malim berceramah dengan cara catatan, menggandakan dakwah dengan perkataan yakni perihal penting yang dicoba. Tidak hanya efisien, ajakan dengan cara perkataan ialah sesuatu imbauan dari Nabi Saw. Penafsiran kulum yakni kuliah 7 menit, kuliah tujuh menit ini merupakan seni, ialah mengantarkan suatu pada orang banyak dengan lama durasi 7 menit. Kulum dapat saja diserupakan khotbah pendek serta cuma mangulas sedikit perihal dari permasalahan agama ataupun cuma hanya pengingat saja supaya orang tidak lupa pada permasalahan agama ataupun permasalahan yang bertabat bagus. Kulum menyatakan suatu yang amat efisien dalam membagikan kebagusan. Kulum biasa kita dengar di langgar, kala mubalig, malim, ataupun pemimpin lagi mengantarkan anutan agama pada jamaahnya. Walaupun berawal dari tutur kuliah yang mempunyai kondisi selaku pengejajaran dalam universitas, tutur kulum tidak digunakan dalam kondisi perkuliahan namun dalam kondisi pengajian.

³⁵ Alquran, al-Jumu'ah : 2, *Alquran dan Terjemahnya* (Jakarta: Kementerian Agama RI, Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2013), 553.

Persisnya di mushola atau langgar. Kuliah 7 menit(Kultum) ialah wujud khotbah yang dicoba sehabis sholat harus selaku alat berikan ajakan ataupun dakwah. Kultum adalah salah satu ceramah yang dapat didengarkan diberbagai alat. Walaupun cuma berkisar menit, terdapat banyak khasiat yang diperoleh. Salah satunya, manfaat kultum sebagai media pencerahan, membangkitkan dorongan hidup sekalian selaku materi muhasabah supaya jadi lebih bagus, menambah wawasan ilmu agama, dan berfungsi meluaskan islam pada orang selaku orang serta warga alhasil mereka merasakan belas kasihan islam selaku rahmatan lil alamin untuk semua insan Allah SWT.³⁶

Kultum mempunyai 3 komponen berguna yakni: *Pertama*, adalah penyampaian atau dai ialah orang yang menarangkan utama kasus yang mau di informasikan, yang berdialog di depan mad'u atau pendengar banyak mengantarkan saran agama ataupun saran kebaikan. Kedua, akseptor ataupun subjek ajakan ialah orang yang mencermati pesan yang di informasikan ataupun yang dipaparkan oleh penceramah buat dicermati serta dilaksanakan ataupun diaplikasikan dalam kehidupan tiap hari. Serta yang ketiga, merupakan catatan ataupun ajakan ialah materi yang di informasikan dari mubalig pada subjek, ajakan ini ialah perkata yang dikatakan mengenai suatu yang mau di informasikan.³⁷

5. Kajian Tentang Paradigma Naratif

Paradigma menurut Thomas Kuhn dipergunakan dalam dua arti yang berbeda yakni paradigma berarti keseluruhan konstelasi kepercayaan, nilai, piknik, dan sebagainya yang dimiliki bersama oleh anggota-anggota masyarakat tertentu. Disisi lain paradigma juga berarti menunjukkan pada sejenis unsur dalam konstelasi itu, pemecahan teka-teki yang kongkrit, yang jika digunakan sebagai model atau contoh dapat

³⁶ Iswahyudi, Yaiy Suryo Prabandari, Widodo Hariyono. "Pendidikan Kesehatan Lingkungan Melalui Kultum", Jurnal Berita Kedokteran Masyarakat, Diakses pada (03 Februari 2022).

³⁷ Iswahyudi, Yaiy Suryo Prabandari, Widodo Hariyono. "Pendidikan Kesehatan Lingkungan Melalui Kultum", Jurnal Berita Kedokteran Masyarakat, Diakses pada (03 Februari 2022).

menggantikan kaidah-kaidah yang eksplisit sebagai dasar bagi pemecahan teka-teki sains yang normal yang masih tertinggal.³⁸

Menurut Denzim dan Lincoln paradigma dipandang sebagai seperangkat keyakinan-keyakinan dasar (*basic believes*) yang berhubungan dengan yang pokok atau prinsip. Paradigma adalah representasi yang menggambarkan tentang alam semesta (*world*). Sifat alam semesta adalah tempat individu-individu berada di dalamnya, dan ada jarak hubungan yang mungkin pada alam semesta dengan bagian-bagiannya.

Mengenai Paradigma Naratif, orang yakni insan pencerita, begitulah statment simpel bagi Walter Fisher. Paradigma naratif mengemukakan agama kalau orang merupakan seseorang pencerita serta estimasi hendak angka, marah, serta estetika jadi bawah agama serta sikap. Fisher berkata kalau orang lebih bisa terbujuk oleh suatu narasi yang baik dibanding oleh suatu alasan yang bagus.

Walaupun Fisher berusaha menampilkan Paradigma Naratif selaku pencampuran akal sehat serta estetika, tetapi beliau pula menfokuskan kalau logika naratif pada dasarnya berbeda dari menekankan bahwa logika naratif pada dasarnya berbeda dari logika dan pemikiran tradisional. Aspek penting dari asumsi-asumsi Paradigma Naratif yakni kalau mereka berlawanan dengan paradigam dunia rasional, sebagaimana kedua logika tersebut berbeda.

Maka itu, Fisher menerangkan 5 anggapan: *Pertama*, manusia pada dasarnya adalah makhluk pencerita. *Kedua*, keputusan tentang harga dari sebuah cerita didasarkan pada pertimbangan yang sehat. *Ketiga*, pertimbangan yang segar ditetapkan oleh asal usul, memoar, adat, serta kepribadian. Keempat, rasionalisasi didasarkan pada evaluasi orang hal kestabilan serta bukti suatu narasi. Kelima, hadapi bumi selaku bumi yang diisi dengan narasi, serta wajib memilah dari narasi yang terdapat.³⁹

Charles Larson pula satu bahasa dengan Walter Fisher. Perihal ini bisa diamati dari arti paradigma naratif yang dungkapkannya “*At the core of this perspective is the belief that the drama or story is the most powerful and pervasive*

³⁸ Budi F Hardiman, *Melampaui Positivisme dan Modernitas*. (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2002), 180.

³⁹ Alex Sobur, *Komunikasi Naratif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), 217.

metaphor that humans can use to persuade and explain events". (Inti pandangan ini merupakan agama kalau drama ataupun narasi yang sangat kokoh serta menyerap metafora yang bisa dipakai orang buat ajak serta menarangkan insiden.)

Bagi Fisher, narasi yang baik merupakan narasi yang jitu dalam bujukan. Gimana pengepakan suatu narasi yang mau di informasikan bisa jadi suatu akibat dalam pembuatan anggapan di isi kepala orang yang mencermatinya, kemudian mempersuasi, serta pada kesimpulannya bisa pula memastikan sikap, pergantian, dan pengumpulan ketetapan seorang buat mensupport ataupun bisa jadi menyangkal isi dari tujuan disampaikannya narasi itu. Fisher melaporkan kalau membagikan alibi lewat suatu narasi lebih bagus dibanding dengan menumpuk fakta ataupun membuat alasan yang kokoh. Paradigma ini pula melukiskan kalau narasi yang di informasikan oleh komunikator mempunyai antrean peristiwa dini, tengah, serta akhir, dan mengajak komunikan buat memaknakan maknanya serta apa nilai dari narasi itu yang bermanfaat untuk kehidupan mereka sendiri. Dalam keyakinannya, Fisher tidak sendiri. Beliau dibantu oleh Robert Rowland yang berpendapat kalau orang pada dasarnya merupakan seseorang pencerita sudah diadopsi oleh banyak patuh ilmu.⁴⁰

Naratif ialah strategi riset di mana di dalamnya periset mencermati hidup idividu buat menggambarkan hidup mereka. Data ini setelah itu dikisahkan kembali oleh periset dalam jalan naratif. Pada akhir riset, periset harus mencampurkan dengan style naratif pandangan mengenai hidup kontestan dengan pandangannya mengenai kehidupan periset sendiri.

Pada dasarnya, paradigma naratif pergi dari asumsi kalau artikel kultur terpaut dengan 3 perihal utama, ialah orang, tempat ataupun lokasi, serta durasi. Fokus pembahasannya dapat berbentuk narasi perkataan, narasi tercatat, ataupun hasil pemantauan ataupun observasi yang direkonstruksi jadi susunan narasi oleh periset. Timbulnya sebutan "naratif" membuktikan kalau begitu juga dalam melaksanakan analisa narasi pada

⁴⁰ Muhammad Sultan, "Jurnal Al-Khitabah", Studi Paradigma Naratif Walter Fisher Pada Aktivitas "Nongkrong" Di Kalangan Remaja Madya: 93, Diakses Pada (16 September 2021).

biasanya, fokus studinya merupakan pada pelakon, narasi bagian dini, tengah, serta akhir, ikatan serta guna, dan corak.⁴¹

Menyerupai dengan fokus tersebut, Burke lebih memfokuskan pada *act* (tindakan, aksi, lakukan), *scene* (latar), *agent* (pemeranan), *agency* (karakter pemeran), maupun *purpose* (tujuan).

Sepertinya sangat jelas bahwa Fisher menyebut pendekatannya sebuah paradigma daripada teori. Apa yang disebut paradigma sesungguhnya merupakan konsep yang lebih luas ketimbang teori. Fisher menggunakan ini untuk menandai keluasan pandangannya. Menurut Fisher “tidak ada genre, termasuk komunikasi teknis, yang bukan merupakan sebuah episode dalam cerita kehidupan.”

Robert Rowland menjelaskan, jika ide bahwa manusia pada dasarnya adalah seorang pencerita, agaknya telah diadopsi oleh banyak disiplin ilmu berbeda termasuk sejarah, biologi, antropologi, sosiologi, filsafat, psikologi, dan teologi. Kajian komunikasi juga telah dipengaruhi oleh minat dalam narasi. John Lucaites dan Celeste Condit menyatakan, “keyakinan yang berkembang bahwa naratif mewakili medium universal dari kesadaran manusia.”⁴²

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya bermaksud selaku salah satu materi referensi dalam menuntaskan riset ini, sekaligus selaku rujukan dan pertimbangan dalam riset ini. Selanjutnya sebagian buatan penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Athik Hidayatul Ummah, M. Khairul Khatoni, M. Khairurromadhan 2020, berupa jurnal ilmiah dengan judul “*Podcast* Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: (Analisis Peluang Dan Tantangan)”. Penelitian ini berfokus untuk tujuan analisis kesempatan serta tantangan, dan bentuk trik podcast selaku alat dakwah digital yang efisien. Dan metode penelitian ini menggunakan *library research* buat menganalisa bermacam sumber pustaka dengan analisa teliti buat menjabarkan kesimpulan permasalahan riset. Persamaan penelitian ini dengan selanjutnya adalah sama-sama meneliti teknik yang

⁴¹ Alex Sobur, *Komunikasi Naratif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), 215.

⁴² Alex Sobur, *Komunikasi Naratif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), 216.

dicoba da'i buat mengatur dakwah digital lewat podcast. Perbedaannya yaitu pada penelitian ini menggunakan analisis *library research*, dan pada penelitian selanjutnya menggunakan analisis paradigam naratif.⁴³

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Dewi Mayangsari dan Dinda Rizki Tiara 2019. Mahasiswa PG-PAUD Universitas Trunojoyo Madura dengan judul “*Podcast* Sebagai Media Pembelajaran Di Era Milenial”. Tujuan dari penelitian ini yaitu buat memandang daya guna alat penataran podcast ececast berplatform teknologi data audio. Riset ini memakai bentuk pelebaran ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation*), yang berisikan sebagian fase ialah analisa (*analyze*), penyusunan (*design*), pengembangan (*develop*), aplikasi (*implementation*) serta penilaian (*evaluation*). Serta cara analisa informasi dalam riset pengembangan memakai bentuk ADDIE yang di mana penelitian ini dengan dua teknik yaitu analisis deskriptif kualitatif dan analisis statistik deskriptif subjek pada penelitian tersebut ialah mahasiswa PGPAUD Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Trunojoyo Madura totalnya 84 mahasiswa. Dari hasil riset itu membuktikan daya guna alat pembelajaran podcast yang diperoleh dari angket minat belajar serta hasil pre-post angka mata kuliah antara lain kalau atensi masuk jenis lumayan ialah dari 45, 04 jadi 44, 80, sebaliknya angka mata kuliah hadapi kenaikan dari 59, 4 dengan jenis lagi jadi 68, 60 tercantum jenis bagus. Alat podcast dikira efisien buat tingkatan hasil belajar. Persamaan penelitian ini dengan penelitian selanjutnya adalah sama-sama meneliti tentang *podcast*. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu membahas tentang efektivitas media *podcast* sebagai media pembelajaran berbasis teknologi informasi yang bertujuan untuk meningkatkan minat belajar mahasiswa, sedangkan penelitian selanjutnya membahas strategi dakwah menggunakan *podcast*.⁴⁴

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Murniaty Sirajuddin, 2014. Dosen Jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar,

⁴³ Athik Hidayatul Ummah, M. Khairul Khatoni, M. Khairurromadhan, “Komunike”, *Podcast* Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: 210, Diakses Pada (13 Juli, 2021).

⁴⁴ Dewi Mayangsari, Dinda Rizki Tiara, “Jurnal Golden Age Universitas Hamzanwad”, *Podcast* Sebagai Media Pembelajaran Di Era Milenial: 130, Diakses Pada (14 Juli 2021).

dengan judul “Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet”. Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian manfaat teknologi komunikasi yang efektif, untuk mendorong dinamika Islam dan memperkuat ketahanan nilai-nilai Islam dalam aktifitas dakwah yang akomodatif. Persamaannya adalah sama-sama membahas berdakwah melalui jaringan internet, dan dalam penelitian ini menyebutkan bahwa berdakwah melalui jaringan internet sangat efektif. Perbedaan penelitian sebelumnya membahas pengembangan strategi dakwah melalui media internet, sedangkan penelitian selanjutnya menganalisis strategi dakwah pada aplikasi *podcast* dengan menggunakan analisis Paradigma Naratif.⁴⁵

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Irwan Nugroho dan Irwansyah, 2021. Megister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Indonesia. Dengan judul “Konvergensi Konten Audio di Media Online (Studi Kasus *Podcast* Detik.com)”. Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui latar belakang dan tujuan Detik.com menerbitkan konten audio *podcast*. Persamaan dalam penelitian ini dan selanjutnya adalah sama-sama membahas tentang konten media sosial *podcast* berbasis audio. Perbedaannya, dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui latar belakang dan tujuan Detik.com menerbitkan konten audio *podcast* dan dalam penelitian ini menggunakan analisis paradigma interpresif, sedangkan dalam judul ini bertujuan mengetahui strategi dakwah pada *podcast* dan pada penelitian ini menggunakan analisis paradigma naratif.⁴⁶

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Yohanes Bintang, 2019. Universitas Multimedia Nusantara, dengan judul “Analisis Paradigma Naratif Video Kanal “Aku & Jakarta” pada CNNIndonesia.com (Periode Januari Hingga Desember 2019)”. Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian terhadap video kanal “Aku & Jakarta” ini dilakukan untuk mengetahui, bagaimana konstruksi dari setiap video yang ditampilkan oleh CNNIndonesia.com dalam kanal tersebut. Persamaannya adalah pada penelitian ini sama-sama menggunakan teori paradigma

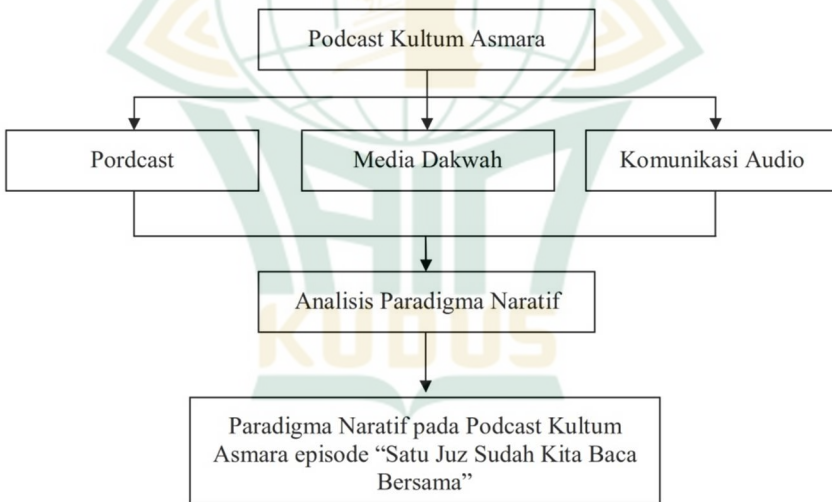
⁴⁵ Murniaty Sirajuddin, “Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam”, Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet(Peluang dan Tantangan): 11, Diakses Pada (14 Juli 2021).

⁴⁶ Irwan Nugroho, Irwansyah, “Jurnal Komunikasi”, Konvergensi Konten Audio di Media Online (Studi Kasus Podcast Detik.com): 55, Diakses Pada (20 Oktober 2021).

naratif. Perbedaannya penelitian ini membahas objek yang berbeda.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang mengenai gimana ikatan filosofi dengan bermacam aspek yang sudah diteliti selaku permasalahan yang berarti. Berguna untuk memudahkan pemahaman tentang berfikir. Dalam riset kualitatif, kerangka berasumsi bertabiat mana suka. Isinya hal kerangka konstruk teoritis yang jadi dini buat mengakulasi serta menganalisa. Sehabis mengenali kerangka teori mengenai berdakwah, karya seni, *podcast*, dan juga strategi dakwah. Hingga, dalam riset ini hendak dibuat kerangka berasumsi dengan menciptakan suatu tata cara analisa isi dengan pendekatan filosofi paradigma Naratif Walter Fisher. Fokus kasus serta tujuan dalam riset ini yakni bagaimana paradigma naratif di *podcast* Kultum Asmara episode “Satu Juz Sudah Kita Baca Bersama”.



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

Podcast merupakan suatu platform digital yang terkenal di dunia, aplikasi yang dapat diunduh pada play store maupun app store ini adalah file media yang dapat didistribusikan melalui internet dan dapat diputar melalui ponsel pintar ataupun yang lainnya. *Podcast* yang diteliti oleh penulis ini diciptakan oleh

podacster (dai) asal Jepara bernama Eko Widiyanto yang bernama Kultum Asmara. Kultum Asmara ini diterbitkan setiap malam Jumat tepatnya pada pukul 20.00 WIB dan dapat didengarkan dalam aplikasi Spotify.

Kultum Asmara menjadi media baru yang dapat diterapkan dalam berdakwah dengan memanfaatkan dan mengembangkan teknologi melalui internet atau media sosial dalam aplikasi Spotify. Serangkaian berkas media digital berbentuk audio ini juga bisa menjadi sumber informasi, edukasi, hiburan, dan juga dakwah.

Podcast tersebut termasuk Komunikasi Audio yang dilantunkan oleh Eko Widiyanto seorang penggiat media digital audio, dengan bahasa sastra yang indah. Audien (*mad'u*) akan lebih tertarik dengan cara berdakwah yang bersifat modern dengan sarana media yang dipilih oleh dai, suara yang benyek lezat didengar serta serupa dengan kemauan jiwa pemirsa.

Kerangka berpikir di atas penulis memberikan gambaran tentang bagaimana paradigma naratif pada *podcast* Kultum Asmara episode “Satu Juz Sudah Kita Baca Bersama”. Paradigma naratif merupakan sebuah teori dari Walter Fisher yang menyatakan kalau orang merupakan insan pencerita serta estimasi akan angka, marah, serta keindahan jadi bawah serta agama sikap kita.

Dalam hal ini penulis menggunakan teori paradigma naratif oleh Walter Fisher untuk menganalisis *podcast* Kultum Asmara episode “Satu Juz Sudah Kita Baca Bersama” bertujuan untuk mengetahui strategi dakwah dan isi (makna) *podcast* Kultum Asmara.