

## TANTANGAN DAKWAH MELALUI *PODCAST* SEBAGAI MEDIA ALTERNATIF DI ERA SOCIETY 5.0

<sup>1</sup>Muhammad Adnan Firdaus, <sup>2</sup>Ida Afidah  
Universitas Islam Bandung  
Corresponding Author: [adnan.firdaus2104@gmail.com](mailto:adnan.firdaus2104@gmail.com)

### Abstract

Da'wah activities must adapt to the conditions of society. It is important to plan different methods so that da'wah can work optimally. The presence of a *Podcast* is one of the best opportunities for preaching in this modern era. The purpose of this article is to explore the possibility of *Podcast* media as a choice of da'wah media for da'wah material in modern times. The method used is descriptive qualitative with library research. The results of this study indicate that *Podcasts* are starting to be in demand and have become the choice of some groups, including da'wah broadcasts. *Podcasts* were chosen because they are practical, effective, can be listened to at any time, and can even be done by cooperating with several other online media platforms. *Podcasts* are a way to continue da'wah outside of the usual da'wah activities.

**Keywords:** Da'wah Activities; *Podcast*; Da'wah Broadcasts; Online Media Platforms

### Abstrak

Kegiatan dakwah harus menyesuaikan dengan kondisi masyarakat. Penting untuk merencanakan metode yang berbeda agar dakwah dapat bekerja secara optimal. Kehadiran *Podcast* merupakan salah satu peluang terbaik untuk berdakwah di zaman modern ini. Tujuan artikel ini adalah untuk mengeksplorasi kemungkinan media *Podcast* sebagai pilihan media dakwah untuk materi dakwah di zaman modern. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan penelitian kepustakaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Podcast* mulai diminati dan menjadi pilihan sebagian kalangan termasuk siaran dakwah. *Podcast* dipilih karena praktis, efektif, dapat didengarkan kapan saja, bahkan dapat dilakukan dengan bekerja sama dengan beberapa platform media online lainnya. *Podcast* adalah cara untuk melanjutkan dakwah di luar kegiatan dakwah yang biasa dilakukan.

**Kata Kunci:** Kegiatan Dakwah; *Podcast*; Siaran Dakwah; Platform Media Online

© 2024 Hikmah : Muhammad Adnan Firdaus, *et al.*

### ARTIKEL INFO

#### Article history :

Submit : 7 Januari 2024  
Revisi : 1 Februari 2024  
Publish : 30 Maret 2024

#### Hikmah :

Jurnal Dakwah Dan Sosial  
Volume 4, No. 1, Maret 2024,  
Halaman : 35- 42



Creative Commons Attribution-  
NonCommercial-ShareAlike 4.0  
International License.

## A. Pendahuluan

Dakwah adalah sebuah tanggung jawab yang diamanahkan, (dipercaya) oleh Allah kepada umat manusia. Dakwah merupakan perbuatan yang sangat mulia sebab memiliki tujuan yang mengajak setiap umat manusia untuk, tetap berada di jalan Allah serta memiliki keutamaan yang sangat luar, biasa. Sebagai mana fiman Allah, dalam surat Ali Imran ayat 110.

*“Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar; dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang, beriman, dan, kebanyakan mereka adalah, orang-orang yang fasik.”*

“Pada era ini adalah puncak dimana semuanya yang serba instant yang banyak di nikmati dan seorang da'i (Mubaligh) pun bisa berdakwah atau menyampaikan dakwahnya melalui media-media yang ada seperti berdakwah dengan media telefisi, radio, dan juga media tulisan”.<sup>1</sup>

Umumnya dakwah dilakukan secara langsung didalam majelis taklim di sebuah surau, masjid atau musholla berlangsung, dalam, suasana sakral dan khidmat.

Pada awalnya kegiatan dakwah dilakukan dengan dihadiri langsung didalam sebuah majelis ta'lim, Sebuah masjid dengan suasana sakral dan khidmat. Namun saat ini, dakwah

dapat dilakukan dengan berbagai macam cara serta berbagai metode. Para da'i sudah banyak dilakukan melalui berbagai media.

“Media adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah panca indera, pesan yang diterima oleh panca indera. Selanjutnya diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu sebelum dinyatakan dalam tindakan (Cangara, 2002:131)”<sup>2</sup>

“Seorang da'i dihadapkan, pada kenyataan bahwa orang-orang yang akan menjadi sasarannya memiliki keberagaman dalam berbagai hal, seperti pemikiran, pengalaman, kepribadian, dan lain-lain. Oleh karena itu, agar aktivitas dakwah efektif seorang da'i dituntut untuk memahami mad'u yang akan dihadapi” (Fabriar, 2019).<sup>3</sup>

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi kini kian, cepat berkembang. Setiap orang berlomba-lomba untuk menciptakan teknologi informasi dan komunikasi yang paling mutakhir, serta dapat mudah dioperasikan oleh penggunanya. Setiap orang dengan mudah mendapatkan informasi dari segala penjuru dunia. Ini merupakan kabar bagus sekaligus kabar buruk, sebab segala informasi dapat dengan mudahnya beredar di masyarakat

---

<sup>1</sup> Ahmad, Nur, “Tantangan Dakwah di Era Teknologi dan informasi”, *Formulasi Karakteristik, Popularitas dan Materi di Jalan Dakwah*, vol. 1, no. 1 (2013), hlm. 1.

<sup>2</sup> Mutmainah, Chatib, Asep, “Religiusitas Media Dakwah Podcast Islam Spotify,” *Tabligh: Jurnal*

*Komunikasi dan Penyiaran Islam Vol. 6 No. 2 (2021)*, hlm. 100-110.

<sup>3</sup> *Jurnal An-Nida*, Vol. 14, No. 1, Januari-Juni 2022

termasuk pengaruh-pengaruh negatif yang dapat mempengaruhi masyarakat.

Seorang da'i dituntut untuk dapat menguasai berbagai teknologi yang ada. Hal ini memunculkan tantangan-tantangan baru para pelaku aktivitas dakwah, untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah agar dapat diterima oleh para mad'u (penerima pesan). Kesuksesan memanfaatkan teknologi untuk berdakwah dapat dilihat dari Ustadz Abdul Shomad (UAS) yang telah merambah, berbagai kanal media sosial. UAS, bahkan disebut sebagai ustadz dengan jutaan umat di media sosial.<sup>4</sup>

“Ketertkaitan media sebagai proses komunikasi tentunya sangat penting sebagai alat penghubung kepada publik, dimana media membuat komunikasi menjadi lebih mudah”. Salah satu teknologi media yang saat ini masih sering digunakan yaitu media sosial. Ada berbagai macam platform media sosial yang sampai saat ini masih banyak digunakan oleh semua kalangan masyarakat, seperti facebook, twitter, instagram, tiktok dan youtube. Didalamnya terdapat ratusan bahkan ribuan informasi yang dapat dicari oleh setiap penggunanya dalam berbagai macam konten, salah satunya yaitu konten *Podcast*. *Podcast* disebut sebagai materi audio atau video yang tersedia di internet yang dapat dipindahkan secara otomatis ke komputer atau media pemutar portable baik gratis atau berlangganan (Fadilah et al., 2017) Konten audio ini merupakan dasar siaran radio yang dikembangkan

melalui internet.<sup>5</sup> Konten *Podcast* ini sedang trend dikalangan masyarakat dan banyak digunakan oleh konten kreator dalam menyalurkan ide-idenya. “*Podcast* dinilai mampu menjadi sarana berdakwah tetap memperhatikan strategi, dengan syarat yang tepat untuk meningkatkan keberadaannya (Ariyanto, 2021)”.

Walaupun *Podcast* menjadi salah satu media yang populer di masyarakat, para da'i harus meneliti terlebih dahulu terkait dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan dakwah melalui media *Podcast*. Termasuk melihat seberapa ampuh media *Podcast* ini dalam menyampaikan informasi kepada Masyarakat.

## B. Metode

Penelitian ini menerapkan jenis dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain.

## C. Pembahasan

Dakwah merupakan suatu aktivitas yang bertujuan untuk mengajak seseorang atau sekelompok orang untuk mengikuti ajaran dan mengamalkan nilai-nilai Islam (Hermawan, 2002).<sup>6</sup> Dakwah adalah suatu kegiatan ajakan dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan

---

<sup>4</sup> Achmad Rouzni Noor, “Abdul Somad, Ustadz dengan Jutaan Umat di Medsos”.

<sup>5</sup> Silvia, Alifa, “*Podcast: Alternatif Media Dakwah di Era Digital*,” *An-Nida*, Vol. 14, No. 1, Januari-Juni 2022.

<sup>6</sup> Muàsarah: “Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah di Era Milenial” *Kajian Islam Kontemporer*

terencana dalam usaha mempengaruhi orang lain secara individu atau kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan, serta pengalaman terhadap ajaran agama, pesan yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur paksaan (M. Arifin 1993:6).<sup>7</sup> Aktivitas dakwah umumnya dilakukan dengan sakral dan khidmat disebuah majelis dan masjid, umumnya dilakukan secara langsung. Seorang da'i dapat langsung berinteraksi dengan para mad'u begitupun sebaliknya. Namun, seiring berjalannya waktu dan semakin pesatnya perkembangan teknologi, melahirkan metode baru bagi para pelaku dakwah (da'i) dalam melakukan aktivitasnya untuk menyampaikan pesan pesan dakwah melalui teknologi.

Tentunya dakwah di era digital ini tidak sepenuhnya sempurna, beberapa hambatan dan tantangan akan mereka hadapi.

“Saat ini, setidaknya tantangan dakwah berkenaan dengan arus globalisasi dan realitas kemajemukan agama. Pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah mengubah peradaban manusia dari budaya pertanian ke industri dan ke era informasi dan komunikasi”<sup>8</sup>

Berbagai masalah yang timbul karena pengaruh era teknologi dan informasi, diantaranya: Pertama, seragamnya budaya dan gaya hidup tanpa adanya suatu keharusan, seperti model pakaian dan hiburan. Kedua,

pengaruh budaya asing yang lebih intens dan masif yang bertentangan dengan identitas kepribadian bangsa dan moral agama, seperti melalui film. Ketiga, dengan mengutip Mike Featherstone adalah merebaknya konsumtivisme yang menggiring umat manusia kepada pemiskinan spiritual dan falsafah hidup hedonistik. (Asep Purnama Bahtiar, *The Power of Religion*, 2005 : 23).

Penggunaan media sosial tiap tahunnya meningkat menurut data Kominfo penggunaan internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang dimana 95% merupakan pengguna media sosial. Hal ini membuka peluang baru untuk para da'i dalam melakukan aktivitas dakwahnya. Berdasarkan data tersebut menunjukkan masyarakat Indonesia lebih banyak menghabiskan waktu dengan bermedia sosial. Terdapat berbagai macam alasan mengapa masyarakat Indonesia banyak menghabiskan waktu dengan media sosial yang paling banyak adalah karena menjadikan media sosial sebagai hiburan dan pusat informasi. Dengan demikian, dakwah dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi khususnya media sosial.

Fenomena dakwah yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi melalui media sosial sudah ramai digunakan oleh para da'i. Dakwah melalui media sosial kini seakan

---

<sup>7</sup> Ali, Moh Aziz: *Ilmu Dakwah*, (Edisi revisi: Balebat Dedikasi Prima, 2017), hlm. 13.

<sup>8</sup> Silvia, Alifa, “Podcast : Alternatif Media Dakwah di Era Digital,” *An-Nida*, Vol. 14, No. 1, Januari-Juni 2022.

menjadi suatu keharusan yang dilakukan seorang da'i selain itu seorang da'i juga dituntut untuk lebih kreatif dalam menyampaikan pesan pesan dakwah.

Dakwah melalui media sosial adalah metode penyebaran dakwah paling efektif. Selain itu, melalui media sosial para da'i juga bisa untuk mengemas pesan-pesan dakwah melalui konten-konten video, suara, foto dan lain sebagainya. "Prinsip dasar membangun konten yang menarik di media sosial menurut Chaffey and Smith adalah kreatif, jujur dan sopan, individual, memahami audiens, dan melakukan pembaharuan secara berkala"<sup>9</sup> (Nursatyo, 2014).

"Menurut Ustadz Raufiq Affandi menggunakan media digital terutama media sosial sebagai media dakwah akan menjadi sangat efektif jika turut memperhatikan tips berikut yaitu: Pertama, perdalam kedekatan dengan Allah SWT. Seasyik dan sesibuk apapun kita dalam menggunakan media sosial untuk berdakwah, janganlah lupa untuk terus membangun dan meningkatkan keimanan kita kepada Allah SWT. Kedua, pahami apa kebutuhan ummat. Dengan memahami apa yang menjadi kebutuhan ummat, maka kita dapat menyampaikan pesan dakwah sesuai dengan apa yang menjadi keresahan mereka sehingga dapat diterima dengan baik. Ketiga, menetapkan tujuan yang jelas. Sebagai seorang da'i harus memiliki tujuan yang jelas agar memiliki arah dalam keberhasilan

dakwah. Keempat, perbanyak silaturahmi. Dengan memperbanyak silaturahmi, maka dapat mempererat tali persaudaraan kita sesama manusia. Kelima, perbanyak membaca. Terutama membaca tentang Islam, karena dengan membaca, maka ilmu dan wawasan kita akan bertambah. Keenam, mulailan dari yang dekat. Sebelum pesan dakwah menyebar lebih luas dan jauh, namun jangan lupakan orang yang terdekat dengan kita. Terakhir, bersabar. Dalam berdakwah melalui media sosial terdapat banyak cobaan, rintangan dan godaannya. Untuk itu, bersabarlah dan jangan menyerah (Munir, 2020)"<sup>10</sup>

### 1. Perkembangan *Podcast* Sebagai Media Dakwah

Dewasa ini aktivitas dakwah dilakukan serba digital. Berbagai media digunakan oleh para da'i salah satunya dengan menggunakan media sosial sebagai sarana berdakwah. Kehadiran media sosial melahirkan metode baru dalam menyiarkan pesan pesan dakwah. Pada umumnya, kegiatan dakwah dilakukan dengan tatap muka langsung mengadakan pengajian atau tausiah di berbagai majelis atau masjid di berbagai daerah. Namun dengan hadirnya media sosial, kegiatan dakwah saat ini bisa dilakukan dengan cukup terhubung ke internet, para da'i sudah bisa menyampaikan pesan-pesan dakwahnya.

Dengan melihat konten-konten yang ada di media sosial, da'i dapat mampu menganalisis

---

<sup>9</sup> Mardiana, Reza "Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial" *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*. Vol. 10 No. 02 Thn 2020, hlm 155.

<sup>10</sup> Mardiana, Reza, "Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial", *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*. Vol. 10 No. 02 Thn 2020, hlm 156.

konten apa saja yang disukai oleh para penggunanya serta dapat dengan cepat menyebar atau Viral. Salah satunya konten yang sedang viral yaitu *Podcast*.

Pada awalnya *Podcast* adalah siaran radio yang menghadapi kemajuan teknologi dan informasi serta transformasi karakter atau aktivitas penggunaan media, radio diharuskan menyesuaikan diri dengan medium internet.<sup>11</sup> *Podcast* berkembeang sejak tahun 2005 ketika Produsen gadget Apple menambahkan materi *Podcast* pada iTunes dengan tema-tema terbatas. Kehadiran *Podcast* di Indonesia berkembang dengan cukup pesat. Titik awal *Podcast* masuk ke Indonesia dimulai pada tahun 2018, dengan kemunculan kanal *Podcast* di aplikasi Spotify (Samosir & Putra, 2020 dalam Dalila & Enungtyas, 2020). Namun semakin berkembangnya zaman, *Podcast* kini hadir dalam bentuk video dengan berbagai macam bahasan didalamnya. “*Podcast* mulai banyak dilirik berbagai kalangan di Indonesia, termasuk salah satunya untuk syiar Islam atau dakwah. Topik-topik dalam *Podcast* Islami sangat beragam, mulai dari pembahasan hal-hal ringan tentang ajaran Islam dan keterkaitannya dalam pergaulan sehari-hari, hingga topik yang berat seperti membahas hadits, ayat-ayat Al-Quran, dan hukum-hukum ‘Islam’.”<sup>12</sup> Ada

beberapa kelebihan penggunaan *Podcast*, diantaranya: pertama, meaning; *Podcast* tidak sekedar hanya konten ‘audio atau visual, akan tetapi didalamnya mengandung pengetahuan dan informasi penting bagi siapa saja yang ingin memahami’ atau ‘belajar. Kedua, assistance: penggunaan *Podcast* dapat membantu ‘user’ atau ‘pengguna’ untuk belajar memahami konten. Ketiga, Easy to use: *Podcast* sangat mudah digunakan dan terdapat berbagai aplikasi yang terkait. Keempat, locatability: *Podcast* dapat digunakan kapanpun dan dimanapun audiens berada. Kelima, accessibility: informasi atau konten pada *Podcast* mudah untuk diakses maupun didownload.<sup>13</sup>

Beberapa da’i mulanya menggunakan media radio, televisi, facebook, Youtube sebagai medium dakwah mereka. Namun melihat Peluang dakwah melalui *Podcast*, maka para da’i bisa mengemas aktivitasnya kedalam konten *Podcast* dakwah dengan bahasan bahasan mengenai pesan pesan dakwah. “Efektivitas *Podcast* sebagai penyebaran informasi dilakukan tanpa harus mendapatkan timbal balik yang menyebabkan perubahan pada tindakan, *Podcast* sebagai media hanya membantu untuk mendistribusikan informasi kepada sasaran yang tepat. Dengan

---

<sup>11</sup> Putra, Panji. “*Podcast* Sebagai Media Dakwah Era Pandemi” *Academic Journal of Da’wa and Communication Vol. 2, No. 1, Tahun 2021*, hlm 110.

<sup>12</sup> Silvia, Alifa “*Podcast* : Alternatif Media Dakwah di Era Digital.” *Jurnal An-Nida, Vol. 14, No. 1, Januarii-Juni 2022*, hlm. 3.

<sup>13</sup> Khatomi, Kahirurromadhan, “*Podcast* Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan” *Komunike, Vol 12, No. Thn 2020*, hlm 223.

melihat efek dari adanya media *Podcast* kepada pendengar nya akan diketahui keberhasilan dari proses distribusi pesan dari media tersebut.” (Idham : 2021).<sup>14</sup>

Ada berbagai macam *Podcast*, antara lain: *Pertama Podcast Interview* adalah konten *Podcast* yang paling sering didengarkan oleh masyarakat, yaitu dengan menggunakan konsep seperti sedagn wawancara. *Kedua Podcast Solo* yaitu *Podcast* yang dilakukan oleh satu orang dan biasanya disajikan dalam bentuk monolog. *Ketiga Podcast multi-host* tipe yang terakhir merupakan *Podcast* yang diisi oleh dua host atau lebih, sehingga terdengar ramai.

## 2. Tantangan Dakwah Melalui *Podcast*

Di era digital dewasa ini, pengintegrasian teknologi informasi dan komunikasi merupakan salah satu tantangan dakwah. Dakwah yang selama ini hanya dilakukan dengan pendekatan tekstual perlu menyesuaikan dengan konteks yang tengah dihadapi masyarakat (Faridhatun : 2020). Banyak aspek yang harus dipertimbangkan oleh para da'i dalam menyusun atau membuat konten *Podcast* dalam melakukan aktivitas dakwahnya. Para da'i harus memikirkan konten yang semenarik mungkin supaya *Podcast* nya tidak terasa membosankan. “Tren *Podcast* dengan durasi pendek lebih disukai oleh pendengar karena

tidak terlalu menghabiskan waktu bagi mereka (Khatomi, Kahirurromadhan : 2020)”.<sup>15</sup>

Selain memperhatikan secara konsep, para da'i juga harus memperhatikan isi atau materi yang dibawakan karena saat ini banyak sekali oknum yang tidak bertanggung jawab yang suka memotong video dakwah hingga memunculkan kontroversi di sosial media.

Beberapa tantangan lainnya dapat dihadapi para da'i, diantaranya ketatnya persaingan dengan para konten kreator khususnya *Podcast* yang bertemakan hiburan, karena pada dasarnya masyarakat menghabiskan waktu dengan media sosial karena untuk mencari hiburan. Maka dari itu para da'i harus memikirkan hal tersebut guna kelancaran mereka dalam melaksanakan aktivitas dakwah.

## D. Kesimpulan

Perkembangan teknologi dan Informasi semakin cepat berkembang dengan hadirnya internet hingga melahirkan media komunikasi. Salah satunya media sosial yang sering digunakan masyarakat dalam berinteraksi sehari-hari. Berbagai macam konten hadir dalam media sosial dengan berbagai konsep. Aktivitas dakwah memang umumnya dilakukan dengan secara langsung dan dihadiri langsung oleh para mad'u-nya. Namun aktivitas dakwah

---

<sup>14</sup> Imarshan, Idham “Popularitas *Podcast* Sebagai Pilihan Sumber Informasi Bagi Masyarakat Sejak Pandemi Covid-19” *Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis Vol 5 No 2 Thn 2021*, hlm 14.

<sup>15</sup> Khatomi, Kahirurromadhan, “*Podcast* Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan” *Komunike, Vol 12, No. Thn 2020*, hlm 225.

perlu beradaptasi dengan lingkungan masyarakat yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi.

Hadirnya konten *Podcast* membuka jalan baru untuk para da'i dalam melakukan aktivitas dakwahnya. Keistimewaan *Podcast* dapat menjadi pilihan medium dakwah terbaik ditengah pesatnya perkembangan teknologi.

Religiusitas Media Dakwah *Podcast* Islam Spotify. (2021). *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*.

Septarina. (2021). Studi Fenomenologi Penggunaan *Podcast* Sebagai Media Sarana Informasi Pada Prokopim Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah*.

### E. Daftar Pustaka

Ahmad, N. (2013). Tantangan Dakwah Di Era Teknologi Dan Informasi. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*.

Ariyanto, P. P. (2021). *Podcast* Sebagai Media Dakwah Era. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 108-112.

Athik Hidayatul Ummah(1), M. K. (2020). *Podcast* Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital : Analisis Peluang Dan Tantangan. *Komunike*.

Aziz, M. A. (2017). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.

Hafidhuddin, D. (2001). *Dakwah Aktual*. Jakarta: Gema Insani Press.

Imarshan, I. (2021). Popularitas *Podcast* Sebagai Pilihan Sumber Informasi Bagi Masyarakat Sejak Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*.

Mardiana, R. (2020). Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media . *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*.

Nikmah, F. (2020). Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*.

*Podcast* Sebagai Media Dakwah Alternatif Di Era Pandemi Covid-19. (2021). *Institut Agama Islam Negeri Langsa -Indonesia*, 199-209.