

**PERAN PRODUCTION MANAGER DALAM PRODUKSI PODCAST YOUTUBE
SEBAGAI KOMUNIKASI DAKWAH DI KALANGAN SISWA SMA**

LAPORAN TUGAS AKHIR KARYA *CLIENT CENTERED*

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh :

Krisna Aul Bimassa
202110040311344

Dosen Pembimbing :

Zen Amirudin, S.Sos., M.Med.Kom

PRODI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

TAHUN 2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PERAN PRODUCTION MANAGER DALAM PRODUKSI PODCAST
YOUTUBE SEBAGAI KOMUNIKASI DAKWAH DI KALANGAN SISWA
SMA**

Diajukan Oleh :

Krisna Aul Bimassa
202110040311344

Telah disetujui
Rabu / 15 Oktober 2025

Pembimbing I



Zen Amirudin, S. Sos, M.MedKom

Wakil Dekan I



Najamuddin Khairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI




SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Krisna Aul Bimassa
202110040311344

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 15 Oktober 2025 sidang Dihadapan
Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Drs. Farid Rusman, M.Si** ()
2. **Rahmania Santoso, M.I.Kom** ()
3. **Zen Amirudin, S. Sos, M.MedKom** ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin Khalidur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/2025

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Krisna Aul Bimassa
No. Induk Mahasiswa : 202110040311344
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PERAN PRODUCTION MANAGER DALAM PRODUKSI PODCAST YOUTUBE SEBAGAI KOMUNIKASI DAKWAH DI KALANGAN SISWA SMA

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 27 September 2025

Dosen Pembimbing

Zen Amirudin, S. Sos, M.MedKom



Kampus I

Jl. Baweano 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 521 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bungkulan Sitani No 158 Malang Jawa Timur
P. +62 341 521 149 (Hunting)
F. +62 341 523 000

Kampus III

Jl. Raya Thoyomas No 740 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 219 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Krisna Aul Bimassa
NIM : 202110040311344
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial & Ilmu Politik
Judul Skripsi : PERAN PRODUCTION MANAGER DALAM PRODUKSI
PODCAST YOUTUBE SEBAGAI KOMUNIKASI DAKWAH DI KALANGAN SISWA
SMA

Disetujui,
Pembimbing

(Zen Amirudin, S. Sos, M.MedKom)

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I

Jl. Bandung I Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 466 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutarni No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 562 069

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 740 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 463 435
E. webmaster@umm.ac.id



Dipindai dengan CamScanner

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Krisna Aul Bimassa
NIM : 202110040311344
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

PERAN PRODUCTION MANAGER DALAM PRODUKSI PODCAST YOUTUBE SEBAGAI KOMUNIKASI DAKWAH DI KALANGAN SISWA SMA

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 27 September 2025

Yang Menyatakan,



Kampus I
Jl. Banwangi 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 140 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tojomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 463 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Krisna Aul Bimassa
NIM : 202110040311344
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester sembilan (9) tahun akademik 2024 / 2025 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 27 September 2025

a.n Dekan
Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 18A Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Toxomas No 246 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 403 435
E. webmaster@um.ac.id

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

PERAN PRODUCTION MANAGER DALAM PRODUKSI PODCAST YOUTUBE SEBAGAI KOMUNIKASI DAKWAH DI KALANGAN SISWA SMA

Oleh:

Nama : Krisna Aul Bimassa

NIM : 202110040311344

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

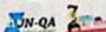
Malang, 27 September 2025

Pembimbing I/Promotor

Zen Amirudin, S. Sos, M.MedKom

NIP. 10305010410

(*) Coret yang tidak perlu



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 251 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutarna No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 149 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III

Jl. Raya Togomas No 249 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 310 (Hunting)
F. +62 341 450 435
E. webmaster@umm.ac.id

Dipindai dengan CamScanner

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Krisna Aul Bimassa

NIM : 20210040311344

Hasil Plagiasi : 9/10

BAB I	8			
BAB II	4			
BAB III	15			

BAB IV	2			
BAB V	1			
BAB VI	0			



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
Malang, 9 Oktober 2015
Kepala Prodi,

M. Dasuki



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Krisna Aul Bimassa
Nim : 202110040311344
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Penelitian : MAKNA LIRIK LAGU "DUNIA YANG TERLUPA" KARYA NOAH

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	Tanda Tangan
10/10/2024	ACC judul Seminar Proposal "PERAN PRODUCTION MANAGER DALAM PRODUKSI PODCAST YOUTUBE SEBAGAI KOMUNIKASI DAKWAH DI KALANGAN SISWA SMA"	
29/10/2024	Konsultasi Bab 1 dan 2	
08/11/2024	Konsultasi Bab 1, 2 dan 3	
28/12/2024	ACC untuk Seminar Proposal	
09/01/2025	Pengumpulan naskah Seminar Proposal	
15/01/2025	Seminar Proposal	
09/06/2025	Konsultasi Bab 4 dan 5	
24/07/2025	Konsultasi Bab 5, 6 dan Abstrak	
27/09/2025	Seminar Hasil	

Malang 27 September 2025

Dosen Pembimbing

Zen Amirudin, S.Sos, M.MedKom



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 521 253 (Hunting)
F: +62 341 860 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 168 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 521 180 (Hunting)
F: +62 341 587 000

Kampus III
Jl. Raya Topomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 863 435
E: webmaster@umm.ac.id

CS Dipindai dengan CamScanner

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari Sabtu, 27 September 2025

Pukul 18:30 WIB

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh :

Nama Peneliti	Krisna Aul Bimassa
NIM	202110040311344
Program Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Peran Production Manager dalam Produksi Podcast Youtube sebagai Komunikasi Dakwah di Kalangan Siswa SMA
Dosen Pembimbing	Zen Amirudin, S.Sos, M.MedKom
Dosen Penguji I	Drs. Farid Rusman, M.Si

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*Online*) melalui Zoom Meeting

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji I dan sejumlah 7 mahasiswa (Daftar Hadir Terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/~~TIDAK LULUS~~

Malang, 27 September 2025

Dosen Pembimbing

Zen Amirudin, S.Sos, M.MedKom

Dosen Penguji

Drs. Farid Rusman, M.Si

Mengetahui,
Kaprodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, M.Si



Kampus I
Jl. Randang 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 521 223 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 531 140 (Hunting)
F: +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 748 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 403 435
E: webmaster@umm.ac.id

CS Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



No.	Nama Lengkap	NIM	Program Studi
1.	FIRMANSYAH S.	202110040311340	Ilmu Komunikasi
2.	Candra Sukma Aji	202110040311448	Ilmu Komunikasi
3.	DIFKA ADELA KURNIAWATI	202110040311357	Ilmu Komunikasi
4.	ROYHAN FEBRIANTA S.	-	Adm. Pendidikan
5.	M. Reyhand	-	Ilmu Hukum
6.	ALMIRA PUTRI PRAMUDITA	202110040311125	Ilmu Komunikasi
7.	Asyraf Lukita	202110040311378	Ilmu Komunikasi



Kampus I
Jl. Babarsari 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Pusat)
F: +62 341 660 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 140 (Pusat)
F: +62 341 582 003

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 664 315 (Pusat)
F: +62 341 600 435
E: webmaster@umm.ac.id

CS Dipindai dengan CamScanner

ABSTRAK

ABSTRAKSI

Krisna Aul Bimassa, 202110040311344, PERAN PRODUCTION MANAGER DALAM PRODUKSI PODCAST YOUTUBE SEBAGAI KOMUNIKASI DAKWAH DI KALANGAN SISWA SMA. Tugas Akhir Karya Client Centered

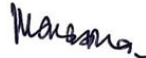
Penelitian ini mengkaji peran sentral Production Manager (PM) dalam produksi podcast dakwah di YouTube yang menargetkan siswa SMA. Latar belakang penelitian ini adalah meningkatnya penggunaan YouTube di kalangan Gen Z, yang membuka peluang dakwah digital namun menuntut manajemen produksi yang profesional agar pesan tersampaikan secara efektif. Tujuan penelitian adalah untuk mendeskripsikan kontribusi PM pada tahap pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi dalam memastikan efektivitas pesan dakwah, ditinjau dari pengelolaan sumber daya, kesesuaian konten, dan metrik kinerja. Objek karya adalah episode podcast "Gen Z Bertanya: Apa Kata Islam Soal Isu yang Trending?" yang diproduksi bersama MA Al-Umm Malang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan teknik observasi partisipan (autoetnografi) dan analisis data YouTube. Analisis data kualitatifnya mengikuti model interaktif Miles & Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran PM sangat vital dalam menjaga alur kerja produksi yang terstruktur dan mutu teknis. Meskipun podcast berhasil menjangkau audiens awal dengan 564 penayangan, temuan utama menunjukkan bahwa durasi konten yang panjang (hampir 40 menit) menyebabkan audience retention sangat rendah (sekitar 4%), sehingga efektivitas penyampaian pesan dakwah secara utuh tidak tercapai. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan manajerial dalam proses produksi tidak serta-merta menjamin efektivitas pesan jika format konten tidak sesuai dengan pola konsumsi media Gen Z.

Kata Kunci: Audience retention, Dakwah digital, Efektivitas pesan, Gen Z, Miles & Huberman, Podcast YouTube, Production Manager.

Malang, 4 September 2025

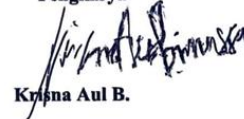
Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Zen Amirudin, S. Sos, M.MedKom

Pengkarya



Krisna Aul B.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat, taufik, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya dengan judul **Peran Production Manager Dalam Produksi Podcast Youtube Sebagai Komunikasi Dakwah Di Kalangan Siswa SMA** dengan baik.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan bimbingan, dorongan, dan semangat dari berbagai pihak sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Pertama-tama penulis berterimakasih kepada **Allah SWT** yang memberikan kelancaran dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
2. **Zen Amirudin, S.Sos., M.Med.Kom**, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir, yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, tenaga, serta pemikiran dalam memberikan bimbingan, kritik, saran, dan arahan yang konstruktif, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
3. **Bapak Nasrullah, M.Si** selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang
4. **Bapak Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Seluruh Tim Pengelola Tugas Akhir Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan dukungan dan fasilitasi dalam kelancaran proses administrasi, sehingga penulis dapat menjalankan serta menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
6. **Kedua orang tua serta keluarga besar** yang telah memberikan semangat dan do'a untuk kelancaran Tugas Akhir ini.
7. **Rizki, Firmansyah, Hani, Reyhan, Alief, Royhan, Nisa, Ajeng, Fadly, Luki, Eko, Difka, Dalvin, Candra, Hanin, Mira, Mutiara, Rivai, Alvian, Putri Andini, Ade, Putri Candra, Zhafira, Yayuk, Ica, Paksi, Raisa, Erik, Maurent, dll** yang telah menemani di saat ngopi bareng selama kuliah.
8. Terakhir, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada diri saya sendiri, Krisna Aul Bimassa, yang telah gigih berjuang dan bertahan, serta rela mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran tanpa mengenal lelah.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan dan tentu terdapat kekurangan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis sangat mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun demi perbaikan karya di masa mendatang.

Akhirnya, penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pembaca, baik dalam menambah wawasan maupun menjadi inspirasi untuk pengembangan penelitian selanjutnya, khususnya dalam bidang kajian komunikasi dan musik.

Malang, 18 September 2025

Krisna Aul Bimassa

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN	v
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vii
TANDA TERIMA PLAGIASI.....	viii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	x
DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL	xi
ABSTRAK.....	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan TA Karya Komstrada.....	4
1.4 Manfaat TA Karya Komstrada.....	4
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Analisis situasi dan review kerja sejenis (Fact Finding)	6
2.2 Pengertian Komunikasi	11
2.3 Evolusi Medium Komunikasi.....	12
2.4 YouTube sebagai Medium Komunikasi Dakwah	15
2.5 Arsitektur Partisipatoris: Demokratisasi dan Desentralisasi Otoritas Keagamaan	15
2.6 Penjaga Gerbang Algoritmik: Gema Ideologis dan Kompleksitas Paparan	17
2.7 Pencari Aktif: Teori Uses and Gratifications dan Motivasi Gen Z	19
2.8 Peluang dan Perangkat: Dai Digital di Persimpangan Dakwah dan Industri Konten	21

2.9 Strategi Komunikasi Dakwah.....	23
2.10 Podcast sebagai Media Komunikasi Dakwah	23
2.11 Pengertian YouTube.....	25
2.12 Pengertian Gen Z.....	26
2.13 Gen Z sebagai komunikan di era digital.....	26
2.14 Skema Model Teknik Miles dan Huberman	28
2.15 Peran dan Fungsi Production Manager	29
2.16 Definisi Peran Strategic Planner dalam Produksi Konten Dakwah	30
2.17 Definisi dan Peran Creative Director dalam Produksi Podcast Dakwah	30
2.18 Kerangka Konseptual	31
2.19 Tahapan Produksi.....	31
2.20 Membaca Produksi Podcast dalam Perspektif Model Miles dan Huberman	33
BAB III	35
RENCANA PRODUKSI.....	35
3.1 Pendekatan Pelaksanaan Karya	35
3.2 Jenis dan Sifat Karya.....	35
3.3 Sumber Data Proses dan Hasil Karya	35
3.4 Waktu dan Lokasi Produksi Karya.....	36
3.5 Segmentasi Audiens	37
3.6 Subjek Pelaksanaan Karya	38
3.7 Teknik Pengumpulan Data	38
3.8 Teknik Analisis Data.....	40
3.9 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	41
3.10 Timeline Produksi	42
3.11 Produksi.....	44
3.12. Pasca Produksi.....	44
BAB IV	47
TAHAPAN PRODUKSI.....	47
4.1 Gambaran Umum Podcast.....	47
4.2 Struktur Tim Produksi Podcast	48
4.3 Ringkasan Isi Konten	51
4.4 Waktu dan Lokasi Produksi	52
4.5 Data dan Karakteristik Subjek Karya.....	53
4.6 Peran Sentral Production Manager.....	53

4.7	Pra-Produksi.....	54
4.8	Produksi	65
4.9	Pasca Produksi.....	67
4.10	Pembahasan.....	73
BAB V	77
PENUTUP	77
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Saran/ Rekomendasi.....	78
1.	Saran Praktis.....	78
2.	Saran Akademis.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	82

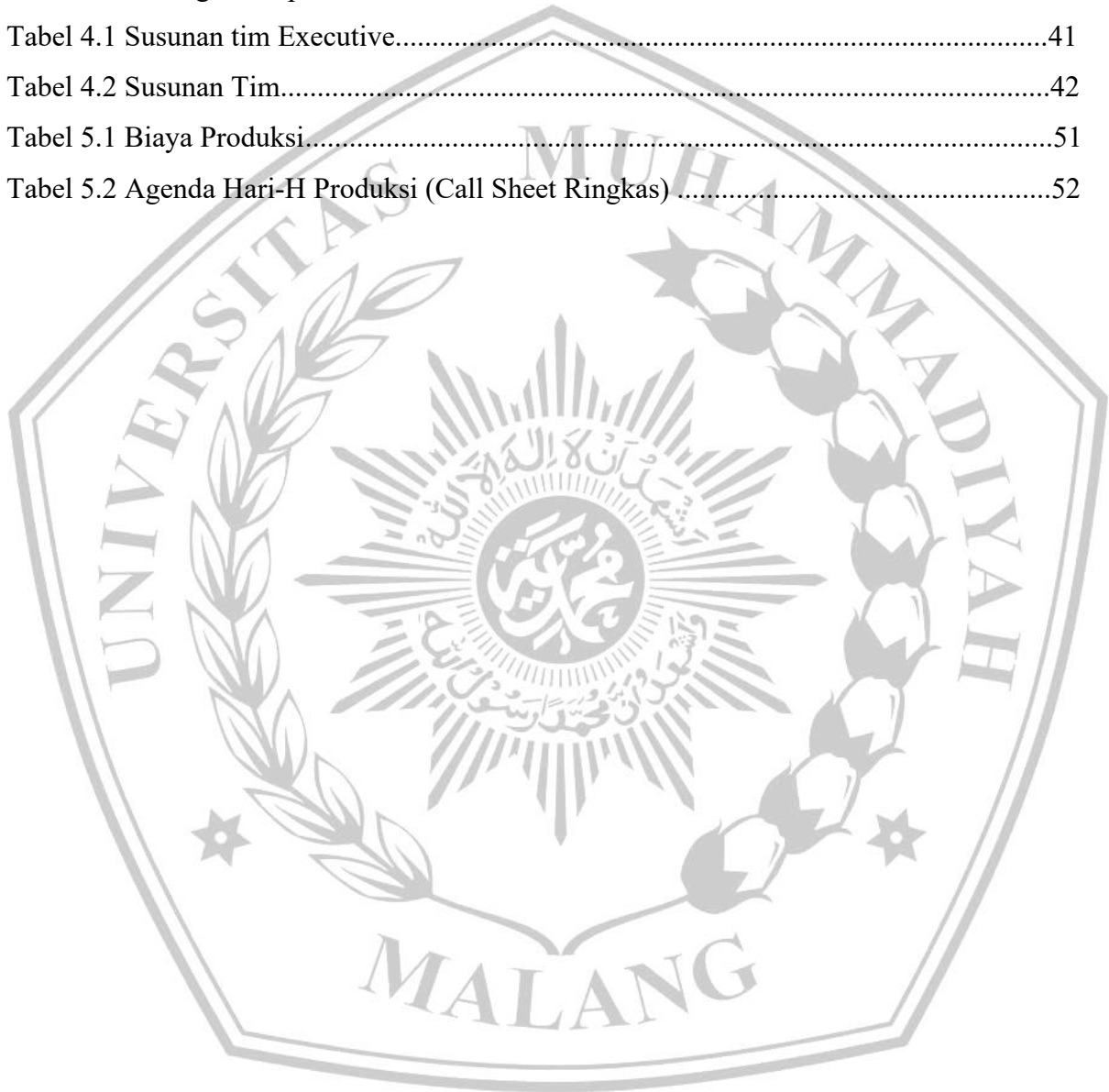


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Indeks Pembangunan TIK Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Gen Z memiliki penetrasi 87,02% dan kontribusi 34,40%.....	3
Gambar 1.3 Media Sosial Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia 2024.....	3
Gambar 1.4 Channel YouTube Dompot Dhuafa TV.....	6
Gambar 1.5 Channel YouTube LDII TV.....	8
Gambar 2.1 Rata-rata durasi penggunaan YouTube	23
Gambar 2.2 Skema Model Analisis Data Kualitatif Interaktif	24
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	27
Gambar 2.4 Diagram Data	33
Gambar 3.1 Storyboard video podcast Gen Z	40
Gambar 3.2 Logo Kelompok	42
Gambar 3.3 Penggunaan Palet Warna Dalam Film	42
Gambar 4.1 Tampilan podcast	44
Gambar 4.2 Logo New Bookstore umm	48
Gambar 5.1 Susunan hierarki tim produksi	51
Gambar 5.2 Muhammad Rivay Gobel (Host)	52
Gambar 5.3 Ustad Yusuf Supriadi sebagai Narasumber	52
Gambar 5.4 Logo resmi Pondok Pesantren Al-Umm Malang	53
Gambar 5.5 Suasana Pre-Production Meeting (PPM)	55
Gambar 5.6 Inspirasi visual set podcast	57
Gambar 5.7 Infografik “Serbuan Tagar #KaburAjaDulu”	59
Gambar 5.8 Pemeriksaan on-set kualitas rekaman	65
Gambar 5.9 Channel YouTube Kelompok TA	67
Gambar 5.10 media instagram TA Kelompok Kami	67
Gambar 5.11 Proses editing video podcast	67
Gambar 5.12 Pembuatan desain thumbnail untuk video podcast	68
Gambar 5.13 Komunikasi validasi konten via WhatsApp	69
Gambar 5.14 Insight Video Podcast	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1 Timeline Produksi.....	36
Tabel 3.2 Kerangka Berpikir.....	37
Tabel 4.1 Susunan tim Executive.....	41
Tabel 4.2 Susunan Tim.....	42
Tabel 5.1 Biaya Produksi.....	51
Tabel 5.2 Agenda Hari-H Produksi (Call Sheet Ringkas).....	52



DAFTAR PUSTAKA

- Alrasyid, H. (2023). *Manajemen produksi program Humanitalk podcast pada channel YouTube Dompot Dhuafa TV* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Institutional Repository.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (n.d.). *Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang*. Diakses 19 Oktober 2025, dari <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Assauri, S. (2008). *Manajemen produksi dan operasi* (Edisi Revisi). Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Assyifa, N. H. S. (2022). *Penggunaan media podcast "Menjadi Manusia" di Spotify pada keterampilan menulis teks eksposisi siswa kelas VIII SMP Kharisma Bangsa tahun pelajaran 2021/2022* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Institutional Repository.
- Aziz, M. A. (2019). *Ilmu dakwah* (Edisi Revisi). Kencana.
- Azhima, N., Puspito, I. D., Ariyanto, B., Sakinah, N., & Tyas, R. R. (2023). Podcast sebagai media baru dakwah di era digital. *Da Watuna Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(1), 589–598. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i1.6561>
- Azwar, A., & Iskandar, I. (2024). Dakwah Islam bagi Gen-Z: Peluang, tantangan, dan strategi. *DIRASAH: Jurnal Kajian Islam*, 1(1), 17–38.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2024, 30 September). *Indeks pembangunan teknologi informasi dan komunikasi 2023*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/09/30/b50f00b8615fc8716c8e02d4/indeks-pembangunan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-2023.html>
- Baumgartner, M. (2025, 12 April). *150+ eye-popping Gen Z marketing statistics for 2025*. Zebracat AI. <https://www.zebracat.ai/post/gen-z-marketing-statistics>
- Berelson, B., & Steiner, G. A. (1964). *Human behavior: An inventory of scientific findings*. Harcourt, Brace & World.
- Cake. (2024, 6 Maret). *Creative director: Pengertian, tanggung jawab, jenjang karir, dll*. <https://www.cake.me/resources/creative-director-adalah>
- Celarent, B. (2010). *Human Behavior: An Inventory of Scientific Findings*. By Bernard Berelson and Gary A. Steiner. *American Journal of Sociology*, 115(4), 1345–1350. <https://doi.org/10.1086/651988>
- Fahrurrozi, F. K. (2019). *Ilmu dakwah*. Repository UIN Mataram. <https://repository.uinmataram.ac.id/183/1/BUKU%20ILMU%20DAKWAH.pdf>
- Faisal Muzzamil, Hasanah, H. L., Agnia, S. F., Basyariyyah, R. K., & Rodiah. (2025). Manajemen produksi podcast dakwah di MUI Purwakarta. *JAMAS: Jurnal Abdi Masyarakat*, 3(1), 747–760. <https://doi.org/10.62085/jms.v3i1.168>
- Fauzi, H. (2024, 18 November). *Creative director: Pengertian, tugas dan skillnya*. Nevaweb. <https://nevaweb.id/blog/creative-director>
- Firdaus, M., Hidayat, E. N., & Bintaro, S. (2020). *Ilmu dakwah praktis dakwah millennial* (Vol. 1). UMMPress.
- Firmansyah, R. (2023). *Islam dan komunikasi*. Bildung Nusantara.
- Gcu. (2023, 2 Maret). *A look at a typical strategic planner job description*. <https://www.gcu.edu/blog/doctoral-journey/look-typical-strategic-planner-job-description>
- Gischa, S. (2021, 5 Agustus). *Komunikasi: Pengertian para ahli, fungsi, tujuan, dan jenis-jenisnya*. [KOMPAS.com](https://www.kompas.com/skola/read/2021/08/05/120000469/komunikasi--pengertian-para). <https://www.kompas.com/skola/read/2021/08/05/120000469/komunikasi--pengertian-para>

ahli-fungsi-tujuan-dan-jenis-jenisnya

Glints. (2024, 24 Maret). *Creative director: Apa itu, tanggung jawab, skill dan kualifikasinya*.

Hasan, K., Utami, A., Eni, S., Izzah, N., Ramadhana, S. C., & Kamaruddin. (2023). Komunikasi di era digital: Analisis media konvensional vs new media pada kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh angkatan 2021. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 2(1), 56–57.

Hasibuan, A., Puspita, C., Husni, N., Sirojudin, A., Ilham, J., Abner, S., Tribowo, T., Fauzan, R., Yunani, A., Cahyo, A., Rahmawati, P., Achmad, R., Nurdin, R., Sudrajat, Y., Marjuki, A., Zul, S., Mohamad, F., Sanni, I., & Hia, E. E. (2025). *Manajemen produksi & operasi*.

Heizer, J., & Render, B. (2011). *Operations management* (10th ed.). Pearson Education, Inc.

HRPods. (2024, 27 Agustus). *HRD perlu tahu 8 tugas production manager ini*.

<https://hrpods.co.id/recruitment-and-selection/hrd-perlu-tahu-8-tugas-production-manager-ini>

IDN Research Institute & Populix. (2022). *Indonesia Gen Z report 2022*.

Ika, A. Z. J., Razzaq, A., & Nugraha, M. Y. (2025). Menyebarkan nilai Islam di kalangan Gen-Z: Studi kasus strategi komunikasi dakwah digital pada akun TikTok Kadam Sidik. *NAAFI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(4), 421–433.

<https://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v2i3.175>

indotema.com. (n.d.). *Perbedaan utama media pers digital dan media sosial*. Diakses 19 Oktober 2025, dari <https://www.indotema.com/2024/02/perbedaan-utama-media-pers-digital-dan-media-sosial.html>

Kemp, S. (2024, 20 Februari). *Digital 2024: Indonesia*. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>

Liputan6.com. (2024, 7 November). *Media konvensional adalah: Pengertian, jenis, dan perkembangannya di era digital*. <https://www.liputan6.com/feeds/read/5775268/media-konvensional-adalah-pengertian-jenis-dan-perkembangannya-di-era-digital>

Loker.id. (2025, 15 Mei). *Manager produksi: Gaji, skill yang diperlukan, dan tugas tanggung jawabnya*. <https://www.loker.id/artikel/manager-produksi-gaji-skill-yang-diperlukan-dan-tugas-tanggung-jawabnya>

LSPR Institute of Communication & Business. (2023, 4 Juli). *Komunikasi adalah: Definisi, jenis, & penggunaannya*. LSPR Institute. <https://www.lspr.ac.id/definisi-jenis-penggunaannya-komunikasi>

Lutfiyanti. (2024). *Pengaruh upah, modal dan nilai produksi terhadap penyerapan tenaga kerja* [Skripsi, IAIN Syekh Nurjati Cirebon]. Repository IAIN Syekh Nurjati Cirebon. <http://repository.syekhnurjati.ac.id/id/eprint/13317>

Majelis Tabligh PWM Jateng. (2025, 15 Februari). *Strategi dakwah di era digital*.

<https://majelistablighpwmjateng.com/2025/02/15/strategi-dakwah-di-era-digital>

Mulyadi, M., AlHadjrath, E. R., Hutami, P. W., & P, M. A. (2023). Peran pendidikan agama Islam dalam membangun karakter generasi Z. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 30380–30384. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.11909>

Nurfadillah. (2025, 24 Maret). *Dakwah pada era digital: Peran podcast dan live streaming*. Kompasiana.

<https://www.kompasiana.com/nurfadillah9814/67e0f06a34777c09ff64b082/dakwah-pada-era-digital-peran-podcast-dan-live-streaming>

Rahmawati, S. D. (2025). *Penggunaan akun siniar baperan dalam aplikasi spotify sebagai media pembelajaran menulis cerita pendek pada siswa SMA Triguna Utama* [Skripsi, Universitas Indraprasta PGRI].

Salam, A. A. (2021). *Media sosial penyampai pesan dakwah di era digital*. IAIN Parepare Nusantara Press.

Sandi, E. D. (2021). *Produksi program podcast TAKIS bertema krisis seperempat abad*

- episode “Karier, passion, dan perjalanan panjangnya” di Spotify IDN Times [Skripsi, Universitas Multimedia Nusantara]. Universitas Multimedia Nusantara Institutional Repository.
- Stone, S. (2024, 11 Juni). 2024 YouTube audience demographics: User habits by generation. The Shelf. <https://www.theshelf.com/the-blog/youtube-user-habits>
- Strategi komunikasi dakwah. (2020). *Jurnal Masjiduna*, 3(1), 16–29.
- Sulistiana, D. (2022, 23 September). *Strategic planning dalam dunia bisnis, apakah itu?* Proxis Surabaya. <https://surabaya.proxisgroup.com/strategic-planning-dalam-dunia-bisnis-apakah-itu>
- Syaifuddin, S., & Muhid, A. (2021). Efektivitas pesan dakwah di media sosial terhadap religiusitas masyarakat Muslim: Analisis literature review. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 20(1), 17–28. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v20i1.4835>
- Syahrin, A. (2024). *Manajemen produksi channel podcast #Andacurhat pada YouTube (Studi kasus program MELUNCUR dalam menjalin tali silaturahmi dengan Ancurlicious)* [Tesis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta].
- What is communication*. (n.d.). World Pulse. Diakses 19 Oktober 2025, dari <https://www.worldpulse.org/story/what-is-communication-13351>
- Wulandari, S., & Rozi, F. (2025). Manajemen produksi channel YouTube LDII TV dalam penguatan dakwah digital. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 326–

