

202110040311250  
Eko Wahyu Pradana  
Prodi Ilmu Komunikasi

**PRODUKSI PESAN KOMUNIKASI DAKWAH DI TUJUKAN KE KALANGAN  
SISWA SMA (Dalam Bentuk Podcast Bermedia YouTube)**

**LAPORAN TUGAS AKHIR KARYA *CLIENT CENTERED* -**

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



**Disusun Oleh :  
Eko Wahyu Pradana  
202110040311250**

**Dosen Pembimbing : Zen Amirudin, S.Sos., M.Med.Kom**

**PRODI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
TAHUN 2026**

## LEMBAR PERSETUJUAN

**PRODUKSI PESAN KOMUNIKASI DAKWAH DI TUJUKAN KE KALANGAN  
SISWA SMA (Dalam Bentuk Podcast Bermedia YouTube)**

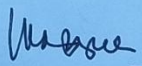
Diajukan Oleh :

**EKO WAHYU PRADANA**

202110040311250

Telah disetujui  
*Rabu, 8 April 2026*

Pembimbing I



**Zen Amirudin, S.Sos., M.MedKom**

Wakil Dekan I



**Dr. Eko Susilo, M.Si.**

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



**Novin Farid Stywo Wibowo, M.Si.**

## LEMBAR PERSETUJUAN

# SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**EKO WAHYU PRADANA**  
**202110040311250**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan


LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( SI ) Ilmu Komunikasi

Rabu, 8 April 2026

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Drs. Farid Rusman, M.Si** (  )
2. **Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si** (  )
3. **Zen Amirudin, S.Sos, M.MedKom** (  )


Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



  
**Dr. Joko Susilo, M.Si.**



## SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA



### SURAT PERNYATAAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Yang Bertandatangan di bawah ini :

	Nama	: Eko Wahyu Pradana
	NIM	: 202110040311250
	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 STRATEGIC PLANNER 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, 10 Januari 2026  
Yang Menyatakan,

  
Eko Wahyu Pradana






**Kampus I**  
Jl. Bondang I Malang Jawa Timur  
P: +62 341 551 252 (Hunting)  
F: +62 341 400 435



**Kampus II**  
Jl. Bendungan Sutan No 188 Malang Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 587 069

**Kampus III**  
Jl. Raya Pogroms No 248 Malang Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 409 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI




UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG




### Lembar Persetujuan Skripsi


Nama : Eko Wahyu Pradana  
NIM : 202110040311250  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial & Ilmu Politik  
Judul Skripsi : PERAN STRATEGIC PLANNER DALAM PRODUKSI PODCAST  
YOUTUBE SEBAGAI KOMUNIKASI DAKWAH DI KALANGAN  
SISWA SMA

Disetujui,  
Pembimbing

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

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

  
Novin Farid Stywo Wibowo, M.Si






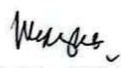

UN-QA  
STARS

Kampus I  
Jl. Tandjung 1 Malang Jawa Timur  
P +62 341 551 252 (Hunting)  
F +62 341 450 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sidani No 188 Malang Jawa Timur  
P +62 341 551 146 (Hunting)  
F +62 341 582 069

Kampus III  
Jl. Raya Tuguas No. 241 Malang Jawa Timur  
P +62 341 464 318 (Hunting)  
F +62 341 450 435  
E webmaster@um.ac.id

## SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	<b>SURAT KETERANGAN</b> Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/(bulan daftar sidang dalam romawi)/(tahun daftar sidang)			
	Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:			
	Nama : Eko Wahyu Pradana No. Induk Mahasiswa : 202110040311250 Program Studi : Ilmu Komunikasi Judul Skripsi : PERAN STRATEGIC PLANNER 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, 10 Januari 2026 Dosen Pembimbing  Zen Amirudin, S.Sos., M.Med.Kom				
	<table border="0"><tr><td><b>Kampus I</b> Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 253 (Hunting) F. +62 341 460 435</td><td><b>Kampus II</b> Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 143 (Hunting) F. +62 341 582 660</td><td><b>Kampus III</b> J. Raya Tojomas No 248 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 313 (Hunting) F. +62 341 483 435 E. webmaster@ummm.ac.id</td></tr></table>	<b>Kampus I</b> Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 253 (Hunting) F. +62 341 460 435	<b>Kampus II</b> Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 143 (Hunting) F. +62 341 582 660	<b>Kampus III</b> J. Raya Tojomas No 248 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 313 (Hunting) F. +62 341 483 435 E. webmaster@ummm.ac.id
<b>Kampus I</b> Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 253 (Hunting) F. +62 341 460 435	<b>Kampus II</b> Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 143 (Hunting) F. +62 341 582 660	<b>Kampus III</b> J. Raya Tojomas No 248 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 313 (Hunting) F. +62 341 483 435 E. webmaster@ummm.ac.id		

## SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

### SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.c/ /FISIP-UMM/(bulan daftar sidang dalam  
romawi)/(tahun daftar sidang)



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



NAMA : Eko Wahyu Pradana  
NIM : 202110040311250  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester sembilan (9) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 10 Januari 2026

Ketua Program Studi

Novin Farid Styo Wibowo, M.Si



**Kampus I**

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

**Kampus II**

Jl. Dendurungan Suci No 180 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

**Kampus III**

Jl. Raya Tlogomas No 746 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 404 318 (Hunting)  
F. +62 341 400 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

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

### LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

PERAN STRATEGIC PLANNER DALAM PRODUKSI PODCAST YOUTUBE SEBAGAI  
KOMUNIKASI DAKWAH DI KALANGAN SISWA SMA

Oleh:

Nama : Eko Wahyu Pradana

NIM : 202110040311250

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 10 Januari 2026

Pembimbing I/Promotor

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

NIP. 10305010410



(\*) Coret yang tidak perlu

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 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 562 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## 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	Eko Wahyu Pradana
NIM	202110040311250
Program Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	PERAN STRATEGIC PLANNER DALAM PRODUKSI PODCAST YOUTUBE SEBAGAI KOMUNIKASI DAKWAH DI KALANGAN SISWA SMA
Dosen Pembimbing	Zen Amirudin, S.Sos, M.MedKom
Dosen Penguji 1	Drs. Farid Rusman, M.Si

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

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 dan sejumlah 7 mahasiswa (Daftar Hadir Terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan **LULUS/TIDAK LULUS**

Malang, 10 Januari 2026

Dosen Pembimbing

Zen Amirudin, S. Sos, M.MedKom

Dosen Penguji

Drs. Farid Rusman, M.Si

Mengetahui,  
Kaprosdi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Setyo Wibowo, M.Si



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 480 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 587 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 405 435  
E. webmaster@umm.ac.id



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR  
HASIL SKRIPSI  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

No.	Nama Lengkap	NIM	Program Studi
1.	FIRMANSYAH S.	202110040311340	Ilmu Komunikasi
2.	ASYRAF LUKITA	202110040311378	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.	CANDRA SUKMA AJI	202110040311448	Ilmu Komunikasi



Kampus I

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

Kampus II

Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 453 435  
E. webmaster@umm.ac.id



## ABSTRAK

### ABSTRAKSI

**Eko Wahyu Pradana, 202110040311250, Peran Strategic Planner Dalam Podcast Youtube Sebagai Komunikasi Dakwah di Kalangan Siswa SMA, Tugas Akhir Karya Client Centered.**

Penggunaan media sosial dalam konteks penyebaran ajaran agama telah menjadi fenomena penting di era digital, sejalan dengan perkembangan pesat teknologi komunikasi yang telah mengubah pola interaksi sosial. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, dan YouTube tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan dan komunikasi pribadi, tetapi juga sebagai ruang publik strategis untuk penyebaran nilai-nilai agama. Perubahan ini telah menyebabkan konsekuensi bahwa dakwah tidak lagi dapat disampaikan hanya melalui metode konvensional, tetapi harus memanfaatkan media baru yang lebih dekat dengan audiens, terutama generasi muda yang familiar dengan dunia digital.

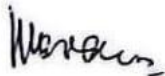
Penelitian ini berfokus pada peran Strategic Planner dalam produksi podcast dakwah di saluran YouTube Proyek Thalatha Fikr, yang bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan Islam secara moderat, kontekstual, dan kreatif sehingga relevan dengan kebutuhan Generasi Z, terutama siswa sekolah menengah atas. Serangkaian strategi komunikasi yang diterapkan dalam penelitian ini meliputi riset audiens dan pasar, formulasi pesan yang ringan dan mudah dipahami, penggunaan gaya komunikasi kreatif melalui storytelling dan humor edukatif, serta distribusi konten melalui platform digital yang paling sering diakses oleh audiens target. Dengan pendekatan ini, podcast dakwah tidak hanya menyampaikan ajaran agama secara informatif, tetapi juga membangun koneksi emosional dengan audiens dan menyediakan ruang partisipasi dalam diskusi keagamaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, terutama podcast di YouTube, tidak hanya memperluas jangkauan pesan agama melampaui batas geografis tetapi juga meningkatkan keterlibatan audiens dalam praktik agama yang lebih reflektif, dialogis, dan inspiratif. Kesimpulan ini menegaskan bahwa media sosial memiliki potensi besar sebagai medium dakwah digital yang efektif jika dikelola secara strategis, didasarkan pada penelitian, dan dikemas dengan pendekatan yang ramah, kontekstual, dan relevan dengan zaman.

**Kata kunci :** *media sosial, dakwah digital, strategi dakwah, generasi muda, era digital*

Malang, 4 September 2025

Dosen Pembimbing

Penulis



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



Eko Wahyu Pradana

## KATA PENGANTAR

Penulis berterima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat, taufik dan karunianya yang telah memungkinkan penulis menyelesaikan Tugas Akhir Karya dengan judul Peran Strategic Planner Dalam Produksi Podcast YouTube Sebagai Komunikasi Dakwah di Kalangan Siswa SMA. Untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik, penulis mendapatkan bantuan, motivasi, dan dukungan dari berbagai sumber. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Pertama-tama penulis berterimakasih kepada Allah SWT yang memberikan kelancaran dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
2. Bapak 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 Novin Farid Setyo Wibowo, 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, Navisa Septia, Fadly, Luki, Krisna, Difka, Dalvin, Candra, Mira, Mutiara, Rivai, Ade, dll yang telah menemani di saat ngopi bareng selama kuliah.
8. Terakhir, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada diri saya sendiri, Eko Wahyu Pradana, 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 tugas akhir ini bermanfaat bagi pembaca karena akan memberi mereka pengetahuan baru dan menginspirasi untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang komunikasi dan musik.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA.....	iv
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI .....	vi
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH.....	vii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	vi
HASIL CEK PLAGIASI.....	vii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL .....	viii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	xi
ABSTRAK.....	xii
KATA PENGANTAR.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Produksi Karya .....	4
1.4 Kegunaan Produksi .....	5
1.5 Efek Komunikasi Dakwah.....	5
BAB II.....	7
TINJAUAN PENCIPTAAN KARYA .....	7
2.1 Analisis situasi dan review kerja sejenis (Fact Finding).....	7
2.2 Bidang Komunikasi Menurut Ilmu Komunikasi.....	7
2.3 Sifat Pesan Komunikasi Dakwah dalam YouTube.....	8
2.4 Teori Komunikasi Dakwah.....	9
2.4.1 Reduksi Data (Data Reduction) .....	10
2.4.2 Penyajian Data (Data Display) .....	10
2.4.3 Penarikan Kesimpulan (Conclusion Drawing).....	10
2.4.4 Relevansi Model Miles dan Huberman dalam Karya.....	11
2.4.5 Relevansi Model Teori Reward Appeal.....	11
2.5 Proses Produksi Pesan Dakwah Audiovisual .....	11
• Pra Produksi.....	12
• Produksi .....	12

• Pasca Produksi.....	12
2.6 Produksi Terdahulu .....	13
<b>BAB III.....</b>	<b>14</b>
<b>METODE PELAKSANAAN .....</b>	<b>14</b>
3.1. Pendekatan Penelitian .....	14
3.2 Jenis Pendekatan .....	14
3.3 Sumber Data Penelitian.....	15
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	16
3.5 Teknik Analisis Data .....	17
3.6 Teknik Keabsahan Data .....	18
<b>3.7 Rancangan Karya(Brief).....</b>	<b>18</b>
1. Masalah Depresi dan Kecemasan pada Generasi Z: .....	19
2. Pengaruh Teknologi dan Media Sosial:.....	19
3. Solusi dan Pencegahan: .....	20
4. Aspek Unik: .....	20
<b>3.8. Rancangan Produksi.....</b>	<b>26</b>
3.8.1 Waktu dan Lokasi Produksi .....	26
3.8.2 Pemilihan Host dan Narasumber .....	27
3.8.3 Gambaran Teknis.....	28
<b>3.8.4 Susunan Tim Produksi .....</b>	<b>28</b>
<b>3.8.5 Timeline Produksi.....</b>	<b>30</b>
<b>3.8.6 Biaya Produksi .....</b>	<b>31</b>
<b>3.8.7 Rancangan Evaluasi Program .....</b>	<b>32</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>36</b>
<b>PELAKSANAAN PRODUKSI.....</b>	<b>36</b>
4.1 Strategic Planner Statement .....	36
4.2 Pelaksanaan Produksi .....	37
4.2.1 Pra Produksi .....	37
4.2.2 Produksi .....	37
4.2.3 Pasca Produksi .....	38
4.3 Efektivitas Penyampaian Pesan Komunikasi Dakwah .....	38
<b>BAB V .....</b>	<b>40</b>
<b>IMPLEMENTASI PERAN STRATEGIC PLANNER DALAM PODCAST .....</b>	<b>40</b>
5.1 Peran Sentral Strategic Planner.....	40

5.1.1 Riset Audiens dan pasar .....	41
5.1.2 Penentuan Tujuan dan Sasaran .....	44
5.1.3 Pengembangan Strategi Konten .....	45
5.1.4 Strategi Pemasaran dan Promosi .....	46
5.1.5 Manajemen Kemitraan dan Sumber Daya .....	46
5.2 Peran Ganda Sebagai Camera Person .....	48
5.3 Peran Ganda Sebagai Soundman .....	48
5.4 Strategic Planner dalam Artistik Set Podcast .....	48
5.5 Membuat Media Sosial Thalatha Fikr Project .....	49
5.6 Membuat video bts podcast dakwah .....	50
5.7 Analisis Data .....	51
Kendala dan Penyelesaian Masalah Produksi .....	53
<b>BAB VI</b> .....	<b>54</b>
<b>PENUTUP</b> .....	<b>54</b>
6.1 Kesimpulan .....	54
6.2 Saran .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>56</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>58</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 susunan kru dan jobdesk.....	30
Tabel 3. 2 Timeline Produksi.....	31
Tabel 3. 3 Biaya Produksi.....	31
Tabel 5. 1 Hasil Riset Audiens dan Pasar Podcast Dakwah.....	43
Tabel 5. 2 alokasi anggaran .....	47



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Penduduk Usia 15 Tahun ke Atas Menurut Golongan umur, 2025 .....	3
Gambar 1. 2 Pengguna Media Sosial di Indonesia Berdasarkan Umur & Gender 2020 .....	4
Gambar 5. 1 susunan hierarki tim produksi.....	40
Gambar 5. 2 sasaran analisis youtube thalatha fikr project .....	45
Gambar 5. 3 screenshoot set video podcast .....	49
Gambar 5. 4 screenshot instagram thalatha fikr project .....	49
Gambar 5. 5 screenshot video bts .....	50
Gambar 5. 6 data analisis video podcast Gen Z Bertanya : Apa Kata Islam Soal Isu yang Trending ? - HijrahHUB - Thalatha Fikr Project.....	52



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Riset .....	58
Lampiran 2 Mock Up.....	59



## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N. (2023, Desember 31). Pemanfaatan Media Dakwah Platform Digital di Era Generasi Z. *CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies*, pp. 5(2),109=116.
- Andi Abdul Salam, d. (2021). *Media sosial penyampai pesan dakwah di era digital*. (N. Andi Dian Fitriana, Ed.) IAIN Parepare Nusantara press.
- Anthony, R. N. (1965). *Planning and control systems: A framework for analysis*. Boston: Harvard University, Graduate School of Business Administration.
- Anwar, R. N. (2025). Generation Z and Religious Moderation: Building Tolerance in an Era Digital. *Journal of Noesantara Islamic Studies*.
- Aulia Syakinah Maulani, D. K. (2025, Mei 31). Pengaruh Podcast Habib Ja'far Dalam Dakwah Islam Di Era Digital Untuk Membentuk Karakter Gen Z Yang Bertaqwa. *Vol 3 No 1 (2025): Mei 2025*, pp. 3(1), 57-76.
- Azwar, A. &. (2024). Strategi komunikasi dakwah digital dalam menjangkau Generasi Z. *Jurnal Komunikasi Islam*, 14(1).
- Bungin, B. (2007). *Penelitian kualitatif: komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. Kencana.
- Bungin, B. (2011). *Metodologi penelitian kualitatif: Aktualisasi metodologis ke arah ragam varian kontemporer*. Rajawali Pers.
- Bunt, G. R. (2018). *Hashtag Islam: How Cyber-Islamic Environments Are Transforming Religious Authority*. University of North Carolina Press.
- Corbin, A. S. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Corbin, A. S. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (2nd ed ed.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2017). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Denzin, N. K. (2018). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. Routledge.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Firdaus, H. &. (2020). Kreativitas konten dakwah di media digital untuk generasi milenial. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 5(2).
- Flick, U. (2018). *An introduction to qualitative research* (6th ed.). SAGE Publications.
- Flick, U. (2018). *An Introduction to Qualitative Research* (6th ed.). SAGE Publications.
- Hammersley, B. (2004, February 12). Audible revolution. *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>
- Heidi A. Campbell, R. T. (2021). *Digital Religion : Understanding Religious Practice in Digital Media*. Routledge.
- I'anatut Thoifah, M. F. (2020). *ILMU DAKWAH PRAKTIS DAKWAH MILLENIAL*. UMMPress.
- Ika, J. A.-Z. (2025). Menyebarkan Nilai Islam Di Kalangan Gen-Z: (Studi Kasus Strategi Komunikasi Dakwah Digital Pada Akun Tiktok Kadam Sidik). *NAAFI: JURNAL ILMIAH MAHASISWA*, 421-433.  
doi:<https://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v2i3.175>
- John W. Creswell, C. N. (2017). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. SAGE Publications, Inc.
- Juliet Corbin, A. S. (1998). *Basics of Qualitative Research (3rd ed.): Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. SAGE Publications, Inc.
- Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE Publications.

- Lincoln, N. K. (2018). *The SAGE handbook of qualitative research* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Lincoln, Y. S. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.
- Livingstone, S. (2009). *On the mediation of everything: ICA Presidential Address 2008*. *Journal of Communication*, Volume 59, Issue 1. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01401.x>
- Matthew B. Miles, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. SAGE Publications, Inc.
- Mulyadi Mulyadi, E. R. (20223). *Peran Pendidikan Agama Islam dalam Membangun Karakter Generasi Z*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. doi:<https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.11909>
- Munir, M. (2009). *Metode dakwah*.
- Mursyid, S. A. (1989). *Manahij ad-Du'at. (Buku tentang metodologi dakwah)*.
- Nazir, M. (2014). *Metode penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (7th ed.). Pearson Education.
- Norman K. Denzin, Y. S. (2011). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. SAGE Publications Ltd.
- Nugroho, A. (2020). Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Muhammad Sholeh Drehem. *Masjiduna : Jurnal Ilmiah Stidki Ar-Rahmah*, 3(1), 16-29.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice* (3rd ed.). SAGE Publications, Inc.
- Pawito. (2007). *Penelitian komunikasi kualitatif*. LKiS.
- Poerwandari, E. K. (2005). *Pendekatan kualitatif untuk penelitian perilaku manusia*. LPSP3 Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Press, O. U. (n.d.). *Podcast*. Retrieved from Oxford Learner's Dictionaries: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/podcast>
- Rizki Firmansyah, L. M. (2023). *Islam dan Komunikasi*. (M. Erik Taufani, Ed.) Bildung Nusantara. Retrieved from URI :<http://eprints.uad.ac.id/id/eprint/55199>
- Salam, A. (2021). Islam moderat dalam perspektif dakwah kontemporer. *Jurnal Studi Islam*.
- Salam, A. A. (2021). Media Sosial Penyampai Pesan Dakwah di Era Digital. *IAIN Parepare Nusantara Press, Parepare*.
- Salsabila, N. (2023). Strategi konten Islami di YouTube untuk Generasi Z. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 12(3), 201-215.
- Sholeh, A. R. (1997). *Manajemen dakwah Islam*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Syaifuddin Syaifuddin, A. M. (2021, Juni 30). Efektivitas Pesan Dakwah di Media Sosial Terhadap Religiusitas Masyarakat Muslim: Analisis Literature Review. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 20 No. 1 (2021), 17-28. doi:<https://doi.org/10.18592/alhadharah.v20i1.4835>
- Syaifuddin, S. &. (2021). Perilaku Generasi Z dalam penggunaan media sosial dan implikasinya terhadap strategi dakwah. *Jurnal Psikologi Islam*, 8(1).
- Yin, R. K. (2014). *Case study research: Design and methods* (5th ed.). SAGE Publications.
- Yvonna S. Lincoln, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. SAGE Publications, Inc.
- Zakki, M. (2025, February 15). Strategi Dakwah di Era Digital. *Majelis Tabligh PWM Jateng*.

## HASIL CEK PLAGIASI



PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi

Nama : Eko Wahyu P.

NIM : 2021 - 250

Hasil Plagiasi :

BAB I	10			
BAB II	7			
BAB III	2			

BAB IV	3			
BAB V	3			
BAB VI	7			



PROGRAM STUDI Malang,  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
Admin Plagiasi Prodi,

M. Dasuki

