

MANAJEMEN PRODUKSI PODCAST DAKWAH DI MUI PURWAKARTA**Podcast Da'wah Production Management at MUI Purwakarta**

Faisal Muzzamil^{1*}
Haula Laelatun Hasanah¹
Syifa Fricilla Agnia¹
Riri Khoeriyatul
Basyariyyah¹
Rodiah¹

¹STAI DR. KHEZ. Muttaqien
Purwakarta, Jawa Barat

*email: faisal@staimuttaqien.ac.id

Kata Kunci:

Manajemen produksi
Podcast dakwah
MUI Purwakarta
Teori POAC

Keywords:

Production management
Podcast da'wah
MUI Purwakarta
POAC Theory

Abstrak

Podcast atau *Siniar*, dewasa ini bukan hanya sekedar media informasi dan hiburan, tapi bisa dimanfaatkan dan digunakan juga sebagai *Media Dakwah Islam*. Berlatar belakang dari pemanfaatan *podcast* sebagai media dakwah Islam, maka dilaksanakanlah kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) berupa *Manajemen Produksi Podcast Dakwah di MUI Purwakarta*. Kegiatan PKM ini bertujuan untuk menggambarkan lebih jelas mengenai proses manajemen *Podcast Dakwah* yang terdiri dari tiga tahapan berikut: (1) Tahap Pra Produksi; (2) Tahap Produksi; (3) Tahap Pasca Produksi. Kegiatan PKM ini dilaksanakan dengan menggunakan *Metode Service Learning*. Didasarkan atas hasil pelaksanaan kegiatan PKM, maka didapatkan tiga temuan utama dari hasil PKM ini, yaitu: (1) Ada dua bentuk kegiatan pada tahap pra produksi, yaitu perencanaan dan persiapan; (2) Ada dua bentuk kegiatan pada tahap produksi, yaitu pelaksanaan dan perekaman; (3) Ada dua bentuk kegiatan pada tahap pasca produksi, yaitu penyuntingan dan pengunggahan. Hasil dari PKM ini dapat berguna dan berkontribusi bagi dua aspek berikut, yaitu: (1) Secara Teoretis, hasil PKM ini dapat menjadi rujukan dan referensi bagi kajian manajemen produksi, manajemen komunikasi, dan manajemen event, sehingga melalui hasil PKM ini wawasan mahasiswa dan masyarakat umum lainnya, tentang seluruh tahapan produksi *Podcast Dakwah* atau suatu konten untuk media digital, menjadi bertambah dan lebih luas; (2) Secara Praktis, hasil PKM ini dapat menjadi panduan dalam melakukan produksi *Podcast Dakwah* atau konten untuk media digital lainnya yang bermuatan pesan-pesan keislaman.

Abstract

Podcasts or *Siniar*, nowadays are not only a medium for information and entertainment, but can also be utilized and used as a medium for Islamic preaching. With the background of the use of podcasts as a medium for Islamic preaching, a Community Service (PKM) activity was carried out in the form of *Podcast Dakwah Production Management at MUI Purwakarta*. This PKM activity aims to describe more clearly the *Podcast Dakwah management process* which consists of the following three stages: (1) Pre-Production Stage; (2) Production Stage; (3) Post-Production Stage. This PKM activity was carried out using the *Service Learning Method*. Based on the results of the implementation of the PKM activity, three main findings were obtained from the results of this PKM, namely: (1) There are two forms of activities in the pre-production stage, namely planning and preparation; (2) There are two forms of activities in the production stage, namely implementation and recording; (3) There are two forms of activities in the post-production stage, namely editing and uploading. The results of this PKM can be useful and contribute to the following two aspects, namely: (1) Theoretically, the results of this PKM can be a reference and reference for studies of production management, communication management, and event management, so that through the results of this PKM, the insights of students and the general public, about all stages of production of the *Dawkah Podcast* or content for digital media, become greater and broader; (2) Practically, the results of this PKM can be a guide in producing the *Dawkah Podcast* or content for other digital media that contain Islamic messages.



© year The Authors. Published by Penerbit Forind. This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). Link: <https://jurnal.forindpress.com/index.php/jamas>

Submitte: 15-01-2025

Accepted: 30-01-2025

Published: 04-02-2025

PENDAHULUAN

“Pucat” atau *Siniar*, saat ini menjadi salah satu media informasi yang populer di tengah masyarakat, terlebih lagi dewasa ini hampir semua orang yang aktif (ataupun yang pasif) menggunakan internet pernah mengakses,

menonton atau mendengarkan *podcast*. Popularitas *podcast* sebagai media digital yang memuat informasi aktual, semakin diminati oleh masyarakat dengan bermunculannya kanal (*channel*) YouTube yang lebih variatif dan tema konten yang beragam. Berkenaan

dengan banyaknya kanal *podcast* di *YouTube* ini, berdasarkan hasil penelusuran ditemukan informasi mengenai 10 kanal *podcast* yang menjadi pilihan favorit masyarakat Indonesia (Javier, 2024). Berikut adalah infografis tentang 10 *podcast* favorit yang paling banyak ditonton oleh masyarakat Indonesia:



Gambar 1: 10 *Podcast* Favorit

Dapat diamati dari Gambar 1 di atas, diketahui bahwa ada 10 kanal *sinar* atau *channel podcast* yang menjadi pavorit penonton Indonesia. Pada Gambar 1 di atas, tampak 10 *podcast* pavorit yang paling banyak ditonton, yaitu: (1) *Curhat Bang Denny Sumargo*; (2) *Mata Najwa*; (3) *Close The Door*; (4) *VINDES*; (5) *KUY Entertainment*; (6) *Akbar Faizal*; (7) *Podcast Raditya Dika*; (8) *Podcast Warung Kopi*; (9) *Mamat Keliling*; (10) *Gritte Agatha*. Sepuluh *podcast* favorit tersebut, didapatkan dari hasil survey yang dirilis oleh lembaga riset *Ipang Wahid Stratejik (IPWS)* pada Juni-Juli 2023 (Nikmatur & Mahiruni, 2023).

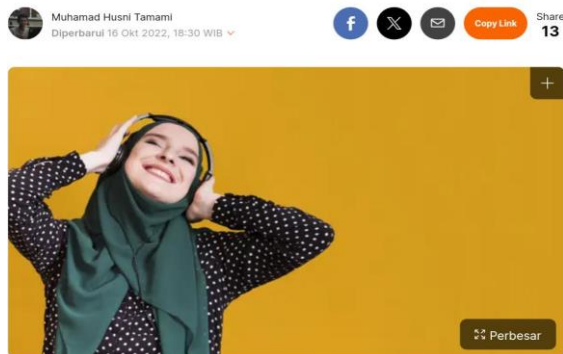
Ditelusuri lebih lanjut mengenai fenomena dan realita *podcast* sebagai media yang tengah populer dan banyak ditonton ini, ditemukan hasil fakta lain yang menyatakan bahwa *podcast* atau *sinar* menjadi salah satu media baru (*new media*) yang memiliki potensi menjadi media massa (*mass media*) untuk menyebarkan konten-konten jurnalistik. Fakta tersebut merupakan hasil riset yang pernah dilakukan oleh *Reuteurs Institute* (Wuragil, 2024).

Dalam *Reuteurs Institute News Digital Report 2024*, disebutkan bahwa *podcast* memiliki potensi besar untuk menjadi *Future of Journalism* atau jurnalistik masa depan (Reuters Institute For The Study Of Journalism, 2024). Merujuk pada hasil tersebut, maka sampai pada bagian ini dapat dinyatakan bahwa *podcast* atau *sinar* ini *platform* digital yang dapat digunakan untuk menyebarkan beragam informasi.

Realitas *podcast* sebagai media informasi yang efektif dan kekinian seperti yang telah diulas di atas, pada perkembangannya banyak dimanfaatkan juga sebagai media penyebaran informasi dengan tema atau konten yang lebih variatif dan beragam. Oleh karena itu, *podcast* saat ini selain sebagai media informasi, berkembang juga menjadi media jurnalistik (Kustiawan et al., 2024), media hiburan (Pandusaputri et al., 2024), media pembelajaran (Sudarmoyo, 2020), hingga media penyebaran informasi dan edukasi keagamaan (Saroja et al., 2024). Dalam konteks penyebaran informasi dan edukasi keagamaan, secara lebih spesifik saat ini *podcast* ini juga dapat dimanfaatkan dan digunakan sebagai *Media Dakwah Islam* atau وسائل الدعوة الإسلامية (*Wasa'il Ad Da'wah Al Islamiyyah*). Pemanfaatan *podcast* sebagai *media dakwah* ini telah banyak digunakan oleh beberapa akun *platform* digital yang memiliki konten bertemakan keislaman. Bermunculannya *podcast* dengan tema keislaman tersebut, menjadi indikator bahwa aktivitas *Dakwah Islam* sudah secara eksis dapat memanfaatkan *podcast* sebagai medianya. Berkenaan dengan banyaknya *podcast* dengan tema keislaman, ditemukan informasi mengenai 5 rekomendasi *Podcast Islami* yang bisa didengarkan. Berikut informasi tersebut (Tamami, 2022):

5 Rekomendasi Podcast Islami Asyik dan Sarat Makna yang Wajib Kamu Dengar

Podcast yang mengangkat tema Islami sebenarnya banyak. Kamu bisa menemukan dengan mudah di Internet atau aplikasi yang menyajikan konten podcast.



Gambar 2: 5 Rekomendasi Podcast Islami

Gambar 2 di atas, secara lebih lengkap berisi informasi tentang rekomendasi podcast yang bermuatan atau memiliki konten dengan tema keislaman. Pada Gambar 2 di atas, ada 5 *Podcast Islami* yang direkomendasikan untuk bisa didengar dan diikuti versi *webiste* Liputan 6, yaitu: (1) Kitairae; (2) Sapa Muslimah; (3) Hannah Indonesia; (4) Felix Siauw; (5) Cinta Lewat Cerita. Mengacu pada semakin banyaknya *podcast* yang bermuatan konten dakwah atau keislaman seperti yang tampak pada Gambar 2 di atas, maka sampai pada bagian ini dapat dikemukakan bahwa *podcast* atau *siniar* saat ini sudah banyak dimanfaatkan sebagai media untuk menyebarkan informasi-informasi keislaman, atau secara spesifik bisa dikatakan bahwa dewasa ini *podcast* dapat digunakan sebagai *media dakwah Islam*.

Berkenaan dengan fenomena pemanfaatan *podcast* sebagai media dakwah Islam seperti yang telah dipaparkan di atas, secara teoretis dan ilmiah ada beberapa hasil riset yang mengulas dan membahas mengenai penggunaan *podcast* sebagai media dakwah Islam ini. Di antara riset dan penelitian terdahulu yang membahas tentang *podcast* sebagai media dakwah ini, ialah riset yang pernah dilakukan oleh Wahyudi et al (2024); Sya'bani et al (2024); Efendi et al (2024); Padil & Lessy (2024); dan Nasution & Rambe (2024). Hasil riset dan penelitian terdahulu yang mengkaji tentang *podcast* sebagai media dakwa tersebut, menunjukkan bahwa aktivitas Dakwah Islam dengan memanfaatkan dan

menggunakan *podcast* sudah semakin eksis dan *establish*. Maka dari itu, aktivitas Dakwah Islam dengan menggunakan *podcast* sebagai mediana saat ini menjadi semacam *trend* baru dalam realitas penyebaran informasi keislaman di dunia digital.

Merespons fenomena dan realita aktivitas Dakwah Islam dengan memanfaatkan *podcast* yang sedang berkembang dan tengah menjadi *trend* ini, maka Majelis Ulama Indonesia (MUI) Purwakarta sebagai salah satu Lembaga Dakwah otoritatif di wilayah Purwakarta, terinspirasi dan terdorong untuk memproduksi konten dakwah Islam yang dikemas dalam format *podcast*. Aktivitas “Dakwah Islam” dan entitas “Majelis Ulama Indonesia (MUI)”, merupakan dua realitas yang saling terkait dan tidak bisa dipisahkan. Keterkaitan tersebut berada pada MUI sebagai sebuah lembaga yang program dan kegiatan utamanya melaksanakan aktivitas Dakwah Islam melalui berbagai media dan beragam format (Subhan, 2023), termasuk juga format *podcast* melalui media digital.

Berlatar belakang dari berkembangnya aktivitas Dakwah Islam yang dilakukan dengan media *podcast* seperti yang telah dipaparkan di atas, maka pada kerangka inilah Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kabupaten Purwakarta, Provinsi Jawa Barat, berinisiatif untuk memproduksi *Podcast Dakwah*. Produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta ini, digagas dan diinisiasi oleh Mahasiswa Program Studi (SI) Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) DR. KHEZ. Muttaqien Purwakarta, yang sedang melaksanakan kegiatan Praktik Profesi Lapangan (PPL). Kegiatan PPL Mahasiswa KPI STAI DR. KHEZ. Muttaqien di MUI Purwakarta ini, dilaksanakan oleh 4 Mahasiswa dan 1 Pembimbing. Adapun Mahasiswa Praktikan (Pelaksana PPL) ini ialah: (1) Haula Laelatun Hasanah; (2) Syifa Fricilla Agnia; (3) Riri Khoeriyatul Basyariyyah; (4) Rodiah. Mahasiswa Praktikan PPL di MUI Purwakarta tersebut, dibimbing oleh Faisal Muzzamil, Dosen Tetap Program Studi (SI) KPI STAI Dr. KHEZ. Muttaqien Purwakarta.

Memproduksi *Podcast* yang bermuatan pesan-pesan Dakwah Islam, merupakan salah satu gagasan dan program utama dari kegiatan PPL KPI di MUI Purwakarta. Produksi *Podcast Dakwah* tersebut, sebagai bentuk pengabdian yang diberikan oleh Mahasiswa Praktikan PPL bagi masyarakat luas dalam bidang keagamaan melalui MUI sebagai Lembaga Dakwah di Purwakarta. Maka dari itu, *Podcast Dakwah* yang diproduksi oleh Mahasiswa Praktikan PPL KPI ini, dapat dikategorikan sebagai kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). *Podcast Dakwah* yang diproduksi oleh Mahasiswa Praktikan PPL ini, pada realisasinya ada beberapa tahapan dan proses yang perlu ditempuh. Secara manajerial, proses produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta ini terdiri dari tiga tahap utama, yaitu: (1) Tahap Pra Produksi; (2) Tahap Produksi; (3) Tahap Pasca Produksi. Tiga tahapan inilah yang perlu ada dan perlu ditempuh dalam sebuah *manajemen produksi* suatu konten di media, termasuk *Podcast Dakwah*.

Berlandaskan pada tiga tahapan yang perlu ada dalam manajemen produksi konten di media, maka kegiatan PKM di MUI Purwakarta berupa produksi *Podcast Dakwah* ini, secara spesifik bertujuan untuk menggambarkan lebih jelas mengenai manajemen produksi *Podcast Dakwah* yang terdiri dari tiga tahapan berikut: (1) Tahap Pra Produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta; (2) Tahap Produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta; (3) Tahap Pasca Produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta. Tiga tahapan dalam manajemen produksi *Podcast Dakwah* tersebut, menjadi fokus pembahasan yang akan diuraikan dari hasil kegiatan PKM di MUI Purwakarta ini.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) berupa kegiatan manajemen produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta ini, dilaksanakan dengan menggunakan metode *Service Learning*. Secara konseptual, metode *service learning* ini adalah sebuah metode dalam kegiatan

PKM yang dilaksanakan dengan cara memberikan pembelajaran dan pelayanan kepada masyarakat guna memecahkan permasalahan atau mencapai target dan tujuan tertentu (Muzzamil et al., 2025).

Berdasarkan konsep tersebut, maka secara operasional aktivitas PKM berupa kegiatan produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta ini, dilaksanakan dengan cara memberikan pembelajaran (*learning*) dan melakukan pelayanan (*service*) bagi MUI Purwakarta sebagai Lembaga Dakwah dalam memproduksi *Podcast Dakwah*. Pada aspek pembelajaran (*learning*), Mahasiswa Praktikan PPL ini melakukan diskusi, *brainstorming* dan menciptakan ide dalam merencanakan dan membuat *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta. Kemudian pada aspek pelayanan (*service*), Mahasiswa Praktikan PPL ini membantu secara teknis dan prosedural dalam membuat *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta.

Aspek pembelajaran (*learning*) dalam metode pelaksanaan kegiatan PKM seperti yang telah dijelaskan di atas, pada praktiknya termasuk pada tahapan *pra produksi*; sedangkan aspek pelayanan (*service*) dalam metode pelaksanaan kegiatan PKM tersebut, merupakan bentuk nyata dari tahapan *produksi* dan *pasca produksi* dalam manajemen produksi *Podcast Dakwah*. Mengacu pada metode *Service Learning* yang digunakan dalam PKM berupa kegiatan manajemen produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta seperti yang telah dipaparkan tersebut, maka secara metodologis kegiatan PKM ini dilaksanakan melalui tiga tahapan berikut:

Pertama, tahap pra produksi. Pada tahap ini, Mahasiswa Praktikan PPL melakukan diskusi dengan Pihak MUI Purwakarta mengenai perencanaan produksi dan pembuatan *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta; *kedua*, tahap produksi. Pada tahap ini, Mahasiswa Praktikan PPL secara penuh membantu dalam produksi dan pembuatan *Podcast Dakwah* dari segi teknis, prosedural hingga operasional; *Ketiga*, tahap pasca produksi. Pada tahap ini, Mahasiswa Praktikan PPL memiliki tugas utama untuk menyunting (*editing*) hasil

Podcast Dakwah yang sudah diproduksi, dan mengunggahnya (*uploading*) ke *Channel YouTube* milik MUI Kabupaten Purwakarta.

Kegiatan PKM berupa manajemen produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta dengan metode *Service Learning* seperti yang telah dijelaskan di atas, tidak akan terlaksana dengan baik jika tidak terpenuhinya komponen-komponen yang ada dalam kegiatan PKM ini. Maka dari itu, pada realisasinya kegiatan PKM ini memiliki lima komponen yang saling terkait dan berhubungan. Lima komponen dalam kegiatan PKM ini terdiri dari: (1) Waktu PKM. PKM ini dilaksanakan sesuai dengan jadwal PPL KPI di MUI Purwakarta, yakni dari tanggal 21 Agustus s.d. 27 September 2024; (2) Tempat PKM. Lokasi PKM ini difokuskan di Kantor MUI Purwakarta, yang beralamat di Jl. Jend. Ahmad Yani, No. 79, Purwakarta 41113, Jawa Barat; (3) Pelaksana PKM. PKM di MUI Purwakarta ini dilaksanakan oleh 4 Mahasiswa Praktikan PPL yang dipandu oleh 1 Pembimbing PPL seperti yang sudah diuraikan pada bagian Pendahuluan; (4) Mitra PKM. Secara spesifik, yang menjadi mitra dalam PKM ini adalah Pihak MUI Purwakarta yang terlibat dalam produksi *Podcast Dakwah*; (5) Agenda PKM. PKM berupa manajemen produksi *Podcast Dakwah* ini, memiliki tiga agenda kegiatan utama yang meliputi *pra produksi*, *produksi* dan *pasca produksi*.

Demikian itulah uraian tentang *Metode Pelaksanaan* kegiatan PKM berupa manajemen produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta. Berdasarkan uraian tersebut, maka sekurang-kurangnya ada tiga poin yang perlu ditegaskan pada bagian ini, yaitu: *Pertama*, PKM ini menggunakan metode *service learning*; *Kedua*, PKM ini dilaksanakan dalam tiga tahapan, yaitu *pra produksi*, *produksi* dan *pasca produksi*; *Ketiga*, PKM ini memiliki lima komponen kegiatan yang terdiri dari *waktu*, *tempat*, *pelaksana*, *mitra* dan *agenda*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Didasarkan atas realisasi dari kegiatan PKM berupa manajemen produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta, maka diperoleh beberapa temuan dan hasil yang strategis. Temuan dan hasil kegiatan yang dicapai dalam PKM ini, telah sesuai dengan tujuan PKM yang telah dinyatakan pada bagian Pendahuluan. Adapun tujuan dari PKM ini yaitu untuk menggambarkan secara lebih jelas mengenai tiga tahapan dalam manajemen produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta.

Mengacu pada tiga tahapan dalam manajemen produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta, maka pada bagian “Hasil dan Pembahasan” ini, secara komprehensif dan sistematis akan menguraikan tiga fokus bahasan berikut, yaitu: (1) Tahap Pra Produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta; (2) Tahap Produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta; (3) Tahap Pasca Produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta. Secara lebih lengkap, ketiga fokus pembahasan tersebut diuraikan di bawah ini:

Tahap Pra Produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta

Proses produksi konten untuk media digital, baik itu berupa audio atau video, secara manajerial dan prosedural perlu sekurang-kurangnya menempuh tiga tahapan berikut, yaitu: *pra produksi*, *produksi* dan *pasca produksi*. Tiga tahapan tersebut menjadi prosedur yang baku dalam proses memproduksi konten. Konten yang diproduksi untuk jurnalistik (Susanti & Ratmita, 2020), media sosial (Sukmana et al., 2023), *Channel YouTube* (Vebrynda, 2022), hingga film pendek (Ananda et al., 2023), secara keseluruhan memiliki alur proses manajemen yang terdiri dari tiga tahapan produksi yang telah dikemukakan tadi, yakni: *pra produksi*, *produksi* dan *pasca produksi*. Mengacu pada tiga tahapan dalam proses memproduksi suatu konten tersebut, maka secara sistematis dan teoretis manajemen produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta ini memiliki tiga tahapan dan proses yang sama seperti produksi suatu konten, maka dari itu, tahap yang paling awal dalam manajemen

produksi *Podcast Dakwah* di Purwakarta ini ialah *tahap pra produksi*.

Tahap pra produksi ini, merupakan tahapan pertama dalam rangkaian manajemen produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta. Pada tataran praktisnya, tahap pra produksi ini sama seperti tahap perencanaan sebelum melaksanakan rangkaian agenda kegiatan yang utama. Oleh karena itu, jika meminjam dan mengadopsi teori *POAC (Planning, Organizing, Actuating and Controlling)* dari Terry (2021), tahap pra produksi ini sama seperti prinsip *Planning* atau perencanaan (Syahputra & Aslami, 2023). Berdasarkan kondisi objektif selama pelaksanaan PKM di Kantor MUI Purwakarta, secara tealistis tahapan pra produksi dalam manajemen produksi *Podcast Dakwah* ini, direalisasikan dalam dua bentuk kegiatan, yakni perencanaan dan persiapan produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta. Untuk bentuk perencanaan dapat disebut dengan *planning*, dan untuk bentuk persiapan dapat disebut dengan *preparing*. Oleh karena itu, secara spesifik dapat dikatakan bahwa tahap pra produksi ini terdiri dari dua bentuk kegiatan utama, yaitu *planning* dan *preparing*. Dua bentuk kegiatan tersebut, menjadi salah satu temuan utama (*main finding*) dalam PKM ini.

Pembahasan pertama mengenai tahap pra produksi pada pembuatan *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta ini, dimulai dari kegiatan *planning* atau perencanaan. Berdasarkan kondisi objektif di Kantor MUI Purwakarta, perencanaan untuk memproduksi *Podcast Dakwah* ini diawali dengan diskusi yang melibatkan Mahasiswa Praktikan PPL dengan pihak MUI Purwakarta yang pada saat itu diwakili langsung oleh Sekretaris Umum MUI Purwakarta, yakni Dr. KH. Yusep Solihudien, M.Ag. dan Ketua Bidang Fatwa, yakni Ust. Muhammad Faraj Bajri, M.Ag. Secara lebih jelas, di bawah ini gambaran umum ketika diskusi untuk merencanakan produksi *Podcast Dakwah* di Kantor MUI Kabupaten Purwakarta:



Gambar 3: Perencanaan Produksi Podcast Dakwah

Gambar 3 di atas merupakan kondisi dan suasana pada saat diskusi untuk merencanakan pembuatan *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta. Tampak pada Gambar 3 tersebut, Mahasiswa Praktikan PPL sebagai Pelaksana PKM dan pihak MUI Purwakarta sebagai Mitra PKM sedang berdiskusi membicarakan perencanaan pembuatan dan produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta. Dalam diskusi dan tersebut, diketahui bahwa landasan dasar untuk memproduksi *Podcast Dakwah* ini ialah untuk mengemas dan menyebarkan pesan-pesan keislaman yang lebih kekinian, variatif dan lebih menarik. Sehingga pesan-pesan *Dakwah Islam* dapat diterima oleh semua kalangan, termasuk juga generasi milenial yang saat ini mendominasi dunia digital. Atas dasar keperluan tersebut, maka produksi *Podcast Dakwah* ini menjadi suatu langkah strategis sebagai upaya pengembangan dakwah dengan memanfaatkan media sosial dan media digital. Berkenaan dengan landasan dasar produksi *Podcast Dakwah* tersebut, salah satu Mahasiswa Praktikan PPL pada saat berdiskusi dengan Pihak MUI Purwakarta mengungkapkan:

“...Menarik kalau sekarang *Dakwah* itu menggunakan *podcast*, soalnya kan udah mulai banyak juga yang kaya gitu. Sekarang di *YouTube* juga banyak *channel* yang *Islami*. Makanya kalau diizinkan, kami berinisiatif untuk membuat *podcast* seperti itu, jadi isinya *dakwah* gitu... Nantikan kalau di *YouTube*, bisa ditonton lebih luas, anak-anak muda juga bisa nonton, gak harus datang ke pengajian kalau mau dengerin *dakwah*...”

Merespons gagasan dan pernyataan dari Mahasiswa Praktikan PPL sebagai Pelaksana PKM tersebut, Pihak

MUI sebagai Mitra PKM menanggapinya dengan positif dan menyambutnya dengan baik ide dan rencana produksi *Podcast Dakwah* tersebut. Sehingga pada saat diskusi perencanaan tersebut, gagasan untuk membuat dan memproduksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta ini, diterima dengan baik dan bisa segera direalisasikan. Demikian itulah gambaran objektif dari hasil diskusi dan perencanaan (*planning*) dari produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta. Mengamati dari seluruh proses diskusi dan perencanaan tersebut, maka sampai pada bagian ini dapat dinyatakan bahwa inisiasi dan gagasan produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta dari Pelaksana PKM, dapat diterima dengan baik oleh Mitra PKM.

Selanjutnya, setelah memaparkan tentang kegiatan perencanaan atau *planning*, maka pada pembahasan yang kedua ini akan menguraikan gambaran objektif dari kegiatan adalah atau *preparing* pada tahap pra produksi. Setelah diterimanya gagasan untuk memproduksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta oleh Mitra PKM, maka langkah selanjutnya ialah mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan untuk membuat dan memproduksi *Podcast Dakwah*. Langkah mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan untuk memproduksi *Podcast Dakwah* ini disebut dengan kegiatan *preparing*. Pada kegiatan *preparing* ini Pelaksana PKM dan Mitra PKM membahas beberapa poin penting yang harus dipersiapkan sebelum memproduksi *Podcast Dakwah* tersebut. Berdasarkan hasil diskusi pada perencanaan, maka didapatkan lima poin yang perlu dipersiapkan sebelum masuk pada tahap produksi *Podcast Dakwah* tersebut, yaitu: (1) Format Podcast; (2) Tema Podcast; (3) Pengisi Podcast; (4) Waktu Podcast; (5) Tempat Podcast. Secara lebih komprehensif, berikut adalah uraian praktis dari kelima poin persiapan tersebut:

Pertama, format podcast: *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta ini dikemas dan disajikan dalam bentuk format komunikasi dialogis antara narasumber dan pemandu acara. Format *podcast* ini secara komunikatif

disajikan dengan bahasa sehari-hari yang mudah dipahami dan berkesesuaian dengan kondisi kekinian.

Kedua, tema podcast: tema utama yang akan diangkat dalam *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta ini ialah relitas keislaman di era digital dan generasi milenial. Dari tema utama tersebut, dipersiapkan untuk diproduksi dua judul *Podcast Dakwah*, yaitu *Mewaspada! Jahiliyah Milenial Digital* dan *Bedah Buku Islam & Jihad Literasi di Era Digital*.

Ketiga, pengisi podcast: Dalam *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta ini akan ada dua *talent* yang ditampilkan (*in frame*), yaitu Narasumber dan Pemandu Acara. Pihak MUI sebagai Mitra PKM menjadi Narasumber, dan Mahasiswa Praktikan PPL sebagai Pelaksana PKM bertindak sebagai Pemandu Acara.

Keempat, waktu podcast: realisasi waktu yang direncanakan dan dipersiapkan untuk memproduksi *Podcast Dakwah* ini ialah dua episode. Waktu pelaksanaan produksi *podcast* tersebut dilakukan pada saat berlangsungnya kegiatan PPL Mahasiswa sekaligus PKM di MUI Purwakarta.

Kelima, tempat podcast: Produksi *Podcast Dakwah* ini dari segi tempatnya akan difokuskan pada ruang utama Kesekretariatan MUI Purwakarta. Secara representatif, ruangan tersebut dapat digunakan sebagai *set* untuk proses produksi *Podcast Dakwah* dengan format dialog.

Demikian itulah pembahasan tentang Tahap Pra Produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta. Dari pembahasan tersebut, maka sampai pada bagian ini ada tiga temuan utama (*main finding*) yang dapat dikemukakan mengenai tahap pra produksi ini, yaitu: *Pertama*, tahap pra produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta ini direalisasikan dalam dua bentuk kegiatan, yakni persiapan (*planning*) dan persiapan (*preparing*). *Kedua*, kegiatan perencanaan dalam tahap pra produksi ini bertujuan untuk mendiskusikan *landasan dasar* dan *tujuan utama* dari diproduksinya *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta. *Ketiga*, kegiatan persiapan dalam tahap pra produksi ini berfokus pada lima persiapan berikut, yakni

format podcast, tema podcast, pengisi podcast, waktu podcast dan tempat podcast.

Tahap Produksi Podcast Dakwah di MUI Purwakarta

Setelah pada pembahasan sebelumnya menguraikan hasil yang dicapai dan temuan yang didapatkan pada *Tahap Pra Produksi Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta, maka pada bagian ini akan dibahas mengenai hasil (*result*) dan temuan (*finding*) pada *Tahap Produksi*. Tahap produksi ini, secara teknis dan praktis menjadi tahap inti dalam produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta. Karena pada tataran operasionalnya, pada tahap produksi inilah semua perencanaan dan persiapan yang sebelumnya sudah dirumuskan, masuk pada tahap eksekusi dan realisasi. Tahap produksi ini, jika mengacu pada Teori POAC dalam studi manajemen, maka sama seperti prinsip *Organizing* dan *Actuating*, yakni pengorganisasian sebuah kegiatan dan aktualisasi dari sebuah kegiatan yang sudah dirancang dan direncanakan.

Berlandaskan pada prinsip *Organizing* dan *Actuating* dalam studi manajemen, maka pada tataran operasionalnya tahap produksi dalam pembuatan dan produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta direalisasikan dalam dua bentuk kegiatan, yaitu *pelaksanaan* dan *perekaman*. Dua bentuk kegiatan tersebut, didapatkan dari hasil pengamatan secara objektif pada saat pelaksanaan kegiatan PKM di Kantor MUI Purwakarta tersebut. Oleh karena itu, berdasarkan kondisi objektif dari tahap produksi *Podcast Dakwah* ini, maka pada pembahasan ini dapat dinyatakan bahwa ada dua bentuk kegiatan dalam tahap produksi ini, yaitu: (1) Pelaksanaan; (2) Perekaman. Untuk kegiatan pertama yaitu *pelaksanaan*, dapat disebut dengan *implementing*; sedangkan untuk kegiatan kedua yaitu perekaman, dapat disebut dengan *recording*. Secara lebih jelas dan lengkap, uraian dari kedua bentuk kegiatan dalam tahap produksi tersebut, dipaparkan di bawah ini:

Kegiatan pertama dalam tahap produksi pada manajemen produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta ialah *pelaksanaan* atau *implementing*. Didasarkan atas hasil pengamatan objektif di lokasi kegiatan PKM, yakni Kantor MUI Purwakarta, maka didapatkan temuan bahwa kegiatan *pelaksanaan* atau *implementing* dalam tahap produksi *Podcast Dakwah* ini berfokus pada eksekusi dan operasionalisasi dari pembuatan *Podcast Dakwah*. Dalam eksekusi dan operasionalisasi pelaksanaan produksi *Podcast Dakwah* tersebut, diketahui bahwa ada empat unsur yang melekat dalam kegiatan *implementing* dari tahap produksi *Podcast Dakwah* ini. Adapun empat unsur dalam kegiatan pelaksanaan produksi *Podcast Dakwah* tersebut ialah: (1) Waktu Pelaksanaan Produksi; (2) Tempat Pelaksanaan Produksi; (3) Narasumber dan Bahasan Podcast; (4) Pemandu Acara Podcast. Secara lebih sistematis, keempat unsur pelaksanaan dalam tahap produksi tersebut dibahas pada uraian berikut:

Pertama, waktu pelaksanaan produksi. Seperti yang telah dibahas pada bagian *Tahap Pra Produksi*, produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta direncanakan (*planning*) dan dipersiapkan (*preparing*) adalah dua episode. Oleh karena itu, pada tahap produksi inilah dua episode tersebut dilaksanakan. Secara nyata, produksi *Podcast Dakwah* Episode 1 dilaksanakan pada Rabu, 4 September 2024, dan *Podcast Dakwah* Episode 2 dilaksanakan pada Kamis, 19 September 2024.

Kedua, tempat pelaksanaan produksi. Sesuai dengan hasil perencanaan dan persiapan pada *Tahap Pra Produksi*, maka *sett* tempat untuk produksi *Podcast Dakwah* ini ialah di ruang utama Kesekretariatan MUI Purwakarta. Dipilihnya ruangan tersebut sebagai tempat produksi *podcast*, berdasarkan pertimbangan bahwa ruangan tersebut cukup representatif untuk digunakan sebagai *mini studi* produksi *podcast* atau rekaman konten lainnya. Berikut adalah gambaran umum tempat produksi *Podcast* di Kantor MUI Purwakarta:



Gambar 4: Tempat Produksi Podcast Dakwah

Ketiga, narasumber dan bahasan *podcast*. Dalam proses produksi *Podcast Dakwah*, ada dua narasumber untuk dua episode. Narasumber Episode 1 adalah Dr. KH. Yusep Solihudien, M.Ag. Beliau Sekretaris Umum MUI Purwakarta. Pada Episode 1, Narasumber membahas tentang *Mewaspada! Jahiliyah Milenial Digital*. Kemudian Narasumber Episode 2 adalah Ust. Muhammad Faraj Bajri, M.Ag. Beliau adalah Ketua Bidang Fatwa MUI Purwakarta. Pada Episode 2 ini, *Podcast Dakwah* disajikan dalam bentuk bedah buku dari Narasumber. Maka dari itu, pada Episode 2 ini Narasumber mengulas dan membahas tentang *Bedah Buku Islam & Jihad Literasi di Era Digital*. Berikut adalah dokumentasi setelah selesai produksi *Podcast Dakwah* Episode 2:



Gambar 5: Suasana Setelah Produksi Podcast Episode 2
Keempat, pemandu acara *podcast*. Selain Narasumber, peran penting dalam sebuah *podcast* ini tidak bisa dilepaskan dari Pemandu Acara atau *Host*. Maka dari itu, sebuah *podcast* tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya *host* ini, termasuk juga dalam *Podcast Dakwah* di

MUI Purwakarta. Pada pelaksana produksi *Podcast Dakwah* ini, Mahasiswa Praktikan PPL sebagai Pelaksana PKM bertindak sebagai pemandu acara *podcast*. Pada Episode 1, ada dua orang *host podcast*, yaitu Riri Khoeriyatul Basyariyyah dan Rodiah. Kemudian pada Episode 2, *Podcast Dakwah* tersebut dipandu oleh Rodiah. Berikut adalah gambaran umum pada saat *host* memandu *podcast* di Episode 1:



Gambar 6: Host sedang Memandu Podcast Dakwah

Demikian itulah pembahasan mengenai kegiatan pelaksanaan (*implementing*) pada tahap produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta. Pembahasan selanjutnya dalam tahap produksi ini ialah mengenai kegiatan kedua yang realisasikan dalam membuat dan memproduksi *Podcast Dakwah*, yaitu perekaman atau *recording*. Pembahasan kegiatan perekaman ini, pada dasarnya sebagai pelengkap uraian dari pembahasan pelaksanaan produksi *Podcast Dakwah* seperti yang telah diuraikan di atas, dan sekaligus juga untuk memberikan gambaran nyata dari proses produksi *Podcast Dakwah*.

Berdasarkan hasil pengamatan dan kondisi objektif pada saat pelaksanaan produksi *Podcast Dakwah* di Kantor MUI Purwakarta, maka dapat digambarkan bahwa proses produksi *Podcast Dakwah* tersebut dilakukan dengan cara merekam (*recording*) menggunakan *smartphone*. Memanfaatkan fitur yang ada di *smartphone*, maka proses perekaman atau *recording* produksi *Podcast Dakwah* tersebut, difokuskan pada perekaman *audio* dan *visual* dengan menggunakan *camera* dan *microphone* yang ada di *smartphone*. Oleh karena itu, secara praktis poses peremakaman dalam produksi *Podcast Dakwah* ini secara total memanfaatkan dan menggunakan teknologi

smartphone dengan tambahan *tripod*. Gambaran nyata dari proses *recording* produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta ini, seperti yang tampak pada Gambar 4.

Selain proses perekaman yang menggunakan *smartphone* dengan tambahan alat berupa *tripod*, kegiatan perekaman pada tahap produksi ini tidak akan berjalan tanpa ada yang orang mengoperasikannya. Oleh karena itu, kegiatan perekaman pada tahap produksi ini tidak bisa pisahkan dari tim produksi di belakangnya. Maka dari itu, selain *talent* yang terdiri dari Narasumber dan *Host*, peran penting Tim Produksi atau *Crew* ini juga tidak bisa dipisahkan dari keterlaksanaan proses perekaman produksi *Podcast Dakwah*. Adapun Tim Produksi dalam *Podcast Dakwah* ini terdiri dari dua orang Mahasiswa Praktikan PPL sebagai Pelaksana PKM, yaitu Haula Laelatun Hasanah dan Syifa Fricilla Agnia.

Secara keseluruhan, itulah pembahasan tentang *Tahap Produksi* dalam produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta. Berdasarkan pembahasan tersebut, maka sampai pada bagian ini dapat dinyatakan bahwa ada tiga temuan utama (*main finding*) dalam uraian mengenai tahap produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta, yaitu: *Pertama*, ada dua kegiatan utama dalam tahap produksi ini, yakni *pelaksanaan (implementing)* dan *perekaman (recording)*; *Kedua*, dalam pelaksanaan produksi *Podcast Dakwah*, ada empat unsur kegiatan pelaksanaan di dalamnya, yakni *waktu pelaksanaan produksi, tempat pelaksanaan produksi, narasumber podcast* dan *host podcast*; *Ketiga*, dalam proses perekaman pada produksi *Podcast Dakwah* ini dilakukan oleh Tim Produksi dengan menggunakan *smartphone* dan *tripod*.

Tahap Pasca Produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta

Tahap ketiga dalam manajemen produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta ini adalah *tahap pasca produksi*. Tahap pasca produksi ini merupakan tahap terakhir dari seluruh rangkaian proses produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta. Menggunakan kerangka

Teori POAC dalam Studi Manajemen, maka tahap pasca produksi ini dapat dikategorikan pada prinsip *Controlling*, yakni melakukan pengelolaan, pengaturan dan kontrol terhadap konten *Podcast Dakwah* yang sudah diproduksi. Merujuk pada prinsip *Controlling* tersebut, maka tahap pasca produksi dalam manajemen produksi *Podcast Dakwah* direalisasikan dengan cara mengelola atau mengontrol dengan baik dari hasil produksi *Podcast Dakwah* agar layak dipublikasikan.

Berdasarkan hasil pengamatan secara objektif pada saat proses produksi *Podcast Dakwah* di Kantor MUI Purwakarta, maka didapatkan temuan bahwa tahap pasca produksi ini dilakukan dengan dua bentuk kegiatan, yaitu *penyuntingan* dan *pengunggahan* hasil produksi *Podcast Dakwah*. Dua bentuk kegiatan pada tahap pasca produksi tersebut, secara populer dapat disebut dengan *editing* untuk kegiatan penyuntingan, dan *uploading* untuk kegiatan pengunggahan. Maka dari itu secara spesifik, dapat dinyatakan bahwa tahap pasca produksi ini terdiri dari dua bentuk kegiatan, yaitu *editing (penyuntingan)* dan *uploading (pengunggahan)*. Pembahasan secara lebih lengkap tentang dua kegiatan pada tahap pasca produksi tersebut, diuraikan dan dipaparkan secara praktis di bawah ini:

Pertama, kegiatan penyuntingan atau *editing*. Secara khusus, *editing* ini merupakan kegiatan menyunting, memperbaiki, mengoreksi hingga memaksimalkan *master file* video hasil perekaman (*recording*) pada tahap produksi. Tujuan dari adanya kegiatan *editing* pada tahap pasca produksi ini, ialah untuk memaksimalkan hasil *audio* dan *visual* dari produksi *podcast* sehingga layak untuk disajikan dan dipublikasikan. Berikut adalah gambaran umum kegiatan *editing* pada tahap pasca produksi agar hasil produksi *Podcast Dakwah* layak untuk disajikan pada media digital milik MUI Purwakarta:



Gambar 7: Editing Hasil Produksi Podcast Dakwah

Hasil *editing* dari pada tahap pasca produksi seperti yang tampak pada Gambar 7 di atas, selanjutnya diunggah ke kanal *YouTube* MUI Kabupaten Purwakarta. Berikut adalah *YouTube Channel* MUI Purwakarta:



Gambar 8: *YouTube Channel* MUI Purwakarta

Kedua, kegiatan pengunggahan atau *uploading*. Setelah kegiatan *editing* selesai seperti yang tampak pada Gambar 7 di atas, maka kegiatan terakhir dalam manajemen produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta, ialah proses pengunggahan hasil *editing* ke *Chaneel YouTube* MUI Purwakarta seperti yang tampak pada Gambar 8 di atas. Kegiatan pengunggahan hasil *editing* produksi *Podcast Dakwah* itu, secara populer disebut dengan tahap *uploading*. Tahap *uploading* ini, merupakan tahap terakhir dari seluruh rangkaian dan agenda kegiatan dalam manajemen produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta.

Berdasarkan hasil produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta seperti yang sudah dibahas pada bagian *Tahap Produksi*, maka ada dua Episode *Podcast Dakwah* yang diunggah ke *Channel YouTube* MUI Kabupaten Purwakarta. Berikut adalah hasil produksi *Podcast*

Dakwah yang sudah diunggah dan sudah tayang di *Channel YouTube* MUI Kabupaten Purwakarta:



Gambar 9: Podcast Dakwah Episode 1

Gambar 9 di atas adalah *Thumbnail* dari Episode 1 *Podcat Dakwah* yang sudah diunggah dan tayang di *Channel YouTube* MUI Purwakarta. Judul lengkap dari Episode 1 *Podcast Dakwah* tersebut ialah “*Mewaspadaai Jahiliyyah Millenial Digital*”. Episode 1 *Podcast* tersebut dapat diakses pada tautan (*link*) berikut: https://youtu.be/eXivyvl-8y4?si=p_ZQdZEAWRr1vWpb Kemudian, untuk Episode 2 juga sudah diunggah pada *Channel YouTube* MUI Purwakarta. Berikut adalah gambaran dari Episode 2 produksi *Podcast Dakwah* yang telah diunggah:



Gambar 10: Podcast Dakwah Episode 2

Gambar 10 di atas adalah *Thumbnail* dari Episode 2 *Podcat Dakwah* yang sudah diunggah dan tayang di *Channel YouTube* MUI Purwakarta. Judul lengkap dari Episode 2 *Podcast Dakwah* tersebut ialah “*Bedah Buku Islam & Jihad Literasi di Era Digital*”. Episode 2 *Podcast*

tersebut dapat diakses pada tautan (*link*) berikut:
<https://youtu.be/j6ixaDHuvOg?si=ekx5F1rdhIV3j415>

Demikian uraian dan pembahasan tentang tahap pasca produksi dari manajemen produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta. Mencermati dari seluruh kegiatan yang dilakukan pada tahap pasca produksi tersebut, maka didapatkan temuan utama (*main finding*) bahwa ada dua kegiatan pada tahap pasca produksi ini, yakni: *Pertama*, kegiatan penyuntingan atau *editing*; *Kedua*, kegiatan pengunggahan atau *uploading*.

RENCANA TINDAK LANJUT

Merujuk pada hasil yang dicapai dalam pelaksanaan kegiatan PKM yang telah diuraikan secara komprehensif pada bagian “Hasil dan Pembahasan” di atas, maka ada bagian “Rencana Tindak Lanjut” ini, sekurang-kurangnya ada dua poin yang perlu dikemukakan, yaitu:

Pertama, perlu adanya tindak lanjut untuk memproduksi *Podcast Dakwah* episode berikutnya. *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta ini, perlu diproduksi secara rutin agar manfaat pesan keislaman yang disampaikan melalui *podcast* tersebut bisa menyebar lebih luas dan dapat menjangkau lebih banyak kalangan di masyarakat.

Kedua, perlu adanya tindak lanjut program Praktik Profesi Lapangan (PPL) di MUI Purwakarta. Program PPL yang diselenggarakan oleh STAI DR. KHEZ. Muttaqien di MUI Purwakarta ini, dapat menjadi kegiatan pengabdian dari Mahasiswa Praktikan PPL kepada masyarakat melalui program kerja yang ada di MUI Kabupaten Purwakarta.

Demikian itulah dua Rencana Tindak Lanjut (RTL) dari hasil kegiatan PKM berupa manajemen produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta ini. Mengacu pada dua poin RTL tersebut, maka perlu adanya upaya lanjutan untuk dapat merealisasikan tindak lanjut dari kegiatan PKM ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang dicapai dari pelaksanaan kegiatan PKM yang sudah dibahas di atas, maka sampai pada bagian ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan PKM berupa manajemen produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta, telah berhasil terlaksana dan terealisasi dengan baik. Indikator keberhasilan dari kegiatan PKM tersebut, dapat diamati pada ketercapaian tujuan PKM yang telah dirumuskan sebelumnya. Kegiatan PKM ini telah mencapai tujuan yang ditetapkan, yakni menggambarkan lebih jelas mengenai menggambarkan lebih jelas mengenai manajemen produksi *Podcast Dakwah* MUI Purwakarta yang terdiri dari tahap *pra produksi*, *produksi* dan *pasca produksi*. Mengacu pada Kesimpulan hasil PKM tersebut, maka pada bagian ini dapat dikemukakan tiga temuan (*finding*) strategis dari kegiatan PKM berupa manajemen produksi *Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta. Adapun tiga temuan tersebut, yaitu: *Pertama*, ada dua bentuk kegiatan pada tahap pra produksi, yaitu perencanaan (*planning*) dan persiapan (*preparing*); *Kedua*, ada dua bentuk kegiatan pada tahap produksi, yaitu pelaksanaan (*implementing*) dan perekaman (*recording*); *Ketiga*, ada dua bentuk kegiatan pada tahap pasca produksi, yaitu penyuntingan (*editing*) dan pengunggahan (*uploading*).

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan PKM berupa *Manajemen Produksi Podcast Dakwah* di MUI Purwakarta ini, tidak akan terlaksana dengan baik jika tanpa bantuan berbagai pihak. Maka dari itu, pada bagian akhir ini diucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu, mendukung dan memfasilitasi kegiatan PKM ini.

Terakhir, secara khusus diucapkan terima kasih empat pihak berikut: (1) Sofia Gussevi, M.Ag, CPM, selaku Ketua Panitia Pelaksana Praktik Profesi Lapangan (PPL) Tahun Akademik 2024/2025 STAI DR. KHEZ. Muttaqien. (2) Dr. KH. Yosep Solihudien, M.Ag, selaku Narasumber Podcast Episode I, yang juga merupakan

Sekretaris Umum MUI Purwakarta. (3) Ust. Muhammad Faraj Bajri, M.Ag, selaku Narasumber Podcast Episode 2, yang juga merupakan Ketua Bidang Fatwa MUI Purwakarta. (4) Reza Fahrizal, S.E, Staf Kesekretariatan MUI Purwakarta, yang telah banyak membantu secara teknis dan operasional.

REFERENSI

- Ananda, T. A., Dewi, N. K., & Saleh, M. Z. (2023). Fenomena Perubahan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Tantangan di Era Digital. *JUPIMAN: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(4), 98–107. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jupiman.v2i4.2738>
- Efendi, E., Nasution, N., & Rao, A. M. (2024). Alternatif Media Dakwah di Era Digital. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(3), 943–951. <https://doi.org/https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i3.734>
- Javier, F. (2024, July 10). *Podcast yang Paling Disukai di Indonesia*. TEMPO. <https://www.tempo.co/data/data/podcast-yang-paling-disukai-di-indonesia--991193>
- Kustiawan, W., Diva, D. D. F., Hasanah, M., Napitupulu, U. Z., Lubis, S. H., & Simanjuntak, H. H. A. (2024). Analisis Ketertarikan Pendengar terhadap Bentuk Penyiaran Digital Podcast. *Azzahra: Scientific Journal of Social and Humanities*, 2(1), 29–36. <https://journal.csspublishing.com/index.php/azzahra/article/view/726>
- Muzzamil, F., Basyariyyah, R. K., Hasanah, H. L., Agnia, S. F., & Rodiah. (2025). Pelayanan Sertifikasi Halal Produk Non Daging bagi Pelaku UMKM di MUI Kabupaten Purwakarta. *Beujroh: Jurnal Pemberdayaan Dan Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(1), 29–55. <https://doi.org/https://doi.org/10.61579/beujroh.v3i1.349>
- Nasution, S. R., & Rambe, E. (2024). Strategi Dakwah di Era Digital: Studi Kasus Podcast Ustadz Adi Hidayat Melalui Siaran Youtube. *Rumbio: Jurnal Pendidikan Dan Humaniora*, 1(1), 1–8. <https://journal-rumbio.willyprint-art.my.id/index.php/ojs/article/view/1>
- Nikmatur, B., & Mahiruni, S. K. (2023, November 26). *10 Podcast Paling Populer di Indonesia, Curhat Bang Densu di Posisi Pertama*. *Jatim Times*. <https://jatimtimes.com/baca/297205/20230926/062100/10-podcast-paling-populer-di-indonesia-curhat-bang-densu-di-posisi-pertama>
- Padil, R., & Lessy, Z. (2024). Dakwah pada Media dalam Membentuk Identitas Sosial Remaja. *Al-Qolamuna: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(3), 138–147. <https://doi.org/https://doi.org/10.71242/vpt2d666>
- Pandusaputri, N. A., Mokodompit, R. B. R., & Irwansyah. (2024). Peminat Radio dan Podcast Kalangan Generasi Z Saat Berkendara. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 4(1), 179–192. <https://doi.org/https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i1.1579>
- Reuters Institute For The Study Of Journalism. (2024, June 17). *Our Podcast. Digital News Report 2024. Episode 1. What You Need To Know*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/our-podcast-digital-news-report-2024-episode-1-what-you-need-know>
- Saroja, D. A., Saputra, R. H., Pradana, L. B., Amalia, R. T., & Arisayu, J. T. C. (2024). Edukasi Agama di Era Digital: Analisa Podcast LOGIN sebagai Pemanfaatan Platform Youtube untuk Penyebaran Dakwah dan Pembelajaran Keagamaan. *Tashdiq: Jurnal Kajian Agama Dan Dakwah*, 5(2), 21–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.4236/tashdiq.v5i2.3894>
- Subhan, H. (2023). Pola Komunikasi Dakwah MUI di Indonesia pada Era Society 5.0. *Al-Tsiqoh: Jurnal*

- Ekonomi Dan Dakwah Islam*, 8(1), 34–51.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31538/altsiq.v8i1.3683>
- Sudarmoyo. (2020). Podcast sebagai Alternatif Media Pembelajaran Jarak Jauh. *Edudikara: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 5(2), 65–73.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32585/edudikara.v5i2.212>
- Sukmana, K. A., Razandi, M. A., Maulana, M. A. A., & Sudiwijaya, E. (2023). Manajemen Produksi Konten TikTok @lpantat12 dalam Endorse Produk. *Jurnal Audience*, 4(2), 264–277.
<https://doi.org/https://doi.org/10.18196/jas.v4i2.26>
- Susanti, S., & Ratmita, R. A. (2020). Manajemen Produksi Program Berita di iNews TV Bandung. *JIPSI: Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 10(2), 1–17.
<https://doi.org/10.34010/JIPSI.V10I2.3867>
- Sya'bani, M. H., Razzaq, A., & Hamandia, M. R. (2024). Analisis Pesan Dakwah pada Media Sosial Podcast Login Habib Ja'far dan Onad. *Pubmedia Social Sciences and Humanities*, 1(3), 1–15.
<https://doi.org/https://doi.org/10.47134/pssh.v1i3.170>
- Syahputra, R. D., & Aslami, N. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Makreju: Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(3), 51–61.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55606/makreju.v1i3.1615>
- Tamami, M. H. (2022, October 16). 5 Rekomendasi Podcast Islami Asyik dan Sara Makna yang Wajib Kamu Dengar. *Liputan 6*.
<https://www.liputan6.com/islami/read/5098363/5-rekomendasi-podcast-islami-asyik-dan-sarat-makna-yang-wajib-kamu-dengar?page=6>
- Terry, G. R. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen*. Bumi Aksara.
- Vebrynda, R. (2022). Manajemen Produksi Konten “SKETSAMU” di YouTube Muhammadiyah Channel. *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 21(2), 164–177.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32509/wacana.v21i2.1999>
- Wahyudi, N. Z., Fitri, S. V., & Amin, E. (2024). Podcast: Alternatif Media Dakwah untuk Generasi Digital. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5), 4851–4856.
<https://doi.org/https://doi.org/10.56799/jceki.v3i5.4587>
- Wuragil, Z. (2024, July 25). *Riset Reuters Institute 2024, Ini Temuan Baru Konsumsi Berita Online Global*. TEMPO. <https://www.tempo.co/digital/riset-reuters-institute-2024-ini-temuan-baru-konsumsi-berita-online-global--46187>