

ANALISIS STRATEGI DAKWAH M. QURAISH SHIHAB MELALUI PODCAST DALAM MEMBENTUK GENERASI BERAKHLAK

Sri Reski Yulianti, Ramli, Iskandar

Institut Agama Islam Negeri Parepare, Parepare, Indonesia

familyreski27@gmail.com, ramli@iainpare.ac.id, iskandar@iainpare.ac.id

Abstract

Article History
Received: 20-05-2026
Revised : 01-06-2026
Accepted : 24-06-2026

Keywords:

Da'wah Strategy,
Mr. Quraish Shihab,
Generation of
Morals,

This study examines M. Quraish Shihab's dakwah (Islamic outreach) strategy via podcasts in shaping a generation of good character. It employs a descriptive qualitative approach within a field research framework. The findings indicate that M. Quraish Shihab's communication strategy conveying moral messages and Islamic values to the younger generation through podcasts instills Islamic values and shapes the character of the youth by utilizing an approach that is empathetic, contextual, and technology-driven. The success of this dakwah effort is underpinned by M. Quraish Shihab's personal qualities as a religious scholar (Ulama) and his ability to effectively adopt digital media as a platform for outreach. His courteous, logical, and profound approach, combined with digital communication strategies, ensures that the Islamic messages conveyed are capable of shaping the character of the younger generation.

Pendahuluan

Tataran realitas ini, suguhan-suguhan media-media sosial semakin tak terbendung dan mengalir begitu deras merambah seluruh lapisan Masyarakat (Suharto, 2017). Revolusi teknologi telah mengubah wajah komunikasi di tengah masyarakat secara menyeluruh. Jika dulu komunikasi banyak bergantung pada media konvensional, kini media sosial hadir sebagai sarana utama dalam menyampaikan informasi dan berinteraksi. Media sosial memungkinkan komunikasi berlangsung lebih cepat, luas, dan interaktif, serta memberi ruang bagi siapa saja untuk menjadi penyebar informasi.

Perkembangan pesat teknologi komunikasi memberikan nilai tambah yang besar jika digunakan secara positif oleh semua lapisan masyarakat. Dalam era teknologi yang terus berkembang ini, masyarakat, terutama para da'i, perlu memiliki pemahaman yang mendalam tentang berbagai jenis teknologi, termasuk media, agar dapat memanfaatkannya secara optimal dan efisien. Dengan pemahaman yang baik, para da'i bisa menyampaikan pesan-pesan mereka kepada khalayak dengan cara yang lebih tepat dan efektif, sehingga dapat menghasilkan respons yang positif dari mad'u (Jasafat, 2020).

Media sosial dan platform digital kini telah menjadi alat yang sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang dakwah. Dakwah sendiri adalah tugas suci yang diemban oleh setiap Muslim, di mana pun mereka berada,

dengan tujuan mengajak orang untuk beralih dari keadaan yang buruk menuju yang lebih baik. Secara umum, dakwah mencakup ajakan untuk berbuat baik yang dapat disampaikan melalui lisan, tulisan, atau perilaku, baik secara individu maupun kelompok. Tujuan utamanya adalah agar individu dapat memahami, menyadari, dan menghayati ajaran agama dengan sepenuh hati, serta mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari, tanpa adanya paksaan dalam prosesnya (Arifin, 2000). Dakwah sebagai upaya menyampaikan ajaran Islam memiliki implikasi signifikan dalam dunia pendidikan, baik formal maupun nonformal (Hafiz et al., 2024)

Dakwah merupakan tanggung jawab setiap Muslim untuk menyebarkan kebenaran ajaran Islam kepada sesama, sebagai bagian dari peran mereka sebagai rahmatan lil alamin (rahmat bagi semesta alam). Secara hirarki, dakwah bukanlah tugas hanya sekelompok orang tertentu, melainkan tanggung jawab bersama. Setiap individu, selain menyampaikan dakwah, juga memiliki kewajiban untuk berbuat baik, jujur, berdoa, dan melaksanakan kewajiban agama lainnya. Sebagai wujud kebajikan bagi seluruh alam, umat Islam diamanahkan untuk menyebarkan ajaran Islam ke seluruh dunia. Jika ajaran Islam diterapkan secara menyeluruh dalam kehidupan dan dijadikan pedoman hidup, maka Islam akan membawa kebahagiaan dan kesehatan bagi setiap orang yang mengamalkannya (Asis, 2023). Oleh karenanya, dakwah perlu dikomunikasikan dengan cara yang lebih cerdas, bijak, dan mampu membuat jamaah menerimanya (Syaipudin & Rasyid, 2023). Dari sinilah kemudian metode atau strategi dakwah sangat dibutuhkan.

Pada ayat yang lain, Allah SWT secara tegas memerintahkan umat Islam untuk mengikuti segala ucapan, perbuatan, dan sikap Nabi Muhammad SAW dalam semua aspek kehidupan, hal ini kemudian dapat menjadi panduan oleh generasi muda dalam menjalani kehidupannya, sebagaimana dalam QS. al-Ahzab/33: 21 berikut ini:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ۖ

Terjemahnya:

Sungguh, pada (diri) Rasulullah benar-benar ada suri teladan yang baik bagimu, (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari Kiamat serta yang banyak mengingat Allah. (R.I, 2009)

Tafsir al-Qurthubi menekankan pentingnya keteladanan (*uswah hasanah*) yang diberikan oleh Rasulullah SAW. Al-Qurthubi menjelaskan bahwa keteladanan Nabi tidak hanya terbatas pada aspek lahiriah, seperti ucapan dan perilaku yang terlihat, tetapi juga mencakup dimensi batin, yaitu niat, sikap, dan kepribadian yang mencerminkan kesempurnaan akhlak (Hartawan & Taufik, 2025).

Perkembangan teknologi komunikasi merupakan bagian dari dinamika, penggunaan media dakwah juga mengalami perkembangan. Perkembangan teknologi ini mengharuskan semua pihak untuk terus berinovasi, kreatif, dan bijak dalam memanfaatkannya untuk kebaikan umat manusia. Media dakwah yang awalnya lebih mengandalkan media tradisional kini berkembang dengan lebih banyak variasi, memanfaatkan berbagai teknologi media massa modern untuk menyampaikan pesan dakwah dengan lebih efektif dan luas jangkauannya (Syam & Lamabawa, 2023). Demikian ini penting, sebab metode dakwah yang

dielaborasikan dengan perkembangan teknologi tentu saja akan memberikan sebuah hasil yang lebih optimal.

Pengaruh kehidupan global yang semakin maju dan kompetitif telah mendorong umat manusia untuk melihat masalah hidup secara pragmatis, logis, instan, bahkan matematis. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, di satu sisi, telah memudahkan berbagai aktivitas manusia, namun di sisi lain, membawa dampak negatif berupa berkurangnya semangat transendental dan memudarnya hubungan sosial antar individu. Fenomena ini telah berlangsung cukup lama, sehingga pada masa kini, muncul berbagai kenyataan sosial yang seringkali bertentangan dengan cita-cita ideal yang diajarkan oleh Islam (Jasafat, 2020). Pengaruh negatif bermedia sosial hari ini tidak dapat ditepis yang menyebabkan krisis identitas bahkan dapat berpengaruh terhadap pembentukan akhlak islami bagi generasi muda .

Menurut Asep Saeful Muhtadi, merebaknya informasi melalui berbagai media dapat menimbulkan krisis identitas keagamaan, khususnya di Indonesia yang dikenal sebagai bangsa agamis. Hal ini menjadi ancaman dan tantangan tersendiri, mengingat tiga hal yang perlu diwaspadai: pertama, rentannya identitas budaya lokal yang bisa tergeser dan digantikan oleh budaya luar yang belum tentu sesuai dengan nilai-nilai masyarakat; kedua, keringnya daya spiritualitas masyarakat beragama, yang cenderung mengabaikan ajaran-ajaran dasar agama; dan ketiga, rendahnya daya kontrol sosial terhadap penyebaran pesan-pesan media yang cepat dan masif, yang dapat menggeser otoritas figur-figur agama dan tokoh masyarakat (Dudung, 2019).

Salah satu tokoh sentral dakwah yang memiliki pengaruh besar dalam masyarakat Indonesia adalah Prof. Dr. M. Quraish Shihab. Beliau adalah sarjana yang memiliki peran dan pengaruh yang signifikan terhadap studi tafsir Al-Qur'an. Sementara itu, M. Quraish Shihab berperan dalam mempopulerkan tafsir tematik di Indonesia kontemporer (Rahmatullah et al., 2021). Beliau memiliki kemampuan luar biasa dalam menjelaskan makna-makna yang terkandung dalam Al-Qur'an dengan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat. Sebagai seorang intelektual, M. Quraish Shihab berhasil memadukan antara ilmu agama dengan konteks sosial yang ada, sehingga membuat dakwah yang disampaikannya relevan dan diterima oleh berbagai kalangan .

M. Quraish Shihab merupakan salah satu cendekiawan Muslim terkemuka di Indonesia yang dikenal dengan gaya dakwahnya yang mendalam namun tetap komunikatif dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat. Di tengah arus perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, dakwah Islam turut bertransformasi mengikuti dinamika zaman, termasuk melalui pemanfaatan media digital. Fenomena ini menjadi peluang baru bagi para dai dan ulama, termasuk M. Quraish Shihab, dalam menyampaikan ajaran Islam secara lebih luas dan fleksibel, khususnya kepada generasi muda yang akrab dengan teknologi digital.

Kontribusi M. Quraish Shihab dalam menyebarluaskan nilai-nilai keislaman tidak hanya melalui tulisan-tulisan ilmiah dan ceramah konvensional, namun juga melalui media baru sebagaimana Youtube dengan metode podcast. Melalui medium podcast, pesan-pesan moral Islam yang sarat akan nilai kemanusiaan, toleransi, dan keadilan disampaikan oleh M. Quraish Shihab dengan gaya naratif yang reflektif dan bernas, sehingga dapat menjangkau pendengar dari berbagai

latar belakang, khususnya generasi yang menjadi target penting dalam pembentukan karakter bangsa.

Podcast menawarkan cara yang lebih fleksibel dan praktis dalam mengakses konten dakwah. Dengan hanya mendengarkan melalui perangkat audio, para pendengar dapat memperoleh informasi, pemahaman, dan pengetahuan agama secara langsung dari sumber yang terpercaya. Keunikan podcast membuatnya semakin digemari oleh berbagai kalangan, khususnya generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi digital. Hal ini memberi peluang besar bagi tokoh-tokoh dakwah, untuk memperluas jangkauan dakwahnya kepada generasi muda yang mungkin tidak tertarik dengan ceramah formal atau pertemuan langsung.

Strategi dakwah yang diterapkan dalam podcast tentu memiliki kekhasan tersendiri dibandingkan dengan metode dakwah tradisional. M. Quraish Shihab mampu memadukan unsur retorika, intonasi suara, serta kedalaman makna dalam penyampaian pesan keagamaan sehingga tercipta suasana monologis yang penuh refleksi. M. Quraish Shihab menjadikan dakwah digital sebagai sarana strategis dalam membentuk generasi yang berakhlak dan berwawasan keislaman yang moderat dengan mengedepankan pendekatan yang humanis dan rasional.

M. Quraish Shihab memanfaatkan channel YouTube pribadinya, @QuraishShihabMuhammad, sebagai medium dakwah digital untuk menyampaikan ajaran Islam secara luas dan inklusif. Channel tersebut telah memuat sebanyak 330 video yang seluruhnya berisi konten dakwah, dan berhasil menarik perhatian 193 ribu subscriber dari berbagai kalangan. Salah satu video yang relevan dengan pembentukan karakter adalah episode podcast berjudul “Cara Untuk Membentuk Akhlak”. Podcast tersebut merupakan rekaman dari kajian rutin yang diadakan setiap Ahad awal bulan di kediaman M. Quraish Shihab, dengan materi yang disampaikan pada November 2012 dan diunggah ke YouTube pada 22 September 2021. Hingga hari ini 7 Juni 2025 dimana video tersebut kembali dianalisis, video tersebut telah ditonton sebanyak 142.332 kali dan mendapat 187 komentar, yang menunjukkan respon positif dari masyarakat terhadap pesan-pesan moral yang disampaikan.

M. Quraish Shihab mengintegrasikan pendekatan dialogis namun tentu saja kontekstual. Gaya penyampaiannya yang naratif dan reflektif menciptakan ruang bagi internalisasi nilai-nilai Islam tanpa adanya kesan menggurui. Dalam era digital saat ini, di mana audiens muda lebih menyukai pendekatan yang santai dan tidak dogmatis, strategi ini sangat relevan dan efektif. Dalam kajiannya, beliau menekankan bahwa akhlak yang baik tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses pembiasaan yang konsisten dan terus-menerus.

M. Quraish Shihab menyandarkan isi kajian setiap kajiannya berdasarkan dalil-dalil yang sahih dari Al-Qur'an, Hadis, serta pendapat para Ulama. Beliau selalu menyusun pemikirannya dengan alur yang logis dan mudah dipahami, tanpa menghilangkan kedalaman makna. Dalam banyak podcast, khususnya pada episode “Cara Untuk Membentuk Akhlak,” ia menjelaskan konsep pembentukan akhlak dengan landasan rasional: bahwa akhlak bukanlah sesuatu yang datang tiba-tiba, melainkan dibentuk secara bertahap melalui kebiasaan dan keteladanan, terutama dari orang tua kepada anak (Rahmatullah et al., 2021). Dengan demikian, strategi dakwah M. Quraish Shihab lebih menekankan pendekatan edukatif yang berbasis pengalaman dan moral, serta pada saat yang sama menunjukkan bagaimana media digital saat ini dapat menjadi sarana efektif dalam

menyampaikan nilai-nilai Islam secara mendalam dan kontekstual pada generasi masa kini.

Meskipun podcast menjadi media yang efektif dan sedang berkembang hari ini, khususnya dalam bidang dakwah, masih banyak yang perlu dipahami dan dijabarkan dalam sebuah penelitian. Disertasi Doktor Iqrom Faldiansyah dengan judul *Dakwah Virtual di Media Sosial Perspektif Al-Qur'an* (Faldiansyah, 2022). Tesis Siti Nurfadilah, *Dakwah Digital Moderasi Beragama Habib Husein Ja'far Al-Hadar Pada Konten Youtube "Log In"* (Nurfadilah, 2024). Dahlia Damayanti Sholikhah, Moh Faizin, dan Imam Syafi'i. "Relevansi Pemikiran Buya Yahya dalam Pendidikan Islam untuk Mewujudkan Moderasi Beragama di Era Society 5.0" (Sholikhah et al., 2024). dan Erwan Efendi, Gita Ramadhani, dan Tria Tanti. "Efektivitas Dakwah dalam Media Digital untuk Generasi Z" (Efendi, 2024). Penelitian-penelitian tersebut menyoroti tentang perkembangan dakwah di media sosial, akan tetapi masih ditemukan kekosongan terhadap kajian tentang sejauh mana strategi dakwah M. Quraish Shihab dalam membentuk generasi yang berakhlak, sehingga penelitian ini hadir salah satunya dengan tujuan untuk mengisi kekosongan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan metode dakwah yang lebih efektif dan relevan di era digital. Melalui pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi dakwah M. Quraish Shihab melalui podcast, diharapkan dapat ditemukan cara-cara baru untuk menyampaikan pesan dakwah secara lebih efektif kepada generasi muda, serta meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya memiliki akhlak yang baik dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian ini sangat penting untuk menggali lebih dalam mengenai penggunaan media digital, khususnya podcast, dalam dakwah dan peran penting yang dimilikinya dalam membentuk generasi muda yang berakhlak mulia. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan dakwah Islam yang lebih relevan dan efektif di era digital saat ini.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan *field research* (penelitian lapangan) yang berlandaskan paradigma postpositivisme. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam proses, makna, dan konteks strategi dakwah yang dilakukan oleh M. Quraish Shihab melalui media podcast. Dalam perspektif postpositivisme, sebagaimana dijelaskan oleh Creswell, realitas sosial dipahami sebagai sesuatu yang dapat dikaji melalui identifikasi faktor-faktor penyebab yang memengaruhi suatu fenomena, meskipun tidak dapat diukur secara mutlak (Creswell, 2014). Penelitian kualitatif bersifat naturalistik dengan peneliti sebagai instrumen utama (human instrument), menggunakan analisis induktif dan penyajian data dalam bentuk narasi deskriptif yang mendalam untuk menggambarkan strategi komunikasi dakwah serta pengaruhnya terhadap pembentukan karakter dan akhlak generasi muda melalui media digital (Sugiyono, 2019).

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara terstruktur terhadap sepuluh informan generasi muda yang merupakan penonton aktif konten dakwah pada kanal YouTube *@QuraishShihabMuhammad*, yang berasal dari wilayah Pinrang,

Majene, dan Polewali Mandar. Pemilihan informan ini bertujuan untuk menggali persepsi, interpretasi, serta respons audiens terhadap pesan-pesan dakwah yang disampaikan, termasuk efektivitas pesan, gaya retorika, serta daya pengaruhnya terhadap sikap dan perilaku keagamaan. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, dokumen, dan arsip digital yang relevan dengan kajian dakwah, komunikasi Islam, serta media digital. Data sekunder berfungsi untuk memperkuat landasan teoretis, membandingkan hasil penelitian dengan studi sebelumnya, serta memperkaya analisis konteks sosial dan budaya penerimaan dakwah melalui podcast (Moleong, 2021).

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan tahap akhir. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi, sedangkan analisis data dilakukan secara interaktif mengikuti model Miles dan Huberman, yang mencakup reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Uji keabsahan data difokuskan pada uji kredibilitas melalui perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, triangulasi sumber dan teknik, diskusi dengan teman sejawat, serta *member check*. Dengan metode ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan temuan yang kredibel, mendalam, dan objektif mengenai strategi dakwah M. Quraish Shihab serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat keberhasilannya dalam membentuk akhlak generasi muda melalui media podcast.

Pembahasan

Strategi Komunikasi Dakwah M. Quraish Shihab dalam Membentuk Generasi Berakhlak

Dalam video M. Quraish Shihab, sebagaimana pada umumnya gaya komunikasi beliau yang cenderung lebih menekankan akhlak, dimana ini adalah tujuan utama dakwah beliau khususnya pada salah satu video yang dianalisis oleh peneliti. Hal tersebut kemudian selaras dengan hasil penelitian bahwa generasi muda saat ini cenderung mencari informasi keagamaan sekaligus bimbingan moral yang dapat mereka internalisasi dalam kehidupan sehari-hari.

Hal tersebut menjadi dasar kuat, yang menyebabkan mengapa strategi dakwah M. Quraish Shihab begitu diterima dengan baik di kalangan generasi muda hari ini. Meski demikian, namun tentu saja, masih ditemukan beberapa faktor penghambat. Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka pembahasan penelitian ini di susun berdasarkan tabel berikut :

Tabel 4.1

Strategi Komunikasi M. Quraish Shihab

No.	Teori Komunikasi	Strategi	Implementasi	Dampak
1	<i>Pull</i> (menarik audiens melalui minat dan kebutuhan mereka)	<i>Strategy</i>	Gaya bahasa santun dan kontekstual, pendekatan humanis dan reflektif, pemanfaatan media digital seperti podcast dan YouTube	Membuat generasi muda tertarik, mudah memahami pesan dakwah, dan merasa relevan dengan kehidupan sehari-hari
2	<i>Push</i> (menyampaikan pesan secara langsung)	<i>Strategy</i>	Konsistensi konten dakwah melalui podcast dan kanal digital, penggunaan jaringan distribusi multi-	Memperkuat pemahaman nilai moral dan prinsip Islam, mendorong internalisasi akhlak dan

	berulang kepada platform, penyampaian perilaku reflektif target audiens) dakwah bil lisan dan bil hikmah	
3	<i>Profile Strategy</i> (membangun citra dan reputasi tokoh/organisasi di mata publik)	Membangun citra sebagai ulama moderat, intelektual Islam yang toleran, dan komunikator yang inklusif
		Meningkatkan kepercayaan dan penghargaan dari generasi muda, membentuk reputasi dakwah yang relevan dan inspiratif

Berdasarkan tabel tersebut Strategi komunikasi dakwah M. Quraish Shihab melalui podcast dapat dipahami melalui tiga pendekatan utama. Pertama, Pull Strategy, dengan gaya bahasa santun dan kontekstual, pendekatan humanis, serta pemanfaatan media digital, membuat generasi muda tertarik, mudah memahami pesan, dan merasa relevan dengan kehidupan sehari-hari. Kedua, Push Strategy, melalui konsistensi konten dakwah di berbagai kanal digital dan penyampaian dakwah bil lisan serta bil hikmah, memperkuat pemahaman nilai moral dan prinsip Islam serta mendorong internalisasi akhlak dan perilaku reflektif. Ketiga, Profile Strategy, dengan membangun citra sebagai ulama moderat, intelektual Islam yang toleran, dan komunikator inklusif, meningkatkan kepercayaan serta penghargaan dari generasi muda, sekaligus membentuk reputasi dakwah yang relevan dan inspiratif.

a. Pull Strategy

Pull strategy merupakan pendekatan dalam strategi komunikasi yang menekankan pada upaya menarik perhatian audiens melalui konten yang sesuai dengan kebutuhan, minat, dan preferensi mereka. Dalam hal dakwah digital, strategi tersebut menjadi penting karena khalayak, khususnya generasi muda, tidak dapat dipaksa untuk menerima pesan secara sepihak, sehingga mereka akan lebih responsif terhadap konten yang dirasakan relevan, bermanfaat, dan disampaikan dalam format yang sesuai dengan gaya hidup serta pola konsumsi informasi mereka.

Strategi retorika M. Quraish Shihab mengedepankan kontekstualisasi pesan. Dalam menjelaskan ayat-ayat Al-Qur'an, ia tidak berhenti pada tafsir linguistik, melainkan mengaitkannya dengan fenomena sosial, budaya, dan politik masa kini. Hal ini menunjukkan bahwa Quraish Shihab memandang dakwah sebagai upaya membumikan nilai-nilai Islam dalam realitas masyarakat modern (Amin, 2019).

Kecenderungan generasi muda terhadap konten yang singkat dan instan mengharuskan M. Quraish Shihab untuk menyesuaikan diri dengan bentuk komunikasi yang lebih dinamis dan interaktif. Hal ini bukan berarti mengurangi kedalaman pesan, tetapi bagaimana substansi disampaikan dengan pendekatan yang lebih disukai oleh audiens muda. Studi oleh Khairunnisa dan Subekti menguatkan bahwa efektivitas dakwah kepada generasi Z sangat dipengaruhi oleh kemampuan pendakwah untuk menghadirkan pesan dalam format yang sesuai dengan karakteristik media sosial, seperti potongan video pendek, visualisasi, atau bahkan humor kontekstual, tanpa menanggalkan nilai teologisnya (Khairunnisa & Subekti, 2023). Oleh karena itu, dinamika ini menuntut pendakwah untuk menguasai materi keagamaan sekaligus literasi media yang baik agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara luas dan berdampak secara reflektif.

Penggunaan media digital menjadi bagian dari strategi retorika M. Quraish Shihab. Kanal YouTube @QuraishShihabMuhammad menjadi ruang dakwah baru

yang memungkinkan interaksi luas dengan masyarakat. Dengan 330 video dakwah dan lebih dari 193 ribu subscriber, Quraish Shihab menunjukkan bahwa retorika Islam dapat disampaikan secara efektif melalui medium kontemporer yang diminati generasi muda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah M. Quraish Shihab melalui media digital berperan signifikan dalam pembentukan karakter generasi muda. Penelitian Nurhayati mengungkapkan bahwa pendekatan dakwah berbasis digital yang dilakukan oleh Quraish Shihab memperkuat kesadaran moral dan spiritual anak muda, terutama dalam memahami ajaran Islam secara moderat dan rasional (Nurhayati, 2022). Konten-konten yang disajikan tidak hanya bersifat informatif secara keagamaan, tetapi juga edukatif dalam aspek moral dan sosial. Nilai-nilai kesabaran dalam menghadapi perbedaan, kejujuran dalam berbicara, dan kesantunan dalam bermedia sosial secara konsisten diangkat dengan pendekatan yang komunikatif dan kontekstual.

Podcast sebagai metode dalam menyampaikan konten dakwah melalui media digital memiliki potensi besar untuk memperluas jangkauan audiens sekaligus memberikan pengalaman yang lebih fleksibel dan personal bagi pendengarnya. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa mayoritas informan merasa lebih nyaman dan bebas mendengarkan pesan-pesan keislaman dari M. Quraish Shihab kapan pun dan di mana pun mereka berada—baik saat berkendara, beristirahat, maupun sebelum tidur. Fleksibilitas ini memberi ruang bagi pendengar untuk merenungkan isi dakwah dalam kondisi yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu formal sebagaimana dalam majelis konvensional. Hal ini berdampak positif pada kedalaman pemahaman, karena setiap pendengar memiliki kebebasan untuk mengulang, menghentikan, atau menyelami makna pesan secara mandiri sesuai ritme dan kebutuhan mereka.

Sejalan dengan teori komunikasi Stuart Hall, khususnya dalam model *encoding/decoding*. Hall menjelaskan bahwa makna pesan tidak bersifat tunggal sebagaimana yang dimaksudkan oleh pengirim (*encoder*), melainkan juga bergantung pada bagaimana pesan tersebut diinterpretasikan oleh penerima (*decoder*) berdasarkan latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman masing-masing.

Studi lain oleh Ramadhani dan Setiawan juga memperkuat temuan ini dengan menekankan bahwa gaya komunikasi Quraish Shihab yang dialogis, ilmiah, dan tidak menghakimi mendorong terciptanya ruang diskusi keagamaan yang inklusif dan mendidik. Dakwah yang disampaikan melalui media digital tidak sekadar menjadi sarana penyampaian ajaran agama, tetapi juga menjadi media transformasi karakter (Ramadhani & Setiawan, 2023). Generasi muda merasa lebih terhubung secara emosional dan intelektual karena konten dakwah dikemas dengan bahasa yang sederhana, relevan, dan disertai dengan narasi kehidupan nyata.

b. Push Strategy

Push strategy merupakan pendekatan komunikasi yang menekankan pada penyampaian pesan secara langsung dan berulang kepada audiens. Dalam konteks dakwah digital, strategi ini berguna untuk membangun kesadaran (*awareness*), pemahaman, dan bahkan pembentukan sikap audiens secara sistematis. Pesan disampaikan secara intensif tanpa harus menunggu minat audiens, dengan harapan dapat mendorong mereka untuk menerima dan menginternalisasi isi dakwah. Dari

sinilah kemudian menurut Aristoteles perlu kemampuan untuk menemukan cara terbaik dalam meyakinkan pada setiap kasus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa M. Quraish Shihab menerapkan strategi tersebut melalui konsistensi penyajian konten dakwah di kanal YouTube *Shihab & Shihab*. Dengan jadwal tayang rutin, beliau menghadirkan tema-tema keislaman secara berkala yang terstruktur, sehingga memungkinkan audiens terbiasa menerima pesan-pesan agama dalam alur berkesinambungan. Konsistensi ini menjadi bagian dari *push strategy* yang bertujuan membentuk habit keagamaan di tengah budaya digital yang cenderung instan dan sporadis.

Dalam *push strategy*, otoritas pengirim pesan sangat menentukan efektivitasnya. Karena beliau dikenal sebagai ulama tafsir yang moderat dan ilmiah, kehadiran pesan-pesannya diterima dengan lebih besar tingkat kepercayaan. Hal ini sejalan dalam konsep retorika yakni *ethos* (kredibilitas pembicara). Dalam hal ini, M. Quraish Shihab memiliki kredibilitas tinggi yang bersumber dari latar belakang akademik dan spiritualnya. Ia menyelesaikan pendidikan sarjana hingga doktor di Universitas Al-Azhar, Kairo, salah satu lembaga Islam paling prestisius di dunia. Pengalaman sebagai dosen, penulis, dan mantan Menteri Agama turut memperkuat posisinya sebagai figur otoritatif dalam bidang tafsir dan komunikasi dakwah.

Dengan demikian, *push strategy* dalam dakwah M. Quraish Shihab melalui *podcast* efektif untuk menyampaikan nilai-nilai Islam secara sistematis dan luas. Namun, efektivitasnya bergantung pada bagaimana strategi ini dikombinasikan dengan pendekatan yang lebih partisipatif, komunikatif, dan inklusif. Kedepan, penyempurnaan model *push strategy* dengan teknologi interaktif dapat menjadi solusi untuk menjawab tantangan komunikasi satu arah dalam dakwah digital.

a. Profile Strategy

Profile strategy adalah pendekatan komunikasi yang bertujuan membentuk citra positif dan reputasi jangka panjang dari tokoh atau organisasi di mata publik. Dalam konteks dakwah digital, strategi ini tidak sekadar menekankan isi pesan saja, tetapi juga menyoroti siapa yang menyampaikan pesan dan bagaimana karakter, nilai, serta gaya komunikasi mereka membentuk persepsi audiens dan M. Quraish Shihab merupakan representasi kuat dari hal tersebut.

Reputasi M. Quraish Shihab sebagai ulama moderat dan cendekiawan Muslim menjadi aset utama dalam membangun strategi dakwah berbasis citra. Keilmuan beliau dalam bidang tafsir, pengalaman akademis nasional dan internasional, serta pengaruhnya dalam wacana Islam Indonesia, memberikan kredibilitas yang tinggi terhadap seluruh konten dakwahnya. Reputasi ini menciptakan kepercayaan awal (*initial trust*) yang sangat menentukan dalam efektivitas dakwah digital.

Ethos dalam retorika Quraish Shihab dibangun melalui keteladanan personal dan konsistensi pesan. Dalam setiap penampilannya, ia menunjukkan karakter yang santun, terbuka, dan penuh toleransi. Sikap ini menumbuhkan kepercayaan audiens bahwa pesan yang disampaikan bukanlah retorika kosong, tetapi berasal dari keyakinan dan pengalaman hidup yang nyata (Hasyim, 2020).

Dalam *profile strategy*, gaya komunikasi yang demikian memperkuat persepsi bahwa beliau bukan sekedar menyampaikan ajaran, tetapi juga hadir sebagai figur bijak dan ramah. Penelitian oleh Nabila dan Yusra, menegaskan bahwa karakteristik dakwah Quraish Shihab mampu menanamkan kesadaran

digital etik (*digital ethics awareness*) di kalangan milenial Muslim. Tidak seperti model dakwah konvensional yang cenderung fokus pada aspek ritualistik dan normatif tanpa menyentuh dinamika media sosial, dakwah Quraish Shihab justru menjawab kebutuhan spiritual dan moral dalam konteks digital yang nyata (Nabila & Yusra, 2023). Aspek ini sangat penting, mengingat dunia digital kerap menjadi ruang tanpa etika. Hal ini sekaligus menjadi keunggulan dakwah beliau dibandingkan dakwah konvensional yang jarang menyentuh persoalan etika digital secara langsung dan kontekstual.

Faktor Pendukung dan Penghambat Dakwah M. Quraish Shihab melalui Podcast dalam Membentuk Generasi Berakhlak

Pembahasan mengenai faktor pendukung dan penghambat ini penting untuk memahami bagaimana strategi komunikasi dakwah dapat dirancang agar lebih responsif, relevan, dan berdampak dalam membentuk generasi yang berakhlak. Dalam era digital saat ini, media *podcast* telah menjadi salah satu sarana efektif dalam penyampaian dakwah, khususnya untuk menjangkau generasi muda yang cenderung kritis dan selektif terhadap informasi. M. Quraish Shihab, sebagai tokoh intelektual dan dai terkemuka, memanfaatkan platform ini untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman yang moderat, reflektif, dan berorientasi pada pembentukan akhlak generasi.

Keberhasilan dakwah melalui *podcast* tidak terlepas dari berbagai faktor pendukung yang bersumber dari karakter personal, gaya komunikasi, dan kedalaman ilmu beliau. Namun, di sisi lain, terdapat pula sejumlah faktor penghambat yang terkait dengan karakteristik media digital, persepsi audiens, serta dinamika sosial dan budaya yang memengaruhi efektivitas internalisasi pesan dakwah yang disampaikan oleh M. Quraish Shihab. Berikut uji retorika Aristoteles (*ethos, pathos, logos*) berdasarkan faktor pendukung dan penghambat dakwah M. Quraish Shihab melalui *podcast* dalam membangun generasi berakhlak.

Kekuatan personal, keilmuan, dan strategi komunikasi menjadi modal penting dalam menyampaikan nilai-nilai Islam secara santun, logis, dan kontekstual. Keberhasilan dakwah M. Quraish Shihab melalui *podcast* tidak dapat dilepaskan dari faktor internal yang melekat pada sosok beliau. Kepribadian yang tenang, bahasa yang santun, serta kedalaman ilmu keislaman menjadikan setiap pesan yang disampaikan dalam dakwahnya memiliki daya tarik tersendiri. Karakteristik ini menjadi landasan kuat bagi terciptanya komunikasi dakwah yang informative dengan gaya komunikasi yang persuasif dan menyentuh aspek emosional pendengarnya.

Temuan juga menunjukkan bahwa teknologi bukanlah penghalang dakwah, melainkan sarana strategis untuk menyebarkan nilai-nilai Islam yang moderat, rasional, dan membangun secara lebih luas dan efektif. Melalui media digital, M. Quraish Shihab berhasil menjangkau generasi muda dengan pendekatan yang reflektif, edukatif, dan sesuai dengan tantangan zaman. Hal ini kemudian menunjukkan bahwa ketika teknologi digunakan secara bijak, maka dapat menjadi alat penting dalam membentuk kesadaran moral, spiritual, dan intelektual umat di era informasi.

Karakteristik media *podcast* yang bersifat satu arah menjadi kendala lain dalam menjalin kedekatan dengan audiens muda. Berbeda dengan forum tatap

muka yang memungkinkan diskusi dan klarifikasi, dakwah melalui *podcast* membatasi ruang interaksi langsung. Hal ini membuat sebagian generasi muda merasa kurang dilibatkan atau tidak dapat mengekspresikan pertanyaan dan keraguan mereka secara langsung.

Meskipun M. Quraish Shihab dikenal dengan gaya komunikasi yang lugas, penggunaan istilah-istilah klasik dalam tafsir atau fikih terkadang sulit dipahami oleh generasi muda yang tidak memiliki latar belakang pendidikan agama yang memadai. Hal ini menciptakan jarak antara pesan yang disampaikan dengan pemahaman audiens.

Sebagian pendengar muda merasa asing dan bosan ketika menghadapi istilah-istilah klasik yang dianggap tidak relevan dengan konteks kehidupan sehari-hari. Namun, kekuatan M. Quraish Shihab terletak pada kemampuannya dalam membumikan nilai-nilai klasik tersebut dengan kisah dan ilustrasi yang relevan dan mudah dipahami. Studi Hasanah dan Nurohman menegaskan bahwa efektivitas dakwah sangat ditentukan oleh kemampuan pendakwah dalam mentransformasikan pesan-pesan teologis menjadi bahasa yang relevan dan menyentuh realitas sosial pendengar (Hasanah & Nurohman, 32 C.E.).

Pesan Dakwah M. Quraish Shihab dalam Membentuk Generasi Berakhlak

Hasil penelitian mengungkap bagaimana pesan dakwah M. Quraish Shihab dalam *podcast* membentuk generasi berakhlak melalui strategi komunikasi yang kuat dari perspektif semiotika. Dengan menggunakan analisis tanda, kode, dan kebudayaan, penelitian ini menunjukkan bahwa setiap pesan yang disampaikan Quraish Shihab hadir sebagai rangkaian kata, serta sebagai sistem tanda yang memuat makna denotatif dan konotatif yang kaya. Pemilihan kata yang lembut, analogi yang dekat dengan kehidupan generasi muda, serta penggunaan narasi yang penuh kedalaman spiritual berfungsi sebagai signifier yang mengarahkan pendengar pada makna moral dan nilai-nilai akhlak sebagai signified. Melalui trikotomi Peirce, pesan dakwahnya juga tampil dalam bentuk ikon (misalnya ilustrasi kisah yang menggambarkan realitas moral), indeks (penanda keprihatinan terhadap masalah sosial yang dialami generasi muda), dan simbol (nilai-nilai Islam universal yang diartikulasikan secara kontekstual).

Penggunaan bahasa yang sederhana namun sarat makna dalam dakwah M. Quraish Shihab tidak hanya menunjukkan strategi komunikasi yang efektif, tetapi juga memperlihatkan bagaimana bahasa itu sendiri berfungsi sebagai ikon dalam kerangka semiotika/siometrika. Dalam teori semiotika, ikon adalah tanda yang memiliki kemiripan atau kedekatan langsung dengan objek yang diwakilinya. Dalam konteks dakwah Quraish Shihab, gaya bahasa yang ringan, naratif, dan mudah dipahami menjadi ikon dari nilai-nilai Islam yang membumi, yaitu Islam yang ramah, inklusif, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Artinya, bentuk penyampaian dakwah beliau merepresentasikan secara langsung watak ajaran Islam yang penuh hikmah dan kelembutan.

Ketika beliau menghindari istilah keagamaan yang berat dan eksklusif, itu merupakan strategi linguistic dan *ikonisasi* dari pesan moral Islam: bahwa agama seharusnya mudah diakses, dimengerti, dan dirasakan. Ungkapan yang naratif, contoh konkret, dan analogi keseharian bertindak sebagai ikon yang memantulkan realitas hidup generasi muda tentang pertemanan, keluarga, kecemasan, mimpi, dan pergulatan moral mereka. Karena ada *kemiripan langsung* antara bahasa

beliau dan pengalaman audiens, pesan dakwah menjadi lebih mudah meresap dan diinternalisasi.

Humor intelektual yang disisipkan secara proporsional pun dapat dipahami sebagai *ikon suasana emosional* yang menenangkan dan membuat dialog keagamaan terasa lebih manusiawi. Humor tersebut tidak sekadar hiburan, melainkan ikon dari etika dakwah yang bersahabat, tidak menekan, dan tidak menakut-nakuti. Kombinasi antara kesederhanaan bentuk (ikon bahasa) dan kedalaman substansi (nilai akhlak Islam) menciptakan efektivitas komunikasi dakwah yang tinggi. Bahasa menjadi media yang mengantar pesan dalam mencerminkan pesan itu sendiri. Inilah yang membuat dakwah M. Quraish Shihab melalui *podcast* terasa inspiratif dan relevan, sekaligus memberikan ruang bagi generasi muda untuk mempraktikkan nilai-nilai akhlak dalam kehidupan sehari-hari tanpa merasa terbebani oleh kompleksitas istilah keagamaan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa *podcast* Quraish Shihab bekerja sebagai *kode budaya* yang efektif: ia mampu menerjemahkan ajaran Islam ke dalam bahasa, simbol, dan narasi yang relevan dengan ekosistem budaya digital generasi muda. Pesan dakwah yang disampaikan mengajak kepada kebaikan secara normatif, dan membangun kesadaran moral secara reflektif melalui tanda-tanda yang beresonansi dengan pengalaman sosial, psikologis, dan kultural pendengarnya. Temuan ini membuktikan bahwa keberhasilan dakwah Quraish Shihab dalam membentuk generasi berakhlak terletak pada isi pesannya, cara ia mengemas, menstrukturkan, dan menyandikan pesan dalam sistem tanda yang dipahami generasi muda masa kini.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah M. Quraish Shihab melalui *podcast* terbukti efektif dalam membentuk generasi berakhlak dengan memadukan pendekatan komunikasi yang empatik, kontekstual, dan berbasis media digital. Keberhasilan dakwah tersebut ditopang oleh penerapan *pull strategy* yang mampu menarik minat generasi muda melalui bahasa yang santun dan relevan, *push strategy* melalui konsistensi penyampaian pesan keislaman secara sistematis, serta *profile strategy* yang dibangun dari reputasi beliau sebagai ulama moderat, intelektual, dan komunikator inklusif. Faktor pendukung utama dakwah terletak pada kualitas personal, kredibilitas keilmuan, dan kemampuan adaptasi M. Quraish Shihab terhadap perkembangan teknologi, sementara faktor penghambat meliputi keterbatasan interaksi satu arah media *podcast*, perbedaan latar belakang pemahaman audiens, serta tantangan budaya digital yang kompleks. Analisis pesan dakwah menunjukkan bahwa kekuatan utama terletak pada isi pesan, cara pengemasan, penstrukturan, dan penyandian nilai-nilai Islam ke dalam sistem tanda yang mudah dipahami generasi muda, sehingga pesan dakwah tidak hanya informatif secara teologis, tetapi juga transformatif dalam membangun kesadaran moral dan internalisasi akhlak dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, S. 2019. Kontekstualisasi Dakwah dalam Tafsir Quraish Shihab. *Jurnal Komunikasi Islam*, 3(2).
- Arifin. 2000. *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Study*. Bumi Aksara.
- Asis, I. A. 2023. Islam Rahmatan Lil Alamin: Resolusi Dakwah Moderasi Beragama di Tengah Arus Globalisasi. *Mudabbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 4(2).
- Creswell, J. W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 4th ed. SAGE Publications.
- Dudung, A. R. 2019. Komunikasi Dakwah melalui Media Sosial. *Jurnal Diklat Keagamaan*, 8(2).
- Efendi, E. 2024. Efektivitas Dakwah dalam Media Digital untuk Generasi Z. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(2).
- Faldiansyah, I. 2022. *Dakwah Virtual di Media Sosial Perspektif Al-Qur'an*. Program Pascasarjana Institut PTIQ Jakarta.
- Hafiz, A., Mu'ti, A., & Hafiz, A. A. 2024. Dakwah dalam Perspektif Pendidikan: Integrasi Nilai-Nilai Islam dalam Proses Pembelajaran dan Peran Kecerdasan Buatan dalam Meningkatkan Efektivitas Pembelajaran. *Rayah Al-Islam*, 8(3).
- Hartawan, & Taufik, M. 2025. Kontekstualisasi Nilai-Nilai Akhlak Rasulullah SAW terhadap Gen-Z: Studi Analisis Deskriptif QS. Al-Ahzab [33]: 21 Perspektif Tafsir Al-Qurthubi. *El Muntashir: Journal of Quranic Studies*, 1(1).
- Hasanah, U., & Nurohman. (32 C.E.). Strategi Komunikasi Dakwah di Era Digital: Studi pada Narasi Kontekstual dalam Ceramah Islam. *Jurnal Dakwah Risalah*, 2.
- Hasyim, S. 2020. Kredibilitas Ulama dalam Dakwah Modern. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 15(1).
- Jasafat. 2020. *Konvergensi Media Dakwah*. Ar Raniry.
- Khairunnisa, R., & Subekti. 2023. Strategi Dakwah Digital untuk Generasi Z: Studi tentang Konten Keagamaan di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Islam*, 13(1).
- Moleong, L. J. 2021. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Nabila, S., & Yusra, A. 2023. Etika Digital dalam Dakwah Quraish Shihab: Studi atas Pengaruh Pesan Dakwah terhadap Perilaku Media Sosial Generasi Muda. *Jurnal Dakwah Dan Teknologi Digital*, 2(1).
- Nurfadilah, S. 2024. *Dakwah Digital Moderasi Beragama Habib Husein Ja'far Al-Hadar Pada Konten Youtube "Log In"*. Pascasarjana Universitas KH. Achmad Siddiq Jember Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- Nurhayati. 2022. *Peran Dakwah Digital M. Quraish Shihab dalam Pembentukan Karakter Mahasiswa*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- R.I, K. A. 2009. *Quran Hafalan dan Terjemahannya*. Al-Qur'an.
- Rahmatullah, Hudriansyah, & Mursalim. 2021. M. Quraish Shihab dan Pengaruhnya terhadap Dinamika Studi Tafsir Al-Qur'an Indonesia Kontemporer. *Suhuf*, 14(1).
- Ramadhani, F., & Setiawan, A. 2023. Digitalisasi Dakwah dan Moderasi Islam: Studi atas Podcast Quraish Shihab di Masa Pandemi. *Jurnal Komunikasi Islam*, 13(2).

- Sholikhah, D. D., Faizin, M., & Syafi'i, I. 2024. Relevansi Pemikiran Buya Yahya dalam Pendidikan Islam untuk Mewujudkan Moderasi Beragama di Era Society 5.0. *An-Nahdlah: Jurnal Pendidikan Islam*, 4(2).
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharto. 2017. Media Sosial sebagai Medium Komunikasi Dakwah. *Al-Misbah*, 13(2).
- Syaipudin, M., & Rasyid, A. 2023. Strategi Komunikasi Muhammadiyah dalam Menebar Dakwah Kultural Perspektif Muhammad Abu Fatah Al-Bayanuni (Studi Kasus: Muhammadiyah Bangun Purba Deli Serdang). *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 7(1).
- Syam, M. B. W. S. D., & Lamabawa, D. 2023. Analisis Strategi Komunikasi Dakwah KH. Ahmad Dahlan. *ICAIS: International Conference on Actual Islamic Studies*, 2(1).