



MODEL MANAJEMEN MEDIA PODCAST DAKWAH PESANTREN GEMA INSAN CENDEKIA (GIC) KARAWANG JAWA BARAT

Muh. Hatta Tahir^{1✉}, Sobirin², Muhammad Nur Kholish Abdurrazaq³

^{1,2,3}Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia
E-mail: tahirsewang@gmail.com^{1✉}, sobirin@iai-alzaytun.ac.id², kholish@iai-alzaytun.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini membahas model manajemen media pada Podcast Dakwah Pesantren Gema Insan Cendekia (GIC) Karawang, Jawa Barat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan fungsi-fungsi manajemen dalam pengelolaan podcast sebagai media dakwah dan pembelajaran di lingkungan pesantren. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen Podcast GIC mengacu pada model POAC (Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling). Pada tahap *planning*, manajemen berfokus pada perencanaan strategi penyiaran dakwah digital dan pengenalan program pesantren kepada masyarakat luas. Pada tahap *organizing*, pembagian tugas dan struktur organisasi telah ditetapkan meskipun masih menghadapi keterbatasan sumber daya manusia. Tahap *actuating* mencakup proses produksi dan publikasi konten dakwah, namun belum memiliki jadwal tayang yang konsisten. Sedangkan tahap *controlling* dilakukan melalui evaluasi internal setelah produksi berlangsung. Kesimpulannya, podcast GIC mampu menjadi sarana dakwah digital yang inovatif dan edukatif bagi para santri serta masyarakat, meskipun pengelolannya masih perlu peningkatan dalam aspek konsistensi produksi dan evaluasi sistematis.

Kata kunci: Manajemen Media, Podcast Dakwah, Pesantren, POAC, GIC Karawang

Abstract

This study examines the management model of the Dakwah Podcast at Gema Insan Cendekia (GIC) Islamic Boarding School, Karawang, West Java. The purpose of this research is to analyze the application of management functions in managing the podcast as a medium of Islamic preaching and learning within the pesantren environment. This research employs a qualitative descriptive approach through observation, interviews, and documentation methods. The results show that the management of the GIC Podcast refers to the POAC model (Planning, Organizing, Actuating, and Controlling). In the *planning* stage, the management focuses on designing broadcasting strategies for digital dakwah and introducing pesantren programs to the wider community. The *organizing* stage involves task distribution and organizational structuring, although it still faces limitations in human resources. The *actuating* stage includes the process of content production and publication, yet the scheduling remains inconsistent. Meanwhile, the *controlling* stage is carried out through internal evaluation after each production. In conclusion, the GIC Podcast has successfully become an innovative and educational medium for digital dakwah for both students and the public, although its management still requires improvement in production consistency and systematic evaluation.

Keywords: Media Management, Dakwah Podcast, Islamic Boarding School, POAC, GIC Karawang

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dalam satu dasawarsa terakhir, yang didukung oleh era digitalisasi dan internet, telah memberikan pengaruh besar terhadap cara manusia berinteraksi. Aktivitas komunikasi, baik antarpribadi maupun secara massal, kini menjadi semakin mudah, cepat, dan murah karena tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu. Dunia seolah berubah menjadi sebuah perkampungan global (*global village*), di mana peristiwa yang terjadi di suatu negara dapat disaksikan secara langsung (*real time*) oleh masyarakat di negara lain (Que & Latupapua, 2015). Perkembangan teknologi komunikasi ini tidak hanya mengubah cara manusia berinteraksi, tetapi juga mengubah budaya masyarakat dalam mengakses dan menyebarkan informasi. Fenomena tersebut ditandai dengan lahirnya media baru (*new media*).

Kemunculan *new media* membawa manfaat sekaligus tantangan. Di satu sisi, masyarakat memperoleh kemudahan mengakses berbagai informasi secara cepat, murah, bahkan gratis. Selain itu, setiap individu kini memiliki kesempatan untuk memproduksi dan menyebarkan informasi secara mandiri tanpa harus membentuk perusahaan media. Li (2023) menjelaskan bahwa pada era digital, masyarakat memiliki akses yang mudah terhadap media melalui berbagai perangkat seluler. Kemudahan tersebut menurunkan ambang batas untuk bergabung dalam dunia media dan mendorong partisipasi aktif individu dalam proses penyebaran informasi. Namun, di sisi lain, kemudahan tersebut juga menimbulkan dampak negatif, seperti maraknya penyebaran konten bermuatan pornografi, kekerasan, informasi palsu (*hoaks*), serta praktik ilegal lainnya.

Pramono & Fadillah (2023) menyebut bahwa efek media massa dapat dikategorikan ke dalam tiga dimensi utama, yaitu efek kognitif, efek afektif, serta efek behavioral atau konatif yang muncul sebagai respons terhadap isi media. Efek kognitif muncul ketika media mampu memberikan pengetahuan dan informasi yang bermanfaat bagi pengembangan kemampuan berpikir khalayak. Efek afektif berkaitan dengan kemampuan media membangkitkan emosi dan perasaan, seperti sedih, gembira, atau haru. Adapun efek konatif atau behavioral tampak dalam bentuk perubahan perilaku, tindakan, dan sikap khalayak setelah terpapar oleh pesan media.

Kemampuan media dalam memengaruhi individu maupun kelompok telah menjadi kekuatannya sejak dahulu hingga kini. Hafied Cangara (2010) menjelaskan bahwa media merupakan sarana penyampaian pesan dari komunikator kepada khalayak. Sementara itu, menurut Nurudin (2007), media massa adalah alat komunikasi yang mampu menyebarkan pesan secara cepat dan serempak kepada audiens yang luas dan heterogen melalui berbagai bentuk seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.

Kehadiran internet dan *new media* turut mendorong popularitas platform berbasis konten audio-visual seperti YouTube dan Instagram, serta platform audio *on demand* seperti *podcast*. Fenomena *podcast* yang dapat diproduksi oleh siapa pun dan kapan pun menjadikannya sebagai pelengkap media lama, khususnya radio. Fidler dalam Fadilah et al. (2017) menegaskan bahwa kemunculan media dengan teknologi baru tidak serta-merta

mematikan media lama. Meskipun radio merupakan media elektronik generasi pertama, hingga kini masih banyak memiliki pendengar setia meski di tengah maraknya *podcast* berbasis internet.

Podcast pertama kali diperkenalkan oleh Apple pada tahun 2003, yang merupakan singkatan dari *iPod Broadcasting*, yaitu siaran yang dapat didengarkan melalui perangkat iPod. Menurut Brown dan Green dalam Zellatifanny (2020), *podcast* merupakan file audio atau video yang dipublikasikan di internet agar dapat diakses oleh pengguna, baik melalui langganan maupun secara bebas, menggunakan komputer atau perangkat media portabel. Kehadiran *podcast* membuka peluang baru bagi para da'i untuk berdakwah secara kreatif tanpa batas ruang dan waktu.

Beberapa pesantren di Indonesia telah memanfaatkan *podcast* sebagai media dakwah, seperti Pesantren Lirboyo Kediri dengan channel YouTube LIM Production, Pesantren Darunajah Jakarta, Pesantren Assalafiyah Mlangi, Pesantren Al Mizan Jatiwangi, dan Pesantren GIC di Karawang. Lembaga Amil Zakat Gema Indonesia Sejahtera (LAZGIS), yang menaungi Pesantren Gema Insan Cendikia (GIC), juga memiliki studio *podcast* sebagai sarana dakwah. LAZGIS sendiri merupakan lembaga sosial yang bergerak di bidang pendidikan, sosial, dan keagamaan yang berpusat di Jakarta.

Meskipun pesantren bukanlah institusi media, beberapa pesantren dengan segala keterbatasan sumber daya manusia dan peralatan berupaya aktif terlibat dalam pengelolaan *new media* seperti *podcast*. Dalam hal ini, pesantren harus memiliki manajemen media yang baik agar kegiatan dakwah berbasis *podcast* dapat berjalan efektif dan mencapai tujuan yang diharapkan. Handoko dalam Morissan (2008:135) menyebutkan tiga alasan utama pentingnya manajemen, yaitu: (1) untuk mencapai tujuan organisasi, (2) menjaga keseimbangan antara berbagai kepentingan dalam organisasi, dan (3) mencapai efisiensi dan efektivitas kerja

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji model dan peran manajemen media *podcast* di Pesantren Gema Insan Cendikia (GIC) Karawang di bawah naungan Lembaga Amil Zakat Gema Indonesia Sejahtera (LAZGIS).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu upaya untuk mengkaji secara mendalam suatu fenomena sosial, khususnya yang bersifat kasus. Pendekatan ini bersifat analitis deskriptif dengan tujuan mendefinisikan keadaan atau fenomena apa adanya berdasarkan data yang ditemukan di lapangan. Oleh karena itu, penelitian ini menuntut keterlibatan langsung peneliti dengan subjek penelitian melalui proses observasi, interaksi, pencatatan data, serta penarikan kesimpulan berdasarkan temuan lapangan.

Metode yang digunakan adalah studi deskriptif, yaitu pendekatan penelitian yang berfokus pada penggambaran secara sistematis terhadap kondisi, objek, atau fenomena yang sedang berlangsung pada masa kini. Menurut Adeoye (2023), desain penelitian deskriptif melibatkan pembahasan secara menyeluruh terhadap situasi atau kasus yang menjadi objek kajian, di mana peneliti mengumpulkan data, melakukan analisis,

menyusunnya secara sistematis, dan kemudian memaparkan hasil temuan dengan jelas. Selain itu, penelitian dalam Chen (2024) menegaskan bahwa metode deskriptif melibatkan pengamatan yang sistematis dan penggambaran karakteristik sampel tertentu tanpa adanya konfigurasi kelompok kontrol maupun komparatif. Dengan demikian, penelitian ini menuntut interaksi yang intensif antara peneliti dengan lingkungan serta subjek penelitian agar diperoleh data yang akurat dan komprehensif.

Objek penelitian ini adalah *Podcast* Pondok Pesantren Gema Insan Cendekia (GIC) Karawang yang berada di bawah naungan Lembaga Amil Zakat Gema Indonesia Sejahtera (LAZGIS). Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami secara holistik fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, khususnya terkait model manajemen media *podcast* dakwah yang diterapkan di Pesantren GIC Karawang. Pendekatan kualitatif ini disajikan dalam bentuk deskripsi naratif melalui kata-kata dan bahasa, dalam konteks alamiah, dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi langsung di lokasi *Podcast* Pesantren GIC Karawang. Wawancara dilakukan terhadap narasumber primer dan sekunder. Narasumber primer dalam penelitian ini adalah Direktur Pendidikan Yayasan Gema Indonesia Sejahtera (YGIS) yang juga menjabat sebagai Direktur Media *Podcast* Pesantren GIC. Sedangkan narasumber sekunder meliputi sumber data pendukung berupa kanal *podcast* YouTube milik Pesantren GIC, yaitu GIS Channel, serta berbagai dokumen yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pondok Pesantren Gema Insan Cendekia (GIC) berlokasi di Dusun Kedungsari RT 01 RW 04, Desa Cengkong, Kecamatan Purwasari, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Pesantren ini berada di bawah naungan Direktorat Pendidikan Yayasan Gema Indonesia Sejahtera (YGIS) atau Lembaga Amil Zakat Gema Indonesia Sejahtera (LAZGIS). Di kawasan yang sama juga berdiri Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu (SMPIT) dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Islam Terpadu

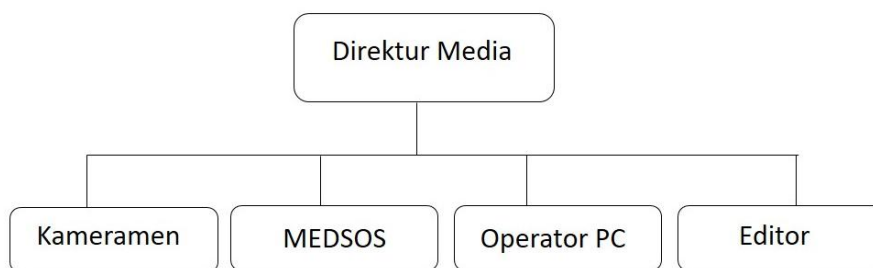
Didirikan sejak tahun 2018, Pesantren GIC memiliki tagline "*Pesantren Milenial Berwawasan Global*" dan dilengkapi dengan berbagai fasilitas modern, seperti gedung pembelajaran dan asrama, unit kegiatan usaha, laboratorium komputer, serta studio *podcast*. Bidang pembelajarannya meliputi sinematografi, bahasa Inggris, kewirausahaan, literasi, dan *broadcasting*. Salah satu media pembelajaran sekaligus sarana dakwah digital yang dikembangkan di lingkungan pesantren ini adalah *podcast*.

Podcast GIC resmi dibentuk pada 31 Maret 2021 sebagai salah satu fasilitas laboratorium multimedia pesantren. Kehadirannya tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi seputar program pesantren dan yayasan, tetapi juga sebagai media dakwah digital yang menjembatani komunikasi antara pesantren dengan masyarakat luas.

Gagasan pembentukan *podcast* ini berasal dari Ibu Rahma Dian Lestari, S.Si., M.Pd., selaku Direktur Pendidikan YGIS, bersama Bapak Wahyu Widodo, S.I.Kom., Ketua Umum Yayasan Gema Indonesia Sejahtera. Keduanya memandang *podcast* sebagai sarana strategis

untuk memperkenalkan berbagai program pesantren dan yayasan, sekaligus sebagai media pelatihan bagi santri dalam mengasah kemampuan berbicara, berpikir kritis, dan berdakwah tanpa batas ruang dan waktu.

Di manajemen podcast GIC ada yang bertindak selaku konseptor dan operator. Ibu Rahmah dan Bapak Wahyu Widodo bertindak selaku konseptor dan supervisi pada seluruh elemen yang ada di podcast di antaranya pemilihan pengajuan jadwal dan narasumber dan kelayakan tayang. Sedangkan di studio ada tiga operator yang menjalankan proses pra produksi, produksi dan pasca produksi. Mereka adalah Noval Fahri Fatih Sabil Al aziz selaku kameramen 2 dan mengurus bidang sosial media, Deden Mardiansyah selaku kameramen 1 dan konten kreator, pengunggah video ke channel youtube dan De Alfi Rifaldi selaku editor dan operator komputer.



Gambar 1 Struktur Organisasi Podcast GIC

Dalam kajian ilmu manajemen, dikenal berbagai model seperti PIE (*planning, implementation, evaluation*), POAC (*planning, organizing, actuating, controlling*), P1P2P3 (*perencanaan, penggerakan, pengawasan/pengendalian/penilaian*), ARRIF (*analisis, rumusan, rencana, implementasi, forum komunikasi*), ARRIME (*analisis, rumusan, rencana, implementasi, monitoring, evaluasi*), dan ARRIMES (*analisis, rumusan, rencana, implementasi, monitoring, evaluasi, sosialisasi*). Dari beberapa model tersebut, manajemen *podcast* GIC paling mendekati model POAC karena penerapannya mencakup unsur perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan, meskipun dalam bentuk yang sederhana.

1. Perencanaan (*Planning*)

Tahap perencanaan menjadi langkah awal sekaligus fondasi dalam manajemen media. Proses ini menentukan hasil akhir dari kegiatan dan tujuan yang akan dicapai. Perencanaan meliputi kegiatan penentuan (objektive) sebuah media penyiaran, strategi apa yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan. Di dalam perencanaan sudah harus ditentukan “apa yang harus dikerjakan, kapan dimulai, dan bagaimana cara mengerjakannya serta siapa yang mengerjakannya. Hal tersebut sesuai dengan yang diutarakan oleh (Morissan, 2008) bahwa perencanaan adalah pemilihan sekumpulan kegiatan dan memutuskan apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa.

Pada perencanaan media terdapat empat poin yang dibahas antara lain target audiens, tujuan dan rencana aksi (tindakan). Perencanaan yang dilakukan oleh

manajemen podcast GIC adalah menyiarkan pesan-pesan agama dan program-program sosial yang dilakukan di Pesantren GIC kepada mengajak masyarakat sehingga pesantren GIC dan Yayasan GIS bisa lebih dikenal oleh khalayak. Media Podcast dijadikan sebagai etalase atau pintu depan untuk menampilkan program-program yang ada di Yayasan GIS seperti LAZGIS Peduli, Lembaga Dakwah Baeti Jannati, dan sebagainya. Sehingga sasaran audiensnya bukan hanya kepada kalangan komunitas Yayasan GIS itu sendiri, melainkan juga untuk masyarakat luas terutama anak muda atau generasi milenial.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian tidak bisa diwujudkan tanpa adanya hubungan dengan yang lain dan tanpa menetapkan tugas-tugas tertentu untuk masing-masing unit. Pengorganisasian adalah proses penyusunan struktur organisasi, sumber daya yang ada di lingkungan yang melingkupinya. Dua unsur penting dalam tahapan pengorganisasian adalah "Departementalisasi" (pengelompokan tugas), dan pembagian kerja (rincian tugas masing-masing individu/divisi/departemen) (Morissan, 2008).

Media podcast GIC telah melakukan fungsi pengorganisasian dengan menetapkan *job desk* pada masing-masing personil yang ada. Pengelompokan tugas dan pembagian kerja sudah diterapkan di sini. Namun, keterbatasan sumber daya manusia menyebabkan beberapa personel harus menjalankan lebih dari satu peran (*double job*), sehingga berdampak pada efektivitas hasil kerja dan kesinambungan produksi.

3. Pelaksanaan (*Actuating*)

Tahapan selanjutnya yaitu pelaksanaan atau penggerakan, dimana tahapan yang membangkitkan dan mendorong semua anggota kelompok agar supaya berkehendak dan berusaha dengan keras untuk mencapai tujuan dengan ikhlas serta serasi dengan perencanaan dan usaha-usaha pengorganisasian dan pihak pimpinan (Gorge R. Terry dalam Sukarna (2011). Dalam manajemen media, tahapan ini termasuk ke dalam tindakan rencana dan program yang sedang dibuat untuk mencapai tujuan tertentu yang harus sesuai dengan rancangan awal. Kendati demikian masih memungkinkan terjadi perubahan aksi yang tidak sesuai dengan perencanaan awal.

Peter Pringle (1991) mengemukakan bahwa fungsi mengarahkan adalah fungsi memengaruhi atau mengarahkan terpusat pada stimulasi karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka dengan antusiasme yang efektif. Adapun kegiatan yang ada di dalamnya adalah motivasi, komunikasi, kepemimpinan, dan pelatihan (Morissan, 2008: 162). Pada tataran aksi, terdapat lima hal yang harus dilakukan dalam proses pelaksanaan di manajemen media antara lain pembuatan konten, melaksanakan prosedur pengunggahan, melakukan pencatatan, dan mengamati umpan balik (*feedback*). Konten yang diproduksi di podcast GIC belum terjadwal dengan tetap sehingga kesinambungan program tidak terjadi. Belum ada *time schedule* yang pasti yang bisa memandu, mengarahkan bahkan menuntut tim agar bisa bekerja konsisten memproduksi sesuai jadwal yang telah disepakati bersama. Namun untuk tema atau topik konten sudah memiliki ciri dan karakteristik tersendiri, yakni seputar obrolan inspiratif sesuai *taglinenya* yaitu "Santri, Pesan Inspirasi".

4. Pengawasan (*Controlling*)

Tahap pengawasan merupakan proses evaluasi terhadap pelaksanaan seluruh kegiatan untuk memastikan apakah tujuan organisasi telah tercapai. Pengawasan dilakukan dengan cara memantau, menilai, serta memperbaiki kekurangan dalam setiap proses produksi.

Di *podcast* GIC, evaluasi dilakukan dalam bentuk *briefing* setelah proses produksi selesai. Pada forum ini, setiap anggota memberikan masukan terkait hal-hal yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan dalam produksi berikutnya. Namun, evaluasi menyeluruh terhadap kinerja tim dan efektivitas program secara keseluruhan belum dilakukan secara rutin dan sistematis.

Dengan demikian, penerapan model manajemen POAC di *Podcast* Pesantren GIC menunjukkan adanya upaya serius dalam mengelola media dakwah berbasis digital. Meskipun masih terdapat kendala dalam aspek sumber daya manusia dan sistem penjadwalan, keberadaan *podcast* ini telah menjadi inovasi penting dalam mengembangkan dakwah di lingkungan pesantren dan memperluas jangkauan pesan keagamaan kepada masyarakat modern.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai manajemen media Podcast Gema Insan Cendekia (GIC) Karawang, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan podcast di pesantren ini telah menerapkan fungsi-fungsi manajemen yang mengacu pada model POAC (Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling) secara sederhana namun efektif.

Pada tahap perencanaan (*planning*), podcast GIC berorientasi pada penyiaran pesan dakwah, pendidikan, serta program sosial Yayasan Gema Indonesia Sejahtera kepada masyarakat luas, khususnya generasi milenial. Podcast dijadikan sebagai sarana dakwah digital sekaligus laboratorium pembelajaran bagi para santri. Tahap pengorganisasian (*organizing*) dilaksanakan dengan pembagian tugas dan penetapan peran yang jelas bagi setiap anggota tim. Meskipun terdapat keterbatasan sumber daya manusia yang menyebabkan beberapa anggota menjalankan peran ganda, koordinasi dan kerja sama tetap terjalin dengan baik. Pada tahap pelaksanaan (*actuating*), kegiatan produksi podcast berjalan dinamis meski belum memiliki jadwal tayang yang teratur. Konten yang dihasilkan tetap memiliki karakteristik khas, yakni mengangkat tema-tema inspiratif dan pesan keislaman sesuai tagline "Santri, Pesan Inspirasi." Tahap pengawasan (*controlling*) dilakukan melalui forum evaluasi singkat setelah setiap produksi untuk menilai kualitas teknis dan isi konten. Namun, evaluasi secara menyeluruh terhadap kinerja manajemen media belum dilakukan secara sistematis.

Secara keseluruhan, keberadaan podcast GIC menunjukkan bahwa pesantren mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital dan menjadikan media sebagai sarana dakwah serta pengembangan kompetensi santri di bidang komunikasi dan multimedia.

DAFTAR RUJUKAN

- Adeoye, M. A. (2023). *From variables to research design: A deep dive into educational research methodology*. *Journal of Educational Research and Evaluation*, 7(4), 622–636. <https://doi.org/10.23887/jere.v7i4.68173>
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chen, Y. (2024). *Teaching self-efficacy, professional development, and teaching performance among Chinese public elementary teachers*. *International Journal of Research Studies in Education*, 13(11), 183–194. <https://doi.org/10.5861/ijrse.2024.24745>
- Fadilah, E., Yudhapramesti, P., & Aristi, N. (2017). Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio. *Kajian Jurnalisme*, 1(1).
- Li, M. (2023). *Research on the impact of digitalization on the democratization and decentralization of the media industry*. *Academic Journal of Humanities & Social Sciences*, 6(20), 13-17. <https://doi.org/10.25236/AJHSS.2023.062003>
- Morissan, M.A. 2011. *Manajemen Media Penyiaran*, Jakarta.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Gafindo Persada.
- Pramono, D., & Fadillah, D. (2023). *The power of mass media in literature development in Indonesia*. *Informasi*, 53(1), 69–82. <https://doi.org/10.21831/informasi.v53i1.58637>
- Sukarna. 2011. *Dasar-Dasar manajemen*. Bandung: CV Bandar Maju
- Que, S. R., & Latupapua, F. E. (Eds.). (2015). *Sastra dan solidaritas bangsa*. Ambon: HISKI Ambon.
- Zellatifanny, C. M. (2020). Trends in disseminating audio on demand content through podcast: An opportunity and challenge in Indonesia. *Jurnal Pekommas*, 5(2), 117-132.