

**DIFUSI INOVASI *PODCAST* OBSESI DALAM MEMBANGUN  
MODERASI BERAGAMA**

**(Analisis Konten *Podcast* Obsesi 1 September 2021-2 September  
2022)**



Oleh :

**Muhammad Zulfikar Ridho, S.Hum**

**NIM : 20202012012**

**TESIS**

Diajukan kepada Progam Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperolah

Gelar Magister Sosial

**YOGYAKARTA**

**2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

*Bismillahirrahmaanirrahin,*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Zulfikar Ridho, S.Hum  
NIM : 20202012012  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jenjang : Magister (S2)  
Progam Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 14 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Muhammad Zulfikar Ridho, S.Hum

## PERNYATAAN PLAGIASI

*Bismillahirrahmaanirrahin,*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Zulfikar Ridho, S.Hum  
NIM : 20202012012  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jenjang : Magister (S2)  
Progam Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian yang bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak dengan hukum yang berlaku.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 14 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Muhammad Zulfikar Ridho, S.Hum



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1509/Un.02/DD/PP.00.9/09/2023

Tugas Akhir dengan judul : Divusi Inovasi Podcast Obsesi dalam Membangun Moderasi Beragama (Analisis Konten Podcast Obsesi 1 September 2021 - 2 September 2022)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD ZULFIKAR RIDHO, S. Hum  
Nomor Induk Mahasiswa : 20202012012  
Telah diujikan pada : Selasa, 15 Agustus 2023  
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.

SIGNED

Valid ID: 64f11d6fe2b8a



Penguji II

Dr. Khadiq, S.Ag.,M.Hum

SIGNED

Valid ID: 64ec4809d7ef7



Penguji III

Dr. H. Robby Habiba Abror, S.Ag., M.Hum.

SIGNED

Valid ID: 64f05ea15f888



Yogyakarta, 15 Agustus 2023

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.

SIGNED

Valid ID: 64f1347771666



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 589621, Faksimil (0274) 586117  
Website : <http://dakwah.uin-suka.ac.id>

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,

Ketua Progam Studi Magister  
Komunikasi Penyiaran Islam  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

*Assalamu'alaikum, wr. wb.*

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan Tesis yang berjudul:

### DIFUSI INOVASI *PODCAST* OBSESI DALAM MEMBANGUN MODERASI BERAGAMA

(Analisis Konten *Podcast* Obsesi 1 September 2021- 2 September 2022)

Oleh

Nama : Muhammad Zulfikar Ridho, S.Hum  
NIM : 20202012012  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jenjang : Magister (S2)  
Progam Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Saya berpendapat bahwa Tesis tersebut dapat diajukan kepada Progam Studi Magister dan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga dalam rangka memperoleh gelar Magister Sosial.

*Wassalamu'alaikum, wr. wb.*

Yogyakarta, 14 Agustus 2023  
Pembimbing

Dr. H. Akhmad Rifa'i M, Phil.



## ABSTRAK

Moderasi bergama adalah jalan tengah yang aman dalam mewujudkan karakter Islam sebagai ajaran yang *rahmatan lil 'alamiin* ditengah-tengah kemajemukan berbangsa dan bernegara. Oleh karena itu, moderasi beragama menjadi salah satu program unggulan Kemenag yang harus di publikasikan dan di realisasikan ke masyarakat luas melalui berbagai subjek, instrument dan media yang ada. *Podcast Obsesi* merupakan saluran komunikasi yang pemanfaatannya digunakan oleh pihak Ditjen Bimas Islam dalam memberikan edukasi dan bimbingan bagi para penyuluh agama Islam dan masyarakat luas. Dari latar belakang ini, penelitian dilakukan untuk mengetahui nilai-nilai moderasi beragama, dan respon pengguna media sosial dalam membangun moderasi beragama.

Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Penelitian ini berusaha mendeskripsikan temuan-temuan penelitian yang bersumber dari observasi dan dokumentasi pada konten *Podcast Obsesi* di *YouTube*. Selain itu, data penelitian juga didapat melalui proses wawancara kepada Penyuluh Agama Islam.

Penelitian ini menggunakan teori difusi inovasi, teori *uses and gratifications* (U&G), dan konsep moderasi beragama. Indikator moderasi beragama yang digunakan yaitu komitmen terhadap kebangsaan, toleransi, anti terhadap kekerasan, dan akomodatif terhadap kebudayaan. Dari penelitian ini, penulis menemukan bahwa konten *podcast Obsesi* sesuai dengan ajaran Islam, ideology Pancasila, Bhineka Tunggal Ika, dan konstitusi UUD 1945. Dan penerapannya juga mengedepankan norma ketuhanan, norma kemanusiaan, norma budaya, dan norma sosial. Respon pada *podcast Obsesi* memiliki tiga tahapan yaitu, tahap penerimaan dan penolakan moderasi beragama, tahap ajakan perlunya membangun moderasi beragama, dan tahap penerapan moderasi beragama sebagai upaya harmonisasi sosial.

Kata Kunci : Difusi Inovasi, Media Sosial, Moderasi Beragama

## ABSTRACT

Religious moderation is a safe middle way in realizing the character of Islam as a teaching that is *rahmatan lil 'alamin* in the midst of a plurality of nations and states. Therefore, religious moderation is one of the Ministry of Religion's flagship programs that must be published and realized to the wider community through various existing subjects, instruments and media. The Obsession Podcast is a communication channel that is utilized by the Directorate General of Islamic Community Guidance in providing education and guidance for Islamic religious educators and the wider community. From this background, research was conducted to determine the values of religious moderation, and the response of social media users in building religious moderation.

The research method used is descriptive qualitative. This study attempts to describe research findings that originate from observations and documentation on the Obsession Podcast content on YouTube. Apart from that, research data was also obtained through an interview process with Islamic Religious Counselors.

This research uses the diffusion of innovation theory, uses and gratifications (U&G) theory, and the concept of religious moderation. The indicators of religious moderation used are commitment to nationality, tolerance, anti-violence, and accommodative to culture. From this research, the authors found that the content of the Obsession podcast is in accordance with Islamic teachings, Pancasila ideology, Bhineka Tunggal Ika, and UUD 1945. And its application also puts forward divine norms, humanitarian norms, cultural norms, and social norms. The response to the Obsession podcast has three stages, namely, the stage of accepting and rejecting religious moderation, the stage of inviting the need to build religious moderation, and the stage of implementing religious moderation as an effort to harmonize social life.

Keywords: Diffusion of Innovation, Social Media, Religious Moderation

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah rabbil'alamin*, segala puji bagi syukur penulis haturkan kepada Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan ridho serta kemudahan bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir yaitu tesis.

Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada baginda nabi Muhammad SAW, keluarganya, sahabat nya serta seluruh umat manusia. Aamiin ya rabbal'alamin

Tesis ini berjudul: **“DIFUSI INOVASI *PODCAST* OBSESI DALAM MEMBANGUN MODERASI BERAGAMA (Analisis Konten *Podcast* Obsesi 1 September 2021- 2 September 2022)”**. Tesis ini merupakan bentuk karya ilmiah yang dihasilkan melalui penelitian sendiri oleh penulis.

Penulis sadar keberhasilan penulis menyelesaikan tesis ini karna dukungan berbagai pihak. Oleh karna itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menempuh pendidikan lanjutan di Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
2. Ibu Dr. Hj. Marhumah, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan



kesempatan untuk menempuh pendidikan lanjut dalam Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam

3. Bapak Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A. selaku Ketua Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan dukungan.
4. Bapak Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil sebagai Dosen Pembimbing Tesis (DPT) yang sudah sabar membimbing dan memberi kemudahan sehingga penulis tidak menyerah dalam menyelesaikan tesis ini.

Tidak ada yang dapat penulis berikan sebagai tanda terimakasih, melainkan hanya doa yang tulus ikhlas. Semoga segala kebaikan yang diberikan semua pihak tercatat sebagai amal jariyah. Penulis menyadari, dalam penulisan tesis ini banyak sekali kekurangan. Maka dari itu kritik dan saran yang substansi dan membangun sangat penulis butuhkan. Semoga karya ilmiah ini dapat dibaca secara keseluruhan dan dapat memberikan manfaat bagi pembaca. *Aamiin yaa rabbal 'alamin.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 31 Desember 2023

Penulis,



**Muhammad Zulfikar Ridho, S.Hum**

---

**NIM : 20202012012**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN KEASLIAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PLAGIASI</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
D. Kajian Pustaka.....	6
E. Kerangka Teori.....	7
F. Metodologi Penelitian.....	20
G. Kerangka Berpikir.....	25
H. Sistematika Pembahasan.....	26
<b>BAB II GAMBARAN UMUM</b>	
A. Konten <i>Podcast</i> Obsesi.....	27
B. Fitur dan Mekanisme kerja <i>Podcast</i> Obsesi.....	36

### **BAB III PEMBAHASAN**

A. Nilai-nilai Moderasi Beragama dalam <i>Podcast</i> Obsesi .....	40
1. Nilai-nilai Komitmen terhadap Kebangaan .....	40
2. Nilai-nilai Toleransi .....	54
3. Nilai-nilai Anti terhadap Kekerasan.....	67
4. Nilai-nilai Akomodatif terhadap Kebudayaan .....	83
B. Respon <i>Followers Podcast</i> Obsesi dalam Membangun Moderasi Beragama .....	91
1. Respon Ajakan Perlunya Membangun Moderasi Beragama .....	91
2. Respon Penerimaan dan Penolakan Moderasi Beragama .....	93
3. Proses Penerapan Moderasi Beragama Sebagai Upaya Harmonisasi Sosial .....	97

### **BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	100
B. Saran.....	102

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	104
-----------------------------	-----

<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	107
-----------------------------------	-----

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar. 1.1 Alur Proses Difusi Inovasi
- Gambar 1.2 Model Teori *Uses and Gratification*
- Gambar 1.3 Alur Berpikir Penelitian
- Gambar 2.1 *Podcast* Obsesi Episode #1
- Gambar 2.2 *Podcast* Obsesi Episode #11
- Gambar 2.3 *Podcast* Obsesi Episode #23
- Gambar 2.4 *Podcast* Obsesi Episode #46
- Gambar 2.5 *Podcast* Obsesi Episode #49
- Gambar 2.6 *Podcast* Obsesi Episode #65
- Gambar 2.7 *Podcast* Obsesi Episode #84
- Gambar 2.8 *Podcast* Obsesi Episode #91
- Gambar 2.9 *Podcast* Obsesi Episode #95
- Gambar 2.10 *Podcast* Obsesi Episode #99
- Gambar 2.11 *Podcast* Obsesi Episode #106
- Gambar 2.12 *Podcast* Obsesi Episode #111
- Gambar 2.13 *Podcast* Obsesi Episode #114
- Gambar 2.5 *Podcast* Obsesi Episode #49
- Gambar 2.15 *Podcast* Obsesi Episode #128
- Gambar 2.16 *Podcast* Obsesi Episode #131
- Gambar 2.17 *Podcast* Obsesi Episode #156
- Gambar 2.18 Komentar *Youtube*

Gambar 2.19 Transkrip *Podcast* Obsesi

Gambar 3.1 *Link* Absensi Sertifikat Elektronik

Gambar 3.2 Fitur Like

Gambar 3.3 Komentar Positif

Gambar 3.4 Komentar Positif

Gambar 3.5 Komentar Kontroversi

Gambar 3.6 Konten Yang Dibagikan

Gambar 3.7 Suluh Agama

Gambar 3.8 Akun Media Sosial Baru



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) dari waktu ke waktu semakin cepat dan canggih, didukung oleh arus globalisasi yang semakin hebat. Fenomena tersebut menuntut setiap bangsa untuk siap menghadapi perubahan budaya dan munculnya budaya baru. Dengan adanya teknologi tersebut, masyarakat luas memiliki budaya baru yaitu berinteraksi sosial secara online dengan menggunakan media sosial.

Media sosial (*social media*) merupakan hasil dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam bidang komunikasi. Media sosial menjadi tempat terjadinya pertukaran pesan dari komunikator kepada komunikan baik dalam bentuk teks, gambar, audio, atau pun video. Bentuk komunikasi yang terjadi di media sosial adalah komunikasi dari berbagai arah. Hal ini memungkinkan terjadinya interaksi antar sesama penggunanya.

Kehadiran media sosial telah mengubah paradigma masyarakat bahwa komunikasi tidak terbatas jarak, ruang, dan waktu. Komunikasi bisa terjadi tanpa

tatap muka.<sup>1</sup> Media sosial pun kini telah menjadi sarana dalam memberlangsungkan kehidupan bermasyarakat di ruang virtual. Dengan banyaknya *market* pengguna di media sosial, hal ini mendukung berbagai pihak melakukan kegiatan publikasi informasi, mensosialisasikan program, pemasaran produk, dan kegiatan dakwah. Hal tersebut dilakukan oleh berbagai pihak seperti pemerintah, pelaku bisnis, *influencer*, dan *para conten creator*.

Keberagaman suku, agama, ras, dan antar golongan (SARA) telah melahirkan banyak pandangan-pandangan baru yang berbeda antara satu dengan yang lain. Untuk menuju peradaban modern yang mengedepankan nilai-nilai kemanusiaan membutuhkan waktu yang tidak singkat karena harus membangun sumber daya manusia (SDM) yang unggul, memiliki kesadaran, dan kecerdasan agar dapat menerima perbedaan, menghargai, dan mengindahkan perbedaan. Bahkan sampai saat ini, perbedaan masih harus terus digaungkan melalui berbagai subjek, instrument, dan media.

Pada rapat koordinasi Kementerian Agama (Kemenag) tahun 2003 yang bertema “Akselerasi Program Prioritas Kementerian Agama”, bapak Yaqut Chalil Qoumas sebagai Menteri Agama menyampaikan tujuh prioritas program Kemenag, yaitu penguatan moderasi beragama, transformasi digital, tahun toleransi beragama, revitalisasi KUA, *religiosity Index*, kemandirian pesantren,

---

<sup>1</sup> Errika Dwi Setya Watie, “Komunikasi Dan Media Sosial”, The Messenger : volume III, Nomor 1, Edisi Juli 2011, 69.

dan *cyber Islamic University*.<sup>2</sup> Seluruh satuan kerja dibawah naungan Kemenag, wajib mensukseskan progam tersebut.

Moderasi bergama adalah jalan tengah yang aman dalam mewujudkan karakter Islam sebagai ajaran yang *rahmatan lil 'alamiin* ditengah-tengah kemajemukan berbangsa dan bernegara. Dunia tanpa Islam sebagai kehampaan sejarah dan kemustahilan. tindakan menyingkirkan Islam dari pentas dunia, seperti menyapu angin, tidak akan menghasilkan apa-apa kecuali hanya akan menambah penderitaan umat Islam dan menghancurkan nilai-nilai kemanusiaan di mukabumi.<sup>3</sup> Moderasi beragama menjadi salah satu progam unggulan Kemenag yang harus di publikasikan ke masyarakat luas. Dalam realisasanya bisa menggunakan berbagai media, dan instrument. Salah satu langkah kongkritnya adalah pembuatan konten *podcast* Obrolan Seputar Soal Islam (Obsesi).

*Podcast* Obsesi merupakan langkah kongkrit yang dilakukan oleh Ditjen Bimas Islam dalam membangun moderasi Beragama melalui media sosial *YouTube*. *Podcast* Obsesi terdiri dari 167 episode yang sangat beragam yang disesuaikan dengan progam unggulan Kemenag. Dengan adanya dunia media sosial yang sangat masif yang digunakan oleh berbagai lapisan masyarakat.

---

<sup>2</sup> <http://www.pendis.kemenag.go.id/pai/berita-388-kemenag-launching-program-penguatan-moderasi-beragama-di-sekolah.html>. Di akses pada tanggal 27 Juli 2022, pada pukul 21.00 WIB.

<sup>3</sup> Abror Robby Habiba, dkk. Refleksi Filosofis atas Teologi dan Politik Islam Kajian Filsafat Islam (Yogyakarta : Penerbit FA PRESS, 2018), 17

Konten *creator* haruslah berinovasi dalam melaksanakan misi dan tugasnya dengan cara mengikuti *tran* perkembangan zaman.

Inovasi merupakan ide atau gagasan baru yang belum pernah ada di masa lampau. Inovasi juga dijadikan sebuah strategi dalam membangun ketertarikan target sasaran ataupun pasar (*market*). Dalam mengemban amanah negara, pembuatan konten podcast Obsesi seyogyanya didasarkan pada tujuan dan program yang dibuat oleh pemerintah melalui *stakeholder* dari atas ke bawah (*top-down*). Salah satunya adalah pada program unggulan Kemenag yaitu penguatan moderasi beragama. Sehingga, pembuatan konten *podcast* Obsesi haruslah menjurus pada penguatan moderasi beragama.

Jika ulama hanya menyibukkan diri sepenuhnya hanya kepada isu-isu fiqih (yurisprudensi) dan pengkajian terbatas, tanpa berpartisipasi dan meleak terhadap upaya pengentasan kemiskinan, pemberantasan buta huruf, serta permasalahan sosial dan ekonomi yang sangat mendesak dewasa ini, berarti merupakan pengkhianatan besar terhadap *maqashid al-shari'ah*, cita-cita dan tujuan agama itu sendiri.<sup>4</sup> Untuk menjalankan misi penguatan moderasi beragama, Ditjen Bimas Islam membutuhkan berbagai instrument. Instrumen Penyuluh Agama Islam di Indonesia berjumlah 5.114 orang berstatus PNS dan 62.393 berstatus Non PNS.<sup>5</sup> Penyuluh agama Islam (Penais) dapat berperan sebagai konten *creator*, mereka juga diberi tugas, tanggung jawab dan wewenang

---

<sup>4</sup> Abror Robby Habiba, "Makna Kebebasan Berpikir Dalam Diskursus Pemikiran Islam Kontemporer." UNISIA, vol.XXXVIII no. 84 januari 2016, 43.

<sup>5</sup> <https://epa.kemenag.go.id>. Di akses pada tanggal 2 Agustus 2023, pada pukul 9.00 WB.

oleh pemerintah untuk melaksanakan bimbingan keagamaan, penyuluhan, pembangunan melalui bahasa agama kepada kelompok sasaran.<sup>6</sup> Dalam melaksanakan tugasnya, konten *creator* dalam membangun moderasi beragama harus memiliki wawasan keagamaan dan kebangsaan yang memadai guna membangun kehidupan masyarakat yang agamis, nasionalis, beriman, bertakwa, berakhlak karimah, dan berbudi pekerti.

*Podcast Obsesi* merupakan konten terdepan dalam menyiarkan Islam di Indonesia, sehingga para konten *creator* dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam memberlangsungkan progam unggulan Kemenag, khususnya penguatan moderasi. Dari latar belakang ini, penulis melakukan penelitian dengan judul “Difusi Inovasi *Podcast Obsesi* dalam Membangun Moderasi Beragama. (Analisis Konten *Podcast Obsesi* 1 September 2021- 2 September 2022).”

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana nilai-nilai moderasi beragama pada konten *podcast Obsesi*?
2. Bagaimana proses *podcast Obsesi* dalam membangun moderasi beragama?

## **C. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN**

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui nilai-nilai moderasi beragama pada konten *podcast Obsesi*.

---

<sup>6</sup> <https://kemenagtuban.com>. Di akses pada tanggal 27 Juli 2022, pada pukul 22.00 WIB.



2. Untuk mengetahui proses *podcast* Obsesi dalam membangun moderasi beragama

Sedangkan kegunaan dalam penelitian ini yaitu :

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pembelajaran dan referensi dalam bidang dakwah dan ilmu komunikasi, khususnya yang membahas tentang pemanfaatan media sosial, teori difusi inovasi, penggunaan teori *uses and gratification*, dan moderasi beragama.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai lembaga dan individu dalam mengkomunikasikan sebuah inovasi di media sosial.

#### **D. KAJIAN PUSTAKA**

Peneliti menyajikan perbedaan dan persamaan bidang kajian dengan peneliti sebelumnya. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari adanya pengulangan kajian terhadap hal-hal yang sama. Adapun penelitian terdahulu yaitu :

1. Penelitian ini ditulis oleh Hasan Sazali dan Ali Mustafa yang berjudul yaitu "*New Media dan Penguatan Moderasi Beragama di Indonesia*". Jurnal pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan *YouTube* dalam upaya penguatan moderasi beragama pada akun resmi *YouTube* Kementerian Agama Republik Indonesia. Penelitian ini menguraikan masing-masing konten video, kemudian mengidentifikasi nilai-nilai moderasi agama yang terkandung didalamnya. Penelitian ini mengkategorikan konten video

menjadi dua yaitu, yang berkaitan dengan kerukunan dan moderasi. Penelitian ini memiliki persamaan yaitu sama-sama menganalisis konten kemudian menguraikan konten yang sesuai dengan topik pembahasan moderasi beragama. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu, penelitian ini tidak menyebutkan indikator moderasi beragama, tidak menggunakan teori difusi inovasi, dan teori *uses and gratification* sebagai pisau analisis.

2. Penelitian ditulis oleh Desi Setiawati yang berjudul "*Penggunaan Media Sosial Sebagai Penunjang Akademik Mahasiswa Tunanetra di Pusat Layanan Difabel Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta*". Tesis pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan media sosial bagi mahasiswa tunanetra guna menunjang akademik. Dalam penggunaannya, mahasiswa tunanetra menggunakan berbagai media sosial yang didasari oleh keinginan dan kebutuhan. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan teori *uses and gratification*, dan menggunakan teori difusi inovasi sebagai pisau analisis. Perbedaan penelitian ini adalah pada topic bahasannya, yaitu penggunaan media sosial sebagai penunjang akademik.
3. Penelitian ditulis oleh Pebri Yanasari yang berjudul "*Penguatan Moderasi Beragama Melalui Media Sosial (Studi Terhadap Mahasiswa IAIN SAS)*." Jurnal pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penguatan moderasi beragama terhadap Mahasiswa IAIN SAS Babel melalui media sosial yang digunakan. Penelitian ini menghadirkan informasi mahasiswa terkait pola berpikir dan sikap moderat terhadap isu-isu yang beredar di media sosial,

terutama dalam hal beragama. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menganalisis dan menguraikan penggunaan media sosial dengan topik penguatan moderasi beragama. Perbedaan penelitian ini adalah pada teori yang digunakan. Penelitian ini tidak menggunakan teori difusi inovasi, dan tidak menggunakan teori *uses and gratification* sebagai pisau analisis.

## E. LANDASAN TEORI

### 1. Difusi Inovasi

#### a. Pengertian Difusi Inovasi

Difusi inovasi terdiri dari dua unsur kata yaitu difusi dan inovasi. Rogers dalam bukunya *Diffusion of Innovations* mendefinisikan difusi sebagai proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu diantara para anggota dalam suatu sistem sosial. Sedangkan inovasi yaitu sebuah gagasan, ide, rencana, praktek atau benda yang diterima dan disadari sebagai sebuah hal yang baru dari seseorang, kelompok, organisasi, instansi, atau lembaga untuk diimplementasikan atau diadopsi.<sup>7</sup> Dari pengertian ini, disimpulkan bahwa teori difusi inovasi menjelaskan proses inovasi dikomunikasikan melalui saluran dengan jangka waktu tertentu yang diimplementasikan oleh seseorang, kelompok, dan organisasi pada sistem sosial yang berlaku.

#### b. Proses Difusi Inovasi

---

<sup>7</sup> Everett M Rogers, *Diffusion of Innovation Fifth edition* (New York: The Free Press, 2003), 4.

Proses difusi Inovasi melibatkan empat unsur yaitu :

1. Inovasi (*innovation*)

Inovasi adalah ide yang baru atau terbaru. Harun dan Ardiyanto berpendapat bahwa suatu inovasi memiliki dua komponen, yaitu komponen ide dan objek. Penerimaan dalam sebuah inovasi tentu memerlukan atribut yang bersifat objek atau material. Terdapat lima atribut pandangan masyarakat terhadap penyebarluasan inovasi<sup>8</sup>:

a. Keuntungan Relatif (*relative advantage*)

Inovasi dirasakan lebih baik daripada ide lain yang menggantikannya. Keuntungan relatif ini bisa dihitung secara ekonomis, adanya perasaan nyaman, dan kepuasan penggunaan.

b. Kesesuaian (*compability*)

Inovasi dapat dirasakan secara konsisten dengan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat.

c. Kerumitan (*complexity*)

Inovasi ada kalanya sukar untuk dimengerti dan digunakan

d. Kemungkinan dicoba (*trialability*)

Inovasi dapat dicoba terlebih dahulu sebelum digunakan secara berkelanjutan.

e. Kemungkinan diamati (*observability*)

---

<sup>8</sup> Harun Rochajat, dan Ardiyanto, Elvinaro, *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial: Perspektif Dominan, Kajian Ulang, dan Teori Kritis* (Jakarta: Rajawali Press, 2012), 181-182.

Inovasi dapat diamati dan disaksikan oleh orang lain.

2. Saluran Komunikasi (*communication channel*)

Saluran komunikasi adalah sarana dimana pesan itu didapatkan dari satu individu ke individu lainnya. Komunikasi akan berjalan dengan lebih baik jika mempunyai unsur *channel* atau saluran dalam menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan.

3. Waktu (*time*)

Waktu berpengaruh dalam proses keputusan menerima informasi sampai seseorang menerima atau menolak inovasi tersebut, dan membuktikan inovasi tersebut masih berlaku atau tidak.

4. Sistem Sosial (*social system*)

Sistem sosial merupakan sekumpulan unit yang saling terikat dan terlibat dalam kegiatan dengan tujuan untuk mencapai kepentingan dan kesepakatan bersama. Oleh karena itu difusi inovasi didalam sistem sosial bergantung terhadap tiga aspek yaitu:

a. Struktur Sosial

Struktur sosial adalah suatu tatanan sosial yang ada di dalam masyarakat. Tatanan sosial yang berlaku dapat mempengaruhi jalannya sebuah inovasi.

b. Norma

Norma menjadi sebuah rujukan perilaku yang dapat diterima dan tentu dapat mempengaruhi jalannya sebuah inovasi.



### c. Pemimpin Opini

Pemimpin Opini merupakan individu yang memberikan informasi dan saran terhadap suatu inovasi, pemimpin opini biasanya mendukung norma yang ada pada struktur sosial dan berfungsi sebagai model pada orang di sekitarnya.

(gambar. 1.1 Alur Proses Difusi Inovasi)



### c. Tahapan Keputusan Inovasi

Dalam penerimaan suatu inovasi biasanya seseorang akan melalui sejumlah tahapan yang disebut tahapan keputusan inovasi yaitu :

#### 1. Tahapan Pengetahuan (*knowledge stage*)

Pada tahap ini seseorang sadar dan tahu adanya inovasi.

#### 2. Tahap Bujukan (*persuasion stage*)

Pada tahap ini seseorang sedang mempertimbangkan atau sedang membentuk sikap terhadap inovasi yang telah diketahuinya.

#### 3. Tahap Putusan (*decision stage*)

Pada tahap ini seseorang membuat putusan menerima atau menolak inovasi tersebut. Penolakan terdiri dari dua jenis yaitu :

- a. Penolakan aktif (*active rejection*) : Terjadi ketika suatu individu mencoba inovasi dan berpikir akan mengadopsi inovasi tersebut namun pada akhirnya dia menolak inovasi tersebut.
  - b. Penolakan pasif (*Passive Rejection*) : Individu tersebut sama sekali tidak berpikir untuk mengadopsi inovasi.
4. Tahap Penerapan (*implementation stage*)

Tahap ini seseorang melaksanakan keputusan yang dibuatnya.

5. Tahap Pemastian (*confirmation stage*)

Tahap dimana seseorang melaksanakan keputusan yang telah dibuatnya. Ketidakberlanjutan ini dapat terjadi pada dua cara yaitu :

- a. Penghentian Penggantian (*replacement discontinuance*)

Atas penolakan individu terhadap sebuah inovasi lain yang akan menggantikannya.

- b. Penghentian Pemutusan (*disenchanment discontinuance*)

Individu menolak inovasi karena merasa tidak puas, dan tidak merasakan adanya keuntungan dari inovasi tersebut.

## 2. Teori Penggunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratification*)

Teori *uses and gratification* (U&G) diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Kartz pada tahun 1974. Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan

suatu media. Pengguna berusaha mencari sumber media yang paling baik di dalam memenuhi kebutuhannya. Teori U&G mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhan.<sup>9</sup> Ada lima asumsi dasar yang menjadi inti teori penggunaan dan kepuasan, yaitu:<sup>10</sup>

1. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan.
2. Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan akan kebutuhan pada pilihan media tertentu bergantung pada anggota khalayak.
3. Media berkompetisi dengan sumber kebutuhan lain.
4. Orang memiliki kesadaran diri akan penggunaan media mereka.
5. Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dilakukan oleh khalayak.

Teori U&G beorientasi pada pemilihan media pada khalayak berdasarkan kepuasan, keinginan, kebutuhan, atau motif. Teori ini menganggap bahwa khalayak aktif dan selektif dalam memilih media. Khalayak memiliki sejumlah alasan dan usaha untuk mencapai tujuan tertentu ketika menggunakan media. Denis McQuail dan rekannya mengemukakan empat alasan mengapa audiens menggunakan media, yaitu:<sup>11</sup>

1. Pengalihan (*disersion*), yaitu melarikan diri dari rutinitas sehari-hari.
2. Hubungan personal, yaitu media sebagai pengganti teman.

---

<sup>9</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2006), 191-192.

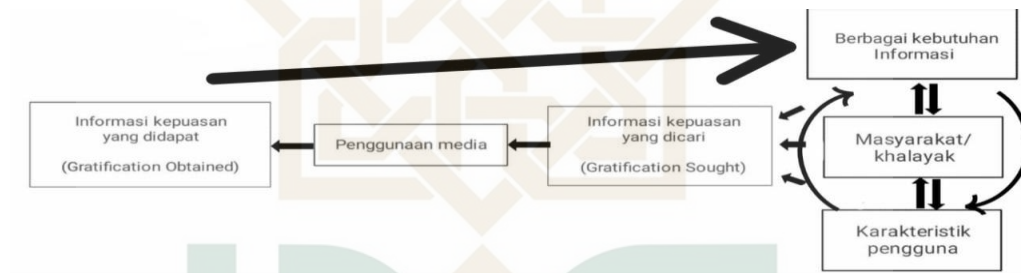
<sup>10</sup> Stanley J. Baran, Dennis K. Davis, *Teori Komunikasi Massal*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2018), 298

<sup>11</sup> Richard West dan Lynn H. Tunner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2013), 105.

3. Identitas personal, sebagai cara memperkuat nilai-nilai individu.
4. Pengawasan (*surveillance*), yaitu digunakan untuk mengawasi seseorang.

Khalayak yang sudah menentukan media mana yang sesuai dengan kebutuhannya, merupakan gambaran dari upaya pemenuhan kebutuhan.<sup>12</sup>

(gambar 1.2 Model Teori Uses and Gratification)



### 3. Media Sosial

#### a. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan, pengguna lain, dan membentuk ikatan social secara virtual.<sup>13</sup> Dari pengertian ini dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah platform digital yang memfasilitasi penggunanya untuk saling berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto,

<sup>12</sup> Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), 65.

<sup>13</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*, (Bandung: Sembiosa Rekatama Media, 2016), 13.

video, dan merupakan *platform* yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya secara virtual.

## **b. Jenis-Jenis Media Sosial**

### 1. Media Sosial Berbagi Video (*Video Sharing*)

Jenis aplikasi berbagi video yang efektif untuk menyebarkan konten video pengguna. Diantaranya *YouTube* dan *Tiktok*

### 2. Media Sosial Mikroblog

Jenis aplikasi yang penggunanya dapat dengan mudah mengirim pesan di web atau platform media sosial.

### 3. Media Sosial Berbagi Jaringan Profesional

Jenis aplikasi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan kalangan akademisi, mahasiswa, para peneliti, pegawai pemerintah, pengamat, dan praktisi. Diantaranya *LinkedIn*, *Scribd*, dan *Slideshare*.

### 4. Media Sosial Berbagi Foto

Jenis aplikasi berbagi foto yang efektif untuk melihat, mengirim foto, dan berbagi foto. Diantaranya yaitu *Pinterest*, *Picasa*.

## **c. Manfaat Media Sosial**

Media sosial memiliki beragam manfaat, diantaranya sebagai :<sup>14</sup>

### 1. Sarana Belajar, Mendengarkan, dan Menyampaikan.

Konten-konten di dalam media sosial berasal dari berbagai belahan dunia dengan beragam latar belakang budaya, sosial,

---

<sup>14</sup> Ibid, 13.

ekonomi, keyakinan, tradisi dan tendensi. Oleh karena itu, media sosial dapat digunakan untuk kegiatan pembelajaran.

## 2. Sarana Dokumentasi, Administrasi dan Integrasi.

Media sosial bisa digunakan untuk membuat blog organisasi, mengintegrasikan berbagai lini di organisasi sesuai kepentingan visi, misi, tujuan, efisiensi, dan efektifitas operasional organisasi.

## 3. Sarana Perencanaan, Strategi, dan Manajemen.

Media sosial digunakan untuk melakukan promosi, mendapatkan pelanggan, menghimpun loyalitas *customer*, menjajaki *market*, mendidik publik, sampai menghimpun respons masyarakat.

## 4. Sarana Kontrol, Evaluasi, dan Pengukuran.

Media sosial digunakan untuk melakukan kontrol organisasi, mengevaluasi berbagai perencanaan, dan strategi yang telah dilakukan. Melalui konten media sosial ini, respons publik menjadi alat ukur, kalibrasi, dan parameter untuk dijadikan bahan evaluasi.

## 4. Bimbingan Masyarakat Islam

### a. Pengertian Bimbingan Masyarakat Islam

Bimbingan adalah suatu proses membantu individu melalui usaha sendiri untuk menemukan dan mengembangkan kemampuannya agar memperoleh kebahagiaan pribadi dan kemanfaatan sosial.<sup>15</sup> Padanan kata yang berlaku pada pengertian diatas yaitu penerangan, penyuluhan,

<sup>15</sup> Hallen. A, *Bimbingan dan Konseling*, (Ciputat : Quantum Teaching, 2005), 3.



pembinaan, dan pengajaran. Sehingga dapat disimpulkan bahwa bimbingan masyarakat Islam adalah aktivitas membina individu atau kelompok yang beragama Islam guna mengembangkan kemampuannya agar memperoleh kebahagiaan pribadi dan kemanfaatan sosial.

#### **b. Materi Agama Islam**

Materi bimbingan dan penyuluhan Agama harus dititik beratkan kepada pokok materi yang diperlukan oleh kelompok sasaran. Adapun materi bimbingan agama Islam yaitu materi *Aqidah Islamiyah*, materi *Syari'ah*, materi *Akhlak*, dan materi baca tulis al Qur'an

#### **c. Pelaksanaan Bimbingan Masyarakat Islam**

Sasaran pembimbing dan penyuluh agama Islam sangat beragam dan bervariasi, oleh karenanya diperlukan beberapa metode antara lain:

##### 1. Ceramah

Penyajian materi dengan cara berpidato. Materi yang disajikan adalah materi yang populer dan terjangkau oleh para pendengarnya<sup>16</sup>.

##### 2. Tanya Jawab

Suatu cara penyajian bahan pelajaran melalui berbagai bentuk pertanyaan yang dijawab oleh pendengar.<sup>17</sup>

##### 3. Diskusi

<sup>16</sup> Jumanta Hamdayama, *Model dan Metode Pembelajaran Kreatif dan Berkarakter*, (Bogor; Ghalia Indonesia, 2014), 168.

<sup>17</sup> Hamdani, *Strategi Belajar Mengajar*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2011), 275.

Metode diskusi adalah suatu cara mempelajari materi pelajaran dengan memperdebatkan masalah yang timbul dan saling mengadu argumentasi secara rasional dan objektif.<sup>18</sup>

#### 4. Sarasehan

Kegiatan seperti ceramah yang mendekati bentuk diskusi, hanya saja sarasehan tidak memerlukan ketentuan formal.

#### 5. Kunjungan ke rumah

Kunjungan dengan cara pribadi sehingga timbul rasa intim dan bebas dalam mengemukakan sesuatu”.<sup>19</sup>

#### **d. Media Penyuluh Agama Islam**

Dalam melaksanakan penyuluhan Agama tidak cukup hanya dilaksanakan secara konvensional seperti ceramah dan *khutbah*, akan tetapi diperlukan pula sarana lainnya yaitu media cetak, media radio dan televisi, media visualisasi, dan media Sosial.

#### **e. Sasaran Bimbingan Masyarakat Islam**

Sasaran pembimbing dan penyuluh agama Islam adalah umat Islam dan masyarakat yang belum menganut salah satu agama di Indonesia. Kelompok-kelompok masyarakat yang menjadi sasaran penyuluhan yaitu lembaga pemasyarakatan, generasi muda, kelompok orang tua, kelompok

<sup>18</sup> Usman Basyiruddin, *Metodologi Pembelajaran Agama Islam*, (Jakarta: PT. Intermedia, 2002), 36.

<sup>19</sup> Deni Febriana, *Bimbingan Konseling*, (Yogyakarta: Teras, 2011), 88.

wanita, masyarakat daerah rawan, pondok sosial, kompleks perumahan, kampus/masyarakat akademis, dan majelis taklim.<sup>20</sup>

## 5. Moderasi Beragama

### a. Pengertian Moderasi Beragama

Moderasi bergama adalah jalan tengah dalam mewujudkan karakter Islam sebagai ajaran yang *rahmatan lil 'alamiin*. Dalam bahasa Arab, moderasi dikenal dengan kata *wasath* atau *wasathiyah*, yang memiliki padanan makna dengan kata tengah-tengah (*tawasuth*), adil (*i'tidal*), dan berimbang (*tawazun*).<sup>21</sup>

Beragama berasal dari kata agama dengan prefiks atau imbuhan awal kata *ber-* yang berarti cerminan sebuah prinsip, sikap, atau tindakan seseorang yang didapat dari hasil pemahaman ilmu agama. Sehingga moderasi beragama dapat dipahami sebagai cara pandang, sikap, dan perilaku yang selalu mengambil posisi ditengah-tengah, betindak adil, dan tidak ekstrim dalam beragama serta menghargai perbedaan keyakinan.

### b. Nilai-nilai Moderasi Beragama

Konsep ajaran Islam dinilai secara proporsional sesuai akan syarat syariat yaitu mengedepankan nilai toleransi (*tasamuh*), pertengahan (*tawasuth*), seimbang (*tawazun*), musyawarah (*syura*), damai (*ishlah*),

<sup>20</sup> Nurul Huda, *Pedoman Majelis Ta'lim*, (Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia, 1982), 5.

<sup>21</sup> Lukman Hakim Saifuddin, *Moderasi Beragama*, (Jakarta Pusat: Badan Litbang dan diklat Kementerian Agama RI, 2019), 17.

kesetaraan hak (*musawah*), dahulukan yang prioritas (*aulawiyah*), berkeadaban (*tahadhdur*), dinamis dan inovatif (*tathawwur wal ibtikar*).<sup>22</sup>

c. Indikator Moderasi beragama

Indikator moderasi beragama yang digunakan ada empat, yaitu<sup>23</sup> :

1. Komitmen terhadap kebangsaan

Segala bentuk pemikiran dan tindakan seseorang yaitu tetap berpegang teguh dan menerima Pancasila dan konstitusi UUD 1945.

2. Toleransi

Toleransi merupakan sikap untuk memberi ruang dan tidak mengganggu hak orang lain untuk berkeyakinan, mengekspresikan keyakinannya, dan menyampaikan pendapat.

3. Anti terhadap kekerasan

Praktik dan perilaku yang sejuk, menghindari paham-paham radikalisme, kekerasan, baik kekerasan verbal, fisik dan pikiran.

4. Akomodatif terhadap kebudayaan local

Praktik beragama cenderung lebih ramah dalam menerima tradisi dan budaya sejauh tidak bertentangan dengan ajaran agama.

---

<sup>22</sup> ibid, 17.

<sup>23</sup> ibid, 20.

## **F. METODOLOGI PENELITIAN**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bermaksud untuk menjelaskan fenomena yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan secara holistic melalui kata-kata. Penelitian kualitatif ini diharapkan mampu menghasilkan gambaran yang mendalam tentang bahasa, tulisan dan perilaku, organisasi fungsional, peristiwa tertentu, gerakan sosial dan hubungan kekerabatan.<sup>24</sup>

### **2. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif. yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, bukan angka-angka.<sup>25</sup> Hasil penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu penulis mendeskripsikan terhadap gambaran dan temuan tentang difusi inovasi penggunaan media sosial dalam membangun moderasi beragama pada konten-konten milik akun media sosial Bimbingan Masyarakat Islam.

### **3. Subyek dan Objek Penelitian**

#### **a. Subyek Penelitian**

Subjek penelitian disebut sebagai pelaku atau seseorang yang dapat diteliti dan memberikan informasi mengenai data yang diinginkan

---

<sup>24</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), 6.

<sup>25</sup> Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), 51.

oleh peneliti dengan karakteristik tertentu. Subjek penelitian ini adalah *podcast* Obsesi.

b. Obyek Penelitian

Obyek penelitian merupakan variable atau suatu titik yang menjadi perhatian dalam sebuah penelitian menggunakan teori yang bersangkutan. Objek penelitian ini adalah berfokus pada konten *podcast* Obsesi dan nilai-nilai moderasi beragama yang terkandung didalamnya.

**4. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, dicatat dan diteliti untuk pertama kalinya. Dalam hal ini, sumber data primer dalam penelitian ini adalah informasi yang bersumber langsung dari konten *podcast* Obsesi di media sosial *YouTube*.

b. Sumber Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti misalnya dari Biro Statistik, majalah, keterangan-keterangan atau publikasi lainnya. Jadi data sekunder berasal dari tangan kedua, ketiga, dan seterusnya.<sup>26</sup> Adapun data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumen dan pemberitaan yang memuat tentang

---

<sup>26</sup> Drs. Marzuki, *Metodelogi Riset*, (Yogyakarta : PT. Prasetia Widia Pratama, 2000), 55-59.



program pembimbingan, pembinaan, pengajaran, dan penyuluhan agama yang membangun moderasi beragama pada masyarakat Islam.

## 5. Metode Pengumpulan Data

Teknik ini dilakukan guna menggali dan mencari data yang bersumber dari data primer dan sekunder. Oleh karena itu, teknik pengumpulan data sangat erat kaitannya dengan sumber data yang diperoleh.<sup>27</sup> Adapun metode pengumpulan data tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

### a. Observasi

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.<sup>28</sup> Observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan cara pengamatan mendalam terhadap konten *podcast* Bimas Islam. Pengamatan ini dilakukan dengan tujuan mengkategorikan temuan-temuan berdasarkan teori dan konsep yang bersangkutan.

### b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode yang digunakan untuk mencari data otentik yang bersifat dokumentasi baik data itu berupa catatan harian, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen

---

<sup>27</sup> A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), 376.

<sup>28</sup> Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta,, 2005), 64.

rapat, agenda, atau catatan penting lainnya.<sup>29</sup> Kegiatan dokumentasi merupakan metode pelengkap dari wawancara dan observasi. Dokumentasi di dapat melalui foto, video, postingan, dan catatan penting yang dimiliki oleh pengurus, ataupun website resmi Bimas Islam.

c. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah usaha mengumpulkan informasi dengan menggunakan sejumlah pertanyaan secara lisan, untuk dijawab secara lisan pula, wawancara ini untuk memperoleh data atau informasi tentang hal-hal yang tidak dapat diperoleh lewat pengamatan.<sup>30</sup> Dalam metode wawancara ini, peneliti melakukan wawancara kepada admin akun media sosial .

6. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang yang di teliti dan menyajikan sebagai temuan penelitian.<sup>31</sup> Adapun langkah-langkah analisa data sebagaimana berikut:<sup>32</sup>

a. Pengumpulan Data

<sup>29</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2013), 274.

<sup>30</sup> Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2005), 72.

<sup>31</sup> Neong muhadjir, *Metode penelitian kualitatif*, (Yogyakarta: Rake Sarasin, 2002), 142.

<sup>32</sup> Matthew B Miles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: UI Press, 1992), 15-21.

Pengumpulan data diperoleh dengan cara mempelajari data yang diperoleh dari metode observasi, wawancara, dan dokumentasi kemudian dituangkan melalui tulisan didalam hasil data penelitian.

b. Reduksi Data

Reduksi data dilakukan dengan cara mengelompokkan data berdasarkan aspek-aspek permasalahan penelitian, merangkum, dan memilih hal-hal yang pokok dalam penelitian.

c. Penyajian Data

Data penelitian disajikan dalam bentuk uraian singkat, dan bagan.

d. Menarik Kesimpulan

Proses ini adalah tahap akhir dari analisis data, yaitu dengan menarik kesimpulan dari data yang telah direduksi dan disajikan.

## **G. KERANGKA BERPIKIR PENELITIAN**

Adapun kerangka berpikir penelitian ini dibuat untuk memudahkan pembaca memahami alur penelitian. Konten-konten *podcast* Obsesi dipilah berdasarkan indikator moderasi beragama. Kemudian, konten *podcast* Obsesi tersebut dipublikasikan dengan pemanfaatan media sosial *YouTube*. Kemudian, konten *podcast* Obsesi di *YouTube* dianalisis menggunakan teori difusi inovasi dengan cara mengidentifikasi proses ajakan berinovasi, proses penerimaan inovasi, dan proses penerapan inovasi dalam membangun moderasi beragama.

(gambar 1.3 alur berpikir penelitian)



(sumber : olahan peneliti)

## H. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

BAB I Pendahuluan, terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, kerangka berpikir dan sistematika pembahasan.

BAB II Gambaran Umum, menguraikan gambaran mengenai objek penelitian yaitu tentang *podcast* Obsesi.

BAB III Pembahasan, menguraikan hasil penelitian dan temuan terkait narasi yang mengandung nilai-nilai moderasi beragama, proses ajakan berinovasi, proses penerimaan inovasi, dan proses penerapan inovasi dalam membangun moderasi beragama.

BAB IV Penutup, terdiri dari kesimpulan dan saran.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

*Podcast* Obsesi merupakan saluran komunikasi yang pemanfaatannya digunakan oleh pihak Ditjen Bimas Islam dalam memberikan edukasi dan bimbingan bagi para penyuluh agama Islam dan masyarakat luas. Salah satu program unggulan Kementerian Agama (Kemenag) yaitu penguatan moderasi beragama. Dari 167 episode Obsesi yang ada, penulis menemukan ada 17 episode Obsesi yang memenuhi indikator moderasi beragama dengan narasi komitmen terhadap kebangsaan, toleransi, anti terhadap kekerasan, dan akomodatif terhadap kebudayaan. Secara berurutan, penulis menemukan bahwa konten *podcast* Obsesi paling banyak mengandung narasi toleransi, anti terhadap kekerasan, komitmen terhadap kebangsaan, dan paling sedikit yaitu akomodatif terhadap kebudayaan. Dari 17 episode ini juga, penulis menemukan konten paling banyak ditonton dan disukai yaitu pada *podcast* Obsesi episode 99# “Kupas Tuntas Pedoman Penggunaan Pengeras Suara di Masjid dan Mushalla” sebanyak 4,8 ribu kali ditonton dan sebanyak 292 *like*.

Konten *podcast* Obsesi sesuai dengan ajaran Islam, ideology Pancasila, Bhineka Tunggal Ika, dan konstitusi UUD 1945. Dan penerapannya juga

mengedepankan norma-norma yang berlaku secara universal yaitu mengedepankan norma ketuhanan dengan memberikan akses tiap-tiap agama untuk dapat beribadah dengan tenang, dan bertoleransi. Norma kemanusiaan dengan tolong menolong demi keberlangsungan hidup, dan kesejahteraan bersama. Norma budaya dengan bersikap sopan santun dan menghargai perbedaan suku, agama, ras, antar golongan (SARA). Norma sosial dengan bergotong royong dan bermusyawarah dalam membangun peradaban dan membangun susasana yang kondusif.

Proses *podcast* Obsesi memiliki tiga tahapan yaitu, tahap ajakan perlunya membangun moderasi beragama, proses penerimaan dan penolakan moderasi beragama, dan proses penerapan moderasi beragama sebagai upaya harmonisasi sosial. Pada proses *pertama*, ajakan perlunya membangun moderasi beragama dilakukan dengan penyampaian materi oleh narasumber, penerimaan pesan oleh penonton atau pengguna media sosial, dan pembuatan sertifikat elektronik. Pada proses *kedua*, proses penerimaan inovasi dilakukan dengan cara memberikan *like*, berkomentar positif, membangun, dan apresiasi. Sedangkan proses penolakan inovasi dilakukan dengan cara memberikan *dislike*, dan berkomentar negatif. Pada proses *ketiga*, proses penerapan moderasi beragama sebagai upaya harmonisasi sosial dilakukan dengan cara membagikan *link* kepada pengguna media sosial lainnya, melakukan posting ulang (*repost*), dan pembuatan akun media sosial baru.



## B. SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan hasil yang telah dipaparkan sebelumnya. Peneliti memberikan saran kepada peneliti selanjutnya dan kepada pihak terkait yaitu:

### 1. Kepada Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini merupakan analisis deskriptif pada konten-konten inovatif *podcast* Obsesi yang memanfaatkan media sosial *YouTube*. Dalam penelitian ini tidak banyak membahas terkait kepuasan (*gratification*) penggunaan media sosial, hanya menambahkan respon public melalui kolom komentar sebagai respon positif dan negatif terkait adanya konten inovatif. Penelitian ini juga tidak banyak menggunakan informan sebagai sumber informasi, masih didominasi oleh hasil dokumentasi pada konten *podcast* Obsesi sebagai sumber informasi utama. Sehingga, sangat disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan banyak informan sebagai sumber informasi guna penelitian yang lebih komprehensif.

### 2. Kepada Pihak Terkait

Konten *podcast* Obsesi yang terdapat pada media sosial *YouTube* merupakan konten resmi yang sejalan dengan program-program pemerintah. Inovasi merupakan terobosan yang sangat diperlukan untuk kebutuhan zaman dan menjadi solusi alternatif pada tantangan yang semakin dinamis. Sehingga sangat disarankan, temuan-temuan inovatif yang telah dijabarkan penulis bisa

kemudian dijadikan *role model* oleh berbagai individu dan lembaga dalam mengkomunikasikan sebuah inovasi di media sosial.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abror Robby Habiba, dkk. *Refleksi Filosofis atas Teologi dan Politik Islam Kajian Filsafat Islam*. Yogyakarta : Penerbit FA PRESS, 2018.
- Abror Robby Habiba, “Makna Kebebasan Berpikir Dalam Diskursus Pemikiran Islam Kontemporer.” *UNISIA*, vol.XXXVIII no. 84 januari 2016.
- Ali Mustafa, Hasan Sazali. *New Media dan Penguatan Moderasi Beragama di Indonesia*. Jurnal : Komunikasi. Volume 17. Nomor 2, 2023.
- Deni Febriana *Bimbingan Konseling*. Yogyakarta: Teras, 2011.
- Desi Setiawati. *Penggunaan Media Sosial Sebagai Penunjang Akademik Mahasiswa Tunanetra di Pusat Layanan Difabel Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2023.
- Errika Dwi Setya Watie. *Komunikasi dan Media Sosial*. Jurnal : The Messenger : volume3, Nomor 1, 2011..
- Hallen. A. *Bimbingan dan Konseling*. Ciputat : Quantum Teaching, 2005.
- Harun Rochajat, dan Ardiyanto Elvinaro. *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial: Perspektif Dominan, Kajian Ulang, dan Teori Kritis*, Jakarta: Rajawali Press, 2012.
- Hamdani. *Strategi Belajar Mengajar*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2011.
- Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001.
- Jumanta Hamdayama. *Model dan Metode Pembelajaran Kreatif dan Berkarakter*. Bogor; Ghalia Indonesia, 2014.
- Lukman Hakim Saifuddin, *Moderasi Beragama*. Jakarta Pusat: Badan Litbang dan diklat Kementerian Agama RI, 2019.
- Marzuki. *Metodelogi Riset*. Yogyakarta : PT. Prasetia Widia Pratama, 2000.
- Miles Matthew B dan Huberman. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press, 1992.

- Moleong Lexy J.. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.
- Muhadjir Noeng. *Metode penelitian kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin, 2002.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2006.
- Nurul Huda. *Pedoman Majelis Ta'lim*. Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia, 1982.
- Richard West dan Lynn H. Tunner. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika, 2013.
- Rogers Everett M. *Diffusion of Innovation Fifth edition*. New York: The Free Press, 2003
- Pebri Yanasari. *Penguatan Moderasi Beragama Melalui Media Sosial (Studi Terhadap Mahasiswa IAIN SAS)*. Jurnal : Kependidikan dan Sosial Keagamaan. Volume 7 Nomor 2, 2021.
- Peraturan Menteri Agama Nomor 10 Tahun 2010 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Agama. Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Rulli Nasrullah. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung: Sempiosa Rekatama Media, 2016.
- Stanley J. Baran, Dennis K. Davis. *Teori Komunikasi Massal*. Jakarta: Salemba Humanika, 2018.
- Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.
- Sugiono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta., 2005.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2013.
- Usman Basyiruddin. *Metodologi Pembelajaran Agama Islam*. Jakarta: PT. Intermedia, 2002.
- Yusuf A Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014.

### Website

<http://www.pendis.kemenag.go.id/pai/berita-388-kemenag-launching-program-penguatan-moderasi-beragama-di-sekolah.html>. Di akses pada tanggal 27 Juli 2022, pada pukul 21.00 WIB.

<https://epa.kemenag.go.id>. Di akses pada tanggal 2 Agustus 2023, pada pukul 9.00 WB.

<https://kemenagtuban.com>. Di akses pada tanggal 27 Juli 2022, pada pukul 22.00 WIB.

