

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah secara mendasar berbagai aspek kehidupan manusia. Perubahan ini tidak hanya terjadi di sektor ekonomi atau sosial, tetapi juga merambah ke kegiatan dakwah dan pendidikan agama Islam. Media sosial, terutama, telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, khususnya bagi generasi milenial yang lahir dan dibesarkan di era kemajuan teknologi digital.¹ Penerapan yang semakin meluas ini menandakan adanya pergeseran penting dari teknologi yang hanya berfungsi sebagai alat bantu menjadi sebuah lingkungan untuk interaksi dan konsumsi informasi yang utama. Ini berarti bahwa dakwah harus lebih dari sekadar menggunakan teknologi sebagai sarana, tetapi juga harus beradaptasi dengan cara yang mendasar terhadap paradigma komunikasi baru dalam dunia digital ini. Kebiasaan dalam mengonsumsi informasi, perhatian *audience*, dan cara berinteraksi telah dipengaruhi oleh *platform-platform* ini, yang menuntut para tokoh dakwah untuk tidak hanya menyajikan konten tradisional, tetapi juga menciptakan bentuk dan metode penyampaian yang sesuai dengan perubahan dinamis di dunia digital. Secara historis, dakwah telah dilakukan melalui cara interaksi langsung, baik secara individu maupun kelompok, yang memungkinkan adanya keterlibatan langsung

¹ Anas Anas, Yusra Yusra, and Sagir M Amin, 'Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Dan Pendidikan Agama Islam Bagi Generasi Milenial', *Prosiding Kajian Islam Dan Integrasi Ilmu Di Era Society (KIHIES)* 5.0, 3.1 (2024), 396–99.

antara pendakwah dan sasaran dakwah.² Namun, dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, aktivitas dakwah telah mengalami perubahan besar. Saat ini, dakwah tidak lagi hanya mengandalkan metode tradisional, tetapi telah berkembang menjadi komunikasi dua arah yang lebih interaktif dan responsif.³ Adapun dalil dakwah dalam Al-Quran surah An-nahl ayat 125

أَدْخِلْ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ
إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.”

Fenomena dakwah di dunia digital saat ini menunjukkan perkembangan yang sangat cepat dan dinamis, memungkinkan penyebaran pesan-pesan keagamaan secara luas di internet.⁴ Pergeseran menuju komunikasi dua arah ini secara mendasar mengubah dinamika kekuatan dan model keterlibatan dalam dakwah. Ini mengharuskan para pendakwah untuk tidak hanya menguasai literasi digital, tetapi juga memiliki pemahaman yang mendalam tentang partisipasi *audiens* dan sistem umpan balik. Kemampuan *audiens* untuk memberikan respons, bertanya, dan bahkan berkontribusi dalam menciptakan makna (misalnya, melalui komentar dan diskusi) secara langsung mempengaruhi cara narasi dibangun dan disesuaikan. Oleh karena itu, tujuan strategis di balik pola narasi berpindah dari

² Yasriana Febriani, ‘Strategi Komunikasi Penyiar Radio Dakwah Hamzanwadi Dalam Meningkatkan Minat Pendengar’ (UIN Mataram, 2023).

³ Yulia Rahmawati and others, ‘Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian Literatur’, *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3.1 (2024), 266–79.

⁴ Agung Tirta Wibawa, ‘Fenomena Dakwah Di Media Sosial Youtube’, *Jurnal Rasi*, 1.1 (2019), 1–19.

sekadar penyampaian informasi menjadi upaya untuk membangun dialog dan pemahaman bersama.

Media sosial telah terbukti menjadi alat yang sangat ampuh dalam menyebarkan pesan dakwah secara internasional, memberikan kemampuan untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas dan beragam.⁵ Di antara berbagai *platform* yang ada, *Youtube* berdiri sebagai salah satu saluran video utama yang digunakan untuk menyebarluaskan ajaran Islam. Konten audio-visual yang dipresentasikan di *Youtube* dianggap lebih berkuasa dan lebih mudah diterima oleh masyarakat jika dibandingkan dengan media visual atau audio saja. Keunggulan *Youtube* sebagai *platform* untuk berdakwah meliputi tidak adanya batasan waktu untuk video, keamanan konten yang baik, serta kemungkinan mendapatkan uang bagi para pencipta, sehingga menjadikannya pilihan yang strategis bagi para pelaku dakwah.⁶ Sifat audio-visual yang khas dan jangkauan internasional *Youtube*, serta fitur interaktifnya, menciptakan sebuah lingkungan yang kuat tetapi rumit untuk membangun narasi dalam dakwah. Tidak ada batas waktu untuk video memungkinkan pengembangan narasi yang lebih rumit dan mendalam. Format audio-visual memberikan kemampuan untuk mengintegrasikan daya tarik emosional dan logis dengan lebih kuat dibandingkan hanya teks atau audio. Jangkauan internasional berarti narasi harus mempertimbangkan berbagai penafsiran budaya. Selain itu, elemen interaktif seperti komentar dan fitur berbagi

⁵ Nurul Hidayatul Ummah, 'Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital', *Jurnal Manajemen Dakwah*, 11.1 (2023).

⁶ Rastyka Dhela Gyta, 'Pemanfaatan *Channel* YouTube Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu'a Way Halim Bandar Lampung)' (UIN RADEN INTAN LAMPUNG, 2021).

menunjukkan bahwa narasi bersifat dinamis, yaitu diterima dan diinterpretasikan kembali oleh penonton, yang kadang-kadang menyebabkan polarisasi. Maka dari itu, analisis yang strategis terhadap narasi harus memperhatikan bagaimana fitur-fitur di *platform* ini digunakan untuk membentuk penerimaan serta mengatur kompleksitas yang melekat pada komunikasi yang bersifat global dan interaktif.⁷

Al-Bahjah TV adalah salah satu saluran dakwah Islam yang paling terkenal di *platform Youtube*. Saluran ini dipimpin oleh Buya Yahya Zainul Ma'arif, seorang ulama dan pengelola Lembaga Pengembangan Dakwah serta Pondok Pesantren Al-Bahjah yang terletak di Cirebon.⁸ Al-Bahjah TV telah aktif memposting konten-konten Islam sejak 27 Mei 2015. Pada April 2022, saluran ini memiliki 4,25 juta pelanggan dan total 510 juta tampilan video, yang menempatkannya di urutan ke-146 saluran *Youtube* terbaik di Indonesia. Informasi terbaru menunjukkan adanya pertumbuhan yang signifikan dengan 5,95 juta pelanggan dan lebih dari 18 ribu video yang diunggah. Al-Bahjah TV bahkan meraih posisi teratas dalam kategori Saluran Otoritas Islam yang populer di *Youtube*, mengalahkan saluran dakwah besar lainnya. Estimasi jangkauan untuk postingan terbaru berkisar antara 1,29 juta hingga 2,16 juta tampilan, yang menunjukkan dampak yang sangat besar dalam penyebaran pesan agama di Indonesia.⁹ Basis pengguna yang sangat besar dan tingkat partisipasi yang tinggi di Al-Bahjah TV tidak hanya mencerminkan

⁷ Herman Dermawan, 'Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Narasi Islam Di Dunia Digital', *Andragogia: Journal Education Science And Islamic Studies*, 1.1 (2024), 21–30.

⁸ Asna Istya Marwantika and Dawam Multazamy Rohmatullah, 'Buya Yahya's Da'wah Message and Crisis Communication Strategy in Responding to the Covid-19 Pandemic', *Jurnal Ilmu Dakwah*, 42.2 (2022), 308–26.

⁹ Fatimatul Maulia, 'Strategi Dakwah Buya Yahya Dalam Podcast Di *Channel Youtube* Al-Bahjah TV Tentang Orang Murtad Yang Kemudian Bertaubat (Perspektif Komunikasi David Kenneth Berlo)' (UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2022).

popularitasnya, tetapi juga menunjukkan bahwa cara penyampaiannya telah berhasil menciptakan pengikut yang setia dan terbuka. Hal ini mengisyaratkan bahwa saluran tersebut telah menemukan pendekatan yang tepat untuk dakwah digital, menjadikannya contoh yang baik untuk menganalisis bagaimana pilihan narasinya berperan dalam mencapai dampak yang begitu luas. Keberhasilan ini terkait erat dengan kemampuan saluran dalam mengenali serta memenuhi kebutuhan spiritual penontonnya, serta menyajikan pesan-pesan agama dalam format yang mudah dijangkau dan menarik.¹⁰

Perkembangan cepat dalam aktivitas dakwah melalui media sosial, terutama di *Youtube*, telah menciptakan peluang signifikan untuk penyebaran pesan-pesan keagamaan secara luas dan efisien. Namun, dunia digital juga menghadirkan tantangan yang cukup rumit dalam pembentukan dan penerimaan narasi dakwah. Isu-isu seperti penyebaran informasi yang tidak terverifikasi, munculnya narasi ekstrem, rendahnya tingkat literasi digital, serta adanya echo chambers dan polarisasi opini menjadi masalah penting yang memengaruhi kualitas dan efek dakwah. Meskipun banyak pihak telah mengakui efektivitas media sosial sebagai alat dakwah, aspek-aspek dalam membangun narasi di tengah lingkungan yang rumit ini masih belum diteliti dengan mendalam. Pemahaman tentang cara membentuk pola narasi untuk menghadapi tantangan tersebut, sambil terus menegakkan tujuan dakwah, adalah bidang yang memerlukan penelitian lebih lanjut.

¹⁰ Marwantika and Rohmatullah.

Al-Bahjah TV, yang memiliki jutaan pelanggan dan ribuan video, adalah salah satu saluran dakwah terkemuka di *Youtube* Indonesia. Konten yang dihadirkan oleh Buya Yahya mencakup beragam topik tentang akidah, syariah, serta akhlak, termasuk tanggapan terhadap isu-isu terkini seperti pandemi COVID-19. Walaupun saluran ini memiliki profil dan jangkauan yang luas, dan beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengkaji pesan dakwah, strategi dalam situasi krisis, atau penerimaan *audiens*, analisis mendalam mengenai pola narasi kontennya belum menjadi fokus utama. Penelitian-penelitian yang ada lebih banyak mengeksplorasi penggunaan umum dari *platform*, jenis pesan yang disampaikan, atau dampak dari penerimaan, tetapi belum ada yang secara sistematis menganalisis bagaimana elemen-elemen naratif (seperti tema, alur, tokoh, dan cara penyampaian) secara strategis dipilih dan disusun untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Berdasarkan kajian literatur, terdapat kekurangan dalam studi mendalam yang secara eksplisit menganalisis strategi pola narasi konten dakwah di *channel Youtube* Al-Bahjah TV. Meskipun ada penelitian yang mengkaji dakwah digital di *Youtube* secara umum atau studi kasus terkait saluran lain, serta beberapa yang membahas Al-Bahjah TV dari sudut pandang tertentu, belum ada yang secara menyeluruh menguraikan strategi di balik pola narasi yang diterapkan.

B.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

- a. Bagaimana pola narasi konten dakwah di *channel* Al-Bahjah Tv yang disajikan pada *platform* media sosial *youtube*?

- b. Bagaimana strategi pemanfaatan platform *youtube* oleh Al-Bahjah Tv
- c. Apa saja dampak pola narasi dan strategi *youtube* terhadap dakwah Al-Bahjah TV
- d. Apa saja tantangan dan peluang dakwah digital Al-Bahjah TV

C.Tujuan Penelitian

- a. Menjelaskan pola narasi konten dakwah yang disajikan di *platform* media sosial *youtube*.
- b. Memahami strategi pemanfaatan platform *youtube* oleh Al-Bahjah Tv
- c. Memahami dampak pola narasi dan strategi *youtube* terhadap dakwah Al-Bahjah TV
- d. Menjelaskan tantangan dan peluang dakwah digital Al-Bahjah TV

D.Signifikansi/Kegunaan Penelitian

1. Signifikansi Teoritis

- a. Penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam memahami pola narasi konten dakwah di *platform* media sosial *youtube*.
- b. Penelitian ini dapat menambah wawasan teori komunikasi dan dakwah di era digital.
- c. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penelitian selanjutnya tentang konten dakwah di media sosial.

2. Signifikansi Praktis

- a. Penelitian ini dapat membantu kreator konten dakwah dalam meningkatkan efektivitas konten dakwah mereka.

- b. Hasil penelitian ini dapat membantu pelaku dakwah dalam mengembangkan strategi dakwah yang lebih efektif di era digital.
- c. Penelitian ini dapat memberi manfaat kepada pelaku dakwah dalam memahami dan mengatur konten dakwah di media sosial.

E. Definisi Operasional

a. Pola narasi

Narasi merupakan suatu pendekatan penelitian dalam bidang ilmu sosial yang mengutamakan pemahaman mengenai identitas dan cara pandang individu dengan merujuk pada cerita-cerita. Sebuah narasi adalah jenis komunikasi yang melibatkan rangkaian peristiwa yang terhubung, yang biasanya mencakup pengenalan karakter, adanya konflik, dan penyelesaian. Pola narasi merujuk pada struktur atau kerangka kerja yang berulang dalam penyampaian cerita atau pesan, terutama di media digital seperti video. Ini mencakup cara cerita dibangun, pengaturan elemennya, dan bagaimana pesan disampaikan melalui alur tersebut.¹¹

Dalam konteks konten video *Youtube*, pola penceritaan bisa terlihat melalui beberapa unsur penting:

1. Tujuan Cerita: Apa yang ingin diraih oleh konten dakwah, apakah itu untuk memberikan edukasi, hiburan, motivasi, atau penerangan spiritual.

¹¹ Zuhriah Zuhriah and others, 'Pola Narasi Moderasi Beragama Dalam Pemberitaan Di Bidang Jurnalistik (Analisis Pemberitaan Di Media Pers Sumatera Utara)', *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 7.1 (2023), 227–33.

2. Target Penonton: Memahami siapa yang menjadi sasaran *audience* (usia, minat, cara berkomunikasi) adalah kunci untuk membuat cerita yang sesuai dan dapat diterima dengan baik.
3. Struktur Cerita yang Jelas: Adanya pembukaan (pengantar yang kuat untuk menarik perhatian sejak awal), konflik (tantangan atau permasalahan yang relevan dengan penonton), dan resolusi (solusi atau penutup yang memuaskan).
4. Pemanfaatan Emosi: Kemampuan narasi untuk menyentuh sisi emosional penonton dan membuat mereka merasa terlibat, membangkitkan perasaan seperti kebahagiaan, harapan, empati, atau inspirasi. Penelitian menunjukkan bahwa cerita yang berkaitan dengan emosi dan memanfaatkan perasaan untuk menyentuh penonton sangat efektif dalam menciptakan konten yang tak terlupakan. Bersamaan dengan itu, tujuan dari dakwah digital adalah meningkatkan pemahaman tentang moderasi dalam beragama dan menghindari konflik. Jika konten dakwah Al-Bahjah TV secara strategis mempergunakan pola penceritaan yang menyentuh emosi dan membahas isu-isu yang relevan, hal ini dapat menjembatani pesan-pesan keagamaan yang rumit dengan pengalaman pribadi penonton. Ini membuat penerimaan ajaran moderasi menjadi lebih mudah dan membangun kesadaran kolektif yang lebih mendalam.
5. Media Visual yang Mendukung: Penggunaan gambar, video, teks, atau animasi yang memperkuat alur cerita serta meningkatkan dampak emosional dari pesan yang disampaikan.

6. Bahasa yang Sederhana dan Mudah Dipahami: Menggunakan bahasa yang jelas, tidak terlalu formal atau rumit, agar pesan dakwah dapat dimengerti oleh berbagai kalangan *audiens*.
7. Gaya Bercerita yang Unik: Menggunakan humor, cerita pendek, atau gaya narasi yang lain yang mencerminkan karakter da'i atau saluran, membantu membedakan konten dari yang lainnya.

elemen-elemen cerita yang secara teratur atau berulang muncul dalam video-video dakwah dari *channel* Al-Bahjah TV. Ini akan diukur melalui pengenalan:

1. Jenis Narasi: Apakah narasi tersebut lebih bersifat ekspositoris (dengan tujuan untuk memberikan informasi secara terstruktur dan menambah pengetahuan) atau sugestif (berfokus pada makna pengalaman, membangkitkan perasaan, atau melibatkan imajinasi pemirsa).
2. Unsur-unsur Narasi: Bagaimana tema, alur (urutan waktu kejadian), latar (konteks sosial atau situasional), tokoh (Buya Yahya sebagai pencerita dan contoh), penokohan, sudut pandang, serta konflik (jika ada) ditampilkan dalam setiap video.
3. Struktur Narasi: Pengamatan terhadap adanya orientasi (pengenalan), komplikasi (masalah), resolusi (penyelesaian masalah), dan koda (pesan moral atau penegasan) dalam penyampaian pesan dakwah.
4. Gaya Komunikasi: Cara atau metode Buya Yahya dalam menyampaikan pesan, termasuk pilihan bahasa yang mudah dimengerti dan keterkaitan dengan topik-topik sehari-hari (adabi ijtima'i).

b. Konten dakwah digital

Dakwah digital merupakan metode penyampaian ajaran Islam yang dilakukan melalui *platform* digital, menggunakan teknologi untuk menyebarkan ajaran agama dalam berbagai bentuk seperti cerita, animasi, video, desain grafis, dan siaran langsung.¹² Salah satu karakteristik utamanya adalah sifat terbuka dan interaktif, yang memungkinkan terjadinya komunikasi langsung antara dai dan pendengar, serta menciptakan ruang partisipasi yang lebih luas. Dalam era milenial, dakwah diharuskan untuk bersifat terkini (menyelesaikan permasalahan), berbasis fakta (nyata dan konkret), serta sesuai dengan konteks (berhubungan dengan masalah yang dihadapi masyarakat).¹³

Konten dakwah merujuk pada segala bentuk audio-visual yang dipublikasikan oleh saluran Al-Bahjah TV di *Youtube*, yang dengan jelas bertujuan untuk menyebarluaskan ajaran Islam, mengajak kepada kebaikan, mencegah kemungkaran, serta memberikan arahan dan pemahaman tentang agama kepada masyarakat. Materi ini mencakup, tetapi tidak terbatas pada, ceramah, kajian, sesi tanya jawab ("Buya Yahya Menjawab"), dan tanggapan terhadap isu-isu terkini seperti pandemi COVID-19 atau isu boikot produk yang mengandung pesan terkait akidah, syariah, dan akhlak.

Dakwah digital memiliki beberapa tujuan dan kepentingan yang signifikan di zaman media sosial:

¹² R Mardiana, 'Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial. Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah, 10, 148–158', 2020.

¹³ Fatimah Raihani, Ilyas Kamilul, and Muhammad Farhan, 'DAKWAH DIGITAL DAN PERUBAHAN SOSIAL ANAK MUDA: USTAD HANAN ATTAHI DI MEDIA SOSIAL', *Nashr Al-Islam: Jurnal Kajian Literatur Islam*, 7.2 (2025).

1. Peningkatan Pemahaman Tentang Moderasi Beragama: Dakwah digital berperan sebagai solusi untuk memperbaiki pemahaman moderasi beragama di kalangan pemuda, agar dapat menghindari terjadinya konflik dalam masyarakat yang beragam.
2. Jangkauan Luas dan Efektivitas: *Platform* digital memfasilitasi penyebaran informasi secara cepat dan tanpa batasan waktu dan tempat, menjangkau jutaan pengguna internet yang ada di Indonesia.
3. Kesesuaian dengan Generasi Milenial: Metode dakwah ini sangat cocok dengan gaya hidup dan kebiasaan generasi milenial yang akrab dengan perangkat elektronik dan media sosial, sehingga pesan dakwah bisa lebih mudah diterima.
4. Mendorong Ketertarikan Penerima Dakwah: Penggunaan teknologi terbaru bertujuan agar pesan dakwah tetap menarik, efektif, dan efisien, sehingga para penerima dakwah tetap tertarik untuk mengikuti ceramah.
5. Mengisi Ruang Digital dengan Konten yang Positif: Dakwah digital merupakan upaya yang penting untuk menyeimbangkan penyebaran paham ekstrem dan memperkenalkan wajah Islam yang penuh kasih sayang di dunia maya.¹⁴

Berdasarkan informasi yang ada, *Channel* Al-Bahjah TV memiliki ciri khas dalam konten dakwahnya:

1. Profil *Channel*: Kanal ini memiliki jumlah pengikut yang sangat besar, yaitu mencapai 5,95 juta, dan telah menerbitkan lebih dari 18 ribu video. Angka ini

¹⁴ Aulia Nur and M G Nashrillah, 'Strategi Dakwah Di Era Digital (Studi Kasus Pada Ma'had Al-Jami'ah UIN Sumatera Utara Medan)', *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6.4 (2024), 751–57.

mencerminkan jangkauan dan produktivitas yang sangat tinggi di *platform Youtube*.

2. Tokoh Utama: Buya Yahya (KH. Yahya Zainul Ma'arif) menjadi sosok utama yang menyampaikan sebagian besar konten dakwah di Al-Bahjah TV.
3. Format Konten: Jenis konten yang disajikan umumnya berupa video ceramah, sesi tanya jawab, serta potongan kajian yang diunggah secara teratur. Beberapa konten juga disediakan dalam bentuk podcast.
4. Topik Keagamaan: Konten mencakup rentang luas ajaran Islam, mulai dari aqidah, syariah (fiqh), akhlak, hingga isu-isu kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan syariat Islam. Beberapa tema yang diangkat antara lain hukum sholat di tempat kerja, haji dan umrah, aqiqah, kurban, serta kebiasaan yang dapat merugikan kehidupan.
5. Pendekatan Dakwah: Gaya dakwah yang diterapkan cenderung bersifat humanis, humoris, etis, serta interaktif. Penyampaian materi dilakukan dengan ringkas, mudah dipahami, dan relevan, sering kali diambil dari kisah sejarah dan teladan ulama terdahulu.
6. Dukungan Operasional: Kanal ini didukung oleh penjualan buku karya Buya Yahya dan barang dagangan resmi, serta menerima infak untuk pengembangan dan operasional. Ini menunjukkan adanya model keberlanjutan finansial yang mendukung produksi konten.

c. Platform media sosial youtube

Youtube ialah sebuah teknologi berbasis website yang memfasilitasi pengguna untuk membagikan video yang mereka punya, juga bisa digunakan hanya melihat

video yang diunggah orang lain, hampir semua genre video dapat diunggah, misalnya video musik dari musisi tertentu, film pendek, dan video edukasi.¹⁵ Adanya umpan balik terhadap suatu media dikarenakan adanya kelebihan dan kekurangan tersebut, kelebihan *youtube* antara lain video yang tersedia beraneka ragam dan mengaksesnya mudah bisa di laptop maupun *smartphone*. Kekurangannya adalah masih banyak video yang tidak pantas ditampilkan di khalayak umum dan masih adanya ujaran kebencian yang ada di kolom komentar.¹⁶ Dalam penelitian ini, *Youtube* berperan sebagai sarana utama di mana konten dakwah dari Al-Bahjah TV disajikan dan dapat diakses oleh penonton. Ciri-ciri *platform* yang penting untuk dianalisis mencakup sifat audio-visualnya, elemen interaktif (seperti bagian komentar, opsi suka/tidak suka, dan fitur untuk membagikan), serta kemampuannya dalam menjangkau sejumlah besar pemirsa tanpa adanya batasan durasi video yang berarti.

Youtube memiliki berbagai ciri teknis dan fungsi yang sangat mendukung penyebaran konten dakwah:

1. Audiovisual: Karakteristik audio-visualnya memungkinkan penyampaian pesan secara lebih menarik, ekspresif, dan mudah dipahami dibandingkan dengan media yang hanya berbasis teks. Hal ini memberi kesempatan kepada da'i untuk menyampaikan pesan dengan intonasi, ekspresi, dan visual yang menambah makna.

¹⁵ Gede Lingga Ananta Kusuma Putra, 'Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube', in *SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi)*, 2019, II, 259–65.

¹⁶ Mochamad Ranga Mahendra, 'Youtube Sebagai Media Pembelajaran', *Vocational Education of Building Construction, University of Jakarta, Jakarta*, 7 (2020), 1–4.

2. Akses Mudah: Konten dapat diakses kapan saja dan dari mana saja dengan menggunakan berbagai perangkat digital (seperti komputer, smartphone, atau tablet), melebihi batasan ruang dan waktu yang ada pada dakwah secara tradisional.
3. Jangkauan Internasional dan Beragam: *Youtube* dapat mencakup jutaan pengguna di seluruh dunia, memungkinkan pesan dakwah melampaui batas geografis dan kelompok demografis yang dahulu sulit dijangkau.
4. Fitur Interaksi: *Platform* ini menawarkan berbagai fitur yang mendukung komunikasi dua arah dan keterlibatan, termasuk kolom komentar, tombol like/dislike, opsi berbagi, dan siaran langsung dengan obrolan lanjutan. Fitur-fitur ini memberikan kesempatan bagi *audiens* untuk terlibat secara aktif, mengajukan pertanyaan, serta memberikan masukan secara langsung.
5. Analisis Kinerja: *Youtube* Studio menyajikan data metrik yang mendetail (seperti pertumbuhan subscriber, waktu menonton, dan sumber trafik) yang sangat penting untuk mengevaluasi kinerja konten serta memahami *audiens*. Data ini memungkinkan pembuat konten untuk mengambil keputusan berbasis data guna meningkatkan daya jangkauan dan daya tarik konten mereka.
6. Sistem Rekomendasi: *Youtube* menggunakan algoritma yang merekomendasikan video kepada pengguna berdasarkan riwayat tontonan dan interaksi, yang dapat meningkatkan visibilitas konten secara signifikan. Algoritma ini memprioritaskan "waktu menonton" dalam memberikan rekomendasi. Karakter teknis dan perilaku algoritma *Youtube* berperan aktif dalam membentuk dan memengaruhi strategi serta pola narasi yang digunakan

oleh pembuat konten. Untuk Al-Bahjah TV, strategi dakwah di *Youtube* perlu diubah sesuai dengan mekanisme dari *platform* ini. Hal ini dapat berpengaruh pada pilihan durasi video, cara penceritaan yang dirancang agar penonton tetap tertarik, hingga gaya penyampaian emosional untuk meningkatkan retensi pemirsa dan memanfaatkan rekomendasi dari algoritma. Ini menunjukkan bahwa *platform* ini bukan hanya sekadar media pasif, tetapi juga berperan aktif dalam membentuk pesan.¹⁷

F. Penelitian Terdahulu

Agar penelitian ini menjadi lebih terfokus pada suatu masalah penelitian dan dapat menghasilkan pembaruan penelitian, maka peneliti perlu melakukan studi terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang sejenis dengan tema penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti melakukan studi literatur terhadap penelitian terdahulu dan hasilnya dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 1. 1 penelitian terdahulu

Judul penelitian	Persamaan dengan penelitian ini	Perbedaan dengan penelitian ini	Metode penelitian	Hasil penelitian	Isu yang diangkat
Analisis isi konten dakwah moderasi beragama (studi kasus channel youtube)	Fokus pada konten dakwah di <i>platform youtube</i> , menggunakan	Objek penelitian yang berbeda, (Deddy Corbuzier dan Al-Bahjah TV, fokus	Kualitatif deskriptif observasi, dokumentasi	Terdapat 4 nilai moderasi beragama (komitmen kebangs	Pentingnya dakwah moderasi beragama untuk mencegah/mengurangi konflik agama:

¹⁷ Rangga Saptia Mohamad Permana and Alyani Nurul Iffah, 'Analisis Agenda Setting Tim Kreatif Narasi TV Terhadap Pandemi Covid-19 Melalui Program Cerita Pandemi', *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi Volume XI No*, 2021.

deddy corbuzier)¹⁸	pendekatan analisis kualitatif, studi kasus pada <i>channel youtube</i> spesifik	pada moderasi beragama dan respon penonton bukan pola narasi strategik, tidak secara eksplisit menganalisis pola narasi atau strategi di balik konten		aan, toleransi, anti kekerasan, disampaikan di login episode 22 respon penonton positif dan negatif	analisis nilai moderasi dan respon penonton di <i>channel</i> Deddy Corbuzier
Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Channel Youtube Kisah Islami¹⁹	Fokus pada konten dakwah di <i>platform Youtube</i> , Menggunakan metode analisis isi, Studi kasus pada <i>channel Youtube</i> spesifik.	Objek penelitian berbeda (Kisah Islami vs. Al-Bahjah TV). Fokus pada kategorisasi "pesan dakwah" (aqidah, syariah, akhlak) bukan "pola narasi strategik." Tidak	Analisis isi (content analysis), kualitatif deskriptif	Seluruh isi pesan dakwah pada <i>channel</i> kisah islami episode Nabi Yusuf as, part 1-3 mengandung 3 kategori : aqidah, syariah, dan akhlak, dengan	Pesan dakwah akhlak dari kisah Nabi Yusuf (menjaga diri, berdoa, berprasangka baik, sabar, menahan amarah, berterima kasih, berbuat baik).

¹⁸ Wina Musliha Ramandani, 'Analisis Isi Konten Dakwah Moderasi Beragama (Studi Kasus *Channel Youtube* Deddy Corbuzier)' (UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2024).

¹⁹ Atika Fauziah Hasibuan, 'Analisis Isi Pesan Dakwah Pada *Channel Youtube* Kisah Islami' (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2021).

		menganalisis strategi di balik penyampaian pesan.		fokus pada akhlak	
Dakwah melalui medis sosial instagram analisis pesan dakwah pada akun @sister.fillah²⁰	Fokus pada konten dakwah di media sosial, menggunakan metode analisis isi kualitatif, studi kasus pada akun media sosial spesifik	<i>Platform</i> berbeda (instagram dan youtube), objek penelitian berbeda (@sister.fillah dan Al-Bahjah TV, fokus pada kategorisasi pesan dakwah bukan pola narasi strategik meskipun menyentuh efektivitas tidak mendalami analisis strategis pola narasi	Analisis kualitatif deskriptif, studi kasus kepustakaan, teknik dokumenter/dokumentasi, data online, observasi, analisis isi	Pesan dakwah mengandung 3 kategori: akidah, syariah, akhlak, instagram efektif digunakan sebagai media dakwah	Adaptasi dakwah di era digital pengemasan materi unik, peran instagram sebagai media dakwah, etika bermedia sosial

²⁰ Yunita Sari, Fitri Yanti, and Agus Hermanto, 'Dakwah Melalui Media Sosial Instagram Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun @ Sister. Fillah', *Al-Ukhwah-Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 2.2 (2023), 152–62.

Pemanfaatan sosial media dalam meningkatkan efektivitas dakwah di era digital²¹	Fokus pada pemanfaatan media sosial untuk dakwah di era digital, membahas strategi dan efektivitas dakwah digital, menggunakan pendekatan kualitatif	Bukan studi kasus pada <i>channel</i> spesifik, melainkan tinjauan umum, tidak secara spesifik menganalisis pola narasi atau analisis strategi dari satu entitas, lebih luas dalam cakupan media sosial secara umum	Kualitatif, tinjauan teori (komunikasi dakwah digital, efektivitas komunikasi literasi digital, ummatan wasathon)	Pemanfaatan media sosial penting dan berpotensi besar untuk dakwah (cepat dan luas), namun harus bijak dan bertanggung jawab (kebenaran, kredibilitas, konteks islami) kolaborasi penting	Peran/potensi media sosial, tantangan (misinformasi, etika, literasi digital, persaingan, polarisasi, konten tidak kredibel), strategi efektif (bijak, interaktif, konsisten, storytelling, bahasa mudah)
strategi komunikasi da'i muda dalam menyebarkan pesan dakwah di tiktok²²	Fokus pada strategi komunikasi dakwah di media sosial, menyoroti gaya penyampaian (bahasa	<i>Platform</i> berbeda (tiktok dan <i>youtube</i>) , objek penelitian berbeda (da'i muda dan <i>channel</i>	Kualitatif deskriptif, studi kasus, sumber dokumen/video tiktok, teori media dakwah, pesan dakwah, media baru, strategi komunikasi	Da'i muda kreatif di tiktok, bahasa yang ringan dan visual menarik , konten padat	Adaptasi dakwah di digital, kreativitas, bahasa atau visual, konsistensi, kompetensi digital, dan komunitas digital.

²¹ Ummah.

²² Rinni Dwi Andayani and others, 'Strategi Komunikasi Dai Muda Dalam Menyebarkan Pesan Dakwah Di Tiktok', *NAAFI: JURNAL ILMIAH MAHASISWA*, 2.3 (2025), 451–59.

	ringan, visual, menarik, dan konten yang padat	dakwah) , tidak secara eksplisit menggu nakan kerangka analisis strategik pola narasi		dan bermak na, konsiste nsi dan interaks i, mengik uti tren dan fitur tiktok	
--	--	---	--	---	--

G.Sistematika penulisan

Berikut ini adalah urutan sistematis yang digunakan dalam penulisan konsep-konsep yang di jelaskan sebelumnya :

Bab I : bagian awal yang terdiri dari penjelasan mengenai latar belakang masalah dan perumusan masalah, tujuan masalah, signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu

Bab II : bagian berikutnya mencakup definisi teori, tinjauan teori.

Bab III : jenis dan pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data yang digunakan, serta teknik pengumpulan data dan teknik analisis data yang diterapkan

Bab VI : bagian hasil penelitian dan pembahasan berisi tentang temuan-temuan penelitian yang diperoleh serta analisis mendalam yang dilakukan teradap hasil tersebut.

Bab V : penutup yang berisi simpulan dan saran-saran.