



**Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media
Dakwah: Studi Kasus You Tube Al Bahjah**

TESIS

DISUSUN OLEH :

ABDURRAHMAN BAYHAQI

55223110010

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

2026



**Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media
Dakwah: Studi Kasus You Tube Al Bahjah**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi
Magister Ilmu Komunikasi**

OLEH

ABDURRAHMAN BAYHAQI

55223110010

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

2026

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abdurrahman Bayhaqi
NIM : 55223110010
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Magister Ilmu Komunika

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tesis berjudul:

“ Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Dakwah: Studi Kasus You Tube Al Bahjah” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Agustus 2026



Abdurrahman Bayhaqi

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Abdurrahman Bayhaqi

NIM : 55223110010

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul “Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Dakwah: Studi Kasus You Tube Al Bahjah” ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 8 Agustus 2026 ,didapatkan nilai persentase sebesar 30%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 8 Agustus 2026
Administrator Turnitin



Miyono, S.Kom

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Abdurrahman Bayhaqi
NIM : 55223110010
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Magister Ilmu Komunikasi
Judul Tesis : Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai
Media Dakwah: Studi Kasus You Tube Al

Bahjah

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 12 Agustus 2026 di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing

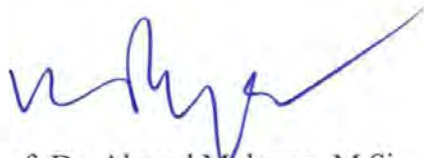
UNIVERSITAS

Dr. Achmad Jamil, M.Si
NIDN/NUPTK: 0307106701
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Agustus 2026

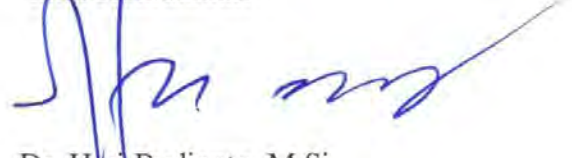
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si
NIDN/NUPTK: 0318116602

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Heri Budianto, M.Si
NIDN/NUPTK: 0302097401

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT. karena atas berkah, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir tesis, meskipun perlu melewati berbagai rintangan, hambatan, tantangan, dan kendala. Sholawat serta salam tak lupa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Tesis ini peneliti susun sebagai syarat wajib untuk mendapatkan gelar S2 (strata 2) pada program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul “Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Dakwah: Studi Kasus You Tube Al Bahjah”

Peneliti menyadari bahwa tulisan tesis ini belum sepenuhnya sempurna, namun ketika proses penyusunan penulisan tesis ini tentunya terdapat beberapa pihak yang luar biasa turut serta terlibat didalamnya, maka dari itu peneliti sampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak, yaitu:

1. Dr. Heri Budianto, M.Si. Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi sekaligus ketua sidang akhir, yang telah memberikan saran, koreksi, kritik membangun, serta masukan-masukannya dan evaluasi terhadap tesis ini.
2. Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si., Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi dan sebagai penelaah yang senantiasa memberikan masukan, kritik, dan saran kepada penulis dari sidang proposal sampai dengan sidang akhir.
3. Dr. Achmad Jamil, M.Si selaku dosen pembimbing yang sangat luar biasa memberikan dukungan, motivasi, arahan, masukan, dan nasihat untuk penulis dari awal bimbingan hingga saat ini.
4. Bapak Suratno selaku Direktur Media Al Bahjah TV, yang telah memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian ini dan mendukung penulis dengan kesedian waktunya menjadi informan dalam penelitian ini.

5. Orang tua (Wagiman dan Eni Rosa) penulis yang selalu ada untuk memberikan dukungan baik dalam bentuk moral dan materi, selalu menyelipkan nama penulis dalam setiap doanya, dan tidak pernah bosan mengingatkan untuk terus beribadah dan berdoa.
6. Seluruh rekan seperjuangan di Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, khususnya kelas Komunikasi Media Meruya Reguler 2, yang telah berbagi pengalaman, diskusi, dan semangat kebersamaan selama masa perkuliahan dari awal semester hingga akhir.
7. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam bentuk apapun selama penyusunan tesis dari awal hingga akhir.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan bagi penulis untuk menyempurnakan tesis ini agar lebih baik dan bermanfaat.

Jakarta, 12 Agustus 2026

Abdurrahman Bayhaqi



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abdurrahman Bayhaqi
NIM : 55223110010
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Magister Ilmu Komunikasi
Judul Tesis : Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Dakwah: Studi Kasus You Tube Al Bahjah

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 12 Agustus 2026
Yang menyatakan,



Abdurrahman Bayhaqi

ABSTRAK

Kehadiran teknologi digital, khususnya media sosial yang didukung oleh jaringan internet, memberikan kemudahan dalam memperoleh dan menyebarkan informasi secara cepat, efektif, dan luas. Perkembangan tersebut membuka peluang bagi lembaga pendidikan dan pesantren untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyampaian pesan dakwah. Salah satu lembaga yang memanfaatkan perkembangan teknologi digital tersebut adalah Al Bahjah melalui Al Bahjah TV. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Al Bahjah TV dalam menyampaikan pesan dakwah melalui media sosial serta menganalisis isi pesan dakwah yang disampaikan melalui media tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan paradigma konstruktivisme. Data penelitian diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Al Bahjah TV memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram dan YouTube, sebagai sarana penyebaran pesan dakwah dalam bentuk audio-visual. Strategi penyampaian dakwah disesuaikan dengan karakteristik media digital melalui pengemasan konten yang menarik, penggunaan desain visual, animasi, serta penyajian materi yang relevan dengan karakteristik pengguna media sosial. Dalam pengelolaan strategi dakwah, Al Bahjah TV menerapkan tahapan manajemen yang meliputi Planning (perencanaan), Organizing (pengorganisasian), Actuating (penggerakan/pengarahan), Controlling (pengawasan), dan Evaluation (evaluasi) atau POACE. Penerapan tahapan tersebut menunjukkan bahwa strategi dakwah Al Bahjah TV dilakukan secara sistematis dan terarah dalam mengelola produksi serta penyebaran konten dakwah. Melalui pemanfaatan media sosial dan penerapan manajemen POACE, Al Bahjah TV mampu mengemas serta menyebarkan pesan dakwah secara lebih menarik, efektif, dan adaptif terhadap perkembangan media digital.

Kata kunci: Strategi dakwah, Media Sosial, Al Bahjah TV, Pesan Dakwah, POACE.

ABSTRACT

The emergence of digital technology, particularly social media supported by internet networks, has facilitated the rapid, effective, and widespread access to and dissemination of information. This development has created opportunities for educational institutions and Islamic boarding schools (pesantren) to utilize social media as a means of delivering Islamic preaching messages. One of the institutions that has embraced this development in digital technology is Al Bahjah through Al Bahjah TV. This study aims to analyze the strategy employed by Al Bahjah TV in delivering Islamic preaching messages through social media and to analyze the content of the preaching messages conveyed through these media. This research employs a qualitative approach using a case study method and a constructivist paradigm. Data were collected through interviews, observations, and documentation.

The results show that Al Bahjah TV utilizes social media, particularly Instagram and YouTube, as platforms for disseminating Islamic preaching messages in audio-visual formats. Its preaching strategy is adapted to the characteristics of digital media through engaging content packaging, the use of visual designs and animations, and the presentation of materials relevant to social media users. In managing its preaching strategy, Al Bahjah TV applies management stages consisting of Planning, Organizing, Actuating, Controlling, and Evaluation (POACE). The implementation of these stages demonstrates that Al Bahjah TV's preaching strategy is carried out systematically and purposefully in managing the production and dissemination of preaching content. Through the utilization of social media and the implementation of POACE management, Al Bahjah TV is able to package and disseminate Islamic preaching messages in a more engaging, effective, and adaptive manner in response to the development of digital media.

Keywords: *Islamic preaching strategy, social media, Al Bahjah TV, preaching messages, POACE.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1. Manfaat Akademis	12
1.4.2. Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Penelitian Terdahulu.....	14
2.2. Kebaharuan Penelitian (Novelty)	48
2.3. Kajian Teori.....	49
2.3.1. Strategi	49
2.3.2. Pemanfaatan	66
2.3.3. Perkembangan Media Sosial	67
2.3.4. Ruang Lingkup Media Sosial.....	70
2.3.5. Ruang Lingkup Dakwah	72

2.3.6. Pesantren	76
2.3.7. New Media	77
2.3.8. Kovergensi Media	79
2.3.9. Mediatisasi	81
2.4. Kerangka Pemikiran	85
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	86
3.1. Paradigma Penelitian	86
3.2. Metode Penelitian	88
3.3. Objek/Subjek Penelitian	89
3.4. Teknik Pengumpulan Data	90
3.4.1. Wawancara	90
3.4.2. Observasi	92
3.4.3. Dokumentasi	93
3.4.4. Teknik Pengumpulan Data Primer	94
3.4.5. Teknik Pengumpulan Data Sekunder	95
3.5. Teknik Analisis Data	96
3.5.1 Reduksi Data	97
3.5.2 Penyajian Data	98
3.5.3 Penarikan Kesimpulan	99
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	100
3.6.1. Triangulasi	100
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	102
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	102
4.1.1 Profil Berdirinya Yayasan Al-Bahjah	102
4.1.2 Berdirinya Al Bahjah Media	105
4.1.3. Struktur Organisasi Al Bahjah Media	107
4.2. Hasil Penelitian	108
4.2.1 Metode Pemanfaatan Media Sosial Sarana Dakwah Al Bahjah	108
4.2.2 Langkah-Langkah Dan Strategi Yang Dilakukan Al Bahjah TV Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Melalui Media Sosial	113
4.2.3 Analisis Pesan Dakwah Apa Yang Disampaikan Oleh Buya Yahya Dan Asatidz Pesantren Al Bahjah Di Channel You Tube Al Bahjah TV	117

4.2.4 Sarana Produksi Sebagai Penunjang Dalam Kegiatan Dakwah Al Bahjah	128
4.2.5 Biaya Produksi Sebagai Penunjang Dalam Kegiatan Dakwah Al Bahjah	129
4.2.6 Media Al Bahjah TV Melakukan Perekrutan SDM Berdasarkan Tingkat Kemampuan	131
4.2.7 Media Al Bahjah TV Melakukan Pelatihan Bagi SDM Baru	132
4.2.8 Strategi Media Al Bahjah TV Dalam Menerapkan Computer Mediated Communication (CMC) di Cyberspace.....	133
4.3. Pembahasan	135
4.3.1. Strategi Al Bahjah TV Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Dakwah	135
4.3.2. Penerapan Pola Computer Mediated Communication (CMC) dalam dakwah Media Al Bahjah TV	142
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	151
5.1. Kesimpulan.....	151
DAFTAR PUSTAKA.....	155
LAMPIRAN.....	160



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Pemikiran	96
---	-----------



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	86
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Al Bahjah Media	151
Gambar 4.2 Ceramah Buya Yahya tentang “Seputar Sholat”	151
Gambar 4.3 Ceramah Buya Yahya tentang “Keluarga dan Rumah Tangga”	151
Gambar 4.4 Ceramah Buya Yahya tentang “Tasawuf dan Penataan Hati”	151
Gambar 4.3 Ceramah Buya Yahya tentang “Aqidah dan Tauhid”	151

