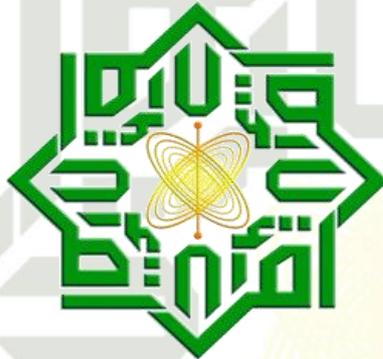


**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**KOMUNIKASI DAKWAH @FUADH NAIM DI INSTAGRAM
PADA KALANGAN PENGIKUT K-POP****SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)



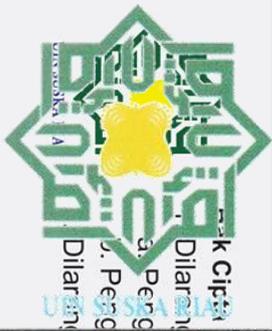
UIN SUSKA RIAU

Oleh:

PUTRI HASANAH PULUNGAN

NIM: 12040320304

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI****UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAS SYARIF KASIM
RIAU****1445 H / 2024 M**



KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
 كلية الدعوة و الاتصال
 FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Putri Hasanah Pulungan
 NIM : 12040320304
 Judul : Komunikasi Dakwah @Fuadh Naim di Instagram pada Kalangan Pengikut K-Pop

Telah dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu
 Tanggal : 19 Juni 2024

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 2 Juli 2024



Dekan,
 Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
 NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Toni Hartono, S.Ag, M.Si
 NIP. 19780605 200701 1 024

Sekretaris/ Penguji II,

Mustafa, S.Sos., M.I.Kom
 NIP. 19810816 202321 1 012

Penguji III,

Suriani, S.I.Kom., M.I.Kom
 NIK. 130 417 019

Penguji IV,

Firdaus El Hadi, S.Sos, M.Soc. Sc
 NIP. 19761212 200312 1 004

Hak Cipta Milik UIN Suska Riau
 Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



**KULTURASI BUDAYA DALAN KOMUNIKASI DAKWAH @FUADH NAIM DI
INSTAGRAM PADA KALANGAN PENGIKUT K-POP**

Disusun oleh :

Putri Hasanah Pulungan
NIM : 12040320304

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 31 MEI 2024

Pembimbing,

Rusyda Fauzana, M.Si
NIP. 19840504 201903 2 011

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Pekanbaru, 31 Mai 2024

No. : Nota Dinas
 Lembaran : 1 (satu) Eksemplar
 Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Putri Hasanah Pulungan
 NIM : 12040320304
 Judul Skripsi : Akulturasi Budaya Dalam Komunikasi Dakwah @Fuadh Naim Pada Kalangan Pengikut K-Pop

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing

Rusyda Fauzana, M.Si
 NIP. 19840504 201903 2 011

Mengetahui :
 Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Badri, M.Si
 NIP. 19810313 201101 1 004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

- : Putri Hasanah Pulungan
- : 12040320304
- : Tempat/ Tanggal Lahir : Kampar, 16 Mai 2003
- : Dakwah dan Komunikasi
- : Ilmu Komunikasi
- : Komunikasi Dakwah @Fuadh Naim Di Instagram
- Pada Kalangan Pengikut K-Pop

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

Penulis Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.

Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.

Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya menyatakan bebas dari plagiat.

Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 31 Mai 2024

Yang membuat pernyataan,



Putri Hasanah Pulungan

NIM. 12040320304

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 - a. Dilarang menyalin, menyalin, atau memperbanyak atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ABSTRAK

Putri Hasanah Pulungan (2024) : “Komunikasi Dakwah @Fuadh Naim Di Instagram Pada Kalangan Pengikut K-Pop”

Dakwah adalah proses penyampaian pesan. Salah satu cara menyampaikan pesan adalah melalui bahasa. Bahasa sangat penting karena mempengaruhi psikologi Madhu. Tujuannya untuk mendalami artikulasi Madhu, gaya bahasa, dan bahasa gaul yang digunakan oleh @Fuadh Naim. @Fuadh Naim adalah seorang pendakwah dan mantan K-poper yang memanfaatkan Instagram sebagai komunikasi dakwah untuk menyebarkan pesan dakwah. Berdasarkan konteks di atas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. Bagaimana komunikasi dakwah di kalangan pengikut K-POP di Instagram @Fuadh Naim? Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan netnografi. Sumber data yang diperoleh melalui observasi dan rekaman kegiatan dakwahnya kemudian terungkap melalui akun Instagram @Fuadh Naim. Penyelidikan menyimpulkan bahwa @Fuadh Naim menggunakan beberapa aplikasi media untuk menyampaikan dakwahnya, dan setiap aplikasi media berisi beberapa episode diskusi tentang dakwah. Bahasa yang digunakan @Fuadh Naim sering digunakan oleh anak muda khususnya fans Korea. Dakwah @Fuadh Naim menasar kalangan muda khususnya para selebriti K-Pop. Bahasa gaul yang digunakan @Fuadh Naim cenderung bahasa gaul Korea.

Kata Kunci : *Komunikasi Dakwah, Fuadh Naim, Instagram, K-Pop*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Putri Hasanah Pulungan (2024): "@Fuadh Naim's Da'wah Communication on Instagram Among K-Pop Followers"

Da'wah is the process of conveying a message. One way to convey a message is through language. Language is very important as it influences Madhu's psychology. The aim is to explore Madhu's articulation, language style and slang used by @Fuadh Naim. @Fuadh Naim is a preacher and former K-poper who uses Instagram as a da'wah communication to spread da'wah messages. Based on the context above, the problem formulation proposed in this research is as follows. How is da'wah communication among K-POP followers on Instagram @Fuadh Naim? This research uses qualitative research methods with a netnographic approach. The source of the data obtained through observations and recordings of his preaching activities was then revealed through the Instagram account @Fuadh Naim. The investigation concluded that @Fuadh Naim used several media applications to convey his da'wah, and each media application contained several discussion episodes about da'wah. The language used by @Fuadh Naim is often used by young people, especially Korean fans. @Fuadh Naim's da'wah targets young people, especially K-Pop celebrities. The slang used by @Fuadh Naim tends to be Korean slang.

Keywords: *Da'wah Communication, Fuadh Naim, Instagram, K-Pop*

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahrobbil Alamin, segala puji dan syukur penulis mempersembahkan kehadirat Allah swt. Allah yang Maha Pengasih dan kasih Maha Penyayang. Allah senantiasa menganugrahkan nikmat dan kasih sayang-Nya kepada manusia drhingga dengan rahmat, taufiq dan inayah-Nya jualah sehingga Karya Tulis atau Skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya, meskipun dalam bentuk yang sangat sederhana dan masih terdapat kekurangan yang masih memerlukan perbaikan seperlunya.

Selanjutnya shalawat dan salam penukis haturkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW dan segenap keluarganya, para sahabat, tabi-tabi'in sampai kepada orang-orang yang mukmin yang telah memperjuangkan Islam sampai saat ini da bahkan sampai akhir zaman. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyelesaian studi maupun penyusunan skripsi ini tentunya tidak dapat penulis selesaikan tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka patutlah kiranya penulis menyampaikan rasa syukur dan ucapan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag. Selaku rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu.
2. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd.,M.A,Ph.D. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag. Selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag. Selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si. Selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Artis,M.I.Kom. Selaku Sekretaris jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Ibu Rusyda Fauzana, M.Si. Selaku pembimbing yang telah meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan, masukkan, nasehat, arahan, tuntunan serta dukungan selama proses pembuatan skripsi ini.
8. Bapak Dr. Nurdin, M.A. Selaku Dosen Penasehat Akademik selama proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

9. Bapak dan para Ibu Dosen yang telah mentransfer ilmunya kepada penulis dari awal perkuliahan sampai diakhir perkuliahan beserta para Staf dan Karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah mengurus segala Administrasi Penulis selama menimba ilmu di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
10. Kepala Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mencari buku-buku atau referensi untuk mendukung penelitian penulis serta mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian atau Research di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
11. Kepada Orangtua tercinta Ayahanda Sanusi Pulungan dan ibunda tercinta Hermina Hasibuan, Kakakku tersayang Wilda Arfiani Pulungan, S.Ag., M.H., Hindun Hasibuan, Amd. Kes. dan abangku tersayang Nizar Asyhari Pulungan, S.T., Syahrul Ramadhan Pulungan, S.E., dan Robi Setiawan, S.Sos., yang sangat memberikan motivasi, dan menjadi tim support aku serta keluarga besar yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu terimakasih banyak sudah mendukungku hingga hari ini.
12. Kepada sahabat terbaikku Mutia Annisa Lutfia Sitompul, S.I.Kom. terimakasih sudah menjadi menjadi bagian dari hidupku.
13. Kepada sahabat karibku yang banyak menghabiskan waktunya untukku belakangan ini dan menjadi support sistem terbaik Wacana tersayang Salma Diniraisa, Mawaddah, dan Khairani Wiza Ardina. Tak lupa juga serta sahabat semuanya yang tak bisa disebut satu persatu disini yang tanpa dukungan dan motivasi dari sahabat-sahabat terbaik, mungkin penulis tidak bisa menyelesaikan skripsi ini dalam waktu yang telah ditentukan.
14. Segenap rekan-rekan Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting A angkatan 2020 yang sudah sama-sama berjuang dalam menyelesaikan studi S1.

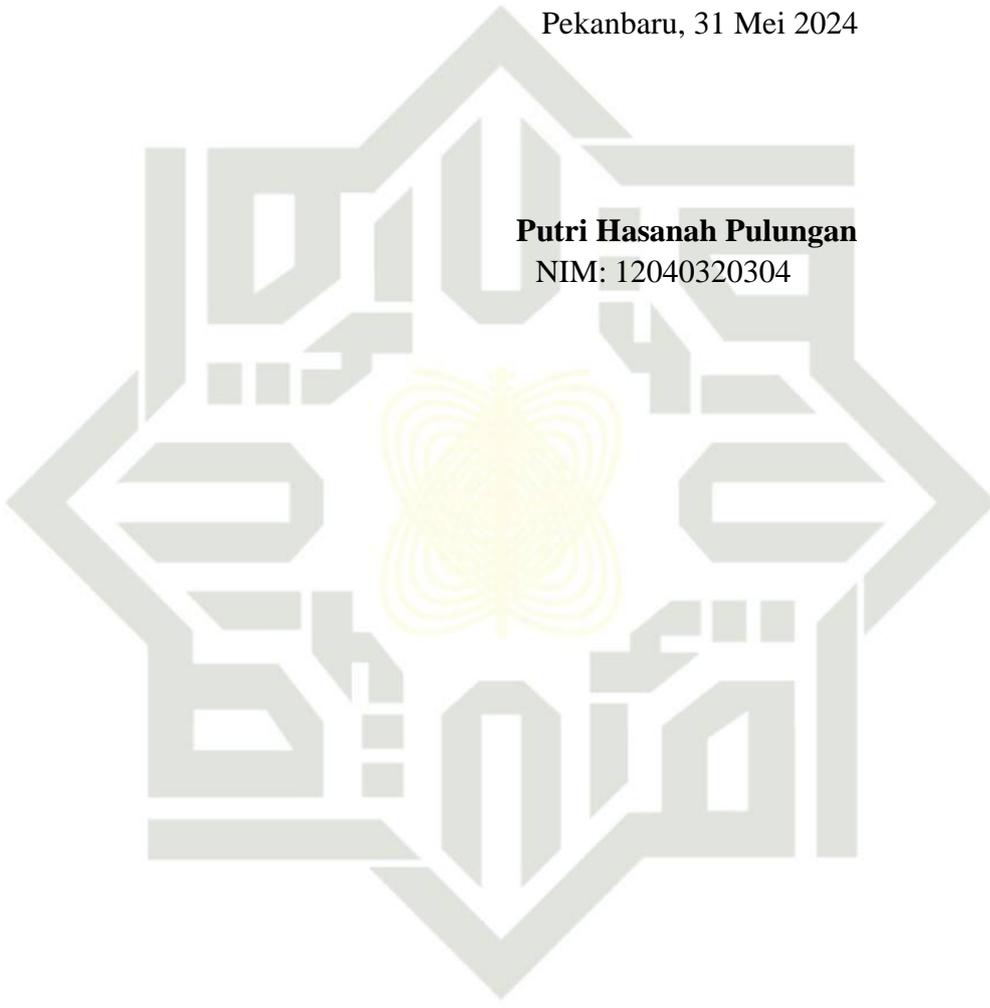
UIN SUSKA RIAU

Akhirnya, penulis sepenuhnya menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan dan kelemahan, oleh karena itu segala kritik dan koreksi sangat dibutuhkan dan diharapkan untuk hasil yang lebih baik untuk kedepannya nanti, semoga Allah SWT mencurahkan Rahmat dan Hidayahnya kepada kita semua, Aamiin.

Pekanbaru, 31 Mei 2024

Putri Hasanah Pulungan

NIM: 12040320304



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

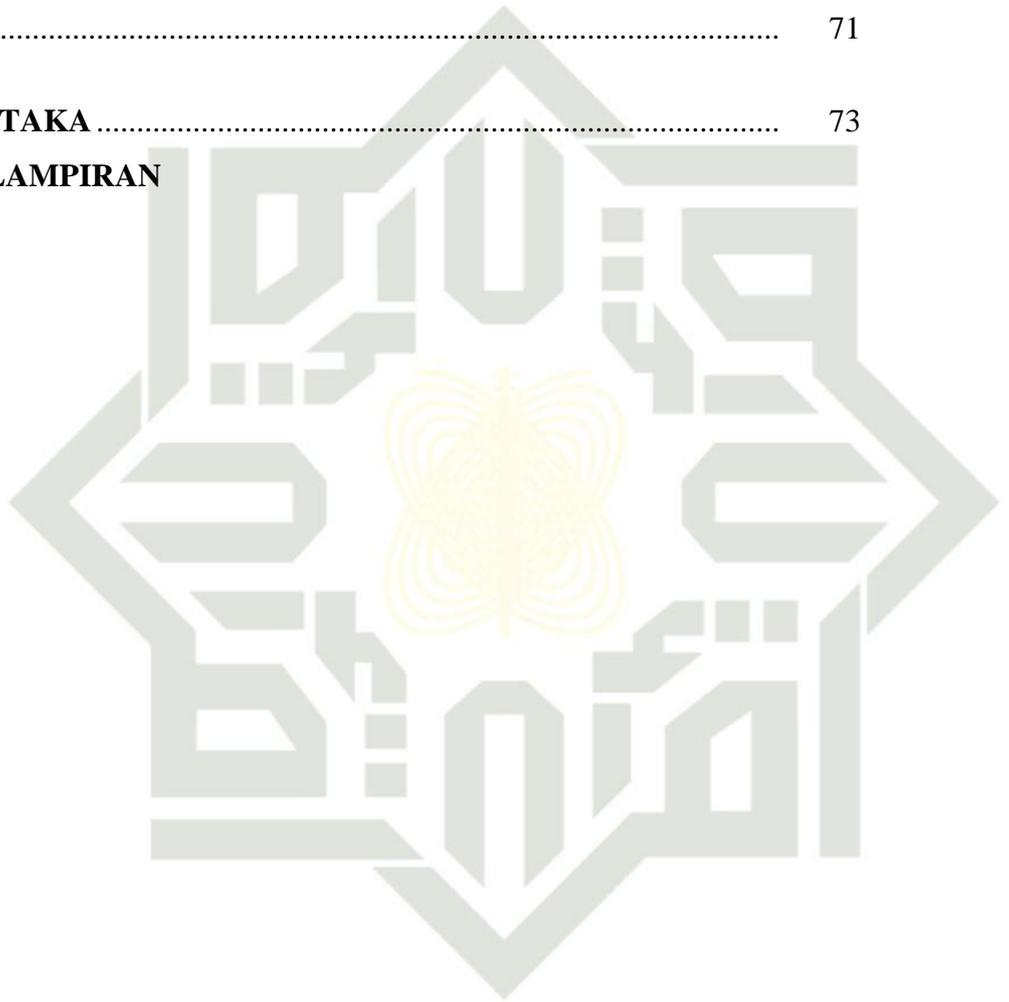
DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Penegasan Istilah	5
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.6 Sistematika Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	21
2.3 Kerangka Pemikiran	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Desain Penelitian	41
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	43
3.3 Sumber Data Penelitian	43
3.4 Objek Penelitian	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data	44
3.6 Validitas Data	45
3.7 Teknik Analisis Data	46
BAB IV GAMBARAN UMMUM	49
4.1 Profil @Fuadh Naim	49
4.2 Komunitas XK-Wavers	52

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
5.1 Hasil Penelitian.....	55
5.2 Pembahasan	62
BAB VI PENUTUP	71
6.1 Kesimpulan.....	71
6.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.2.1: Tampilan Timeline	32
Gambar 4.2.2: Tampilan Insta Stories.....	33
Gambar 4.2.3: Tampilan Direct Message	33
Gambar 4.2.4: Tampilan Pencarian dan Popularitas	34
Gambar 4.2.5: Tampilan Aktivitas	35
Gambar 4.2.6: Tampilan Beranda Profil	35
Gambar 4.2.7: Tampilan Arsip.....	36
Gambar 2.3 Kerangka Berfikir.....	43
Gambar 4.1: Profil Fuadh Naim:.....	49
Gambar 4.2: Profil Komunitas X-kwavers.....	52
Gambar 5.2.1: Komentar dan Konten Fuadh Naim 1	58
Gambar 5.2.2: Komentar dan Konten Fuadh Naim 2	59
Gambar 5.2.3: Komentar dan Konten Fuadh Naim 3	61

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era digital saat ini, semua orang sibuk menikmati dunia digital. Berbagai aplikasi media sosial sedang booming dan banyak peminatnya. Salah satu aplikasi yang paling banyak diminati adalah Instagram. Banyak hal yang disebarluaskan melalui Instagram, mulai dari konten edukasi, konten religi, hingga konten hiburan yang murni digunakan untuk tujuan hiburan.¹ Salah satu bentuk konten hiburan tersebut adalah K-Pop yang menjadi populer dikalangan anak muda. Pada mulanya kehadiran K-Pop di Indonesia muncul pada tahun 2000-an yang ditandai dengan kehadiran boyband dan girlband yang berasal dari Korea yang kemudian tampil di layar kaca. Populernya budaya K-Pop kemudian diadopsi oleh Indonesia dengan menghadirkan *boyband* dan *girlband* yang berasal dari Indonesia. Hadirnya penggunaan media sosial yang begitu meningkat pada tahun 2010-an membuat hubungan antar berbagai wilayah dan negara semakin terkoneksi. Globalisasi yang awalnya didominasi oleh Barat mulai dari film, musik, dan hiburan kini bergeser dan mengalami perubahan dengan populernya musik, film, dan hiburan yang berasal dari Asia Timur terutama Korea Selatan.² Fenomena populernya K-Pop dikaji oleh beberapa sarjana seperti Ariel Heryanto, Kyong Yoon, dan Yu Lim Lee, dkk. Kyong Yoon menunjukkan bahwa penggemar K-Pop di Barat menjadikan K-Pop sebagai alternatif musik yang dipilih selain musik Barat, penggemar K-Pop ini menjadikan media sosial sebagai tempat mereka saling terhubung sesama penggemar K-Pop² dan juga dengan adanya K-Pop kaum diaspora yang ada di Barat menjadikan K-Pop sebagai jati dirinya.³

Kehadiran K-Pop sebagai musik populer bisa dilacak pada tahun 1996 dengan dibentuknya boygroup pertama bentukan S.M Entertainment yakni H.O.T (Highfive of Teen-agers), yang kemudian mengalami perkembangan lebih pesat pada tahun 2000-an dengan kemunculan Super Junior dan Girl Generation, pada fase tahun 2000-an ini K-Pop mulai masuk ke Indonesia dan memiliki penggemarnya yang memasuki transisi reformasi. Beberapa media televisi menghadirkan musik-musik Korea dan drama Korea. Memasuki tahun

¹ Dian Fermina, Mawati Waruwu, and Nawiroh Vera, "UJARAN KEBENCIAN DI MEDIA SOSIAL (Studi Netnografi Di Akun Instagram @prof.Tjokhowie)," *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. I, 2020, <http://ejournal.amikompuwoko.ac.id/index.php/AGUNA>.

² Siriyuvasak and Hyunjoon, "Asianizing K-pop: Production, Consumption and Identity Pattern Among Thai Youth."

³ Kyong Yoon, "Diasporic Youth Culture of K-Pop," *Journal of Youth Studies*, 2018, 1–

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

2010-an, K-Pop digenerasi ketiga yang ditandai dengan kemunculan BTS, EXO, Ikon, dan Black-Pink semakin mengalami perkembangan yang signifikan,⁴ hal ini berkat media sosial Kepopuleran K-pop di Indonesia menjadikan penggemar K-pop semakin banyak dan hal ini ditandai dengan tagar-tagar K-pop yang trending di twitter.⁵ Pengaruh Korean Wave (Gelombang Korea) juga tidak lepas dari kepopuleran K-Drama. K-Drama menawarkan alur Cinderella story yang banyak menarik penonton Indonesia, dari K-Drama ini juga digambarkan bagaimana fashion, kuliner, dan K-Pop. Dampak dari Korean Wave ini bisa terlihat dari adanya sinetron yang diadaptasi dari K-Drama, semakin banyak fashion dan kuliner Korean, hingga tempat wisata Korea menjadi tujuan serta produk-produk Koreapun semakin banyak diminati masyarakat Indonesia.⁶ Popularitas aktor Korea di Indonesia menjadikan Indonesia sebagai negara kedua dengan basis penggemar K-Pop terbesar. Kutipan dari tempo.com Indonesia menduduki peringkat pertama dari tweet K-Pop di jejaring sosial Twitter selama 2020-2022.⁷ Budaya K-pop yang berkembang di Indonesia ini bertemu dengan wacana hijrah yang populer dikalangan anak muda, pertemuan budaya K-pop yang dikonsumsi anak muda Muslim mendapatkan resistensi, terutama dikarenakan bukan budaya yang berasal dari Islam dan kekhawatiran mereka akan sifat fanatik penggemar K-pop. Salah satu konten kreator dakwah yang massif mempopulerkan bahaya K-pop adalah akun Instagram @fuadh Naim dengan memiliki 2 juta lebih pengikut di Instagram, postingan dari akun @Fuadh Naim seringkali menampilkan keterhubungan antara K-Pop dan konspirasi, dan juga akun @Fuadh Naim menampilkan beberapa ceramah dari ustadz tertentu yang menyatakan bahaya dari K-Pop.⁸

Fuadh Naim adalah pendakwah muda yang memfokuskan pembahasan dakwahnya mengenai hijrah dari penggemar fanatik K-Pop. Fuadh Naim berasal dari komunitas “Yuk Ngaji” yang mengikuti program training for traner yakni pelatihan menjadi kretor dakwah, hasil dari pelatihan tersebut Fuadh Naim berhasil menjadi pembicara di kota-kota besar, meski bisa dikatakan hijrah, Fuadh Naim tak lantas meninggalkan hal-hal yang berkaitan

⁴ Sejarah K-Pop: Kesuksesan H.O.T Melahirkan Wabah Korean Pop, <https://tirto.id/sejarah-k-pop-kesuksesan-hot-melahirkan-wabah-korean-pop-dagn>

⁵ CNN Indonesia, “Dominasi K-Pop di Jagad Twitter Indonesia sepanjang 2018” <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20181205185357-185-351437/dominasi-kpop-di-jagad-twitter-indonesia-sepanjang-2018>

⁶ Fandy Zenas Tjoe and Kyung Tae Kim, “The Effect of Korean Wave on Consumer’s Purchase Intention of Korean Cosmetic Products in Indonesia,” *Journal of Distribution Scienc* 14 (9) (2016): 65–72.

⁷ Novieka Rachma, “Korean Wave: Gelombang Budaya Korea dan Pengaruhnya,” t.t., 8

⁸ Fuadbakh TV, “K-Popers Jangan Lihat Nanti Sakit Hati! (Bagian1),” https://www.youtube.com/watch?v=Nk7bP1X4E_4, n.d.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dengan Korea, ia menegosiasikannya dengan menjadikan tema Korea sebagai tema dakwahnya dengan judul “Ada Apa Dengan Korea?”.

Adanya salah satu tokoh terkenal di media social yang membahas Korea seperti @Fuadh Naim, menjadikan banyak anak muda muslim terutama mantan penggemar K-Pop menjadi follower dari akun tersebut. Model instagram yang menampilkan postingan dakwah singkat yang disertai caption menarik, memang menjadi model dakwah yang banyak memikat anak muda Muslim.⁹ Keseriusan @Fuadh Naim mengenai K-Pop hingga memunculkan akun Instagram @Xkwavers yang bersifat umum dan terbuka bagi masyarakat indonesia maupun luar negeri, siapapun yang mengikuti akun @Xkwavers dapat melihai semua kegiatan akun tanpa harus menunggu persetujuan dari akun. Akun @Xkwavers dibuat oleh Fuadh Naim karena kekhawatirannya tentang dunia *Hallyu* yang semakin berkembang di Indonesia tanpa melihat umur, dan keresahannya yang banyak akun-akun dakwah yang berdakwah tentang K-Pop tetapi sedikit yang diterima oleh masyarakat khususnya penggemar K-Pop itu sendiri.¹⁰ Berdasarkan sejarah dibuat oleh Fuadh Naim akun Instagram @Xkwaves, dapat diketahui visi dan misi dari Fuadh Naim yang tidak lain merupakan pemilik akun @Xkwaves, yaitu menyampaikan pesan dakwah dengan prinsip merangkul tanpa memukul, memberi solusi tanpa mencaci, dan mengatasi “halu” pada “hallyu” sebagaimana tercantum di dalam biodata akun tersebut. Selain itu, yang coba untuk ditekankan oleh Fuadh Naim adalah bahwa berdakwah itu ada baiknya menyesuaikan dengan mitra dakwahnya (mad’u), dimana tanpa perlu mencaci, menghina, ataupun menghakimi, seorang pendakwah seharusnya bisa berdakwah. Dan pengikut dalam akun @Fuadh Naim ini merupakan anak muda yang menyukai budaya-budaya Korea.

Latar belakang akun ini juga muncul dari latar belakang pemilik akun itu sendiri yang “*Pernah Tenggelam*” dalam dunia hiburan Korea dan terjebak di dalamnya pada suatu fanatisme yang tidak berujung. Menurut Fauziah (2019), Fuadh Naim merupakan seorang mantan Fanboy (istilah untuk orang yang fanatik terhadap tren Korea) dari tahun 2007. Adapun menurut Fuadh Naim (2019), berdasarkan tulisan di halaman resmi dari buku hasil adaptasi akun @xkwavers, yang juga ditulis oleh Fuadh Naim, termuat alasan dibuatnya akun instagram @xkwavers sekaligus alasan ditulisnya buku dengan judul “*Pernah Tenggelam*”, yaitu:

⁹ Nisa, “Creative and Lucrative Da’wa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia.”

¹⁰ Rini Setiawati, Jasmadi, Ayu Ashilawati KOMUNIKA VOL. 4 NO.1 (Juni 2021) 79-

“Ini Buku Tentang Hallyu. Yang satu begitu mencintainya sampai gila. Yang satu begitu membencinya hingga mencela. Buku ini dipersembahkan bagi yang suka maupun benci dengan Hallyu (Korean Wave). Agar yang suka tahu dimana batasnya. Agar yang benci tahu bagaimana adabnya.”

Dengan pesona bintang *Hallyu* yang semarak dan menggoda, tentunya sendiri juga membuat sebagian penggemarnya menjadi fanatik dan kejam. Mereka begitu terobsesi dengan artis hingga menderita penyakit mental. Beberapa penyakit atau dampak negatif yang sering diderita oleh penggemar K-Pop antara lain: 1) Sindrom pemujaan selebriti (suatu kondisi di mana individu menjadi terlalu terobsesi dan sibuk dengan orang terkenal serta kehidupan pribadinya), 2) Halusinasi berlebihan, 3) Bunuh diri peniru atau *Werther Effect* (fenomena bunuh diri peniru sebanyak orang dianggap sebagai idola dan panutan),¹¹ 4) Menjadi malas untuk mengerjakan sesuatu karena terlalu larut dalam menonton konten idolaanya, 5) Timbul sikap peneriun terhadap citra diri yang berlebihan.¹²

Dalam kitab *Tanbih Al-Ghafilin* disebutkan bahwa Sayyidina 'Ali bin Abi Talib ra. mengatakan bahwa ada 2 (dua) hal yang membuat orang banyak khawatir, yaitu: 1) Bermimpi (bermimpi) dan melupakan kehidupan selanjutnya, 2) Mengikuti keinginan menghalangi kebenaran.

Ada 4 (empat) kemuliaan jaminan Allah Swt. bagi mereka yang dapat mengakhiri ilusinya, khususnya:¹³ 1) Menjadi lebih giat dalam beribadah sebab timbulnya rasa takut akan datangnya kematian yang tidak terduga, 2) Membuat pikiran lebih tenang dan meminimalisir kekacauan pikiran, 3) Menerima kesederhanaan duniawi sebab menginginkan kebahagiaan di akhirat, dan 4) Menenangkan hati.

Oleh sebab itu, dakwah sangat diperlukan dalam K-Pop agar dapat mengetahui apa penyebabnya dan hukumnya jika kita terlalu menggemari K-Pop tersebut.

Adapun dakwah itu sendiri adalah kegiatan persuasif mengajak orang kepada kebaikan dan mencegah keburukan. Oleh karena itu, dalam Dakwah, proses lebih penting daripada hasil.¹⁴ Proses dakwah itu sendiri juga dapat

¹¹ I. D. N. Times dan Asrizal, “5 Penyakit Psikologis yang Banyak Diderita Fans Artis K-Pop,” *Garis Keras*, IDN Times, diakses 8 Oktober 2022, <https://www.idntimes.com/science/experiment/asrizal/5-penyakit-psikologis-yang-banyakdiderita-kpapers>.

¹² M Ichsah Nawawi et al., “Pengaruh Tayangan K-Drama (Korean Drama) Terhadap Motivasi Belajar,” *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan* 3, no. 6 (2021): 4439–4447.

¹³ Al-Faqih Abu Laits al-Samarqandi, *Terjemah Tanbihul Ghafilin* (Surabaya: Mutiara Ilmu Agency, 2013), 284

¹⁴ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Pranadamedia Group, 2004) hal. 10

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

dilakukan dimana saja, oleh siapa saja dan kapan saja, tidak terbatas ruang dan waktu. Dengan adanya teknologi pada saat ini jalan dakwah semakin terbentang luas.

Perkembangan teknologi komunikasi pada era sekarang ini sangat membantu dalam penyebaran dakwah salah satunya dengan menggunakan media sosial. Media yang digunakan dalam proses berdakwah ini adalah media sosial Instagram dimana media ini termasuk media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia maupun luar Indonesia. Penggunaan Instagram dalam berdakwah sudah tidak asing lagi ditelinga dimana para da'i sudah banyak menggunakan Instagram sebagai media untuk menyalurkan dakwahnya sehingga dapat dilihat kapan saja yang memiliki akses terhadap akun dakwah tersebut.

Teknologi yang secara umum diartikan sebagai penghantar atau perantara dalam menyampaikan pesan atau informasi, menempati posisi strategis dalam pembentukan sebuah budaya populer, sama halnya dengan definisi budaya populer sebelumnya yang diartikan sebagai sebuah budaya yang lahir dari kehendak media. Dimana media yang dapat menciptakan sebuah bentuk budaya yang diawali dengan mudah menyerap hal tersebut dan terbentuklah sebuah budaya yang populer atau kita kenal juga dengan sebutan budaya K-Pop.¹⁵

1.2 Penegasan Istilah

1.2.1 Komunikasi Dakwah

Komunikasi adalah bercakap, mengirimkan pesan, berita, ide, perasaan, pemikiran, serta pendapat dari tindakan seseorang kepada orang lain dengan mengharapkan jawaban, tanggapan, atau timbal balik (feedback).¹⁶

Komunikasi juga berarti memilih cara serta menggunakan sarana yang terbaik dengan tujuan mengalihkan kabar, makna, rasa, dan gagasan kepada pihak lain juga memengaruhi pemikiran mereka serta meyakinkan mereka terhadap apa yang kita kehendaki baik dengan bahasa ataupun yang lainnya.¹⁷

Kata dakwah secara bahasa berasal dari kata *da'ā-yad'ū-da'watan*, yang memiliki kesamaan makna dengan *al-nidā'*, yang berarti menyeru atau memanggil.¹⁸

Secara bahasa metode berasal dari kata "*meta*" (melalui) dan "*hodos*" (jalan, cara). Dengan begitu metode adalah cara yang harus dilalui untuk

¹⁵ Dwi Febriyanti, "Pengaruh Budaya Populer Korea Terhadap Perubahan Perilaku Remaja Di Kota Palembang," (Disertasi, UIN Raden Fattah Palembang, 2021), 1.

¹⁶ Abdul Muis, Komunikasi Islam (Bandung: PT remaja Rosdakarya, 2001), 36

¹⁷ Harjani Hefni, Komunikasi Islam (Jakarta: Prenada Media Group, 2015),

¹⁸ Tata Sukayat, Quantum Dakwah (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 2.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

mencapai tujuan. Sedangkan arti dakwah menurut pendapat Bakhial Khauli, yaitu suatu proses menghidupkan peraturan-peraturan Islam dengan maksud memindahkan umat dari satu keadaan ke keadaan lain.¹⁹

Dari pengertian di atas dapat diambil pengertian bahwa metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang da'i kepada mad'u untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang.²⁰

1.2.2 Hijrah

Kata hijrah dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya berpindah atau meninggalkan suatu tempat untuk sementara waktu dari suatu tempat ke tempat lain dengan alasan tertentu, misalnya demi keselamatan atau kebaikan.

Sedangkan dalam Ensiklopedia Islam, Hijrah mengacu pada perpindahan Nabi Muhammad dari Mekkah ke Yatsrib, yang kemudian diubah menjadi Madinah al- Nabi (Kota Nabi) pada akhir September 62 Masehi. Permusuhan terhadap umat Islam meningkat di Mekah mencapai puncaknya bahkan keselamatan nyawa para Nabi pun terancam, namun Nabi ditunggu di Yatsrib dan kedatangannya disambut dengan penuh kehormatan.

Menurut Al-Qurt'ubi, hijrah merupakan lawan kata dari Al-Was'al yang berarti kelanjutan. Hijrah berasal dari kata hajara, hajran wa hujranan. Format isimnya adalah Al-Hijrah. Ahsin W. Al-Hafiz mengatakan bahwa Hijrah berarti perpindahan dari suatu daerah ke daerah lain. Sedangkan menurut Muhammad Iqbal, Hijrah adalah keberangkatan Nabi dari Mekkah ke Madinah. Oleh karena itu jelaslah bahwa secara etimologis berarti hijrah meninggalkan baik.²¹

1.2.3 K-Pop

Arti K-Pop adalah Korean Pop atau musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Genre dari musik yang dimaksud pun beragam, bisa dari hip-hop, jazz, rock, electronic dance, dan lain sebagainya. Biasanya musik ini dibawakan oleh sebuah grup yang terdiri dari empat sampai tujuh member. Namun, jumlah tersebut bukan patokan. Pasalnya, ada grup K-Pop yang diisi hingga belasan hingga puluhan member. Hingga saat ini, K-Pop dan Kdrama menjadi dua hal tak terpisahkan dari Gelombang Korea (Korean Wave) di berbagai negara di seluruh dunia. basis penggemar yang besar untuk K-Pop membuatnya makin dikenal. Arti K-Pop di Indonesia pun kini bukan lagi hal asing.²²

¹⁹ Suparta dan Hefni, Metode Dakwah., 7.

²⁰ Toto Tasmara, Komunikasi Dakwah (Jakarta: Media Pratama, 1997), 43.

²¹ Dikutip dari Ziaul Haque, Revelation and Revolution in Islam, terj. E.Setiawati Al-Khatib, Yogyakarta:LkiS, 2000. 67.

²² <https://plus.kapanlagi.com/arti-kpop-sejarah-dan-karakteristiknya-dalam-korean-wave-44694a.html>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.2.4 Instagram

Orang yang pertama kali merilis media sosial yang sangat populer di kalangan pengguna medsos ini adalah Kevin Systrom dan Mike Krieger. Mereka adalah CEO dari perusahaan *Burbn Inc* yang bergerak dalam pengembangan aplikasi ponsel. Mulanya Instagram masih bernama *Burbn* mengikuti nama perusahaan yang didirikan oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom.

Aplikasinya pun hanya bisa digunakan oleh pengguna iPhone saja dan memiliki banyak fitur. Namun, fitur-fitur tersebut dikurangi dan hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar, dan like sehingga lebih memanjakan penggunanya. Baru dua tahun sejak perilisannya, Facebook mengambil alih manajemen Instagram. Dan setelah empat tahun berlalu atau tepatnya di tahun 2016 silam, logo resmi Instagram pun diubah dengan menampilkan konsep yang lebih menarik, elegan, dan gaya seperti yang dilihat sampai saat ini.²³

Instagram berawal dari kata keseluruhan fungsi pada aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera Polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “fotoinstan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti Polaroid didalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana telegram sendiri berarti untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.²⁴

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah yang diteliti adalah bagaimana “Komunikasi Dakwah @Fuadh Naim di Instagram Pada Kalangan Pengikut K-Pop”.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis “Komunikasi Dakwah @Fuadh Naim di Instagram Pada Kalangan Pengikut K-Pop”.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Akademis

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi untuk penelitian berikutnya terkait penelitian dengan bagaimana “Komunikasi Dakwah @Fuadh Naim di Instagram Pada Kalangan Pengikut K-Pop”.

²² <https://livez.firstmedia.com/article/sejarah-awal-mula-peluncuran-instagram-sudah-tahu>

²⁴ Dwi Atmoko, B. 2012. Instagram Handbook. Jakarta: Media Kita



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.5.2 Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pengetahuan dan wawasan untuk gambaran bagaimana “Komunikasi Dakwah @Fuadh Naim diInstagram Pada Kalangan PengikutK-Pop.”

1.6 Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Sistematika Penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

Kajian terdahulu, Landasan Teori dan Kerangka Berpikir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Dan Pendekatan Penelitian, Lokasi Dan Waktu Penelitian, Sumber Data Penelitian, Informan Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Validitas Data, Teknik Analisis Data.

BAB IV GAMBARAN UMUM

Berisikan gambaran umum subjek yang dijadikan dalam penelitian.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan dari penelitian.

BAB VI PENUTUP

Kesimpulan dari hasil penelitian

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Tahun	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan / Perbedaan
Romario	K-Pop: Islamisme Populer Anak Muda Muslim tahun 2022	Metode Kualitatif	Hasil dari penelitian ini, peneliti menemukan bahwa gejalanya muncul K-pop terhadap generasi muda muslim, menjadikan K-Pop sebagai sarana bagi anak-anak generasi muda muslim untuk menjalankan strategi Islamisme kerakyatan yaitu pembuatan norma agama secara kreatif dengan memanfaatkan K-Pop, dan Bentuk Islamisme populer K-Pop berupa kritik terhadap fanatisme K-Pop, menyusun teori konspirasi dan K-Pop, serta memanfaatkan bahasa Korea	Persamaan: - Metode penelitian Kualitatif - Objek penelitian Perbedaan: - Subjek penelitian (gambar, teks, video, artikel pada postingan instagram)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

				secara keseluruhan seperti strategi dakwah. ²⁵	
Fakhrina Sofyani	Strategi Dakwah Ustadz Faudh Naim Terhadap Remaja Kpopers Islam (XK-Wavers) Dalam Media Channel Youtube "Fuadh Naim Official" tahun 2023	Metode kualitatif deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi dakwah yang digunakan oleh Ushtaz Fuad Naim adalah cara berkomunikasi yang unik dan sesuai dengan khalayak dengan menggunakan bahasa anak muda, sehingga menarik minat generasi muda untuk mendengarkan dan mengikuti dakwahnya disimpulkan bahwa hal tersebut dapat dilakukan. ²⁶	Persamaan: <ul style="list-style-type: none"> - Metode kualitatif Perbedaan: <ul style="list-style-type: none"> - Subjek penelitian - Objek penelitian youtube 	
Asriyanti Rosmalina, dan Fawaz Altop Zulfikar	Pesan Dakwah Tentang K-Wavers Hijrah Di Media Sosial Instagram tahun 2019	Metode kualitatif	Dakwah merupakan agenda sehari-hari yang tentunya menjadi kewajiban bagi seluruh umat Islam. Pesan dakwah adalah segala sesuatu yang	Persamaan: <ul style="list-style-type: none"> - Objek penelitian (Instagram) - Metode kualitatif Perbedaan: <ul style="list-style-type: none"> - Subjek penelitian 	

²⁵ Romario, "K-Pop: Islamisme Populer Anak Muda Muslim" Jurnal Dakwah, Vol. 23, No. 2 Tahun 2022 tahun 2022

²⁶ Fakhrina Sofyani "Strategi Dakwah Ustadz Faudh Naim Terhadap Remaja Kpopers Islam (XK-Wavers) Dalam Media Channel Youtube "Fuadh Naim Official" tahun 2023

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

an	<p>disampaikan da'i kepada mad'u. Internet sebagai jaringan komunikasi yang dapat menghubungkan seluruh masyarakat di dunia, termasuk memudahkan para dakwah dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah seperti di media sosial sehingga seluruh masyarakat dapat mengetahui perkembangan Islam secara beragam dan komprehensif. Instagram merupakan salah satu media sosial yang sering digunakan dan memiliki beragam fitur menarik. Salah satu akun Instagram yang fokus mengunggah motivasi bagi para penggemar hiburan asal Korea (Korean wave) yang berniat hijrah, yakni akun X</p>			
----	---	--	--	--

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau				Korean Wavers (@xkwavers). Makna pesan dakwah pada tiga postingan pertama akun Instagram @xkwaves adalah sebagai berikut, rasa sayang yang berlebihan terhadap makhluk tidak akan pernah membuahkan hasil yang baik. ²⁷	
	4	Banowati Azelia Putri Yuliawan, dan Ganjar Eka Subakti	Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop Dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam tahun 2022.	Metode kuantitatif deskriptif	Pada jurnal tersebut membahas tentang Saat ini banyak anak muda yang lebih menyukai K-pop dan K-drama, dua jenis budaya Korea yang termasuk dalam Korean wave. Lagu-lagu motivasi, koreografi lagu dan tarian yang luar biasa, alur cerita yang menarik dan unik, serta penyanyi berbakat dan aktor hanyalah beberapa alasan mengapa K-pop

²⁷ Asriyanti Rosmalina, dan Fawaz Altop Zulfikar (2019), "Pesan Dakwah Tentang K-Wavers Hijrah Di Media Sosial Instagram."

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Saif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

				dan K-drama begitu populer di kalangan orang. Idola sering kali merilis merchandise khas mereka untuk dibeli oleh penggemar. ²⁸	
Listia Yuniar Naqiah, dan Hendi Rustandi	Komunikasi Empati Dakwah Ustadz Fuadh Naim (Analisis Isi Pada Channel Dakwah Ustadz Fuadh Naim) tahun 2020	Metode kualitatif analisis data	. Salah satu cara menyampaikan pesan adalah melalui penggunaan suara. Bahasa sangat penting karena mempengaruhi psikologi Mad'u. Salah satu teori komunikasi yang berkaitan dengan psikologi adalah teori komunikasi empatik . Teori ini mendalilkan bahwa seseorang akan lebih mudah menerima pesan apabila komunikator dapat mempunyai rasa empati, yaitu memahami perasaan Madhu. Penelitian ini	Persamaan: <ul style="list-style-type: none"> - Memba has tentang Fuadh Naim - Subjek penelitian (video, foto, teks) Perbedaan: <ul style="list-style-type: none"> - Objek penelitian 	

²⁸ Banowati Azelia Putri Yuliawan, dan Ganjar Eka Subakti 2022, "Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop Dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam"

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

			bertujuan untuk mengidentifikasi pembagian madhu, gaya bahasa dan bahasa gaul yang digunakan oleh Ustadz Fuad Naim. Analisis data penelitian melalui analisis konten yaitu dengan menganalisis isi khotbah Ustadz Fuad Naim di akun media sosial resmi. Ustadz Fuadh Naim menggunakan beberapa aplikasi media untuk menyampaikan dakwah dan setiap episodenya berisi episode pembahasan tentang dakwah. Bahasa yang digunakan dalam Ustadz Fuadh Naim sering digunakan oleh kalangan muda khususnya penggila Korea Wave. ²⁹	
Rini Setiawati	Pesan Dakwah	Metode kualitatif	Hasil penelitian ini bahwa pesan	Persamaan: - Objek

²⁹ Listia Yuniar Naqiah, dan Hendi Rustandi, "Komunikasi Empati Dakwah Ustadz Fuadh Naim (Analisis Isi Pada Channel Dakwah Ustadz Fuadh Naim)" 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

, Jasmadi, Ayu Ashilawati	Tentang Hijrah Dari Dunia Hallyu Pada Akun Instagram @Xkwavers” tahun 2021.	analisis	dakwah tentang Hijrah di Dunia Korean Wave diunggah oleh pengelola akun @xkwavers pada tanggal 9 Maret 2021 hingga 29 April 2021. Ada empat kutipan dalam pesan Dakwah yaitu, awali harimu dengan berdoa, tetap berharap dan perjuangkan ilmu, cintai sesama dengan tidak berlebihan, dan tirulah ilmuwan yang karyanya akan membantumu di masa depan. Secara denotatif gambar mengandung Unggahan mengandung unsur gambar dan kata-kata tertulis, secara konotatif mengacu pada makna yang terkandung dalam data denotatif, Makna mitologis mengacu pada	penelitian (instagram) Perbedaan: - Subjek penelitian
---------------------------	---	----------	---	---

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

				kehidupan sehari-hari. ³⁰	
Muh. Rais Haris	Resepsi Komunitas Kpop Makassar Terhadap Budaya Korea Dalam Channel Youtube tahun 2019.	Metode kuantitatif analisis data		Posisi Bertentangan Ditentukan bahwa tidak satu pun dari empat informan yang menyatakan posisi berlawanan. Posisi penentang didasarkan pada berbagai faktor, termasuk antipati agama dan konflik. Mereka tidak menyukai K-Pop karena mereka bukan penggemarnya, dan mereka menentangnya karena bertentangan dengan agama mereka. Oleh karena itu, kekuasaan ada pada pemirsa untuk menerima, menolak, atau menegosiasikan ide dan ideologi dominan yang dihadirkan media. Dengan kata lain, yang penting bukan puas atau tidak puas, tapi terima atau tidak.	Persamaan: <ul style="list-style-type: none"> - Memahas tentang k-pop Perbedaan: <ul style="list-style-type: none"> - Objek penelitian - Subjek penelitian

³⁰ Rini Setiawati, Jasmadi, Ayu Ashilawati, "Pesan Dakwah Tentang Hijrah Dari Dunia Hayu Pada Akun Instagram @Xkwavers" tahun 2021.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau				Penggemar Korea, dalam proses penerimaan (atau penolakan), melihat hubungan antara latar belakang mereka dan konstruksi makna, dan apakah ada faktor dominan dari "lingkungan sosiokultural" yang mempengaruhi. ³¹	
8	Ayu Ashilawati	Konten Akun Instagram @Xkwavers Tentang Hijrah Dari Dunia Hallyu Dalam Analisis Pesan Dakwah tahun 2021.	Jenis penelitian deskriptif kualitatif	Dalam penelitian ini, penulis menemukan bahwa banyak masyarakat Indonesia yang masih menganut budaya Korea, termasuk drama, musik, dan pakaiannya, yang mungkin mengarah pada pengabaian terhadap ibadah dan tanggung jawab umat Islam di Indonesia. Berdasarkan pengamatan peneliti, terdapat	Persamaan: <ul style="list-style-type: none"> - Objek penelitian (instagram) Metode kualitatif Perbedaan: <ul style="list-style-type: none"> - Subjek penelitian

³¹ Muh. Rais Haris, "Resepsi Komunitas Kpop Makassar Terhadap Budaya Korea Dalam Channel Youtube" tahun 2019.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

				<p>laporan yang dapat membawa komunitas Muslim yang terjebak dalam dunia Korean Wave kembali ke jalur yang benar. Akun @xkwawavers membuat konten berita dakwah khusus untuk masyarakat muslim yang ingin merantau dan mengajak masyarakat Indonesia untuk berhenti dari kebiasaan boros.³²</p>	
9	<p>Nofia Sri Yenti, Drs. Syamsir, M.Si. Ph.D, Nadia Mairiza, Nidya Anggraini, Elvina Febriani, dan Putri Fadilla</p>	<p>Dampak Budaya Korea Pop (K-Pop) Terhadap Tingkat Motivasi Belajar Mahasiswa Universitas Negeri Padang tahun 2022.</p>	<p>metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.</p>	<p>Dampak positif dari berkembangnya budaya K-Pop dapat meningkatkan semangat belajar siswa, sebagai media hiburan pada saat istirahat ketika siswa perlu melepas penatnya. Dampak negatif terhadap motivasi belajar adalah siswa sering kali terlalu asyik mempelajari</p>	<p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Teknik pengumpulan data (observasi, dokumentasi) - Memahas tentang k-pop <p>Perbedaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Objek penelitian - Subjek penelitian

³² Ayu Ashilawati, "Konten Akun Instagram @Xkwavers Tentang Hijrah Dari Dunia Hanya Dalam Analisis Pesan Dakwah" tahun 2021.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>				<p>budaya K-Pop hingga lupa waktu, sehingga memperlambat pembelajarannya dan tentunya berdampak pada nilai yang didapatnya Masu. Cara siswa membagi waktunya antara menyelesaikan tugas dan mendukung K-Pop adalah dengan membuat jadwal dan memprioritaskan apa yang harus didahulukan.³³</p>	
<p>10</p>	<p>Indriani Pratika Dewi</p>	<p>Peran Dakwah Fuadh Naim Pada Program X-School Dalam Menghadapi Fanatisme Pada Penggemar K-Pop” tahun 2023.</p>	<p>Jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik analisis deskriptif</p>	<p>Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa Fuadh Naim mampu mengubah pola pikir para peserta tes, terutama dengan mengurangi minat mereka terhadap dunia K-Pop dan memahami batasan normal dari penggemar biasa. Penulis juga dapat memahami</p>	<p>Persamaan: - Memahas Fuadh Naim - K-pop - Subjek penelitian Perbedaan: - Objek penelitian</p>

³³ Nofia Sri Yenti, Drs. Syamsir, M.Si. Ph.D, Nadia Mairiza, Nidya Anggraini, Elvina Ferdiani, dan Putri Fadilla “Dampak Budaya Korea Pop (K-Pop) Terhadap Tingkat Motivasi Belajar Mahasiswa Universitas Negeri Padang” tahun 2022.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

				peristiwa yang terjadi di luar kendali. Selain mengubah pola sikap terhadap pelajar mandiri, terdapat peluang untuk mengurangi waktu yang dihabiskan untuk mengonsumsi konten K-Pop, menjadikan K-Pop hanya sekedar hiburan bukan kebutuhan, dan menghilangkan konten-konten yang menyimpang dari ketentuan syariat Islam untuk memperoleh penggunaan untuk dakwah dilarang. ³⁴	
--	--	--	--	--	--

Pada dasarnya dari sekian tela'ah pustaka yang tersusun diatas, terdapat persamaan dan perbedaan dalam penulisan skripsi ini. Persamaannya meliputi pendekatan penelitian dan objek penelitian. Sedangkan perbedaannya, yakni pada teori dan penelitian ini mencoba menganalisis tentang “Komunikasi Dakwah @Fuadh Naim di Instagram Pada Kalangan Pengikut K-Pop” belum ada yang berkaitan dengan judul tersebut.

³⁴ Indriani Pratika Dewi (2023), “Peran Dakwah Fuadh Naim Pada Program X-School Dalam Menghadapi Fanatisme Pada Penggemar K-Pop”

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau kelompok ke kelompok lain yang bersumber dari Al-Quran dan Hadits serta menggunakan simbol-simbol baik verbal maupun non-verbal dengan suatu tujuan, yaitu proses penyampaian informasi atau pesan. Untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain menjadi lebih baik, baik secara langsung lisan maupun tidak langsung melalui media.

Komunikasi dakwah juga dapat diartikan sebagai komunikasi yang melibatkan pesan dakwah dan pelaku dakwah, atau komunikasi yang berkaitan dengan ajaran Islam dan pengamalannya dalam berbagai aspek kehidupan.³⁵

Komunikasi Dakwah melibatkan beberapa unsur yang bekerja secara sistematis dalam waktu hampir bersamaan, yaitu sebagai berikut:

1. Unsur Komunikasi

Menurut Laswell menyebutkan ada lima unsur komunikasi, sebagaimana model komunikasi laswell yaitu:³⁶

a) Sumber

Sumber adalah pengirim informasi. Sumber dalam komunikasi bisaterdiri dari satu orang, tetapi juga bisa dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim atau komunikator.³⁷

b) Pesan

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, dan nasihat.³⁸

c) Media

³⁵ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 26

³⁶ Umaimah Wahid, *Komunikasi Politik, Teori, Konsep dan Aplikasi Pada Era Media Baru*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), h. 4-5.

³⁷ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), h. 24

³⁸ Ibid, h. 24

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dapat dibedakan dua macam, yakni media cetak dan elektronik. Media cetak yaitu surat kabar, majalah, dan lain-lain. Sementara itu, media elektronik antara lain: radio, film, televisi dan lain- lain.³⁹

d) Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Oleh karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerima pesan.⁴⁰

e) Tanggapan Balik

Tanggapan balik adalah salah satu bentuk dari pada pengaruh yang berasal dari penerima. Misalnya sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan sebelum dikirim, atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sebelum sampai ketujuan. Hal-hal seperti itu menjadi tanggapan balik yang diterima oleh sumber.⁴¹

2. Unsur Dakwah

a. Dai

Dai adalah orang yang mengamalkan Dakwah baik lisan maupun tertulis atau perbuatan, baik dalam bentuk perseorangan, kelompok, maupun organisasi atau lembaga. Setiap individu atau umat Islam otomatis berperan sebagai Dawa Nur. Dengan kata lain, orang yang menyampaikan pesan disebut sebagai komunikator dakwah.⁴²

b. Mad'u

Mad'u adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah, baik perorangan maupun kelompok, muslim atau pedang, yaitu umat manusia secara keseluruhan.⁴³

c. Maddah (Materi Dakwah)

Materi Dakwah merupakan isi pesan yang dikirimkan dari dai

³⁹ Ibid, h.25

⁴⁰ Ibid, h.27

⁴¹ Ibid,

⁴² Wahyu Ilahi, Komunikasi Dakwah, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010). h. 19.

⁴³ Ibid,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepada Mad'u. Pada dasarnya dakwah dakwah terdiri dari ajaran Islam, yang secara umum merupakan pesan-pesan Aqidah, Syariah, dan akhlak.⁴⁴ Menurut Moh Ali Aziz, dalam bukunya *The Science of Dawa*, Maddah adalah tentang isi pesan dan materi yang disampaikan Dai kepada Madhu. Dalam hal ini jelas bahwa ajaran Islam itu sendiri merupakan Maddah.⁴⁵

d. Wasilah (Dakwah Media)

Asmuni Shukir dalam bukunya *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* menyebutkan bahwa media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat dijadikan alat untuk mencapai tujuan dakwah Masu. Media dakwah ini dapat berupa barang (bahan), orang, tempat, keadaan tertentu, dan sebagainya.⁴⁶ Dakwah Media merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan materi (ajaran) Dakwah Islam kepada Madhu.⁴⁷ Hamza Yaqub, Abdul Dalam "Teknik Humas Islam Dakwah dan Kepemimpinan" yang ditulis oleh Kadir Munshi, media Dakwah merupakan alat yang berfungsi sebagai saluran untuk menghubungkan ide dengan masyarakat, dan merupakan elemen penting yang mewakilinya. *Ramuhan Kehidupan Sepanjang Dakwah*.⁴⁸

e. Thariqah (Metode Dakwah)

M. Munir dalam bukunya *Metode Dakwah* menyebutkan bahwa Metode Dakwah adalah suatu metode yang dilakukan oleh seorang da'i (komunikator) untuk mencapai tujuan mencapai hikmah dan landasan hikmah. menyatakan bahwa ini adalah metode khusus untuk cinta, sayang.⁴⁹ Yang erat kaitannya dengan wasila adalah tarika (difusi). Jika wasira adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan ajaran Islam, maka tariqa atau dakwah adalah cara atau metode yang digunakan oleh khatib untuk menyampaikan ajaran materi dakwah (materi keislaman).⁵⁰

⁴⁴ Ibid,h,20

⁴⁵ Moh. Ali Aziz, op.cit, h. 94.

⁴⁶ Asmuni Syukir, op.cit, h. 163.

⁴⁷ Moh. Ali Aziz, op.cit, h. 121.

⁴⁸ Hamzah Ya'qub. *Publistik Islam Teknik Dakwah dan Leadership*. Bandung: Diponegoro, 1973, h.47

⁴⁹ M. Munir, *Metode Dakwah*, Cet. Ke-3, Jakarta: Kencana, 2009, h. 7.

⁵⁰ Moh. Ali Aziz, op.cit, h. 121

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

f. Atsar (Efek Dakwah)

Efek ini biasa disebut umpan balik dalam ilmu komunikasi. Ini merupakan feedback dari reaksi dalam proses Dakwah. Sederhananya, itu adalah respon dari dakwah yang ditimbulkan oleh tindakan dakwah.⁵¹

Menurut Jalaluddin Rahmat dalam Komunikasi Dakwah Wahyu Ilaihi, pengaruh dapat terjadi pada tingkatan, yaitu:

- 1) Yang diketahui, dipahami dan dirasakan oleh adalah khalayak dari Efek kognitif yang terjadi ketika terjadi perubahan dalam diri.
- 2) Efek emosional, yaitu efek yang terjadi ketika penonton merasakan, menyukai, atau tidak menyukai perubahan.
- 3) Pengaruh perilaku mengacu pada perilaku aktual yang dapat diamati, termasuk pola perilaku, aktivitas, atau kebiasaan berperilaku.⁵²

2.2.2 K-Pop

K-Pop adalah singkatan dari Korean pop, genre musik yang identik dengan boy band dan grup band barbekyu. K-Pop sendiri mencakup jenis acara musik, genre musik, dan segala sesuatu yang berhubungan dengan musik. Musik K-Pop tidak bisa dianggap sekedar musik biasa. K-Pop merupakan budaya yang berasal dari Korea. Budaya K-Pop Korea Selatan sendiri sangat populer dan banyak menarik perhatian masyarakat, terutama dikalangan pelajar pecinta artis. Tidak hanya yang terkenal dan menyebarkan virus demam K-Pop di Korea Selatan, demam K-Pop juga sudah menyebar ke berbagai negara dan mendominasi musik di kawasan Asia.⁵³

Peran dari acara K-Pop sendiri adalah untuk memberikan kesempatan kepada para penggemar K-Pop untuk berekspresi dan menyampaikan apresiasinya terhadap idola K-Pop kesayangannya. Korean Wave dapat dikatakan sebagai induk dari beberapa jenis kebudayaan di Korea Selatan yang dibalut secara modern seperti musik, drama TV, fashion,

⁵¹ Wahyu Ilaihi, op.cit, h. 21.

⁵² Ibid,

⁵³ <http://eprints.umpo.ac.id/5921/2/BAB%20I.pdf>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

gaya hidup, kuliner hingga kecantikan.⁵⁴

Korean Wafe mengacu pada budaya pop yang berasal dari Korea Selatan, antara lain musik (K-Pop), drama (K-drama), kuliner, kecantikan, bahasa, budaya, dan fashion, dan tersebar di seluruh dunia pada tahun 2016. Berbagai negara termasuk Indonesia.⁵⁵

Istilah Korean Wafe pertama kali diciptakan di Tiongkok pada pertengahan tahun 1999 oleh seorang jurnalis yang termotivasi oleh pesatnya perkembangan budaya Korea di Tiongkok pada saat itu. Mencapai puncaknya pada tahun 1997 ketika drama Korea berjudul *“What Is Love All About”* ditayangkan di televisi Tiongkok. Sejak saat itu, kebudayaan Korea semakin menyebar ke negara-negara Asia.⁵⁶

Indonesia juga menjadi salah satu negara di Asia Tenggara yang mengalami Korean wave. Jenis Korean Wave yang paling umum ditemukan di Indonesia adalah musik (K-Pop) dan drama (K-Drama). Kedatangan K-Pop di Indonesia diawali dengan munculnya beberapa girl band atau boy band yang semakin populer saat itu, seperti BoA, BigBang, Super Junior, dan Wondergirl.⁵⁷

Seiring berjalannya waktu semakin banyak girl dan boy band Korea, seperti BTS, Twice, Seventeen, Red Velvet, Enhypen, dan TXT. K-drama atau Drama Korea (drama Korea) adalah serial televisi berbahasa Korea dengan berbagai genre seperti thriller, action, sejarah, romance, dan komedi.⁵⁸

Dalam industri K-Pop, penggemar memiliki istilah yang dikenal sebagai K-Popers. Di Korea Selatan, para icon K-Pop membentuk komunitas mereka sendiri, dan setiap boyband dan girlband memiliki nama resmi untuk fandom mereka yang diberikan oleh agensi yang menaungi mereka. Fandom adalah sebutan untuk kelompok-kelompok penggemar yang besar. Dalam fandom penggemar K-Pop, terdapat pembagian berdasarkan jenis kelamin menjadi dua kelompok, yaitu fangirl (penggemar

⁵⁴ Amarilis Rahmadani and Yunita Anggarini, “Pengaruh Korean Wave Dan Brand Ambassador Pada Pengambilan Keputusan Konsumen,” *Telaah Bisnis* 22, no. 1 (2021): 59.

⁵⁵ Doobo Shim, “Hybridity and the Rise of Korean Popular Culture in Asia,” *Media, Culture and Society* 28, no. 1 (2006): 25–44.

⁵⁶ Lee, “The Korean Wave: The Seoul of Asia.”

⁵⁷ Dzakkiyah Nisrina et al., “Dampak Konsumerisme Budaya Korea (KPOP) Pada Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang,” *Jurnal Penelitian Humaniora* 21, no. 1 (2020): 78–88.

⁵⁸ Mira Erda, “The Evolution of Fandom Culture of K-Drama” (2021), http://27.109.7.66:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/643/MIRA_ERDA-18165007-Thesis_Web_Doc_PDF.pdf?sequence=2&isAllowed=y.

perempuan) dan fanboy (penggemar laki-laki).

Fanboy cenderung menunjukkan reaksi yang lebih intens terhadap idola perempuan, sedangkan fangirl lebih reaktif ketika melihat idola laki-laki. Salah satu ciri khas penggemar K-Pop adalah tingkat loyalitas yang sangat tinggi. Loyalitas ini tidak hanya terlihat dalam dukungan finansial, tetapi juga dalam pengorbanan waktu dan tindakan. Penggemar K-Pop rela menghabiskan banyak waktu untuk mengikuti kegiatan idolanya dan siap mengeluarkan sejumlah besar uang, bahkan mengorbankan kebutuhan pribadi, demi membeli segala hal yang berhubungan dengan idolanya.⁵⁹

Walau begitu, penggemar K-Pop sering kali dianggap memiliki perilaku yang berlebihan, gila, histeris, obsesif, adiktif, dan konsumtif ketika mereka menunjukkan kegemaran yang sangat besar dengan mengeluarkan banyak uang untuk membeli stock dari idolanya atau bahkan melakukan perjalanan ke berbagai belahan dunia demi mengejar idolanya.⁶⁰

Sebagai penggemar K-Pop, mereka memiliki nama khas untuk masing-masing fandom yang ikonis, serta menggunakan warna tertentu sebagai identitas mereka. Sebagai contoh, warna ungu adalah identitas bagi penggemar BTS, warna pink bagi penggemar Black Pink, warna hijau untuk penggemar TXT, dan sebagainya. Bahkan, name atau manajemen yang mengurus idola-idola tersebut secara resmi mengakui penggunaan nama dan warna tersebut oleh fandom-fandom tersebut.

K-Pop ini memiliki dampak positif dan negatif sebagai berikut:

Dampak positif yang dapat diambil dari perkembangan pesat K-Pop yaitu:

1. K-Pop merupakan inspirasi dalam dunia fashion.

Banyak anak muda yang memiliki keinginan kuat untuk mengetahui tentang Korea, dan hal ini memotivasi mereka. Meniru pakaian mereka, dan bagaimana cara mengetahui perpaduan fashion idola.

2. Mengenal Citra Diri

Citra diri adalah gambaran yang dimiliki seseorang tentang

⁵⁹ Mihardja and Paramita, "Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy Dan Fangirl ARMY Terhadap BTS)." Diakses pada 31 April 2023 pukul 10.00 WIB

⁶⁰ Nursanti, Lukmantoro, and Ulfa, "Analisis Deskriptif Penggemar K-Pop Sebagai Audiens Media Dalam Mengonsumsi Dan Memaknasi Teks Budaya." Diakses pada 31 April 2023 pukul 10.00 WIB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dirinya sebagai ciptaan fisik, umumnya didasarkan pada ciri-ciri fisik dari penampilan orang tersebut, atau bagaimana perasaannya terhadap diri sendiri atau orang lain. dikaitkan dengan pemikiran seseorang tentang bagaimana mereka memandang dirinya sendiri. Evaluasi jenis dan cara penyambungannya.

3. Dapat Bersosialisasi Dan Mandiri

Adanya dunia K-Pop yang ramah dan mandiri memungkinkan remaja untuk berkembang lebih kreatif. Karena mengagumi idola penggemar yang memujanya, mereka memiliki banyak teman di berbagai daerah bahkan luar negeri melalui persahabatan. Mereka belajar mandiri dengan berani mencoba berbagai hal, misalnya membuka toko online yang menjual produk-produk terkait K-Pop seperti pakaian dan kosmetik. Keuntungan dari penjualan online dapat membantu masyarakat menjadi mandiri. Dikatakan bahwa bersosialisasi dengan orang-orang yang memiliki karakteristik yang sama, mengagumi idola yang sama, dan menonton drama yang sama dapat dilakukan karena mereka dapat dengan cepat membangun hubungan berdasarkan penggemar K-pop lainnya.

4. Dapat dimotivasi dan Semangat

Memuji hal-hal dalam bahasa Korea dapat memotivasi karena secara otomatis akan membantu Anda memahami bahasa Korea dan mengembangkan keterampilan bahasa asing tambahan Masu. Musik juga bisa dijadikan motivasi, karena mendengarkan musik K-Pop meningkatkan semangat belajar. Dan kisah-kisah idolanya juga dianggap inspiratif, yang mereka sampaikan melalui lagu-lagu yang mereka ciptakan.

5. Manfaat emosional membuat orang bahagia dan mengurangi stres bagi remaja yang lelah dengan pekerjaan rumah dan tanggung jawab sekolah.⁶¹

Dampak negatif yang disebabkan oleh pengaruh K-Pop tersebut seperti:

1). Sikap fans yang berlebihan

⁶¹ Ida Ri'aeni, Musiam Suci, Mega Pertiwi, Tias Sugiarti "Pengaruh Budaya Korea (K-Pop) Terhadap Remaja Di Kota Cirebon" (Vol.1 No.1 Januari 2019), hlm.20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bagi kebanyakan orang, fandom K-Pop dikenal dengan penggemar dan stereotip yang terkait dengan mereka. Penggemar K-Pop itu berlebihan, gila, histeris, obsesif, dan ketagihan padahal mereka sangat suka membeli merchandise idola dan mengikuti idola di seluruh dunia serta suka membuang-buang uang. Dan itu selalu dianggap konsumtif. Stereotipe salah satunya bisa kita lihat di dunia maya. Mereka bisa secara terbuka mengungkapkan kecintaannya pada Idol melalui fitur mention Twitter dan langsung menyapa akun Twitter Idol. Melalui dunia maya, bisa dengan leluasa mengungkapkan dan mengomunikasikan perasaan kepada penggemar K-Pop lainnya dengan memposting di blog dan forum.

2). Terjadi fanatisme terhadap remaja tersebut

Fanatisme sangat fenomena pada zaman modern ini, realitas pribadi social dari masyarakat, karena pada saat ini berpengaruh pada seorang individu sehingga menciptakan kepercayaan dan pemahaman berupa pengabdian, hubungan, kesetiaan, kecintaan.⁶²

Fanatisme diartikan pengabdian seseorang terhadap suatu objek dimana menimbulkan gairah, keintiman, dan hasrat yang biasanya melampaui rata-rata dari biasanya. Objek biasanya mengacu pada produk, merek, serta seseorang (selebriti), acara tv, dan kegiatan konsumsi lainnya. Fanatisme biasanya menganggap dirinya benar dan mengabaikan fakta dan argument dari yang bertentangan dengan pemikiran dan pemahaman mereka.

Jika dilihat dan dipelajari fanatisme selalu sebagai berkelompok, banyak dari mereka para penggemar. Penelitian yang dilakukan adalah mengetahui Unsur aspek yang hadir sampai batas tertentu dalam semua fanatisme. Tema-tema komunalitas fanatisme ini banyak dibahas didalam penelitiannya sebagai berikut:

a) Menjadi penggemar untuk orang lain

Dapat dilihat dan digambarkan seseorang yang menjadi penggemar orang lain yang biasanya memiliki sebuah kelompok dan memiliki tujuan untuk mendapatkan teman-teman serta aktif dalam berkomunikasi nilai-nilai dan identitas orang lain. Biasanya memiliki grup chat untuk saling berbagi informasi.

b) Menjadi Pengemmar untuk diri sendiri

⁶² Seregina, A., Koivisto, E., & Mattila, P. (2011). Fanaticism Its Development and Meanings in Consumers Lives. *Journal of Aalto University School of Economics*. 1 (1), 1-106.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

5) State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Seseorang yang menjadi fans seorang diri dengan membeli berbagai atribut dan koleksi tanpa adanya paksaan dari orang lain.

Timbul sikap peneriun terhadap citra diri yang berlebihan

Pengaruh dari tayangan drama korea yang menarik perhatian public terutama remaja sehingga menimbulkan pengimitasian. Hal ini dibuktikan dengan adanya gaya hidup dan mengoleksi hal yang berbau K-pop, serta dalam peniruan penampilan fisik dari citra hidup dirinya (Kaparang, 2013). Dengan peniruan ini sehingga remaja tersebut akan meniru sedemikian mungkin khususnya bagi perempuan. Mereka akan mengikuti fashion dengan menggunakan baju yang kurang layak untuk dipakai. Bertentangan sekali dengan negara kita yang sebagian besar menganut agama islam.⁶³

Membuang waktu dan uang untuk hal yang sia-sia

Terkadang remaja sekarang ini kadang lupa akan waktu yang telah terbuang karena terlena akan keinginan melihat idolanya sehingga menyebabkan lupa belajar, lupa istirahat gara-gara nonton drama korea, dan membuang uang karena membeli hal-hal yang tidak berguna dan kadang cenderung membeli kuota internet yang berlebihan hanya untuk menstalking idolanya.

Kiat yang bisa dilakukan oleh orang tua antara adalah dengan cara membatasi dan mengontrol anak tersebut jika sudah terlalu fanatic sekali terhadap idolanya dengan mengalihkan dengan mungkin membawa anak tersebut pergi liburan, mengadakan family time, membawa kepengajian.

5) Kesehatan mata karena sering kali melihat ponsel

Penggunaan gadget yang salah seperti frekuensi penggunaan gadget yang berlebihan, posisi yang tidak benar dan intensitas pencahayaan yang tidak baik, akan berdampak terhadap penurunan tajam penglihatan, yang akan berefek pada karir, sosial ekonomi, pendidikan bahkan juga tingkat kecerdasan.

Insomnia

Insomnia atau kesulitan tidur karena sudah terlalu sering bergadang hanya untuk meraton menonton drama yang disukai. Hal ini tentu sangat menyita waktu istirahat seseorang individu tersebut.

Efek dari budaya kpop

⁶³ Tartila, Pintani Linta. (2013). Fanatisme fans k-pop dalam blog netizenbuzz. 2 (3), 190-



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Efek dari budaya kpop ini juga bisa mempengaruhi anak dalam berpakaian terutama untuk perempuan yang ingin mencontoh apa pakaian yang dipakai oleh idolanya. Kadang mereka memakai baju yang sangat tidak sopan dan ini bertentangan sekali dengan agama apalagi Indonesia yang didominasi oleh agama islam. untuk itu perlu perhatian dari orang tua untuk mengawasi dan mengontrol anaknya.⁶⁴

2.2.3 Media Baru

Media baru adalah media yang berbasis internet, media online berbasis teknologi, yang mempunyai karakter fleksibel, kemungkinan terjadinya interaksi, dan dapat berfungsi baik secara privat maupun publik.⁶⁵

Adapun pendapat menurut para ahli tentang media baru yaitu, McQuail mengklasifikasikan media baru ke dalam empat kategori. Pertama, media komunikasi interpersonal yang terdiri dari telepon, telepon genggam, dan email. Kedua, media permainan interaktif seperti komputer, video game, dan permainan di Internet. Ketiga, media temu kembali informasi berupa portal/mesin pencari . Keempat, media partisipatif kolektif seperti Internet untuk berbagi dan bertukar informasi, pendapat, pengalaman, dan terhubung melalui komputer. Penggunaannya tidak hanya sekedar alat, tetapi juga dapat membangkitkan kasih sayang dan emosi.⁶⁶

Dennis McQuail, dalam bukunya Mass Communication Theory, menyatakan bahwa ciri terpenting dari media baru adalah jaringan, akses terhadap kelompok sasaran individu sebagai penerima dan pengirim pesan, interaktivitas, dan keterbukaan sebagai individu. Perbedaan antara media baru dan media lama adalah media baru memungkinkan terjadinya percakapan antara banyak pihak, memungkinkan terjadinya penerimaan, modifikasi, dan redistribusi aset budaya secara simultan, serta memungkinkan terjadinya tindakan komunikasi dari satu pihak ke pihak lainnya keterbatasan model cetak dan siaran. Posisi yang mengganggu makna. Hubungan antara wilayah dan modernitas, menyediakan kontak global langsung dan mengintegrasikan subjek modern/modern akhir ke dalam jaringan yang akurat.⁶⁷

Pierre Lévy yang menyatakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas tentang perkembangan media. Terdapat dua pandangan

⁶⁴ Ibid

⁶⁵ Fanny Aulia Putri, "Opini Siswa Terhadap Tindakan Cyberbully Di Media Sosial", Jurnal Risalah, (2014), 3.

⁶⁶ Novi Kurnia, "Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi", Jurnal Risalah No. 56/DIKTI/Kep/2005, 292-294.

⁶⁷ Eribka Ruthellia David dkk, "Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sari Ratulangi", Jurnal Risalah Vol. VI, No. 1. (2017).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

dalam teori media baru, pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka.⁶⁸

2.2.4 Instagram

Instagram adalah situs berbagi foto dan video. Pengguna dapat belajar banyak tentang orang yang mereka ikuti bahkan melalui postingan visual. Pengguna juga dapat meninggalkan komentar di postingan Instagram.

Instagram merupakan aplikasi sosial yang populer di kalangan pengguna *smartphone*. Nama Instagram berasal dari kata “Insta” yang berarti “instan” dan “gram” yang berarti “telegram”. Menurut pengguna, ini dapat diartikan sebagai aplikasi pengiriman informasi dengan cepat, yakni berupa foto dan dibagikan (sharing) ke jejaring sosial lain. Karena keunggulan yang ditawarkan oleh berbagai fitur aplikasi Instagram, jumlah pengguna aplikasi ini meningkat pesat. Keunggulannya adalah kemudahan mengunggah foto. Foto dapat diunggah melalui kamera atau ke album ponsel Anda. Anda bisa menggunakan efek langsung di Instagram untuk mengatur tone warna foto Anda sesuai keinginan.⁶⁹

Saat menggunakan Instagram, kami telah menetapkan beberapa aturan untuk pengguna. Ini termasuk ketentuan penggunaan seperti harus berusia minimal 13 tahun untuk memiliki akun Instagram. Ada juga pembatasan publikasi. Ketika pertama kali diluncurkan pada tahun 2012, Instagram membuat Profil Web yang memungkinkan pengguna membuat profil mereka sendiri dan menampilkan foto Instagram mereka di iklan media sosial.⁷⁰

Seperti yang ditunjukkan oleh popularitas, Instagram berkembang sangat pesat. Tren Instagram merupakan metode pemasaran yang menggunakan produk sebagai sarana komunikasi. Keunggulan Instagram adalah menggunakan partisipasi masyarakat sebagai corong iklan. Pengguna Instagram membagikan karya fotografinya di Facebook, Twitter, dan situs media lainnya. Artinya, partisipasi antusias dan spontan pengguna Instagram menjadi sarana komunikasi produk tanpa dianggap sebagai iklan.⁷¹

⁶⁸ Novi Herlina, “Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat”, Jurnal Risalah Vol. 4, NO. 2, (Oktober 2017), 9

⁶⁹ Sherief salbino, Buku pintar Gadget Android Untuk Pemula, (Jakarta; kunci Komunikasi, 2014) h. 47

⁷⁰ Ibid,

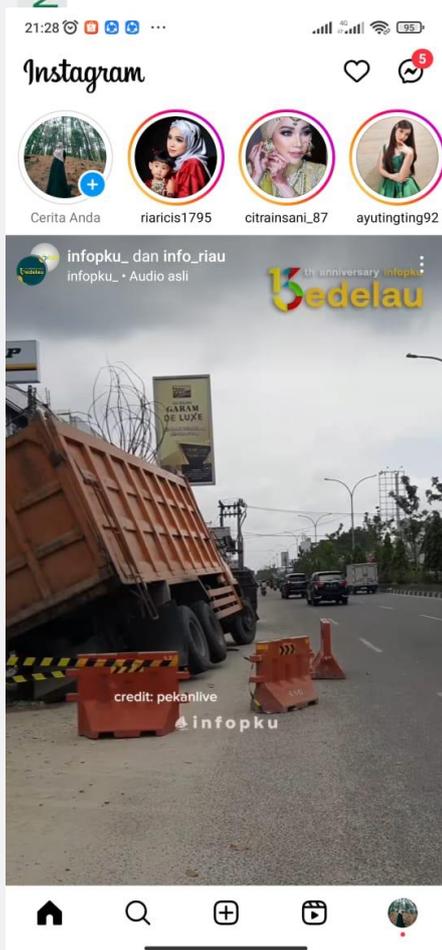
⁷¹ Handoko Hendroyono, Brand Gardener, (Tangerang: Literati, 2012), h. 283



Di dalam Instagram juga memiliki beberapa fitur yang bisa digunakan oleh banyak pengguna yaitu sebagai berikut:⁷²

1) *Timeline*

Bagian ini memiliki banyak foto yang dibagikan oleh teman-teman pengikut yang merupakan pengikut. Selain penampilan, juga terdapat Instagram yang merupakan berbagai aktivitas yang dibagikan oleh teman-teman yang telah menjadi pengikut.



Gambar 4.2.1: Tampilan Timeline

2) *Insta Stories*

Ini adalah bagian yang paling disukai pemilik akun. Fitur ini memungkinkan Anda untuk membagikan seluruh aktivitas yang dilakukan. Ini memiliki jangkauan

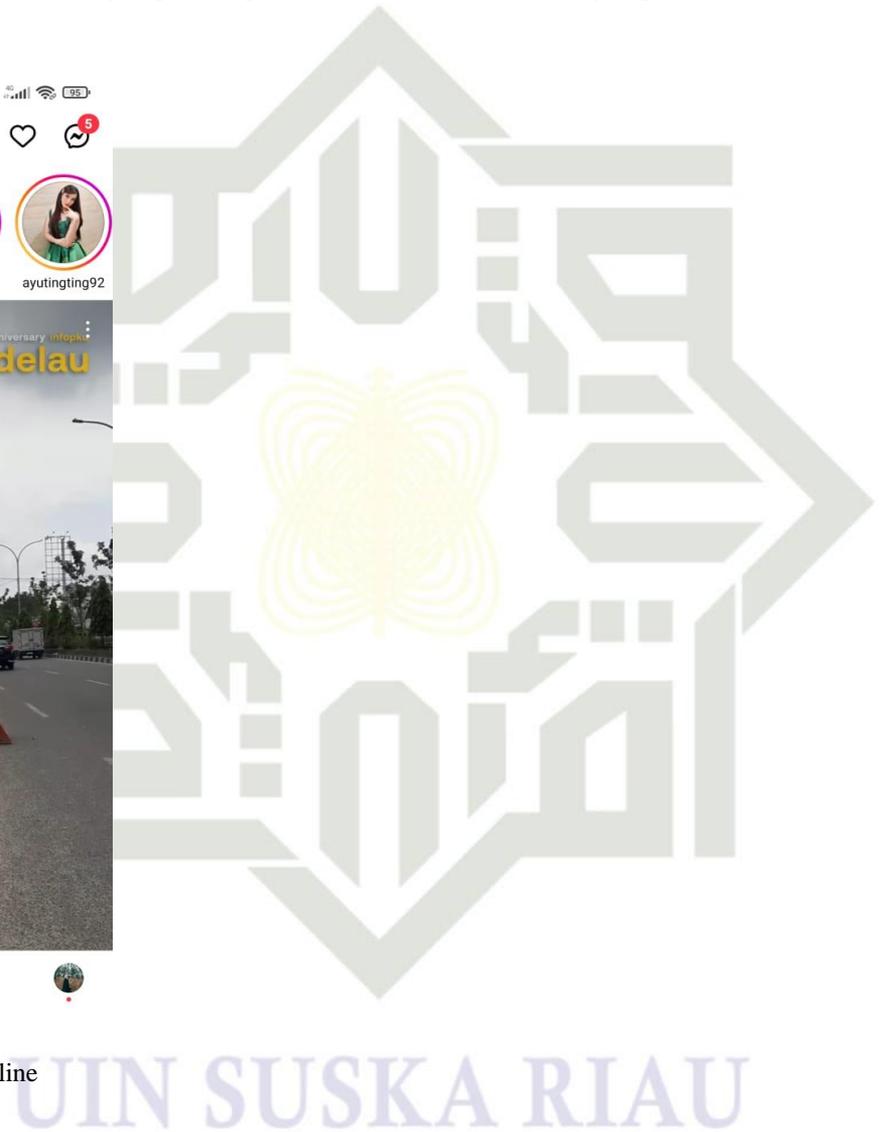
⁷² Bambang Dwi Atmoko, Instagram Handbook. (Jakarta: Media Kita, 2012),

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

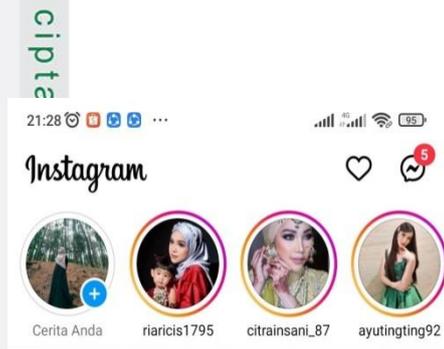
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

University of Sultan Syarif Kasim Riau



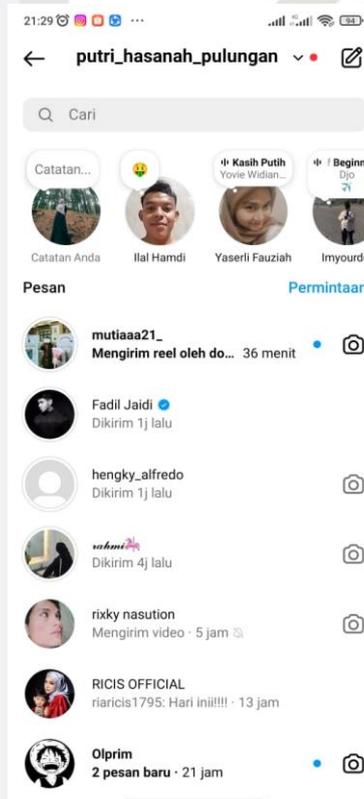
pelembagaan yang luas. Meskipun Anda bukan pengikut pemilik akun, pemilik akun lainnya dapat melihatnya.



Gambar 4.2.2: Tampilan Insta Stories

3) Direct Message

Fitur ini memungkinkan pengguna akun saling berkirim pesan dengan mudah. Dengan fitur ini, pengguna memiliki opsi untuk mengirim pesan secara pribadi dan juga dapat membuat grup menggunakan fitur ini.



Gambar 4.2.3: Tampilan Direct Message

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

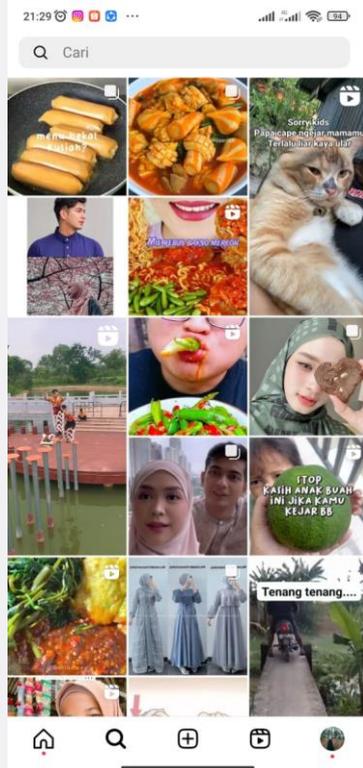
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4) Pencarian dan Popularitas

Fitur ini memudahkan pengguna untuk mencari akun pengguna lain. Di sini pengguna akan melihat postingan dari orang yang bukan pengikut akun orang lain.



Gambar 4.2.4: Tampilan Pencarian dan Popularitas

5) Aktivitas

Fitur Aktivitas ini mencakup semua aktivitas yang dilakukan oleh pengikut dalam fitur ini. Secara khusus, aktivitas di akun seseorang setelah diposting ke akun.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

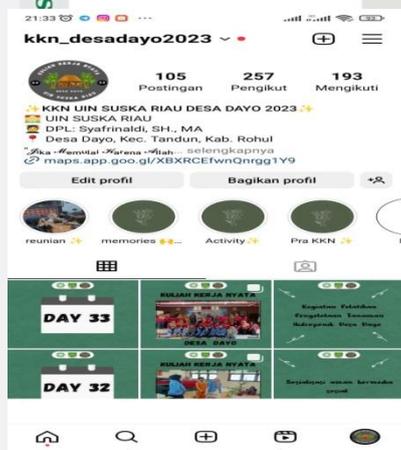
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.2.5: Tampilan Aktivitas

6). Beranda Profil

Fitur ini memiliki tampilan berbeda dari beberapa postingan yang diposting oleh pemilik akun. Fitur ini juga memungkinkan pengguna melihat jumlah pengikut di Instagram dan melacak jumlah postingan yang diposting di oleh pemilik akun. Ada juga highlight dari berbagai aktivitas yang diposting di Instastories, yang ingin diabadikan lebih lama, sehingga ditambahkan ke fitur Highlights di media sosial ini.



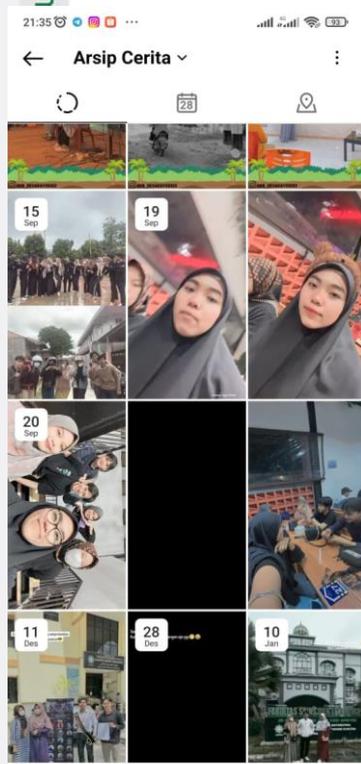
Gambar 4.2.6: Tampilan Beranda Profil

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7) Arsip

Fitur ini memiliki beberapa postingan tersembunyi untuk postingan yang tidak ingin dihapus oleh pemilik akun. Selain memposting foto, arsip satu hari akan disimpan secara otomatis di Instagram Stories.



Gambar 4.2.7: Tampilan Arsip

8) Bagikan Momen

Fitur ini memungkinkan pemegang akun mempublikasikan postingan ke timeline mereka yang dianggap aktivitas mengesankan oleh. Jangan lupa tambahkan dengan judul yang menarik. Ingatlah bahwa pemilik akun dapat menambahkan beberapa filter yang disediakan oleh media sosial tersebut sebelum memposting.

9) Editor

Instagram juga memiliki alat pengeditan yang memungkinkan pengguna mengedit foto yang diambil dengan kamera ponsel mereka. Di sini dapat menemukan 10 editor alat canggih untuk mengatur ulang pencahayaan, kontras. Dengan update Instagram terbaru, foto tidak perlu lagi berbentuk persegi, namun



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ini mendukung orientasi potret dan lanskap. Lensa memberikan keleluasaan bagi pengguna untuk berbagi foto dengan sudut pengambilan gambar yang lebih luas.

10) *Hashtag atau Tag*

Mirip dengan jejaring sosial pada umumnya, Instagram juga memiliki fitur hastag dan tag yang fungsinya untuk menandai teman atau foto grup.

11) *Caption*

Caption berfungsi seperti deskripsi. Di sini pengguna dapat mengatakan satu atau dua hal tentang foto yang telah diunggah.

12) *Like*

Tombol yang bila digunakan menandakan orang menyukai unggahan tersebut.

13). *Komentar*

Tempat bagi pengguna untuk menanggapi unggahan yang diposting oleh akun pengguna.

14). *Integrasi dengan Jejaring Sosial*

Instagram juga memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video di jejaring sosial lain seperti Facebook, Twitter, Tumblr, dan Flickr. Jika pengaturan ini diaktifkan, setiap kali foto dibagikan, Instagram akan secara otomatis membagikan foto tersebut ke jejaring sosial yang terhubung.

15). *Kamera*

Pengguna tidak hanya bisa mengunggah foto dari galerinya melalui Instagram. Pengguna dapat mengabadikan atau merekam momen langsung dari aplikasi, mengeditnya, dan membagikannya dengan teks baru.

Secara umum, fungsi Instagram terbatas pada interaksi sosial, di mana berbagi foto dan video serta meningkatkan popularitas pengguna dengan banyak teman dan pengikut. Keistimewaan dan keunggulan Instagram sendiri adalah Instagram menjadi tempat dimana dapat menemukan berbagai macam informasi mulai dari berita, hiburan, promosi produk hingga aktivitas sehari-hari orang lain.⁷³ Instagram juga bisa menjadi eksistensi bisnis bagi orang-orang.

⁷³ Puguh Kurniawan, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh" *Kompetensi*, Vol. 11, No. 2 (2017) h. 223



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2..7 Hijrah

Secara terminologis, Hijrah mempunyai definisi yang berbeda-beda, tergantung sudut pandang masing-masing ulama. Ada yang berpendapat bahwa Hijrah mempunyai beberapa makna, Dengan kata lain; Pertama, umat Islam meninggalkan negara asalnya yang berada di bawah kekuasaan pemerintahan kafir. Kedua, tahun merupakan awal tahun penanggalan Islam, jauhkan dari dosa. Menurut Muhammad Iqbal, Migrasi memiliki dua makna dalam Al-Qur'an. Itu berarti dua hal, Pertama, gerakan Nabi Muhammad SAW beserta sebagian pengikutnya yang berjumlah orang, untuk menyelamatkan diri dan orang lain dari tekanan kaum kafir Quraisy Makkah yang melakukan perjalanan dari Makkah ke Madinah. Kedua, migrasi mempunyai implikasi moral. Artinya, manusia berpindah dari keburukan ke jalan Allah.

Banyak menurut para tokoh-tokoh lain yang menjelaskan apa itu Hijrah, salah satunya adalah Ziaul Haque menjelaskan bahwa hijrah adalah perpindahan dari suatu tempat ke tempat lain pada tahun . Secara tidak langsung, hijrah berarti berkorban atau meninggalkan rumah atau kampung halaman, keluarga, negara atau bangsa, dan seluruh harta benda serta benda bergerak lainnya yang diidam-idamkan untuk tujuan tertentu. Di sisi lain, beliau juga mengatakan bahwa Hijrah merupakan pergerakan dari maksiat menuju moralitas, dari kebatilan menuju kebenaran, dan dari kegelapan menuju terang.⁷⁴

Para ulama selanjutnya mengklasifikasikan hijrah menjadi dua jenis menurut syariat, yaitu hijrah secara fisik dan hijrah non fisik.

1. Hijrah Secara Fisik

Hijrah Fisik adalah migrasi yang terjadi dengan meninggalkan suatu negara secara fisik ke negara lain dalam rangka menjalankan perintah Allah dan Rasul-Nya.

Di mana hijrah untuk makna ini dapat dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu: hijrah Islam, hijrah dari wilayah kafir dan hijrah dari wilayah maksiat.

a) Hijrah Islam

Yang dimaksud dengan hijrah Islam adalah perintah kepada kaum Hijra untuk berangkat ke daerah yang telah ditentukan oleh Rasulullah SAW. untuk menggunakan kota Makkah sebagai tempat hijrah.

⁷⁴ Busthomi, Memaknai Momentum Hijrah, Dalam Jurnal Ilmiah Pendidikan Vol.10 No.2 Tahun 2016 ISSN 1978-8169. 67.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b) Hijrah dari Wilayah Kafir

Jenis Hijrah fisik yang kedua adalah hijrah dari negara kafir ke negara-negara Islam. Negara kafir adalah negara yang ajaran Islamnya tidak dapat diamalkan secara terbuka. Atau negara yang menunjukkan permusuhan (*dar al-harb*) terhadap umat Islam dan mungkin memicu perang dengan mereka.

c) Hijrah dari Wilayah Maksiat

Jenis hijrah ketiga secara fisik adalah hijrahnya seorang muslim yang bertaubat dari dosa-dosanya dari wilayah yang berpotensi akan mengganggu perjalanan taubatnya.

2. Hijrah Secara Non Fisik

Arti Hijrah Non Fisik Hijrah Islam adalah Hijrah yang disebutkan dalam Al-Qur'an dan Sunnah dengan istilah Hijrah bagi Allah dan Rasul-Nya. Di mana maksud dari hijrah kepada Allah adalah menjadikan Allah sebagai satu-satunya Dzat untuk mengabdikan. Mencintai-Nya lebih dari apapun. Dan senantiasa mengikhlaskan ibadah semata untuk-Nya.⁷⁵

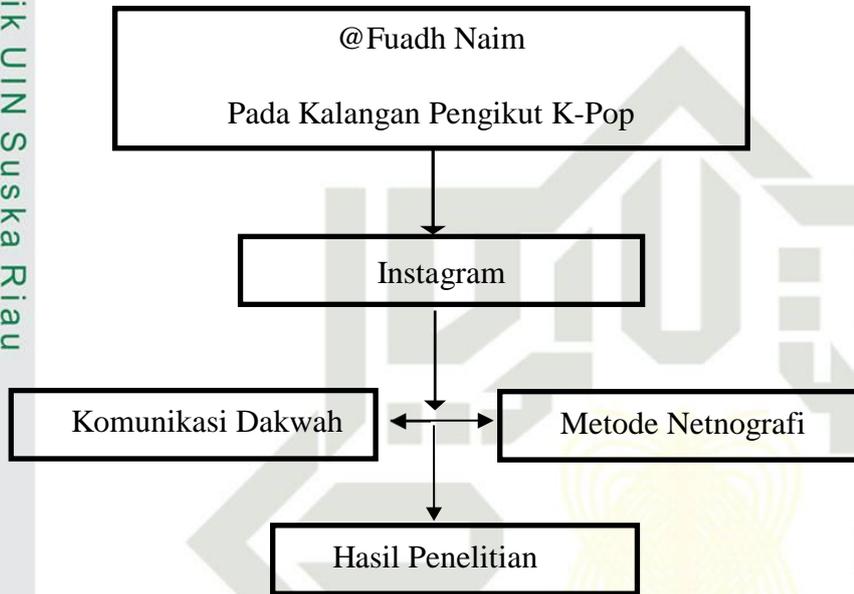


 UIN SUSKA RIAU

⁷⁵ Muhammad bin Abu Bakar Ibnu Qoyyim al-Jauziyyah, ar-Risalah at-Tabukiyyah: Zaid al-Muhajir ilaRobbihi, h. 16

2.3 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini penulis membahas mengenai tentang Komunikasi Dakwah @Fuadh Naim di Instagram Pada Kalangan Pengikut K-Pop, penulis menetapkan kerangka berfikir sebagai berikut:



Gambar 2.3 Kerangka Berfikir

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3. Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan netnografi. Menurut Kozinets, metode netnografi adalah metode untuk menganalisis dan memahami budaya pengguna media sosial. Netnografi berasal dari kata etnografi dan internet. Netnografi tidak dapat dipisahkan dari etnografi, yaitu suatu metode yang digunakan untuk mempelajari kebudayaan suatu kelompok atau masyarakat tertentu. Metode etnografi dicirikan oleh adanya budaya kelompok yang diteliti dan peneliti melakukan penetrasi ke komunitas tersebut. Netnografi, sebaliknya, merupakan penerapan metode etnografi untuk mengeksplorasi kehidupan di Internet, khususnya budaya dalam masyarakat. Yang dapat dipahami pengguna media berupa dokumen dan jejak digital (online).⁷⁶

Dengan kata lain, netnografi adalah suatu bentuk penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memahami pengalaman budaya yang mencakup dan tercermin dalam pelacakan digital, praktik, dan sistem pelacakan online. Pelacakan online dapat mencakup teks, grafik, foto, media audiovisual, musik, iklan komersial, dan banyak lagi. Pengalaman budaya ini diperoleh melalui keterlibatan peneliti dan tercermin melalui tiga elemen dasar netnografi: eksplorasi, interaksi, dan pencelupan.⁷⁷

Ada 6 tahapan penelitian netnografi secara lengkap yaitu inisiasi, investigasi, interaksi, imersi, integrasi, inkarnasi (komunikasi) menurut Kozinets, yaitu sebagai berikut:

1) Tahapan Inisiasi

Pada tahap inisiasi merupakan tahapan bagi penulis menentukan tujuan dan fokus penelitian. Penelitian dengan judul **“Komunikasi Dakwah @Fuadh Naim di Instagram Pada Kalangan Pengikut K-Pop”** penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana bentuk budaya komunikasi negatif yang muncul diantara penggemar, sehingga menimbulkan interaksi

⁷⁶ Eriyanto, Metode Netnografi; Pendekatan Kualitatif Dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial. h 2.

⁷⁷ Ibid,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

secara digital dalam ruang siber sehingga untuk melakukan penelitian ini penulis menggunakan pendekatan netnografi.

2) Tahapan Investigasi

Pada tahap penelitian, penulis mencari, memilih, dan menyeleksi data untuk penelitian. Metode netnografi sendiri merupakan metode data-centric (halaman data) (Kozinets, 2020). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah komentar penggemar yang diposting di kolom komentar postingan pada akun @fuadhnaim.

3) Tahapan Interaksi

Dalam penelitian netnografi, bentuk interaksi yang diperkenalkan oleh Kozinets (2020) adalah interaksi dalam bentuk partisipasi melalui partisipasi. Keterlibatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah keterlibatan budaya. Sebagaimana dikutip dalam buku Eriyanto menjelaskan bahwa⁷⁸, Keterlibatan ini mengacu pada strategi untuk memahami data dengan menyoroti aspek budaya seperti postingan media sosial, kata, frasa, tagar, ritual, dan akronim. Kozinets (2020). pengguna media sosial menggunakan simbol tertentu saat memposting.

4) Tahapan Imersi

Dalam penelitian netnografi, pencelupan mengacu pada pencelupan peneliti ke dalam budaya yang diteliti. Tujuan memungkinkan penulis memahami budaya yang sedang dipelajari. Imersi dalam penelitian netnografi berbentuk buku catatan perendaman (*Jurnal Immersion*).

5) Tahapan Integrasi

Tahapan integrasi adalah fase analisis dan interpretasi data. Analisis data dasar dalam penelitian netnografi terdiri dari pengintegrasian seluruh data (arsip, observasi, dll) yang diperoleh selama tahap pengumpulan data. Peneliti juga menggabungkan survei, interaksi (partisipasi peneliti), dan hasil imersi.⁷⁹

⁷⁸ Ibid. h 155

⁷⁹ Ibid. h 60

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6) Tahapan Inkarnasi (Komunikasi)

Tahapan Inkarnasi adalah tahap komunikasi atau pembahasan hasil penelitian dalam berbagai bentuk laporan penelitian (makalah), buku, jurnal, artikel ilmiah, dan lain-lain. Laporan akhir ini dapat disebut sebagai acuan pembelajaran dan juga dapat dijadikan acuan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang membahas penelitian kualitatif dengan pendekatan netnografi.

Pembahasan di atas menunjukkan bahwa netnografi adalah metode yang digunakan untuk memahami budaya dunia atau jaringan online, dan lebih khusus lagi budaya media sosial. Jika membahas budaya pengguna media sosial, budaya di sini dipahami dalam arti luas sebagai kebiasaan, pola perilaku, dan cara berpikir terkait isu dan permasalahan.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini diambil langsung melalui media sosial salah satunya yaitu Instagram. Instagram dapat diakses menggunakan jaringan internet dimana saja dan kapan saja, lokasi yang dijadikan dalam penelitian ini adalah akun Instagram @Fuadh Naim. Pendataan ini akan dilakukan sekitar bulan Desember setelah seminar proposal.

3.3 Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode netnografi. Proses penelitian netnografi menggunakan metode yang berupaya memahami budaya suatu masyarakat dan budaya yang dihasilkan melalui interaksi dalam jaringan internet. Netnografi sendiri menggunakan komunikasi melalui komputer sebagai sumber data untuk memahami dan mewakili fenomena budaya atau budaya yang sedang dipelajari.⁸⁰

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber atau objek penelitian itu sendiri.⁸¹ Kajian netnografi menggunakan

⁸⁰ Ibid. h .37

⁸¹ Ade Tuti Turistiati, Kompetensi Komunikasi Antarbudaya, asli (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2019). h.66

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

data jejak digital (data lokasi) sebagai sumber datanya. Jejak online dapat berupa teks, grafik, foto, media audiovisual, musik, iklan komersil, dan masih banyak lagi.⁸²

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data primer yang diolah oleh pengumpul data primer atau pihak lain dan disajikan misalnya dalam bentuk dokumen, artikel, tabel, dan lain-lain.⁸³ Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari tinjauan literatur pendukung data primer seperti kamus, buku, laporan surat kabar, artikel, majalah, majalah, internet, dan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian penulis . Data sekunder juga bisa diartikan sebanyak data untuk memenuhi kebutuhan penelitian.

3.4 Objek Penelitian

Adapun objek dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai bentuk data yang akan dikumpulkan dalam penelitian yaitu komentar percakapan antar penggemar yang terjadi di dalam kolom komentar salah satu postingan dari akun @Fuadh Naim yang mana terdapat kurang lebih 21.662 *Like* dan kurang lebih 1.500 jumlah komentar. Kriteria informan yang dipilih penulis dalam penelitian ini yaitu penggemar K-Pop dalam akun @Fuadh Naim.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono mengartikan teknik pengumpulan data sebagai langkah-langkah tepat dalam penelitian yang bertujuan memperoleh data apabila peneliti tidak mengetahui teknik pengumpulan data, maka ia tidak akan dapat memperoleh data yang memenuh standar penelitian.⁸⁴

⁸² Eriyanto, Metode Netnografi; Pendekatan Kualitatif Dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial.h.2

⁸³ Ade Tuti Turistiati, Kompetensi Komunikasi Antarbudaya. (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2019). h. 66

⁸⁴ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D, 27th ed. (Bandung: Alfabeta, 2020). h. 226

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam penelitian netnografi media sosial mengacu pada penelitian yang berfokus pada data (halaman data). Ketika seorang peneliti perlu mencari, mengkategorikan, dan memilih (select) data percakapan media sosial terkait dengan tujuan penelitian.⁸⁵ Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan Observasi (Observasi) dan dokumen.

a. Observasi

Dalam kajian netnografi untuk memperoleh data jejak digital, peneliti mengamati objek yang diteliti kemudian membuat catatan lapangan tentang apa yang dilihat dan dirasakan yang diperlukan.⁸⁶ Disini penulis melakukan observasi dengan cara mengamati kolom komentar salah satu postingan akun instagram @Fuadh Naim Ini dimulai dengan bahasa dan simbol yang digunakan oleh penggemar. Kemudian gunakan Instagram *Comment Scrapper* untuk mengunduh komentar percakapan untuk memudahkan pembuatan observasi tambahan dan catatan lapangan. Setelah melakukan observasi, penulis mencatat dan merefleksikan data observasi tersebut.

b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik pencarian dan pengambilan data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber data tertulis, gambar, video, foto, dan lain-lain.⁸⁷ Metode dokumentasi dipilih peneliti karena sumber data penelitian ini adalah postingan instagram dan foto komentar yang artinya data yang terdokumentasi ada.

3.6 Validitas Data

Untuk menguji validitas atau reliabilitas data penelitian kualitatif, penulis melakukan hal tersebut sesuai dengan kebutuhan penelitian.

⁸⁵ Eriyanto, Metode Netnografi; Pendekatan Kualitatif Dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial. h. 114

⁸⁶ Ibid, h.126

⁸⁷ Imam Gunawan, Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013). h.178

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Penelitian ini menggunakan pendekatan netnografi yang berfokus pada data atau biasa disebut dengan data lokasi. Penulis memutuskan untuk menggunakan triangulasi sumber data.

Triangulasi sumber data sendiri merupakan proses penyelidikan kebenaran informasi dengan cara memeriksa satu per satu sumber data yang diambil Data arsip digital , data situs berupa komentar antar penggemar dalam komentar. Disusun dalam bentuk data observasi dan catatan mendalam.

Hasil data inilah yang akan menjadi bukti Dapat penulis rangkum juga dalam penelitian netnografi merupakan penelitian yang dilakukan dalam ruang internet atau lebih fokusnya di media sosial, penelitian netnografi memusatkan pada data atau yang dikenal dengan data *side*.

Disini penulis menggunakan teknik integrasi pada netnografi untuk menguji keaslian data, melalui tahap ini lah penulis mengintegrasikan semua data yang diperoleh pada tahap pengumpulan data (arsip, observasi dan sebagainya). Peneliti juga menggabungkan investigasi, interaksi (keterlibatan peneliti), dan hasil imersi. Penulis mengecek tujuan penelitian, teori, metode, temuan hingga analisis yang dilakukan. Apakah semua bagian dan tahapan tersebut telah terintegrasi dengan baik. Apakah ada tahapan penelitian yang kurang valid sehingga harus diulang, dan seterusnya.⁸⁸

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses sistematis dalam mengolah dan menyajikan data untuk menjawab pertanyaan penelitian. data tersebut kemudian dapat dijadikan hasil penelitian dan informasi baru. Proses analisis penelitian netnografi menggunakan analisis data yang biasa digunakan dalam penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini penulis menggunakan kategori, menghubungkannya dengan konsep, mencari tahu apakah seluruh konsep termasuk dalam kategori tersebut, apakah kategori tersebut sesuai dengan konsep, dan seterusnya. Fase ini menghasilkan kategori yang siap dikaitkan dengan teori Teknik Analisis Data Miles dan Huberman.

Menurut Miles & Huberman, analisis terdiri dari tiga rangkaian

⁸⁸ Eriyanto, Metode Netnografi; Pendekatan Kualitatif Dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kegiatan yaitu; reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.⁸⁹

1. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses seleksi yang berfokus pada penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data kasar yang dihasilkan dari catatan tertulis di lapangan. Reduksi data terjadi terus menerus selama proyek berorientasi penelitian kualitatif dilakukan. Potensi reduksi data sudah terlihat ketika peneliti membuat keputusan (seringkali tanpa disadari) mengenai kerangka konseptual bidang studinya, pertanyaan penelitiannya, dan pendekatan pengumpulan data yang mereka pilih. Selama pengumpulan data, terjadi langkah reduksi sebagai berikut: merangkum, mengkode, mengeksplorasi tema, membuat cluster, membuat partisi, dan mencatat. Reduksi/konversi data ini berlanjut hingga laporan akhir lengkap dihasilkan setelah survei lapangan. Reduksi data merupakan bagian dari analisis. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang mempertajam, mengkategorikan, mengarahkan, menghilangkan bahan-bahan yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data sehingga dapat ditarik kesimpulan akhir dan diverifikasi. Saat mereduksi data, peneliti tidak perlu menafsirkannya sebagai kuantifikasi.

2. Penyajian Data

Miles dan Huberman mendefinisikan presentasi sebagai kumpulan informasi terstruktur yang menarik kesimpulan dan memberikan kesempatan untuk mengambil tindakan. Mereka percaya bahwa presentasi yang lebih baik adalah cara paling penting untuk melakukan analisis kualitatif yang efektif. Ini mencakup berbagai jenis matriks, grafik, jaringan, dan diagram. Semua dirancang untuk menyatukan informasi terstruktur

⁸⁹ Milles dan Huberman, Analisis Data Kualitatif, Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992, h. 16.

dalam format yang konsisten dan mudah diakses. Hal ini memungkinkan analis untuk melihat apa yang terjadi dan memutuskan apakah akan menarik kesimpulan yang benar atau melanjutkan analisis sesuai dengan saran yang diberikan berguna dalam presentasi.

3. Menarik Kesimpulan

Menurut Miles dan Huberman, menarik kesimpulan hanyalah salah satu bagian dari kegiatan komposisi yang utuh. Kesimpulannya juga diverifikasi selama penelitian. Tinjauan bisa sesingkat pemikiran kedua yang terlintas di benak analis (peneliti) ketika menulis atau menelaah catatan lapangan, atau bisa juga sesingkat pemikiran kedua yang terlintas di benak analis (peneliti) ketika menulis atau menelaah catatan lapangan, atau sebagai bentuk pembangunan konsensus intersubjektif. Hal ini bisa melelahkan dan menghabiskan energi seperti meninjau dan berbagi ide antar orang. atau upaya ekstensif untuk menempatkan salinan temuan ke dalam kumpulan data terpisah. Artinya, makna-makna yang muncul dari data lain harus diperiksa kebenarannya, kekokohnya, dan kesesuaiannya atau validitasnya. Kesimpulan akhir tidak dibuat pada saat proses pengumpulan data, namun harus divalidasi agar dapat dipertimbangkan dalam praktik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMMUM

4.1 Profil @Fuadh Naim



Gambar 4.1: profil Fuadh Naim:

<https://www.instagram.com/fuadhnaim?igsh=MWE3bzF2YzA2YTV1dw==>

@Fuadh Naim lahir pada tanggal 5 Maret 1991 di Makassar. Dia adalah mantan penggemar gelombang Korea. Ia merupakan suami dari Vila Hadianthi dan memiliki seorang putra bernama Hasan Muhammad. @Fuadh Naim Naim besar di Makassar hingga orang tuanya memutuskan pindah ke Kupang, Nusa Tenggara Timur, saat ia berusia 13 tahun dan duduk di bangku sekolah menengah pertama. @Fuad Naim kemudian harus pindah lagi dan melanjutkan pendidikan dasar dengan mengambil jurusan ilmu komunikasi di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta. Semasa kuliah Fuad Naim juga aktif di organisasi yaitu AVIKOM (Komunikasi Audiovisual).⁹⁰ Ia kemudian harus pindah ke Jakarta untuk mengejar karir sebagai influencer Dakwah, dengan tujuan menjadi penggemar muda *Hallyu*.

Ceritanya bermula ketika ia masuk Sekolah Menengah Atas (SMA), namun ia tidak akur sebaik teman-temannya yang lain. Hal ini membuatnya cemas dan sulit bersosialisasi dan berteman, hingga ia merasa hidup

⁹⁰ Fuadh Naim, *#PernahTenggelam*, (Jakarta: Al Fatih Press, 2019), hlm,25

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keseharian tanpa ada orang yang membantunya. Ketika Fuad Naim merasa kesepian, dia menemukan hiburan yang menerimanya, dan dari pengalaman itu dia belajar tentang Hallyu dan mulai menjadi penggemarnya.⁹¹ Musik (pop Korea), gourmet (makanan Korea), drama Korea (drama Korea), fashion (fashion dan gaya Korea), dll. Dia menyukai semua produk Korea dan benar-benar jatuh cinta padanya. Fuad Naim pertama kali mengetahui Korean Wave melalui K-drama berjudul “*deja jang guem*” yang saat itu ditayangkan di saluran TV swasta dengan judul bahasa Inggris “*Jewel in the Palace*.” Sejak kejadian itu, Fuad Naim menjadi terobsesi dengan budaya Korea. Hingga akhirnya membeli Full House, Princess, dan beberapa DVD K-drama lainnya.⁹²

Fuad Naim juga mengenal K-Pop saat mulai kuliah di Yogyakarta pada tahun 2009. Karena kebebasan tinggal di luar negeri, Fuad Naim bisa lebih leluasa menikmati hal-hal yang berkaitan dengan Korean Wave. Band K-Pop favorit pertama Fuadh Naim adalah SHINee, dan sejak itu dia menjadi seorang K-Poppers. Kemudian menyebar ke semua aspek girl band dan boy band lainnya. Tak hanya suka menyanyi dan drama, ia juga membeli dan mengoleksi beberapa album dan aksesoris K-Pop lainnya.⁹³ Seolah belum cukup, Fuadh Naim juga menggunakan produk asal Korea Selatan, termasuk Samsung. Beliau juga belajar bahasa Korea yang disebut *Hangul* dan fasih berbahasanya. Setelah belajar bahasa Korea, ia menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Fuadh Naim bisa menulis dengan baik dalam bahasa *Hangul*.⁹⁴ Fuadh Naim tenggelam dalam dunia Korean Wave selama bertahun-tahun hingga ia menyadari ada yang salah dengan budaya tersebut. Maka Fuad Naim memutuskan untuk belajar studi Islam di kampusnya.

Hingga suatu hari Fuadh Naim berbicara dengan batinnya dan merasa ada yang tidak beres dengan dirinya jika terlalu mencintai budaya Korea. Ia merasa berada di persimpangan jalan dimana ia harus berubah menjadi lebih baik dan terus mencintai budaya Korea.⁹⁵ Akhirnya, Fuad Naim mencapai titik di mana budaya Korea dan Islam berpisah, dan ia harus

⁹¹ Fuadh Naim, #*PernahTenggelam*, (Jakarta Al Fatih Press, 2019), hlm.26-27

⁹² Ibid

⁹³ Ibid

⁹⁴ Fuadh Naim, #*PernahTenggelam*, (Jakarta Al Fatih Press, 2019), hlm.32-34

⁹⁵ Observasi pada tanggal 1 Oktober 2021 kajian oleh Fuadh Naim “X- School season 4”



memilih di antara dua persimpangan jalan ini. Hingga terpikir dan berpikir, “Tidakkah cukup dengan shalat, puasa, dan membaca Al-Quran sambil mencintai Korean Wave? Apakah akan merugikan orang lain?” Lantas, adakah yang salah dengan budaya Korea yang tidak bisa hidup berdampingan dengan Islam? Fuad Naim pun memutuskan bahwa dirinya adalah seorang Muslim dan bahwa Tuhan atau Allah memberikan umat Islam seperangkat pedoman untuk menjalani kehidupan yang baik, yaitu Al-Qur'an dan Sunnah.

Di sisi lain, budaya Korea adalah negara yang mayoritas masyarakatnya tidak menganut agama apapun, tidak beriman kepada Tuhan, bahkan tidak mengetahui siapa Allah, apalagi hukum Islam. Oleh karena itu, wajar jika ia berada di persimpangan antara mencintai budaya Korea dan Fuad Naim dan menyadari bahwa ada banyak perbedaan dalam Islam.

Selama perjalanan, Fuad Naim mulai merasa tidak bisa melepaskan sesuatu dalam dirinya untuk terus mencintai budaya Korea. Ia mengaku salah dan terlalu mencintai budaya Korea. Fuadh Naim juga menjabat sebagai presiden komunitas Studio Tujuh (studio penyuntingan video dan efek visual). Di Avikom, beliau juga menjabat sebagai Kepala Penelitian dan Pengembangan (Litbang) pada tahun 2013 hingga 2015. Dia juga manajer umum Underblack. Underblack telah merilis sebuah produk T-shirt yang menampilkan desain yang unik dan slogan Sisi Intelektual.

Selain itu, Underblack juga memiliki divisi Dakwah yang fokus pada media audiovisual dengan dakwah dalam bentuk film, iklan, dan web series. Fuadh Naim berharap media lebih fokus menjadikan dakwah sebagai poros kehidupan, dan semakin banyak masyarakat yang menyadari pentingnya menjadikan dakwah sebagai poros kehidupan. Seperti salah satu kata penting Fuad Naim yang mengatakan, “Hidupku berkisar pada dakwah.” Bekerja, berbisnis, berkeluarga, berjuang, semuanya dilakukan demi tujuan dakwah, banyak remaja khususnya perempuan yang semakin bertambah popularitasnya.⁹⁶

Kehidupan Fuadh Naim berubah setelah dia keluar dari Korean Wave. Ia aktif mengikuti kegiatan dakwah yang fokus pada dunia Korean Wave yang sedang banyak diminati dan digemari oleh banyak remaja khususnya

⁹⁶ <https://www.instagram.com/fuadhnaim?igsh=MWE3bzF2YzA2YTV1dw=> = di akses pada tanggal 17 mei 2024 pada pukul:13:30

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

wanita. Memilih menjadi pendakwah di kalangan fans Korea, visi dan misi Fuad Naim adalah mengajak lebih banyak generasi muda tertarik mempelajari Islam. Selain itu, beliau juga menggunakan berbagai media sebagai sarana dakwah antara lain Instagram, YouTube, Zoom, dan Spotify.

Belakangan ini, di usianya yang ke-28, ia banyak melakukan kegiatan dakwah di komunitas YukNgaji di bawah pimpinan Ustaz Felix Siau. Beliau merupakan salah satu mentor pelatihan komunitas YukNgaji dalam program NgeFast. Kegiatan Dakwah Fuadh Naim adalah memahami dan menyadari bahwa ada hal-hal yang perlu ditingkatkan dalam emosi dan psikologi penggemar Hallyu, dan bagaimana berdakwah kepada pecinta dan penggemar Hallyu agar lebih dekat dengan Allah SWT Setelah itu, Fuad Naim menggelar konser dakwah bertajuk AADK (Ada Apa Dengan Korea) di berbagai wilayah Indonesia.

4.2 Komunitas XK-Wavers

Seiring berjalannya waktu, Fuad Naim banyak menyebarkan ajaran Islam di berbagai media. Setelah itu saya mendirikan komunitas bernama XK-Wavers. Komunitas XK-Wavers merupakan wadah bagi remaja muslim pecinta Korean Wave. Tujuannya untuk mempertemukan para remaja muslim penggemar Korean wave dan mempelajari nuansa Islam dan suasana Korea tanpa evaluasi sejawat. Menikung dan membandingkan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 4.2: profil komunitas xkwavers:

<https://www.instagram.com/xkwavers?igsh=c3RnMWF2aGF2ZnRu>

Selain itu, komunitas XK Wavers lebih dari sekedar belajar Islam bersama. Komunitas XK Wavers juga memanfaatkan potensi remaja Muslim untuk berpartisipasi dalam tujuan baik di media sosial. Kata X kini diartikan luar biasa. Dari sini yang dimaksud dengan XK-Wavers tidak hanya dikenal sebagai remaja muslim dan fangirl yang tidak menghabiskan waktu bersama oppa atau idola saja, namun juga remaja muslim yang merupakan penggemar budaya Korea. Pengurus XK-Wavers menyebut peserta yang tergabung dalam grup XK-Wavers sebagai Muslim K-Wavers. Namun generasi muda perlu mengetahui lebih banyak tentang ajaran Islam, memahaminya, bahkan berkontribusi terhadap Islam. Komunitas XK Wavers memiliki slogan: *“I am you, but extra.”*

Komunitas XK-Wavers memiliki dua program kegiatan: X-School dan XK-Wavers Playlist. Program X-School merupakan ruang belajar bagi seluruh K-Popers dan K-Dreamers Muslim di Indonesia, dimana K-Popers belajar bersama tentang ajaran Islam. Program X-School berjalan setiap tiga bulan sekali. Selain itu, program playlist XK-Wavers merupakan podcast yang menyampaikan pengalaman, kehidupan, pelajaran, dan makna dalam K-Pop dan K-Drama sekaligus berhubungan dengan ajaran Alquran dan ajaran Islam. Komunitas XK Wavers dibangun sebagai bagian dari program dakwah Fuadh Naim. Dan komunitas XK-Wavers memiliki platform media sosial berupa Instagram. Saat ini komunitas XK Wavers fokus menghadirkan konten dakwah secara eksklusif di platform Instagram.

Akun Instagram @xkwavers merupakan akun Instagram yang dibuat oleh Fuadh Naim, seorang trainer di komunitas Yuk Ngaji ID. Tujuannya adalah menciptakan platform media sosial ini sebagai gerakan Dawa. Itu sebabnya para pembuat konten akun @xkwavers terdiri dari beberapa remaja pilihan dan dipercaya oleh Fuadh Naim. Akun Instagram @xkwavers memiliki sekitar 75,6 juta pengikut dengan 54 pengikut dan sekitar 497 postingan. Fuadh Naim berkolaborasi dengan pengurus komunitas XK-Wavers membuat program unik bernuansa dan teknik sekolah agama Islam dengan materi pembelajaran terstruktur.⁹⁷

⁹⁷ : <https://www.instagram.com/xkwavers?igsh=c3RnMWF2aGF2ZnRu> di akses pada tanggal 17 mei 2024 pukul 14:11

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.3 Program X-School

Program X-School awalnya diluncurkan pada 25 Desember 2020, saat jumlah kasus pandemi COVID-19 sedang meningkat. Maka Pak Fuad Naim dan para karyawan XK-Waver memutuskan untuk membuat program ini agar remaja muslim pecinta Korean wave tidak menghabiskan waktu luangnya dengan bosan di rumah. Program X-School dapat memotivasi Anda untuk belajar ajaran Islam bersama remaja Muslim lainnya.

Program X-School merupakan wadah pertemuan atau pembelajaran bagi seluruh K-Popers dan K-Dreamers Muslim Indonesia, semua fandom. Dalam program X-School ini, anggota K-pop belajar bersama tentang ajaran Islam. Tujuan diluncurkannya program ini adalah untuk menyadari bahwa banyak anak muda khususnya remaja yang terlalu menyukai K-Pop dan K-drama hingga akhirnya berlebihan sehingga pada akhirnya menghambat pengembangan diri remaja (Pendirinya) memperhatikan hal tersebut.

Padahal potensi yang tersembunyi dalam diri remaja ini sungguh luar biasa. Ada banyak pesan khotbah yang menyudutkan orang-orang Kpop tentang kerugian menyukai Kpop. Inilah sebabnya mengapa program X-School diciptakan untuk membantu remaja Kpopers belajar lebih menyenangkan. Baik agama maupun ucapannya. Dan tentu saja, karena mereka sudah memiliki Islam di dalam hatinya, mereka bisa menjadi K-wavers atau K-popper yang berbeda dan lebih baik. Selain itu, XK-Wavers banyak menyediakan konten dakwah di media sosial. Sangat menarik, kreatif, inovatif dan beragam, disajikan dalam bentuk desain komunikasi visual, webinar dan video kreatif, sehingga menimbulkan minat yang besar di kalangan K-popers untuk mengikuti dakwah komunitas tersebut.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang dipaparkan serta hasil analisis pada bab sebelumnya. Maka untuk mengakhiri penulisan skripsi ini, penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut: a) Salah satu faktor keberhasilan dakwah yaitu mad'u. Ruang lingkup yang dimaksud yaitu bagaimana memahami karakter mad'u. Pemahaman terhadap karakter mad'u dapat ditentukan berdasar umurnya, apa yang disukainya, lingkungannya dan apa yang dipelajari. Sangat penting untuk seorang da'i mempelajari apa yang biasa dilakukan oleh calon sasaran dakwahnya. Seperti yang telah dijelaskan pada bab selanjutnya, jika seorang da'i telah mengetahui sesuatu yang disukai mad'u, maka da'i akan lebih mudah bersikap empati kepada mad'u. Dengan empati, maka akan lebih mudah bagi da'i dalam menyampaikan pesan dakwah, begitupun bagi mad'u akan lebih mudah menerima apa yang disampaikan oleh da'i. @Fuadh Naim, memilih Kpopers menjadi sasaran dakwahnya, karena beliau sangat paham apa yang disukai para K-popers. b) Bahasa menjadi hal utama dalam penyampaian pesan dakwah. dengan pemilihan bahasa yang tepat, ini akan mempengaruhi sisi psikologis mad'u. Selain itu mad'u tidak akan merasa canggung dan terbatas dalam menyampaikan keluhan, komentar atau pertanyaan kepada da'i. @Fuadh Naim membuktikannya dalam berdakwahnya. Selain menggunakan bahasa dakwah, beliau juga menggunakan bahasa gaul dalam dakwahnya. c) Bahasa gaul yang digunakannya merupakan serapan dari bahasa asing yaitu bahasa Korea. Bahasa ini dipilih untuk menyesuaikan dengan karakter mad'u, mereka merasa senang belajar agama diiringi dengan apa yang mereka suka.

6.2 Saran

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap agar karya tulis ini dapat memberikan sumbangan dan manfaat bagi perkembangan keilmuan pada umumnya dan dapat dijadikan rujukan terhadap pembahasan yang penulis teliti. Maka untuk dapat mengeksplorasi kajian ini lebih mendalam, peneliti menyarankan agar pembahasan yang berkaitan dengan topik ini dapat dilanjutkan dalam bentuk penelitian-penelitian yang baru dan lebih komprehensif.

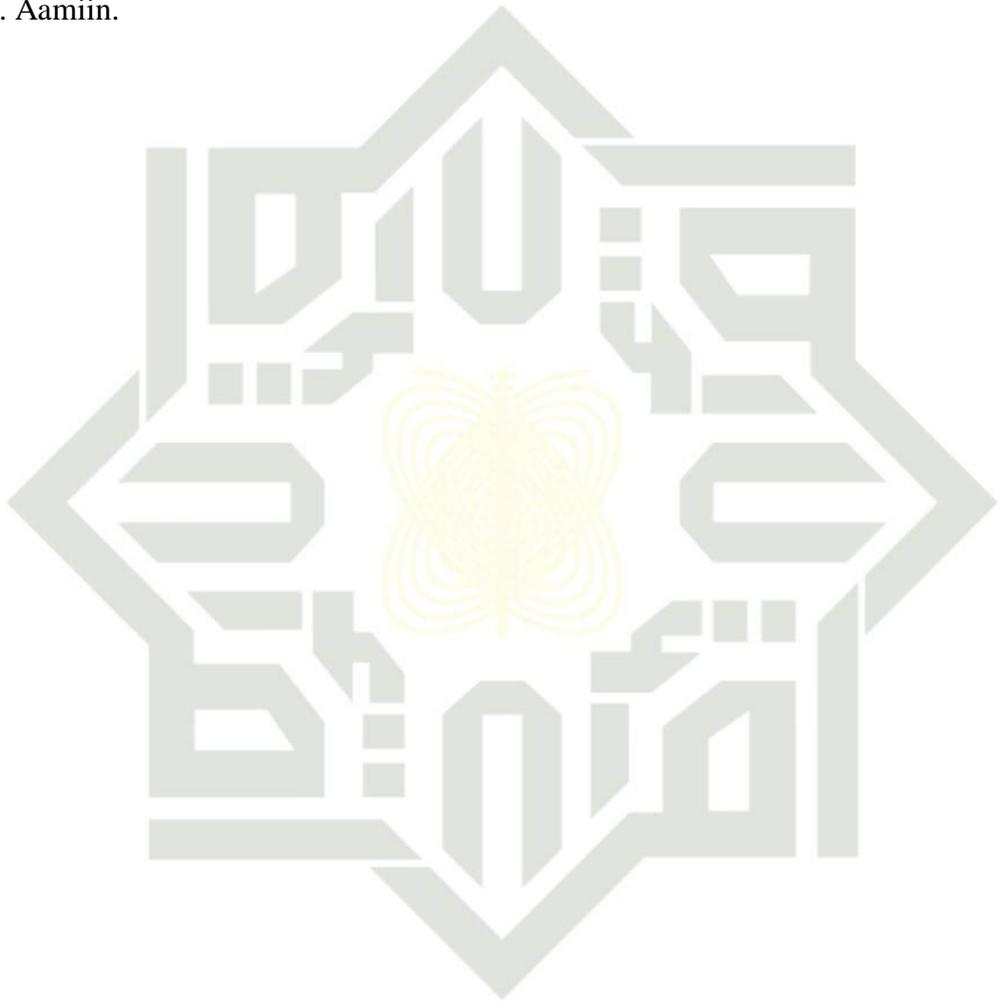
Semoga dengan tulisan ini juga kita dapat menjauhi sifat fanatisme dalam sebuah pemikiran dan menjauhi sifat berputus asa dari rahmat Allah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

swi dengan tetap selalu berusaha (ikhtiar) dan berdo'a tanpa mencari jalan pintas dengan mempercayai jin, jimat-jimat dan lain sebagainya.

Akhirnya hanya kepada Allah hamba serahkan segala urusan, semoga penelitian ini menambah catatan kebaikan dan berguna kepada masyarakat. Aamiin.



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- Al Samarqandi Laits Abu Al-Faqih, Terjemah Tanbihul Ghafilin (Surabaya: Mutiara Ilmu Agency, 2013)
- Anjarilis Rahmadani and Yunita Anggarini, "Pengaruh Korean Wave Dan Brand Ambassador Pada Pengambilan Keputusan Konsumen," *Telaah Bisnis* 22, no. 1 (2021) April 2023 pukul 10.00 WIB
- Asnilawati Ayu, "*Konten Akun Instagram @Xkwavers Tentang Hijrah Dari Dunia Hallyu Dalam Analisis Pesan Dakwah*" tahun 2021.
- Atmoko Dwi Bambang, *Instagram Handbook*. (Jakarta: Media Kita, 2012)
- Audiens Media Dalam Mengonsumsi Dan Memaknasi Teks Budaya." Diakses pada 31 April 2023
- Aziz Ali Moh., *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Pranadamedia Group, 2004)
- Banowati Azelia Putri Yuliawan, dan Ganjar Eka Subakti 2022, "*Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop Dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam*"
- Busthomi, Memaknai Momentum Hijrah, Dalam *Jurnal Ilmiah Pendidikan* Vol.10 No.2 Tahun 2016ISSN 1978-8169.
- Cangara Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta:Raja GrafindoPersada,2008)
- Dewi Pratika Indriani (2023), "*Peran Dakwah Fuadh Naim Pada Program X-School Dalam Menghadapi Fanatisme Pada Penggemar K-Pop*"
- Dikutip dari Ziaul Haque, *Revelation and Revolution in Islam*, terj. E.Setiawati Al-Khattab, Yogyakarta:LkiS, 2000
- Dzakkiah Nisrina, "Dampak Konsumerisme Budaya Korea (KPOP) Pada Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang," *Jurnal Penelitian Humaniora* 21, no. 1 (2020)
- Erda Mira, "The Evolution of Fandom Culture of K-Drama" (2021), http://27.109.7.66:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/643/MIR_A_ERDA-18165007-Thesis_Word_Doc_PDF.pdf?sequence=2&isAllowed=y.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Eriska Ruthellia David dkk, “Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi”, Jurnal Risalah Vol. VI, No. 1. (2017).
- Eryanto, Metode Netnografi; Pendekatan Kualitatif Dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial.
- Fakhruroji, Moch. (2017) Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Fanny Aulia Putri, “Opini Siswa Terhadap Tindakan Cyberbully Di Media Sosial”, Jurnal Risalah, (2014)
- Fatihah Harfiah Tsania, “Keharmonian Dalam Keberagaman: Akulturasi Budaya Di Indonesia (Analisis Dampak Korean Wave)” Conference Vol: I No: 2 (Desember 2023)
- Febriyanti Dwi, “Pengaruh Budaya Populer Korea Terhadap Perubahan Perilaku Remaja Di Kota Palembang,” (Disertasi, UIN Raden Fattah Palembang, 2021)
- Fermina Dian, Waruwu Mawati, And Vera Nawiroh, “Ujaran Kebencian Di
- Fudbakh TV, “K-Popers Jangan Lihat Nanti Sakit Hati! (Bagian 1),” https://www.youtube.com/watch?v=Nk7bP1X4E_4, n.d.
- Fudh Naim, #*Pernah Tenggelam*, (Jakarta: Al Fatih Press, 2019)
- Gunawan Imam, Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013)
- Handoko Hendroyono, Brand Gardener, (Tangerang: Literati, 2012)
- Haris Rais Muh, “*Resepsi Komunitas Kpop Makassar Terhadap Budaya Korea Dalam Channel Youtube*” tahun 2019.
- Helmi Harjani, Komunikasi Islam (Jakarta: Prenada Media Group, 2015)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Herlina Novi, “Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat”, Jurnal Risalah Vol. 4, NO. 2, (Oktober 2017)

<http://eprints.umpo.ac.id/5921/2/BAB%20I.pdf>

<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/43346/17321171.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<https://livez.firstmedia.com/article/sejarah-awal-mula-peluncuran-instagram-sudah-tahu>

<https://plus.kapanlagi.com/arti-kpop-sejarah-dan-karakteristiknya-dalam-korean-wave-44694a.html>

<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/74706/1/FAKHRINA%20SOFYANI-FDK.pdf>

<https://www.instagram.com/fuadhnaim?igsh=MWE3bzF2YzA2YTV1dw=> = di akses pada tanggal 17 mei 2024 pada pukul:13:30

<https://www.instagram.com/xkwavers?igsh=c3RnMWF2aGF2ZnRu> di akses pada tanggal 17 mei 2024 pukul 14:11

I. N. Times dan Asrizal, “5 Penyakit Psikologis yang Banyak Diderita Fans Artis K-Pop Garis Keras,” IDN Times, diakses 8 Oktober 2022, <https://www.idntimes.com/science/experiment/asrizal/5-penyakit-psikologis- yang-banyakdiderita-kpopers>.

Ida Ri’ani, Musiam Suci, Mega Pertiwi, Tias Sugiarti “Pengaruh Budaya Korea (K-Pop) Terhadap Remaja Di Kota Cirebon” (Vol.1 No.1 Januari 2019)

Ilahi Wahyu, Komunikasi Dakwah, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010)

Ilham Aisyah Alifya “Analisis Isi Komunikasi Dakwah Pada Akun Instagram Xkwavers” 2021

Indonesia CNN, “Dominasi K-Pop di Jagad Twitter Indonesia sepanjang 2018 <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20181205185357-185->



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

351437/dominasi-kpop-di-jagad-twit-ter-indonesia-sepanjang-2018
Komunikasi Dan Dakwah

Kurnia Novi, “Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi”, Jurnal Risalah No. 56/DIKTI/Kep/2005

Kurniawan Puguh, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh” Kompetensi, Vol. 11, No. 2 (2017)

Lee, “The Korean Wave: The Seoul of Asia.”

Listia Yuniar Naqiah, dan Hendi Rustandi, “*Komunikasi Empati Dakwah Ustadz Fuadh Naim (Analisis Isi Pada Channel Dakwah Ustadz Fuadh Naim)*” 2020.

Media Sosial (Studi Netnografi Di Akun Instagram @Prof.Tjokhowie),” Aguna: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. I, 2020, [Http://Ejournal.Amikompurwokerto.Ac.Id/Index.Php/Aguna](http://Ejournal.Amikompurwokerto.Ac.Id/Index.Php/Aguna).

Mihardja and Paramita, “Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy Dan Fangirl ARMY Terhadap BTS).” Diakses pada 31

Miles dan Huberman, Analisis Data Kualitatif, Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992

Muhammad bin Abu Bakar Ibnu Qoyyim al-Jauziyyah, ar-Risalah at-Tabukiyyah: Zad al-Muhajir ilaRobbihi,

Muhs Abdul, Komunikasi Islam (Bandung: PT remaja Rosdakarya, 2001)

Munir M., Metode Dakwah, Jakarta: Kencana, 2009

Nawawi Ichsan M, “Pengaruh Tayangan K-Drama (Korean Drama) Terhadap Motivasi Belajar,” Edukatif : Jurnal Ilmu Pendidikan 3, no. 6 (2021)

Nisa, “Creative and Lucrative Da‘wa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth inIndonesia.”



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nofia Sri Yenti, Drs. Syamsir, M.Si. Ph.D, Nadia Mairiza, Nidya Angraini, Elvina Febriani, dan Putri Fadilla “*Dampak Budaya Korea Pop (K-Pop) Terhadap Tingkat Motivasi Belajar Mahasiswa Universitas Negeri Padang*” tahun 2022.

Nessanti, Lukmantoro, and Ulfa, “Analisis Deskriptif Penggemar K-Pop Sebagai Observasi pada tanggal 1 Oktober 2021 kajian oleh Fuadh Naim “X- School season 4” melalui Zoom pukul 10.00 WIB

Rachma Novieka, “Korean Wave: Gelombang Budaya Korea dan Pengaruhnya,”

Ridla, M. R. (2008). *Perencanaan Dalam Dakwah Islam*. Jurnal Dakwah: Media

Rini Setiawati, Jasmadi, Ayu Ashilawati, “*Pesan Dakwah Tentang Hijrah Dari Dunia Hallyu Pada Akun Instagram @Xkwavers*” tahun 2021.

Romario, “*K-Pop: Islamisme Populer Anak Muda Muslim*” Jurnal Dakwah, Vol. 23, No. 2 Tahun 2022 tahun 2022

Rosmalina Asriyanti, dan Fawaz Altop Zulfikar (2019), “*Pesan Dakwah Tentang K-Wavers Hijrah Di Media Sosial Instagram.*”

Salbino Sherief, *Buku pintar Gadget Android Untuk Pemula*,(Jakarta;kunci Komunikasi,2014)

Sejarah K-Pop: Kesuksesan H.O.T Melahirkan Wabah Korean Pop, <https://tirto.id/sejarah-k-pop-kesuksesan-hot-melahirkan-wabah-korean-pop-dagn>

Seregina, A., Koivisto, E., & Mattila, P. (2011). Fanaticism Its Development and Meanings in Consumers Lives. *Journal of Aalto University School of Economics*.

Setiawati Rini , Jasmadi , Ayu Ashilawati Komunika VOL. 4 NO.1 (Juni 2021)

Shm Doobo, “Hybridity and the Rise of Korean Popular Culture in Asia,” *Media, Culture and Society* 28, no. 1 (2006)

Sigiyvasak And Hyunjoon, “Asianizing K-pop: Production, Consumption and Identification Patterns Among Thai Youth.”



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sofyani Fakhriana “Strategi Dakwah Ustadz Fuadh Naim Terhadap Remaja Kpopers Islam (XK-Wavers) Dalam Media Channel Youtube "Fuadh Naim Official" tahun 2023

Suliyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D, 27th ed. (Bandung: Alfabeta, 2020)

Sukayat Tata, Quantum Dakwah (Jakarta: Rineka Cipta, 2009)

Suarta dan Hefni, Metode Dakwah.

Tarila, Pintani Linta. (2013). Fanatisme fans k-pop dalam blog netizenbuzz.

Tasmara Toto, Komunikasi Dakwah (Jakarta: Media Pratama, 1997)

Tjoe Zenas Fandy and Kim Tae Kyung, “The Effect of Korean Wave on Consumer’s Purchase Intention of Korean Cosmetic Products in Indonesia,” Journal of Distribution Scienc 14 (9) (2016)

Triantafillidou, Amalia, (2016). “Greek Local E-Government 2.0: Drivers and Outcomes of Social Media Adotion” dalam Mehmet Zahid Sobacci, Social Media and Local Governments: Theory and Practice, Nilufer, Turkey: Springer International Publishing Swtizerland.

Tuisiati Tuti Ade, Kompetensi Komunikasi Antarbudaya, asli (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2019)

Wahid Umaimah, Komunikasi Politik , Teori, Konsep dan Aplikasi Pada Era Media Baru, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016)

Wardani Nishfa “Pesan Dakwah Dalam Konten Pernah Tenggelam Pada Channel Youtube Fuadhnaim” Uinsu 2021.

Yaqub Hamzah. Publistik Islam Teknik Dakwah dan Leadership. Bandung: Diponegoro, 1973, h.47

Yeon Kyong, “Diasporic Youth Culture of K-Pop,” Journal of Youth Studies, 2018.