

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang strategi komunikasi dakwah sub-unit X-Traordinary NCTzen dalam menyikapi isu kolaborasi NCT dan Starbucks Korea, disimpulkan bahwa strategi komunikasi dakwah yang digunakan dilakukan secara bertahap dan terencana. Sub-unit X-Traordinary NCTzen merumuskan tujuan utama komunikasi dakwah mereka, yaitu meluruskan kesalahpahaman penggemar terkait alasan geraknya boikot dilakukan, kemudian menyusun dan menyajikan pesan dakwah yang disesuaikan dengan karakteristik audiens penggemar K-Pop

Sub-unit X-Traordinary NCTzen mengemas pesan dalam bentuk konten edukatif dan persuasif yang memadukan nilai moral, kepedulian kemanusiaan, serta budaya *fandom*. proses penyusunan konten dilakukan melalui pengumpulan berbagai sumber materi, seperti potongan kajian, video edukatif, tangkapan layar respons penggemar, dan dokumentasi aktivitas *fandom*, yang kemudian diolah menjadi konten yang mudah dipahami dan relevan bagi audiens.

Platform Instagram digunakan sebagai media utama dalam penyampaian dakwah karena dinilai efektif dalam menjangkau audiens dan membangun interaksi. Melalui konten seperti “*BLOCKOUT ≠ HATE*”, “*LITTLE LIGHT*”, dan “*THANK YOU SO MUCH*”, sub-unit X-Traordinary NCTzen mampu menciptakan respons

positif serta menjaga keberlangsungan komunikasi dakwah di tengah dinamika isu sensitif.

Secara keseluruhan, strategi yang dilakukan menunjukkan bahwa sub-unit X-Traordinary NCTzen mampu mengelola isu sensitif di ruang *fandom* dengan komunikasi dakwah persuasif, terarah, edukatif, dan relevan. Mereka juga berhasil menjaga stabilitas komunitas sekaligus menumbuhkan kesadaran audiens terhadap makna boikot dan isu kemanusiaan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disimpulkan, terdapat beberapa saran yang bisa menjadi bahan pertimbangan, pengembangan, dan perbaikan ke depannya, di antaranya:

1. Untuk Sub-Unit X-Traordinary NCTzen dan Komunitas XKWavers

Diharapkan dapat terus menjaga dan memperkuat koordinasi internal, khususnya dalam merespons isu-isu sensitif yang berpotensi mempengaruhi dinamika dan stabilitas *fandom*. Penyusunan kesepakatan bersama terkait pola respons dan penyampaian pesan dakwah dapat menjadi langkah untuk menjaga konsistensi pesan yang disampaikan. Selain itu, pengelolaan konten dakwah dapat terus dikembangkan dengan tetap mempertahankan pendekatan komunikasi persuasif, penggunaan bahasa yang santun, serta pengemasan pesan yang selaras dengan budaya *fandom* agar pesan dakwah tetap relevan dan dapat diterima baik oleh audiens.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji strategi komunikasi dakwah pada komunitas *fandom* lain atau dalam konteks isu kontroversial yang berbeda, guna memperoleh perbandingan pola komunikasi dakwah di ruang budaya populer. Selain itu, kajian pada platform media sosial lain, seperti X atau TikTok, dapat dilakukan untuk melihat perbedaan strategi komunikasi dan respons audiens terhadap isu sensitif di ruang digital.