

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, globalisasi memainkan peran penting dalam mempercepat penyebaran budaya antar negara, termasuk munculnya fenomena *Korean Wave*.¹ *Korean Wave* atau *Hallyu* merujuk pada perluasan pengaruh budaya Korea Selatan secara global melalui berbagai aspek budaya seperti musik *Korean Pop (K-pop)*, drama, film, fashion, dan juga industri kecantikan.² Fenomena *Korean Wave* mulai dikenal pada tahun 1990-an dengan menyebarnya drama-drama Korea di Asia, sehingga memiliki banyak penggemar karena menyajikan narasi yang menarik, visual yang cantik, dan nilai budaya yang unik.³

Di Indonesia, penyebaran budaya Korea diawali dengan penayangan drama yang menarik perhatian masyarakat, terutama di kalangan remaja dan anak muda. Selain itu, musik yang berasal dari Korea Selatan atau yang lebih dikenal dengan sebutan *K-pop* juga tak kalah populernya dengan

¹ Lisa Anggraini Putri, "Dampak *Korea Wave* Terhadap Prilaku Remaja Di Era Globalisasi," *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam* 3, no. 1 (April 2020): 1, <https://doi.org/10.24014/0.8710187>, 43.

² Muhammad Yunus Ahmad et al., "Fenomena *Korean Wave* pada Kehidupan Mahasiswa di Kota Banda Aceh," *Jurnal Adabiya* 26, no. 1 (February 2024): 110, <https://doi.org/10.22373/adabiya.v26i1.21626>, 110.

³ Nahdiyati et al., "Korean Wave Dan Remaja Muslimah Banjarbaru: Analisis Pengaruh Budaya Populer Terhadap Gaya Hidup," *Risani: Jurnal Riset Dan Pengabdian Islam* 1, no. 1 (March 2025), <https://journal.mahadhikacreative.com/index.php/risani/article/view/6>, 3.

drama Korea.⁴ *K-pop* juga tidak dapat dipisahkan dengan *Korean Wave*, karena *K-pop* merupakan pembawa arus terbesar dalam *Korean Wave*. Dengan di dorong oleh popularitas *boyband* dan *girlband* seperti EXO, BLACKPINK, dan BTS, yang mampu menarik jutaan penggemar dari seluruh dunia, termasuk Indonesia.⁵ Dengan memadukan koreografi dan musik yang *easy listening*, serta visual yang menarik menjadikan banyak penggemar untuk mulai mengikuti, menyukai dan membentuk sebuah komunitas penggemar yang sering disebut dengan *fandom*.⁶

Popularitas *K-pop* tidak hanya menciptakan komunitas penggemar, tetapi mereka juga menyebabkan pola konsumsi media yang aktif. YouTube menjadi salah satu media sosial yang populer di kalangan penggemar *K-pop*. YouTube biasanya digunakan untuk mengakses berbagai informasi, menonton video, memperluas wawasan, dan juga mengakses berbagai jenis konten *K-pop*. Selain itu, YouTube menawarkan berbagai fitur yang dapat digunakan oleh penggunanya seperti *like*, komen, *share*, dan *subscribe*. Penggemar tidak hanya menjadi penonton yang pasif, tetapi mereka dapat memberikan tanggapan, respon dan menyampaikan pendapat mengenai video atau konten yang mereka tonton. Pada penelitian sebelumnya menunjukkan, bahwa menonton konten *K-pop* melalui YouTube merupakan

⁴ Catherine Valenciana and Jetie Kusmiati Kusna Pudjibudojo, "Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia," *Jurnal Diversita* 8, no. 2 (December 2022): 205–14, <https://doi.org/10.31289/diversita.v8i2.6989>, 206.

⁵ Nahdiyati et al., "Korean Wave Dan Remaja Muslimah Banjarbaru: Analisis Pengaruh Budaya Populer Terhadap Gaya Hidup," *Risani: Jurnal Riset Dan Pengabdian Islam* 1, no. 1 (March 2025), 3.

⁶ Hafidz Aditama, "Analisis Fenomena Korean Wave Terhadap Sikap Fanatisme Pada Remaja Indonesia," *Jurnal Psimawa* 6, no. 1 (June 2023), <https://doi.org/10.36761/jp.v6i1.2611>, 3.

bagian dan aktivitas dan perilaku penting *K-popers* untuk memahami dan merespon konten yang mereka sukai.⁷

Di sisi lain, *K-popers* sering mendapatkan stigma negatif di ruang publik maupun digital, mengenai kesukaan mereka terhadap *K-pop* yang menyebutkan bahwa mereka jauh dari agama dan hanya mementingkan kehidupan duniawi hingga melalaikan keagamaan mereka. Penelitian sebelumnya juga membahas mengenai stigma *K-popers* yang mengungkapkan bahwa penggemar *K-pop* sering kali dianggap sebagai individu yang menyukai plastik, fanatik, tidak nasionalis dan juga terlalu terobsesi dengan idolanya. Stigma tersebut membuat *K-popers* menjadi merasa terpinggirkan dan dipandang rendah karena kesukaannya terhadap budaya *K-pop* dan ketidakbebasan mereka dalam berekspresi, karena lingkungan dan budaya di masyarakat yang bertolak belakang dengan budaya *K-pop*.⁸

Salah satu aspek yang sering dikaitkan dengan stigma tersebut adalah konsep *celebrity worship* yang dimana merupakan kecenderungan individu dalam mengidolakan selebriti secara intens baik keterlibatan secara emosional, psikologis, ataupun perilaku. Di dalam budaya *K-pop*, *celebrity worship* dapat dilihat dari perilaku penggemar yang bersifat obsesif dan

⁷ Mahmudah Widya Damayanthi and Wahyunengsih, "Analysis of Preferences and Behavior of *K-pop* Fans in Consuming *K-pop* Content on Youtube," *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora* 1, no. 3 (2023): 54–62, <https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i3.299>, 55.

⁸ Ruhil Umami et al., "Pengelolaan Identitas Penggemar *K-pop* : Suatu Analisis Respon Terhadap Stigma," *Multikultural: Jurnal Ilmu Sosial* 2, no. 2 (2024): 36–49, <https://doi.org/10.20527/multikultural.v2i2.406>, 38.

adiktif, yang dimana penggemar terus menerus terlibat dalam kehidupan sehari-hari idolanya.⁹ Keterlibatan tersebut sering kali berpotensi membuat lalai pada aspek penting dalam kehidupan keagamaan seorang muslim.

Di tengah derasnyanya arus budaya populer tersebut, munculah salah satu *influencer* dakwah yang berusaha menggabungkan nilai-nilai keagamaan dengan fenomena *K-pop*, yaitu Fuadh Naim. Fuadh Naim merupakan seorang penulis, *conten creator*, dan *influencer* dakwah yang dulunya merupakan pecinta *Korean Wave*. Dengan latar belakangnya sebagai mantan penggemar *Korean Wave*, Fuadh Naim dapat mengemas pesan-pesan keagamaan ke dalam tren budaya populer, sehingga dapat menyentuh sisi emosional dan logika di kalangan penggemar *K-pop*.¹⁰

Melalui *channel* YouTubenya, Fuadh Naim telah menjangkau lebih dari 119 ribu *subscribers* dan telah mengunggah sebanyak 639 video. Diantara ratusan konten tersebut, terdapat salah satu *playlist* yang menarik perhatian berjudul ‘Pernah Tenggelam’. *Playlist* tersebut merupakan serial dari bedah buku berjudul ‘Pernah Tenggelam’ yang isinya membahas mengenai pengalaman Fuadh Naim sebagai *eks-fanboy*.¹¹ *playlist* ini terdiri dari empat episode: “Apa Itu *Korean Wave*?”, “Aku dan Drama Korea”,

⁹ Lutfiyatur Risqiya and Mochamad Widjanarko, “Hubungan Antara Self Esteem Dan Religiusitas Terhadap Celebrity Worship Pada Demam *K-pop* Di Kalangan Remaja,” *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)* 13, no. 3 (2024): 534–42, <https://doi.org/10.33366/jisip.v13i3.3126>, 535.

¹⁰ Mohammad Saepul Ulum and Nida Nurhidayati, “Mendekati Penggemar *K-pop* dengan Dakwah yang Santun: Etika Komunikasi Dakwah @FuadHnaim di Youtube,” *Al-Jamahiria : Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam* 2, no. 2 (2024): 148–61, <https://doi.org/10.30983/al-jamahiria.v2i2.8666> 158.

¹¹ Fuadh Naim, *#Pernah tenggelam*, Cetakan ke-2 (Kalideres, Jakarta: Alfatih Press, 2019), 5.

“Aku dan *K-pop*”, dan “*K-pop* dan Konspirasi”. Melalui konten tersebut, Fuadh Naim berusaha menyampaikan pesan-pesan dakwah yang digabungkan dengan unsur-unsur budaya populer sebagai upaya mengajak penggemar *K-pop* untuk merenungkan fanatisme mereka terhadap budaya Korea yang dapat mempengaruhi praktik keagamaan mereka.

Hasil dari observasi menunjukkan bahwa konten dakwah Fuadh Naim dalam *playlist* pernah tenggelam mendapatkan berbagai respon yang beragam dari para audiens di kolom komentar. Respon tersebut memperlihatkan perbedaan posisi pemaknaan audiens dalam merespon dakwah Fuadh Naim. Respon tersebut dapat menandakan apakah mereka menerima pesan dakwah secara keseluruhan atau mereka menerima tetapi melakukan penafsiran pemaknaan yang berbeda, atau mereka menolaknya karena tidak sesuai dengan apa yang mereka pahami.

Saat ini, penelitian mengenai dakwah digital telah banyak dilakukan dan belum banyak penelitian yang secara khusus meneliti bagaimana audiens seperti *K-poppers* memaknai, menerima, dan merespon terhadap dakwah yang disampaikan. Fenomena tersebut membuat peneliti ingin mengkaji lebih dalam mengenai resepsi *K-poppers* terhadap dakwah dengan menggunakan teori resepsi milik Stuart Hall, yang dimana audiens bukan penerima informasi secara pasif, tetapi mereka merupakan pihak yang aktif dalam menafsirkan makna dari pesan yang diterima dari media. Dan dari itu, peneliti tertarik untuk mengambil judul “**Analisis Resepsi *K-poppers* Terhadap Dakwah Fuadh Naim Dalam *Playlist* Pernah Tenggelam Di**

YouTube”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, fokus penelitian dalam penelitian ini adalah bagaimana resepsi *K-popers* terhadap dakwah Fuadh Naim dalam *playlist* pernah tenggelam di YouTube?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka diperoleh tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana *K-popers* memaknai, menerima, dan merespon terhadap dakwah yang disampaikan oleh Fuadh Naim dalam *playlist* pernah tenggelam di YouTube, yang kemudian di klasifikasikan ke dalam tiga posisi resepsi yaitu, dominan-hegemonik, negosiasi, dan oposisi.

D. Signifikansi Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi dalam pengembangan di bidang dakwah dan ilmu komunikasi, khususnya dalam memahami bagaimana kelompok seperti *K-popers* dapat memaknai pesan-pesan keagamaan yang disampaikan melalui media baru.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian teori resepsi model *Encoding-Decoding* milik Stuart Hall mengenai media baru dan audiens seperti *K-popers*.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat mejadi bahan evaluasi bagi para pendakwah dalam menyampaikan pesan dakwah kepada audiens seperti *K-popers*.
- b. Penelitian ini diharapkan menjadi panduan bagi kreator lain dalam mengembangkan pendekatan dakwah yang lebih relevan terhadap audiens seperti *K-popers*.

E. Definisi Operasional

1. Analisis Resepsi

Kata resepsi berasal dari bahasa latin *recipere* yang dalam bahasa inggris berarti penerimaan. Dalam arti yang lebih luas, resepsi merupakan proses pemberian makna dan pengolahan pesan yang ada dalam tayangan media, sehingga dapat menghasilkan respon tertentu. Dalam hal ini, resepsi menekankan pada bagaimana khalayak memaknai dan menerima pesan yang disampaikan. Saat pesan dari media dibaca, dilihat, atau didengarkan, maka resepsi akan muncul pada saat penerimaan.¹² Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis respon *K-popers* terhadap dakwah Fuadh Naim dalam *playlist* pernah tenggelam yang berjumlah empat episode yang diperoleh melalui data komentar dan hasil wawancara. Lalu, respon tersebut akan di klasifikasikan ke dalam tiga posisi resepsi sesuai dengan makna yang di

¹² Mira Kumala Sari, "Fenomena Pawang Hujan (Analisis Resepsi Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung Terhadap Pawang Hujan Mandalika Dalam Video Berjudul 'Mendebat Si Pawang Hujan' Pada Podcast Deddy Corbuzier)," *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 2 (August 2022): 275–85, <https://doi.org/10.33822/jep.v5i2.4291>, 277.

dapat dari pesan yang disampaikan oleh komunikator.

2. *Decoding*

Decoding merupakan proses penerimaan audiens terhadap pesan yang terdapat dalam media. Dalam proses *decoding* ini audiens merupakan pihak yang aktif dalam menafsirkan pesan media. Dalam penelitian ini, *K-popers* menerima atau menafsirkan pesan dakwah yang disampaikan oleh Fuadh Naim dalam *playlist* pernah tenggelam.

3. *K-popers*

K-popers merupakan sebutan untuk penggemar musik pop Korea Selatan atau biasa disebut *K-pop*. Mereka sering kali dikenal sebagai sekelompok individu yang apolitis, fanatik, histeris, dan juga terlalu memuja dan medahulukan idolanya. Tidak jarang juga para penggemar *K-pop* sering kali dilihat sebagai orang-orang yang bodoh yang tidak mengerti apa-apa, karena mereka mendedikasikan hidup mereka untuk menggilai dan memuja idola mereka. Stigma negatif ini yang kerap kali melekat pada *K-popers*, sehingga mereka sering merasa terpinggirkan tidak hanya dalam diskurs budaya saja, tetapi dalam masyarakat luas juga.

4. Konten Dakwah Fuadh Naim

Dalam penelitian ini, konten dakwah Fuadh Naim yang merupakan video-video yang berisi pesan keagamaan yang disampaikan oleh Fuadh Naim melalui *channel* YouTubenya, dengan menggunakan pendekatan yang berkaitan dengan fenomena *Korean Wave*. Salah satu kontennya yaitu *playlist* pernah tenggelam yang berisi empat episode dan di unggah di

channel YouTube Fuadh Naim.

5. Komentar YouTube

Komentar YouTube merupakan salah satu respon yang disampaikan oleh audiens dalam *playlist* pernah tenggelam yang sifatnya terbuka dan dapat diakses secara publik, dan dijadikan sebagai sumber data utama dalam penelitian ini. Asumsi peneliti, audiens yang menonton bukan hanya *K-popers*, tetapi juga non *K-popers*. Berdasarkan komentar di keempat episode dalam *playlist* tersebut, peneliti menemukan 80 komentar yang berkaitan dengan *K-popers* dan setelah dilakukan reduksi data, peneliti mengambil 17 komentar yang berkaitan dengan penelitian dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

F. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Sarah Mahanum, pada tahun 2022 dengan judul “Respon Penonton Terhadap Konten Dakwah Sherly Anavita Rahmi Di YouTube (Analisis Video Berjudul Saat Berbeda Pandangan Dengan Orang Tua)”, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Walisongo. Jenis penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan teknik dokumentasi dan observasi. Persamaannya yaitu, sama-sama meneliti komentar di YouTube. perbedaannya yaitu, penelitian ini menggunakan teori S-O-R, sedangkan peneliti menggunakan teori resepsi milik Stuart Hall. Hasil dari penelitian ini, yaitu para penonton video milik sherly yang berjudul “Saat Berbeda Pandangan Dengan Orang Tua” mengalami perubahan

pada aspek kognitif dan afektif yang meliputi pengetahuan, pemahaman, penerapan, penerimaan, partisipasi, serta pembentukan pola hidup.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Aziz Nurazaman, pada tahun 2024, dengan judul “Respon Penonton Terhadap Retorika Dakwah Habib Jafar (Studi Kasus Analisis Akun YouTube Tuah Kreasi)”, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifudin Zuhri Purwokerto. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan etnografi. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti komentar di YouTube. perbedaannya yaitu, penelitian ini menggunakan teori respon dan resepsi, sedangkan peneliti menggunakan teori resepsi milik Stuart Hall. Hasil dari penelitian ini yaitu, *channel* YouTube Tuah Kreasi mendapatkan komentar berupa penerimaan dengan cara negatif dengan melihat respon di kolom komentar oleh penonton Habib Ja’far.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Alina Darayani, pada tahun 2025, dengan judul “Respon Penonton Terhadap Penampilan Felix Siauw Pada Podcast Raymond Chin”, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifudin Zuhri Purwokerto. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan etnografi virtual. Persamaannya yaitu, sama-sama meneliti komentar di YouTube. perbedaannya yaitu, penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification*, sedangkan peneliti menggunakan teori resepsi milik Stuart Hall. Hasil dari penelitian ini yaitu, bahwa penampilan Felix Siauw dalam podcast “Belajar Islam Pake Logika” di *channel* YouTube

Raymond Chin berhasil membangun komunikasi dakwah yang kuat dan bermakna bagi audiens digital.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ilyas Zein Al Febrian, pada tahun 2025, dengan judul “Analisis Resepsi Followers Instagram @Suaramerdeka.Com Terhadap Postingan Berita Pengoplosan Bbm Di Jawa Tengah (Studi Netnografi)” Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi Universitas Semarang. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan netnografi. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti mengenai resepsi audiens dengan menggunakan teori resepsi milik Stuart Hall. Perbedaannya yaitu, penelitian ini meneliti respon audiens di instagram, sedangkan peneliti meneliti respon audiens di YouTube. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa cara masyarakat merespon berita tersebut dapat dipengaruhi oleh bagaimana berita tersebut di konstruksi, pola interaksi di media sosial, serta latar belakang budaya dan kondisi sosial mereka.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Alfiannoor, pada tahun 2025, dengan judul “Respon Penonton Terhadap Konten Log In Episode 9 Di *Channel* Deddy Corbuzier” Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Jenis penelitian ini adalah Kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis isi. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti komentar YouTube dan menggunakan teori resepsi milik Stuart Hall. perbedaannya yaitu, penelitian ini meneliti mengenai respon penonton pada konten Log In

milik Deddy Corbuzier, sedangkan peneliti meneliti mengenai resepsi *K-popers* terhadap dakwah Fuadh Naim. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa respon penonton terhadap konten Log In episode menunjukkan adanya keberagaman yang mencerminkan sudut pandang yang berbeda-beda, tergantung dari latar belakang, pengalaman, dan pemahaman dari masing-masing individu.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam memahami mengenai keseluruhan isi dari skripsi ini, maka peneliti membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN, dalam bab ini terdiri dari latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI, dalam bab ini memberikan penjelasan mengenai landasan teori dan kerangka berpikir.

BAB III : METODE PENELITIAN, dalam bab ini menjelaskan mengenai pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data, serta pengecekan keabsahan data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN, dalam bab ini berisi mengenai hasil dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan.

BAB V : PENUTUP, dalam bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.