

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai resepsi *K-popers* terhadap *playlist* pernah tenggelam milik Fuadh Naim di YouTube, dapat disimpulkan bahwa resepsi *K-popers* terhadap pesan dakwah yang disampaikan menunjukkan pemaknaan yang beragam. Penelitian ini diteliti dengan menggunakan teori resepsi *encoding-decoding* milik Stuart Hall yang digunakan untuk melihat bagaimana proses pembentukan pemaknaan pesan dakwah terjadi di kalangan audiens, khususnya *K-popers*.

Dalam proses *encoding*, Fuadh Naim membangun pesan dakwah dengan menggunakan pendekatan yang emosional, reflektif, persuasif, dan juga tidak menghakimi audiens. Dengan menggunakan bahasa yang dekat dengan anak muda dan pengalaman pribadi Fuadh Naim sebagai mantan penggemar *Korean Wave* menjadi strategi komunikasi dakwah yang membuat pesan dakwah tersebut menjadi lebih mudah diterima di kalangan *K-popers*. pesan utama yang terdapat dalam *playlist* pernah tenggelam adalah ajakan untuk memperbaiki diri, mengurangi sikap fanatisme yang berlebihan terhadap budaya *K-pop*, serta meningkatkan kedekatan kepada Allah Swt. tanpa menyudutkan penggemar *K-pop* sebagai audiens dakwah.

Sementara itu, proses *decoding* ditemukan bahwa *K-popers* memaknai pesan dakwah berdasarkan pengalaman pribadi, tingkat religiusitas, latar belakang sosial, dan kedekatan emosional mereka terhadap budaya *K-pop*. Berdasarkan hasil dari observasi komentar YouTube dan wawancara terhadap empat orang iK-popers, ditemukan dua posisi resepsi, yaitu dominan-hegemonik dan negosiasi.

Pada posisi dominan-hegemonik, *K-popers* menerima pesan dakwah Fuadh Naim secara penuh tanpa adanya penolakan dan sesuai dengan makna yang dibangun oleh komunikator. *K-popers* yang berada pada posisi ini menganggap bahwa dakwah yang disampaikan dalam *playlist* pernah tenggelam dapat memberikan kesadaran, motivasi, dan dorongan untuk lebih membatasi diri agar tidak terlalu larut dalam menyukai budaya *K-pop*.

Sementara itu, pada posisi negosiasi, *K-popers* menerima sebagian pesan dakwah yang disampaikan, dengan tetap mempertahankan identitas mereka sebagai penggemar *K-pop*. Para *K-popers* berusaha untuk menyesuaikan pesan dakwah dengan kehidupan pribadi, seperti mengurangi aktifitas *fangirling* atau *fanboying*, dan membatasi sikap fanatisme, meskipun belum sepenuhnya mampu untuk meninggalkan budaya *K-pop*.

Dalam penelitian ini tidak ditemukan posisi oposisi. Ketiadaan posisi oposisi ini menunjukkan bahwa mayoritas *K-popers* dapat menerima dakwah yang disampaikan oleh Fuadh Naim dalam *playlist*

pernah tenggelam, baik secara penuh ataupun melalui proses negosiasi. Hal ini juga dipengaruhi oleh pendekatan Fuadh Nain yang persuasif dan tidak konfrontatif sehingga audiens merasa dipahami dan tidak disalahkan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa audiens dalam media digital, khususnya *K-popers* merupakan pihak yang aktif dalam memakani pesan dakwah sesuai dengan pengalaman sosial dan budaya yang mereka miliki. Selain itu, penelitian ini juga menegaskan bahwa menggunakan pendekatan dakwah yang komunikatif, empatik, dan juga relevan dengan pengalaman audiens dapat meningkatkan penerimaan pesan dakwah di media digital seperti YouTube.

B. Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai resepsi *K-popers* terhadap pesan dakwah Fuadh Naim dalam *playlist* pernah tenggelam di YouTube, maka peneliti memberikan beberapa saran, diantaranya:

1. Bagi Da'i atau Kreator Dakwah Digital

Para pendakwah yang menggunakan media digital khususnya YouTube, diharapkan dapat menggunakan pendekatan dakwah yang lebih persuasif, empatik, dan tidak menghakimi audiens. Dengan pendekatan yang relevan dengan pengalaman audiens menjadikan pesan dakwah yang disampaikan lebih mudah diterima, terutama oleh kelompok anak muda seperti *K-popers*.

2. Bagi Fuadh Naim

Diharapkan Fuadh Naim dapat terus mengembangkan konten dakwah yang relevan dengan pengalaman anak muda, khususnya *K-popers*. Dengan menggunakan pendekatan yang reflektif dalam *playlist* pernah tenggelam terbukti mampu membangun penerimaan positif di kalangan audiens. .

3. Untuk peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya posisi dominan-hegemonik dan negosiasi, dan memperluas subjek penelitian agar dapat menemukan posisi oposisi yang tidak di temukan dalam penelitian ini. selain itu peneliti selanjutnya bisa melakukan kajian pada platform lain seperti TikTok dan Instagram agar dapat melihat perbedaan resepsi *K-popers* terhadap pesan dakwah di ruang digital.