

ABSTRAK

Shofiyatul Ajkiya. 220104010024. Pemanfaatan Konten Video K-Pop Pada Penyiaran Dakwah Islam Di Media Sosial Era Digital. Pembimbing (I) Dr. Zainal Pikri, S.Ag., M.A., PhD. dan Pembimbing (II) Armiah, S.IP, M.Si., pada Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. 2026.

Kata Kunci: Dakwah Digital, K-Pop, Media Sosial, Analisis Konten, Budaya Populer

Penelitian ini membahas pemanfaatan konten video K-Pop sebagai media penyiaran dakwah Islam di media sosial pada era digital. Kemunculan budaya populer Korea Selatan yang tersebar melalui berbagai platform digital telah menarik perhatian generasi muda, termasuk para penggemar K-Pop di Indonesia. Fenomena ini membuka peluang baru bagi para pendakwah dan konten kreator untuk mengadaptasi elemen-elemen visual K-Pop sebagai media penyampaian pesan keislaman yang lebih kreatif, komunikatif, dan dekat dengan karakteristik *audiens* muda. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana konten video K-Pop diadaptasi dalam penyampaian dakwah serta mengidentifikasi pesan-pesan dakwah yang disisipkan melalui potongan video tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi konten, wawancara dengan kreator, dan dokumentasi. Subjek penelitian terdiri atas sepuluh akun TikTok dan Instagram yang konsisten mengunggah konten dakwah berbasis K-Pop. Analisis konten dilakukan untuk menganalisis visual, narasi, ekspresi, serta teks (*caption*,

subtitle, real/fake subtitle, voice over, dubbing, dan POV) yang digunakan dalam mengemas nilai-nilai Islam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses adaptasi konten K-Pop dalam dakwah dilakukan melalui penggabungan momen visual idol, ekspresi emosional, cuplikan *variety show*, serta pesan moral yang kemudian dikontekstualisasikan dengan nilai-nilai keislaman. Kreator memanfaatkan daya tarik budaya populer sebagai strategi adopsi inovasi, sehingga dakwah menjadi lebih mudah diterima, relevan, dan tidak menimbulkan resistensi dari *audiens*. Pesan dakwah yang muncul meliputi aspek akidah dan akhlak, seperti keimanan, taubat, syukur, etika sosial, *birrul walidain*, serta motivasi spiritual. Penelitian ini menegaskan bahwa budaya global dapat diintegrasikan secara positif dengan pesan keislaman apabila diadaptasi secara bijak dan tetap berpegang pada prinsip-prinsip dakwah.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi dakwah digital yang inovatif dan kontekstual, serta menjadi rujukan bagi kajian lanjutan mengenai integrasi budaya populer dan media sosial dalam penyebaran pesan keagamaan.