

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Profil Akun dan Latar Belakang

###### a. Profil Akun

Subjek penelitian dalam studi ini adalah beberapa akun media sosial Instagram dan TikTok yang diketahui memanfaatkan potongan konten video K-Pop sebagai media untuk menyampaikan pesan Dakwah Islam di media sosial.

Dalam postingan akun-akun ini menggabungkan elemen-elemen dari budaya K-Pop yang diambil dari potongan *scene* dari Musik Video (MV), *Variety Show*, *Fancam*, ataupun *Vlog* yang menampilkan ekspresi wajah, gerak tubuh, momen, dan perkataan yang disampaikan para idol, dengan menambahkan teks-teks dakwah yang berupa kutipan ayat Al-Qur'an, Hadits, Sunnah, nilai-nilai akhlak, akidah, etika, motivasi, maupun pesan moral Islam. Akun-akun tersebut yaitu:

## 1) @kpopers.halal



Gambar 4. 1 Akun @kpopers.halal

Akun TikTok @kpopers.halal<sup>89</sup> merupakan media Dakwah Islam berbasis budaya populer, khususnya K-Pop. Sejak aktif pada 3 April 2021, akun ini telah mengunggah 231 konten dan memiliki 27.000 pengikut. Melalui potongan video idol K-Pop, akun ini menyampaikan nilai-nilai Islam dengan pendekatan yang dekat dengan minat generasi muda, terutama para penggemar K-Pop.<sup>90</sup>

Akun ini awalnya didirikan oleh dua orang dengan nama ‘*dakwah.milenial*’, bertujuan memberikan motivasi dan pengingat spiritual bagi anak muda di tengah arus hiburan digital. Namun,

<sup>89</sup> @kpopers.halal, “TikTok,” accessed August 27, 2025, <https://www.tiktok.com/@kpopers.halal?lang=en>.

<sup>90</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @kpopers.halal, Senin, 7 Juli 2025

perbedaan pandangan dalam pendekatan dakwah menyebabkan rekannya mengundurkan diri, sehingga akun ini kemudian dikelola secara mandiri oleh pemilik utama<sup>91</sup> dengan pendekatan yang lebih fleksibel dan relevan dengan dunia *fangirling* Muslim.

Titik balik terjadi saat salah satu kontennya menjadi viral (*FYP*) di TikTok, menarik perhatian Kpopers Muslim karena pendekatannya yang unik dan relevan. Pemilik akun menyadari bahwa *Audiens* lebih tertarik pada ucapan idol K-Pop dibandingkan ceramah konvensional dan keterikatan *Audiens* terhadap idol untuk menyisipkan pesan-pesan keislaman secara halus.<sup>92</sup>

Meski mendapatkan respon positif, kritik tetap muncul, terutama terkait penggunaan potongan video dari figur non-Muslim dalam dakwah.<sup>93</sup> Namun demikian, akun ini tetap berkomitmen menjadi pengingat spiritual bagi Kpopers Muslim agar tetap terhubung dengan nilai-nilai Islam di tengah dunia hiburan.

Dengan pendekatan yang kreatif dan kontekstual, @kpopers.halal menjadi representasi dakwah digital yang adaptif terhadap kebutuhan generasi muda Muslim, sekaligus mencerminkan modal dakwah yang inklusif dan komunikatif di era digital.

---

<sup>91</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @kpopers.halal, Senin, 7 Juli 2025

<sup>92</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @kpopers.halal, Senin, 7 Juli 2025

<sup>93</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @kpopers.halal, Senin, 7 Juli 2025

## 2) @impijjaa



Gambar 4. 2 Akun @impijjaa

Akun Instagram @impijjaa<sup>94</sup> merupakan media Dakwah Islam yang memanfaatkan budaya populer Korea Selatan, khususnya K-Pop, sebagai pendekatan komunikatif. Sejak aktif pada Juni 2020, akun ini telah memiliki 8.954 pengikut dan 177 unggahan, dengan konten dakwah yang disajikan secara kreatif dan kontekstual agar lebih relevan bagi kalangan KPopers tanpa kesan menggurui.<sup>95</sup>

Inspirasi awal pembuatan konten berasal dari kelas dakwah yang bernama X-School yang diikuti pemilik akun, dipandu oleh Fuadh Naim, seorang pendakwah yang menggunakan pendekatan

<sup>94</sup> @impijjaa, "Instagram," accessed August 27, 2025, <https://www.instagram.com/impijjaa/>.

<sup>95</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @impijjaa Rabu, 2 Juli 2025

komunikatif dalam menjangkau Kpopers. Pesan dakwah yang menekankan pentingnya merangkul dan menemani *Audiens* menjadi motivasi utama dalam membentuk gaya dakwah akun ini.<sup>96</sup>

Sebelum membuat akun pribadi, pemiliknya aktif mengikuti kelas dakwah namun hanya sebatas membagikan ulang konten orang lain karena keterbatasan ilmu dan kepercayaan diri.<sup>97</sup> Dukungan dari pesan-pesan inspiratif membuatnya yakin bahwa dakwah dapat dilakukan dengan cara yang sederhana dan bersahabat, terutama melalui pendekatan yang relevan dengan dunia K-Pop.

Akun ini awalnya merupakan bagian kerja tim, namun karena perbedaan pandangan, pemilik memutuskan untuk melanjutkan dakwah secara mandiri.<sup>98</sup> Ia membentuk narasi dakwah sebagai “Teman Seperjalanan” yang mengajak Kpopers Muslim memahami Islam secara perlahan dan inklusif.

Dengan memadukan daya tarik K-Pop dan pesan keislaman, @impijjaa mewakili bentuk dakwah budaya (*Cultural Dakwah*) yang adaptif di era digital. Strategi ini menciptakan ruang aman bagi penggemar K-Pop Muslim untuk mendalami Islam tanpa

---

<sup>96</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @impijjaa Rabu, 2 Juli 2025

<sup>97</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @impijjaa Rabu, 2 Juli 2025

<sup>98</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @impijjaa Rabu, 2 Juli 2025

merasa dihakimi, menjembatani hiburan dan spiritualitas secara harmonis.

### 3) @chiku.z77



Gambar 4. 3 Akun @chiku.z77

Akun Instagram @chiku.z77<sup>99</sup> merupakan media Dakwah Islam yang aktif sejak September 2018 dan telah memiliki 7.841 pengikut dengan 226 unggahan. Akun ini dikenal melalui pendekatan yang memadukan pesan keislaman dengan potongan video dari dunia hiburan Korea Selatan, khususnya K-Pop.

Inspirasi awal muncul saat pemilik akun mengikuti X-School, sebuah kelas daring yang ditujukan bagi penggemar *Korean Wave*

<sup>99</sup> @chiku.z77, "Instagram," accessed August 27, 2025, <https://www.instagram.com/chiku.z77/>.

yang ingin mendalami Islam.<sup>100</sup> Kelas ini membahas berbagai materi seperti akidah, sejarah islam, dan strategi dakwah yang relevan bagi kalangan K-Wavers.<sup>101</sup>

Salah satu pesan dari pemateri, Fuadh Naim, adalah “Pentingnya menempatkan hiburan pada porsi yang tepat dan menghindari pendekatan dakwah yang keras atau menghakimi, karena hal tersebut cenderung ditolak oleh penggemar K-Pop”.<sup>102</sup> pesan ini mendorong pentingnya pendekatan yang lembut dan persuasif dalam berdakwah kepada segmen ini.

Dengan pemahaman tersebut, pemilik akun mulai membuat konten dakwah berbasis K-Pop untuk membangun kedekatan emosional dengan *Audiens*. Tujuannya adalah menjadikan konten sebagai media awal agar para penggemar K-Pop lebih terbuka terhadap nilai-nilai Islam dan terdorong untuk mengikuti kegiatan keislaman yang lebih mendalam.<sup>103</sup>

Akun @chiku.z77 menunjukkan bahwa strategi dakwah yang inklusif, komunikatif, dan adaptif terhadap budaya populer dapat menjadi sarana efektif dalam menjangkau generasi muda Muslim di era globalisasi.

---

<sup>100</sup> Wawancara (melalui Dm Instagram) dengan @chiku.z77, Sabtu, 5 Juli 2025

<sup>101</sup> Wawancara (melalui Dm Instagram) dengan @chiku.z77, Sabtu, 5 Juli 2025

<sup>102</sup> Wawancara (melalui Dm Instagram) dengan @chiku.z77, Sabtu, 5 Juli 2025

<sup>103</sup> Wawancara (melalui Dm Instagram) dengan @chiku.z77, Sabtu, 5 Juli 2025

## 4) @everyhxwoone\_smile



Gambar 4. 4 Akun @everyhxwoone.smile

Akun Instagram @everyhxwoone\_smile<sup>104</sup> merupakan media Dakwah Islam yang aktif sejak Agustus 2016, dengan 5.164 pengikut dan 123 konten. Akun ini dikenal karena menggabungkan video K-Pop, motivasi, dan dakwah melalui teknik *fake subtitle* dan *Point Of View (POV)*,<sup>105</sup> yang efektif menarik perhatian penggemar muda, khususnya Kpopers.

Motivasi utama pemilik akun dalam berdakwah adalah keinginan kreator untuk memberi manfaat bagi orang lain, meskipun tidak menjadi Ustadzah sebagaimana cita-citanya.<sup>106</sup> Ia memilih menggunakan video K-Pop sebagai media dakwah karena merasa dekat dan terbiasa dengan dunia tersebut.

<sup>104</sup> @everyhxwoone.smile, “Instagram,” accessed August 27, 2025, [https://www.instagram.com/everyhxwoone\\_smile/](https://www.instagram.com/everyhxwoone_smile/).

<sup>105</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @everyhxwoone.smile, Selasa, 1 Juli 2025

<sup>106</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @everyhxwoone.smile, Selasa, 1 Juli 2025

Sebelum membuat konten dakwah, pemilik akun hanya membagikan video hiburan K-Pop. kesadaran untuk berdakwah muncul secara bertahap, dimulai dari ide menyisipkan pesan positif dalam video lucu yang ia tonton, hingga akhirnya menjadi konsep dakwah yang lebih terstruktur.<sup>107</sup>

*Boy Grup* Seventeen menjadi salah satu sumber inspirasi karena memberikan dampak emosional positif dalam kehidupan pemilik akun. Hal ini mendorongnya untuk menyalurkan energi positif tersebut melalui konten yang mengandung nilai-nilai keislaman.<sup>108</sup>

Meskipun tidak memiliki latar belakang keagamaan formal, pemilik akun menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang ringan, personal, dan mudah diterima. Pendekatan ini dianggap lebih efektif dibandingkan ceramah konvensional bagi kalangan muda.

Keterbatasan dalam berbicara di depan publik juga menjadi alasan pemilihan media sosial sebagai sarana dakwah.<sup>109</sup> Melalui platform ini, ia dapat menyampaikan pesan dengan lebih nyaman dan tetap menjangkau *Audiens* yang luas.

Dengan pendekatan yang kreatif dan personal, @everyxwoone\_smile menjadi representasi dakwah digital berbasis transformasi diri. Akun ini mencerminkan semangat berbagi kebaikan dari kalangan muda Muslim yang aktif dalam budaya populer.

---

<sup>107</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @everyxwoone.smile, Selasa, 1 Juli 2025

<sup>108</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @everyxwoone.smile, Selasa, 1 Juli 2025

<sup>109</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @everyxwoone.smile, Selasa, 1 Juli 2025

## 5) @kangairishere\_



Gambar 4. 5 Akun @kangairishere\_

Akun Instagram @kangairishere\_<sup>110</sup> merupakan media Dakwah Islam yang aktif sejak Maret 2022 dengan pendekatan budaya populer, khususnya K-Pop. hingga kini, akun ini memiliki 4.666 pengikut dan 172 unggahan, serta dikenal sebagai ruang kreatif untuk menyampaikan nilai-nilai keislaman secara ringan dan menarik kepada kalangan muda penggemar K-Pop.

Inspirasi awal muncul dari keikutsertaan pemilik akun dalam program X-School yang diselenggarakan oleh komunitas XKwavers.<sup>111</sup> Sebagai tugas akhir, kelompok belajar (*Subunit*)

<sup>110</sup> @kangairishere\_, "Instagram," accessed August 27, 2025, [https://www.instagram.com/kangairishere\\_/](https://www.instagram.com/kangairishere_/).

<sup>111</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @kangairishere\_, Kamis, 3 Juli 2025

tempat pemilik tergabung membuat akun Instagram untuk menyebarkan dakwah dengan memanfaatkan potongan video K-Pop.<sup>112</sup>

Seiring berjalannya waktu, kesibukan anggota membuat akun bersama tidak berjalan konsisten. Pemilik akun kemudian memutuskan untuk melanjutkan dakwah secara mandiri melalui akun pribadinya agar tetap bisa produktif menyebarkan pesan keislaman.<sup>113</sup>

Motivasi utama pemilik adalah kepuasan dalam proses kreatif dan keyakinan bahwa media sosial seharusnya digunakan untuk memberi manfaat. Bagi pemilik, jumlah pengikut bukan sekedar statistik, tetapi merupakan amanah untuk menyampaikan kebaikan.<sup>114</sup>

Setiap konten disampaikan dengan bahasa sederhana, tidak menggurui, dan relevan dengan gaya komunikasi Kpopers. Hal ini menjadikan @kangairishere\_ sebagai contoh dakwah kreatif yang kontekstual dan responsif terhadap kebutuhan dakwah digital masa kini.

---

<sup>112</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @kangairishere\_, Kamis, 3 Juli 2025

<sup>113</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @kangairishere\_, Kamis, 3 Juli 2025

<sup>114</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @kangairishere\_, Kamis, 3 Juli 2025

## 6) @jannah127



Gambar 4. 6 Akun @jannah127

Akun Instagram @jannah127<sup>115</sup> merupakan media Dakwah Islam yang aktif sejak Juni 2017 dan telah mengunggah 174 konten dengan 3.440 pengikut. Melalui potongan video K-Pop, akun ini menyampaikan pesan keislaman secara kontekstual dan komunikatif, khususnya kepada remaja Muslim penggemar K-Pop.

Inspirasi utama pemilik akun berasal dari kecintaan kreator terhadap K-Pop dan semangat untuk terus belajar Islam.<sup>116</sup> Figur Fuadh Naim (*Sajangnim*) menjadi sosok yang mendorong untuk

<sup>115</sup> @jannah127, “Instagram,” accessed August 27, 2025, <https://www.instagram.com/jannah127/>.

<sup>116</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @jannah127, Rabu, 2 Juli 2025

menggabungkan keduanya melalui pendekatan dakwah yang relevan dengan dunia Kpopers.<sup>117</sup>

Program X-School menjadi titik awal keterlibatan pemilik akun dalam dakwah digital. Dalam program ini, peserta dibagi dalam kelompok (*Subunit*) belajar yang tetap aktif meskipun program resmi telah berakhir.<sup>118</sup>

Pembuatan konten didorong oleh keinginan untuk menyebarkan nilai-nilai islam kepada sesama, terutama generasi muda yang mungkin terlalu larut dalam budaya K-Pop.<sup>119</sup> dengan menyisipkan pesan keislaman dalam video idol favorit, dakwah disampaikan secara membumi dan mudah diterima.

Pemilik akun melihat media sosial sebagai ruang berdampak luas yang harus dimanfaatkan secara positif. Akun @jannah127 pun hadir sebagai alternatif media dakwah yang menyampaikan ajaran Islam melalui pendekatan budaya populer yang relevan di era digital.

---

<sup>117</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @jannah127, Rabu, 2 Juli 2025

<sup>118</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @jannah127, Rabu, 2 Juli 2025

<sup>119</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @jannah127, Rabu, 2 Juli 2025

## 7) @haf.izza



Gambar 4. 7 Akun @haf.izza

Akun Instagram @haf.izza<sup>120</sup> merupakan media Dakwah Islam yang memanfaatkan potongan video dari grup idol K-Pop, khususnya *Boy Grup* Treasure, dengan pendekatan visual yang kreatif. Sejak aktif pada Maret 2015, akun ini telah mengunggah 151 konten dan memiliki 1.422 pengikut.

Inspirasi awal pembuatan akun ini berasal dari pengalaman personal pemilik yang tersentuh oleh konten dakwah temannya yang menggunakan video K-Pop.<sup>121</sup> dari pengalaman tersebut,

<sup>120</sup> @haf.izza, “Instagram,” accessed Agustus 27, 2025, <https://www.instagram.com/haf.izza/>.

<sup>121</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @haf.izza, Selasa, 15 Juli 2025

tumbuh keinginan untuk turut menyebarkan nilai-nilai Islam melalui media sosial.

Dengan dukungan dari temannya, pemilik akun memilih fokus pada *Boy Grup* Treasure untuk menjangkau sesama penggemar grup tersebut.<sup>122</sup> Strategi ini bertujuan agar pesan keislaman dapat tersampaikan melalui media yang akrab dan diminati *Audiens*.

Konten diproduksi dengan kemampuan dasar pengeditan video, yaitu pemilihan dan penyusunan ulang cuplikan yang dianggap relevan.<sup>123</sup> Meskipun sederhana, pendekatan ini terbukti efektif dalam menyampaikan dakwah secara kontekstual kepada remaja Muslim penggemar K-Pop.

Pemilik akun termotivasi untuk menjadi perantara kebaikan melalui cara yang ringan namun bermakna.<sup>124</sup> Ia melihat media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana alternatif dakwah yang lebih dekat dan relevan dengan kehidupan generasi muda saat ini.

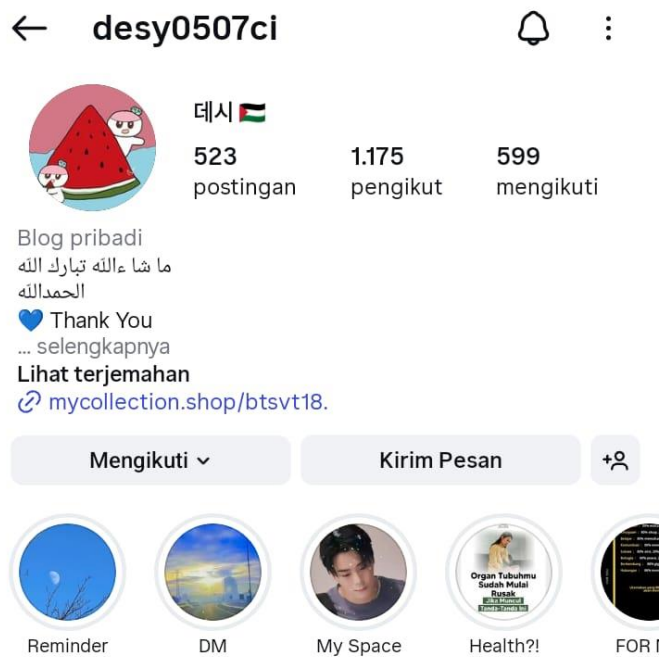
---

<sup>122</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @haf.izza, Selasa, 15 Juli 2025

<sup>123</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @haf.izza, Selasa, 15 Juli 2025

<sup>124</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @haf.izza, Selasa, 15 Juli 2025

## 8) @desy0507ci



Gambar 4. 8 Akun @desy0507ci

Akun Instagram @desy0507ci<sup>125</sup> merupakan akun pribadi yang aktif menyampaikan Dakwah Islam sejak Agustus 2020. Dengan 1.175 pengikut dan 523 konten, akun ini memadukan potongan video idol K-Pop, khususnya dari *Boy Grup Seventeen*, dengan pesan-pesan Islami sebagai strategi dakwah yang menargetkan komunitas penggemar K-Pop, terutama Carat.

Inspirasi konten berasal dari pengamatan terhadap fanatisme penggemar K-Pop yang memiliki ikatan emosional kuat dengan idola mereka.<sup>126</sup> Pemilik akun melihat hal ini sebagai peluang

<sup>125</sup> @desy0507ci, “Instagram,” accessed August 27, 2025, <https://www.instagram.com/desy0507ci/>.

<sup>126</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @desy0507ci, Sabtu, 12 Juli 2025

untuk menjembatani pesan keislaman melalui media yang dekat dengan keseharian *Audiens*.

Konsep utama yang dibawa adalah menyeimbangkan kehidupan dunia dan akhirat.<sup>127</sup> Potongan video K-Pop digunakan sebagai pemantik visual, sementara pesan dakwah berfungsi sebagai pengingat spiritual yang disampaikan secara halus dan komunikatif.<sup>128</sup> Pembuatan konten diawali dengan memilih cuplikan video K-Pop yang relevan secara visual dan emosional, kemudian dipadukan dengan pesan islami.<sup>129</sup>

Akun @desy0507ci mencerminkan model dakwah digital yang adaptif dan kultural, dengan mengintegrasikan nilai-nilai islam ke dalam budaya populer. Strategi ini efektif dalam menjangkau generasi muda Muslim secara kontekstual dan relevan di era digital.

---

<sup>127</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @desy0507ci, Sabtu, 12 Juli 2025

<sup>128</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @desy0507ci, Sabtu, 12 Juli 2025

<sup>129</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @desy0507ci, Sabtu, 12 Juli 2025

## 9) @yubin131\_



Gambar 4. 9 Akun @yubin131\_

Akun Instagram @yubin131\_<sup>130</sup> merupakan media Dakwah Islam yang aktif sejak Oktober 2019, dengan pendekatan visual berbasis budaya populer Korea Selatan, khususnya melalui foto dan video idol K-Pop. Hingga kini, akun ini memiliki lebih dari 985 pengikut dan 68 unggahan.

Latar belakang pembentukan akun ini berasal dari lingkungan pertemanan pemilik yang memiliki minat terhadap K-Pop sekaligus semangat berdakwah.<sup>131</sup> Inspirasi juga datang dari pengalaman belajar agama bersama seorang guru yang

<sup>130</sup> @yubin131\_, "Instagram," accessed August 27, 2025, [https://www.instagram.com/yubin131\\_/](https://www.instagram.com/yubin131_/).

<sup>131</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @yubin131\_, Jumat, 11 Juli 2025

menekankan peran sebagai khalifah dalam menyebarkan kebaikan melalui dakwah.<sup>132</sup>

Alih-alih menjauhi budaya populer, pemilik akun memanfaatkannya sebagai sarana dakwah yang ringan dan kontekstual.<sup>133</sup> Potongan visual dari idol K-Pop dijadikan media untuk menyisipkan pesan keislaman yang reflektif dan mengajak *Audiens* merenungi kebaikan dari hal-hal yang dekat dengan keseharian mereka.<sup>134</sup>

Meskipun kontribusi dianggap masih sederhana, pemilik akun meyakini bahwa dakwah tidak harus berskala besar. Niat yang tulus dan konten yang konsisten tetap dapat memberikan dampak positif, terutama dalam mengingatkan sesama Kpopers akan nilai-nilai Islam.<sup>135</sup>

Akun @yubin131\_ menjadi contoh dakwah digital kontemporer yang mengintegrasikan budaya populer dengan nilai keislaman secara kreatif. Strategi ini efektif dalam menjangkau generasi muda Muslim di era digital yang lekat dengan budaya visual dan hiburan global.

---

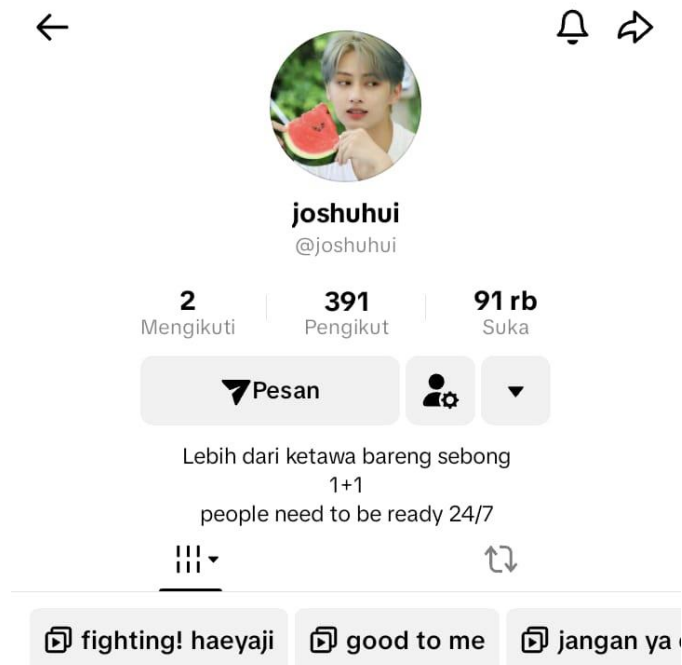
<sup>132</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @yubin131\_, Jumat, 11 Juli 2025

<sup>133</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @yubin131\_, Jumat, 11 Juli 2025

<sup>134</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @yubin131\_, Jumat, 11 Juli 2025

<sup>135</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @yubin131\_, Jumat, 11 Juli 2025

## 10) @joshuhui



Gambar 4. 10 Akun @joshuhui

Akun TikTok @joshuhui<sup>136</sup> merupakan media Dakwah Islam berbasis budaya populer, khususnya K-Pop, dengan memanfaatkan potongan video dari *Boy Grup* Seventeen. Aktif sejak 22 Januari 2023, akun ini telah membagikan 104 unggahan dan memiliki 391 pengikut.

Motivasi awal pembuatan akun ini berangkat dari kecintaan pemilik terhadap K-Pop dan keinginan untuk memberikan manfaat dari hobi tersebut, terutama kepada sesama penggemar Seventeen

<sup>136</sup> @joshuhui, "TikTok," TikTok, accessed August 27, 2025, <https://www.tiktok.com/@joshuhui?lang=en>.

(Carat).<sup>137</sup> Ia melihat adanya relevansi antara konten Seventeen dan nilai-nilai Islam yang pernah ia pelajari.<sup>138</sup>

Inspirasi juga diperoleh dari akun dakwah K-Pop lain, yaitu @kpopers.halal, yang mendorong pemilik akun untuk memulai dan menyebarkan pesan-pesan keislaman melalui pendekatan serupa yang lebih akrab dengan keseharian penggemar.<sup>139</sup>

Konten dakwah yang dibuat dimulai dari kutipan *Going Seventeen* atau lirik lagu yang dirasa selaras dengan pesan Islam, kemudian dikaitkan dengan ayat Al-Qur'an atau Hadits.<sup>140</sup> Melalui eksplorasi di TikTok, pemilik akun semakin termotivasi untuk berkontribusi dalam dakwah digital secara mandiri.

Akun @joshuhui menjadi representasi dakwah digital kreatif yang memadukan budaya populer dengan nilai-nilai keislaman secara kontekstual. Pendekatan ini bertujuan untuk menyentuh kalangan muda Muslim agar tetap terhubung dengan ajaran Islam tanpa harus melepaskan minat mereka terhadap hiburan.

#### **b. Latar Belakang dan Inspirasi Awal Pembuatan Konten**

Dalam penyajian temuan mengenai latar belakang dan motivasi awal para kreator dalam memproduksi konten Dakwah Islam yang dikemas melalui potongan video K-Pop. Data diperoleh melalui

---

<sup>137</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @joshuhui, Sabtu, 19 Juli 2025

<sup>138</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @joshuhui, Sabtu, 19 Juli 2025

<sup>139</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @joshuhui, Sabtu, 19 Juli 2025

<sup>140</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @joshuhui, Sabtu, 19 Juli 2025

wawancara mendalam, yang bertujuan untuk menggali aspek-aspek personal, religius, dan sosial yang mendorong mereka untuk memilih media sosial berbasis budaya populer sebagai sarana penyampaian pesan dakwah. Pemahaman terhadap latar belakang ini menjadi sangat penting untuk mengetahui landasan berpikir dan orientasi awal para kreator dalam membangun strategi dakwah digital di era kontemporer.

Berdasarkan hasil wawancara, pemilik akun @kpopers.halal, @everyhxwoone.smile, dan @desy0507ci memulai pembuatan konten dakwah berbasis K-Pop atas inisiatif pribadi.

Pemilik akun @kpopers.halal mengawali aktivitas dakwah digital melalui akun bernama “*dakwah.milenial*”, yang awalnya bertujuan untuk memberikan motivasi dan pengingat spiritual kepada anak muda. Ia menyatakan bahwa, ‘Tujuannya untuk memotivasi dan sebagai pengingat anak muda’<sup>141</sup>

Namun, karena konten awal tersebut kurang diminati,<sup>142</sup> kreator kemudian berpikir untuk mengubah pendekatan dengan memanfaatkan potongan video idol K-Pop sebagai media penyampaian pesan Dakwah Islam. Ia menyampaikan pemikirannya, ‘Terus aku mikir, ‘Aku kan suka K-Pop gimana kalau kontennya menggunakan idol K-Pop tapi isinya ilmu agama’<sup>143</sup>

---

<sup>141</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @kpopers.halal, Senin, 7 Juli 2025

<sup>142</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @kpopers.halal, Senin, 7 Juli 2025

<sup>143</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @kpopers.halal, Senin, 7 Juli 2025

Perubahan ini juga memicu pro dan kontra, terutama karena nama akun tidak lagi sesuai dengan konten yang ditampilkan. Akhirnya, akun tersebut berganti nama menjadi “*kpopers.halal*”, sebagai bentuk penegasan identitas konten dakwah untuk kalangan Kpopers Muslim.

Akhirnya aku putusin untuk ganti nama jadi *kpopers.halal* supaya orang-orang langsung paham kalau akun ini memang ditujukan buat para K-Popers, tapi tetap bawa nilai-nilai dakwah Islam.<sup>144</sup>

Strategi ini diambil untuk menyampaikan pesan keislaman secara lebih efektif, dengan mempertimbangkan karakteristik *Audiens* K-Pop yang cenderung lebih terpengaruh oleh idolanya daripada oleh ceramah keagamaan konvensional. Ia menyatakan, ‘Biasanya kan mereka lebih ngedengerin kalau biasanya (idola) ngomong daripada nonton ceramah’<sup>145</sup>

Sementara itu, pemilik akun @everyhwoone.smile juga memiliki motivasi internal yang berasal dari dorongan pribadi, namun dengan latar belakang yang berbeda. Kreator menyatakan bahwa pembuatan konten dakwah tersebut dilatarbelakangi oleh keinginan yang belum tercapai untuk menjadi seorang Ustazah atau *Da'i*.

Keinginan aku yang tak tercapai, ... Aku dulu pengen jadi Ustazah atau jadi guru agama, terus aku bilang ke diri sendiri. ‘Kalau misalnya aku nggak jadi Ustazah gapapa lah, asalkan aku jadi orang yang bermanfaat dan orang yang menyebarkan kebaikan’<sup>146</sup>

---

<sup>144</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @kpopers.halal, Senin, 7 Juli 2025

<sup>145</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @kpopers.halal, Senin, 7 Juli 2025

<sup>146</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @everyhwoone.smile, Selasa, 1 Juli

Meskipun tidak dapat menempuh jalur formal sebagai pendakwah, kreator tetap berusaha menyalurkan aspirasinya melalui media sosial. Selain itu, terdapat tekad pribadi untuk menjadi individu yang lebih bermanfaat dan lebih baik secara spiritual.<sup>147</sup> Kreator juga menambahkan bahwa *Boy Grup Seventeen*, yang merupakan idola favoritnya, yang memberikan energi positif dan turut menjadi pendorong semangat dalam mewujudkan keinginan tersebut melalui konten dakwah yang ia hasilkan.

Intinya inspirasinya dari diri aku sendiri juga karena sebong yang sudah membantu yang sudah selalu memberikan energi positif buat aku. Membuat keinginan aku menjadi tercapai gitu ya walaupun aku bukan ahli agama maksudku bukan ustazah intinya gitu.<sup>148</sup>

Adapun pemilik akun @desy0507ci juga memiliki motivasi internal yang bersumber dari dorongan pribadi, meskipun dengan latar belakang yang berbeda. Kreator menjelaskan bahwa pembuatan konten dakwah tersebut terinspirasi dari karakteristik komunitas penggemar K-Pop, khususnya *fandom* Carat dari *Boy Grup Seventeen*. Ia mengatakan, 'Dari kalangan Kpopers itu sendiri terutama Carat fandom dari Seventeen'<sup>149</sup>

Tujuan utama dari konten yang dibuat adalah untuk memotivasi *Audiens* agar mampu menjalani kehidupan yang seimbang antara

---

<sup>147</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @everyhxwoone.smile, Selasa, 1 Juli 2025

<sup>148</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @everyhxwoone.smile, Selasa, 1 Juli 2025

<sup>149</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @desy0507ci, Sabtu, 12 Juli 2025

urusan duniawi dan ukhrawi.<sup>150</sup> Potongan video K-Pop digunakan sebagai daya tarik visual, sementara pesan-pesan dakwah atau kutipan Islami disisipkan sebagai pengingat akan pentingnya orientasi akhirat.

... (Potongan-potongan video dari idol yang menjadi daya tarik)  
... (Dakwah atau kata-kata Islami itu sendiri sebagai pengingat untuk tetap ingat akhirat)<sup>151</sup>

Berdasarkan hasil wawancara, pemilik akun Instagram @impijjaa, @chiku.z77, @kangairishere\_, dan @jannah127. Memulai produksi konten dakwah berbasis K-Pop setelah mengikuti program Xschool<sup>152</sup>, yaitu sebuah kelas komunitas yang berada di bawah naungan Xkwavers, yang didirikan oleh Ustadz Fuadh Naim<sup>153</sup> atau yang akrab disapa *Sajangnim*. Program ini dirancang sebagai wadah bagi para penggemar K-Pop untuk belajar bersama dalam suasana yang positif. Membangun relasi, serta saling berbagi pemikiran dan pengalaman dalam konteks spiritual maupun sosial.

X-School ini semacam wadah buat anak-anak Kpopers buat belajar bareng dan kita jadi punya banyak relasi didalamnya sekaligus bisa saling sharing dan bertukar pikiran<sup>154</sup>

Tujuan utama dari program Xschool, sebagaimana disampaikan oleh Fuadh Naim, adalah untuk membantu para peserta agar mampu menempatkan sesuatu serta proporsional dalam kehidupan mereka,

---

<sup>150</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @desy0507ci, Sabtu, 12 Juli 2025

<sup>151</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @desy0507ci, Sabtu, 12 Juli 2025

<sup>152</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @impijjaa, Rabu 2 Juli 2025; wawancara (melalui DM Instagram dengan @chiku.z77, Sabtu, 5 Juli 2025; wawancara (melalui DM Instagram) dengan @jannah127; wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @kangairishere\_, Kamis, 3 Juli 2025

<sup>153</sup> Shofiana, "Tinjauan Isi Pesan Dakwah Syariah (Studi Pada Analisis Konten Instagram @xkwavers)," 39.

<sup>154</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @jannah127, Rabu, 2 Juli 2025

termasuk dalam hal menyukai hiburan seperti K-Pop, K-Drama, dan sejenisnya. Ia menegaskan bahwa

Supaya yang mengikuti kelas tersebut bisa lebih menempatkan sesuatu sesuai dengan porsinya, termasuk dalam menyukai hiburan seperti K-Pop, K-Drama dan lain-lainnya, minimal itu, tapi diharapkan juga para Trainee Xschool bisa mengajak untuk mengedukasi teman-teman K-Pop lainnya di luar sana, entah itu secara langsung ataupun melalui karya.<sup>155</sup>

Dalam pelaksanaannya, peserta program Xschool dibagi ke dalam beberapa *Subunit* (kelompok kecil) dan masing-masing kelompok diberikan proyek tugas akhir.<sup>156</sup> Pemilik akun @impijjaa, @chiku.z77, @kangairishere\_, dan @jannah127 tergabung dalam satu *Subunit* bersama<sup>157</sup> dengan akun @xtradreamhight<sup>158</sup>, akan tetapi karena ada perombakan besar dan konsep isi kontennya maka akun tersebut berganti nama<sup>159</sup> menjadi @xk.hellostation<sup>160</sup> dan bergabung dengan akun *official* Xkwavers (@xkwavers<sup>161</sup>). Namun, seiring berjalannya waktu, aktivitas dan kesibukan para anggota di dunia nyata menjadi semakin padat. Hal ini mendorong beberapa anggota, termasuk keempat kreator tersebut, untuk melanjutkan proses dakwah secara mandiri melalui akun pribadi masing-masing.

---

<sup>155</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @chiku.z77, Sabtu, 5 Juli 2025

<sup>156</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @kangairishere\_, Kamis, 3 Juli 2025

<sup>157</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @impijjaa, Senin, 21 Juli 2025; wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @kangairishere\_, Senin, 4 Agustus 2025

<sup>158</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @chiku.z77, Rabu, 6 Agustus 2025

<sup>159</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @impijjaa, Selasa, 5 Agustus 2025

<sup>160</sup> @xk.hellostation, "Instagram," accessed August 28, 2025, <https://www.instagram.com/xk.hellostation/>.

<sup>161</sup> @xkwavers, "Instagram," accessed August 28, 2025, <https://www.instagram.com/xkwavers/>.

... Tapi karena makin lama jadwal real life member *Subunit* agak padat, akhirnya aku dan beberapa member lain mutusin buat ngoten sendiri-sendiri<sup>162</sup>

Langkah untuk berpisah dari akun kelompok dan membentuk akun pribadi dilatarbelakangi oleh berbagai faktor yang bersifat praktis maupun strategis. Masing-masing kreator memiliki alasan personal dalam memulai akun dakwahnya sendiri. Sebagai contoh, pemilik akun @impijjaa terdorong oleh keinginan yang kuat untuk berdakwah serta berperan sebagai teman yang dapat memberikan pengingat secara ringan dan tidak menggurui.

Tapi disisi lain keinginan buat dakwah itu masih gede banget gitu, pas denger kalimat itu aku langsung kayak nemu harapan gitu. Kek related banget, aku juga udah lama di dunia kpopers ini terus kayaknya aku bisa deh berperan jadi teman kek gitu, enggak harus menggurui kan jadinya? Jadi orang yang ngajak buat sama-sama belajar aja<sup>163</sup>

Dengan tujuan mengajak sesama penggemar K-Pop untuk belajar dan berkembang bersama dalam bingkai keislaman.

Hal serupa juga ditemukan pada pemilik akun @chiku.z77, yang menyatakan bahwa kesadaran akan pentingnya pendekatan dakwah yang tepat mendorongnya untuk membuat konten secara mandiri. Ia menyatakan, ‘... Dan disitu saya menyadari bahwa berdakwah itu tidak asal, ada caranya.’<sup>164</sup>

Kesadaran ini diperkuat oleh pengalaman pemateri Xschool, Fuadh Naim, yang sebelumnya pernah mengalami penolakan akibat metode

---

<sup>162</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @kangairishere\_, Kamis, 3 Juli 2025

<sup>163</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @impijjaa Rabu, 2 Juli 2025

<sup>164</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @chiku.z77, Sabtu, 5 Juli 2025

dakwah yang terlalu keras.<sup>165</sup> Dari pengalaman tersebut, lahir pemahaman bahwa dakwah harus disampaikan dengan cara yang lebih inklusif dan empatik. Oleh karena itu, @chiku,z77 memiliki motivasi pribadi untuk menghadirkan konten dakwah yang dapat menjadi jembatan awal bagi para penggemar K-Pop agar lebih terbuka terhadap ajaran Islam, tanpa merasa dihakimi.

... Berharap bisa membuat teman-teman K-Pop terbiasa dengan hal-hal mengenai agama kita sendiri. ... Kami mengistilahkan bahwa kami hanyalah keset/batu loncatan untuk supaya teman-teman kpopers bisa melangkah ke tahap berikutnya ... Kita ingin menyampaikan bahwa, ada kok tempat dan orang yang akan mau mengajarkan agama tanpa menilai apa background dari orang yang ingin belajar.<sup>166</sup>

Sementara itu, pemilik akun @kangairishere\_ mengungkapkan bahwa motivasinya lebih bersifat emosional dan fungsional, yakni karena ia menyukai proses pembuatan konten tersebut dan menganggapnya sebagai pentingnya nilai kemanfaatan dari konten yang dibagikan, khususnya dalam memberikan pengaruh positif kepada para pengikutnya yang ia pandang sebagai bagian dari tanggung jawab moral sebagai seorang kreator dakwah.

... Jujur karna aku seneng ngerjainnya dan seru, dan yang penting banget ada manfaat yang bisa aku bagikan ke orang lain. karena kan followers itu tanggung jawab ya, jadi harus ada manfaat sih aku mikirnya gitu<sup>167</sup>

Berbeda dengan kreator lainnya, pemilik akun @jannah127 memutuskan untuk membuat akun pribadi karena dorongan untuk

---

<sup>165</sup> Wawancara (melalui Dm Instagram) dengan @chiku.z77, Sabtu, 5 Juli 2025

<sup>166</sup> Wawancara (melalui Dm Instagram) dengan @chiku.z77, Sabtu, 5 Juli 2025

<sup>167</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @kangairishere\_, Kamis, 3 Juli 2025

berekplorasi secara mandiri. Ia ingin mencoba mengelola akun dakwahnya sendiri sebagai bentuk pengembangan diri sekaligus ruang untuk mengekspresikan ide-ide dakwah sesuai dengan gaya dan pendekatan pribadinya.

... Karena aku suka K-Pop dan aku juga punya kemauan buat belajar Islam. .... nah lama kelamaan mau coba di akun sendiri, jadilah akun aku yang sekarang ini<sup>168</sup>

Langkah ini juga mencerminkan keinginan untuk memperoleh pengalaman langsung dalam membangun dan mengelola konten secara independen di luar struktur kelompok.

Sementara itu, berdasarkan hasil wawancara, beberapa kreator lain seperti pemilik akun @haf.izza, @yubin131\_, dan @joshuhui memulai pembuatan konten dakwah berbasis K-Pop karena mendapatkan inspirasi dari kreator dakwah lain yang telah lebih dahulu aktif menggunakan pendekatan serupa. Misalnya, pemilik akun @haf.izza mengungkapkan bahwa dirinya terdorong untuk membuat konten dakwah setelah melihat karya dari akun @xkwavers.

Inspirasinya karena liat temenku dan dulu aku tertarik belajar lebih soal Islam karena melihat akun dakwah K-Pop nya dia.. awalnya aku izin aja untuk buat juga terus dibolehin ...<sup>169</sup> ... akun @xkwavers<sup>170</sup>

Hal yang sama juga terjadi pada pemilik akun @yubin131\_, yang terinspirasi oleh teman-teman kreator seperti akun @chiku.z77 dan

---

<sup>168</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @jannah127, Rabu, 2 Juli 2025

<sup>169</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @haf.izza, Selasa, 15 Juli 2025

<sup>170</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @haf.izza, Selasa, 15 Juli 2025

@jannah127 yang telah lebih dahulu menyebarkan pesan keislaman melalui potongan video atau foto K-Pop.

... Terinspirasi dari teman-teman kakak juga yang membuat konten dakwah menggunakan video atau foto K-Pop.<sup>171</sup> ... akun @chiku.z77 dan jannah127<sup>172</sup>

Lebih lanjut, pemilik akun @joshuhui menyatakan bahwa ketertarikannya dalam membuat konten dakwah K-Pop dipicu oleh konten dari akun TikTok @kpopers.halal. Sebelumnya, kreator ini memang sudah memiliki kebiasaan membagikan kutipan-kutipan inspiratif yang ditemukan dari *Variety Show Going Seventeen* maupun dari lirik lagu Seventeen, yang menurutnya memiliki relevansi dengan ayat-ayat Al-Qur'an atau Hadits yang pernah ia pelajari.

.. Jadi awalnyaaku emang suka ngesw in quotes-quotes yang aku temui di Gose (kontennya Seventeen) atau potongan dari lagu Seventeen yang relate sama ayat/hadits yang pernah dipelajari, terus setelah itu waktu mulai main TikTok nemu deh akun @kpopers.halal itu dan terinspirasi untuk membuat konten serupa<sup>173</sup>

Ketertarikan tersebut kemudian berkembang menjadi motivasi untuk menyampaikan pesan dakwah dengan memadukan elemen hiburan dan nilai-nilai keislaman melalui media sosial.

---

<sup>171</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @jannah127, Rabu, 2 Juli 2025

<sup>172</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @yubin131\_, Selasa, 5 Agustus 2025

<sup>173</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @joshuhui, Sabtu, 19 Juli 2025

## **2. Adaptasi Konten Video K-Pop dalam Menyampaikan Dakwah Islam di Media Sosial**

### **a. Proses Kreatif dan Gaya Penyajian Konten**

Dalam proses kreatif pembuatan konten Dakwah Islam berbasis video K-Pop, mayoritas kreator memulai dengan menentukan ide utama atau pesan dakwah yang ingin disampaikan. Setelah pesan ditentukan, mereka kemudian mencari potongan video yang dinilai relevan, baik dari segi ekspresi, sikap, momen tertentu, peristiwa keislaman, pengalaman pribadi, hingga kondisi sosial yang kontekstual dengan *Audiens*. Beberapa bahkan menyesuaikan konten visual dengan kisah-kisah nabi atau nilai-nilai spiritual tertentu yang ingin disampaikan.

Sebagaimana diungkapkan oleh para kreator akun @kpopers.halal, @impijjaa, @chiku.z77, @everyhxwoone.smile, @kangairishere\_, @jannah127, @haf.izza, @desy0507ci, @yubin131\_, dan @joshuhui, mereka pada umumnya menentukan terlebih dahulu tema atau pesan dakwah yang ingin disampaikan, kemudian mencari potongan video yang sesuai untuk mendukung isi pesan tersebut secara visual.

Pemilik akun @kpopers.halal, misalnya, menjelaskan bahwa ia sering kali mengambil inspirasi dari topik yang sedang viral, kemudian menyesuaikannya dengan potongan video yang relevan. Namun, apabila tidak menemukan video yang sesuai dengan ide awal, ia akan mengubah topik pembahasan agar lebih relevan dengan materi visual yang tersedia.

... Biasanya aku cari ide yang lagi viral, terus aku coba-coba ingat atau *searching* potongan idol yang sesuai sama konten aku. ... Tapi, kalau semua itu ga ada yang sesuai sama ide yang aku mau, aku harus cari lagi pembahasan yang lain.<sup>174</sup>

Hal serupa juga disampaikan oleh akun @yubin131\_, yang menyatakan bahwa proses pembuatan konten dimulai dari penentuan ide, baru kemudian mencari potongan adegan (*scene*) yang cocok untuk mendukung pesan tersebut. Ia mengatakan, 'Perlu ide dulu sih mau buat kayak gimana. Kalau udah tau nih apa yang mau kita buat, kita tinggal cari aja bahan nya.'<sup>175</sup>

Sementara itu, pemilik akun @haf.izza memiliki pendekatan yang sedikit berbeda. Ia biasanya merekam kutipan atau materi dari kelas-kelas keislaman yang diikutinya, lalu mencocokkannya dengan video momen yang dinilai tepat untuk memperkuat penyampaian pesan.

Kalau aku, kadang ambil pesan-pesan dari kelas yang aku ikutin terus aku rekam suaranya baru aku cari footage yang cocok dengan bahasannya..<sup>176</sup>

Di sisi lain, akun @desy0507ci menyatakan bahwa sebelum menentukan potongan video yang akan digunakan, ia terlebih dahulu membandingkan beberapa konten visual yang dianggap relevan dengan pesan dakwah yang telah ditentukan, atau bahkan mengingat kembali konten-konten yang pernah ia nonton sebelumnya sebagai referensi.

---

<sup>174</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @kpopers.halal, Senin, 7 Juli 2025

<sup>175</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @yubin131\_, Jumat, 11 Juli 2025

<sup>176</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @haf.izza, Selasa, 15 Juli 2025

... Membandingkannya dengan beberapa potongan video yang dirasa cocok dengan pesan-pesan Islami yang akan disampaikan, atau mengingat dari konten-konten mereka yang pernah ditonton ...<sup>177</sup>

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, para kreator akun seperti @impijjaa, @chiku.z77, @everyhxwoone.smile, @kangairishere\_, @jannah127, dan @joshuhui menyampaikan bahwa proses kreatif mereka diawali dengan penentuan tema atau pesan dakwah yang ingin disampaikan, kemudian dilanjutkan dengan pencarian potongan video yang sesuai. Namun demikian, mereka juga mengungkapkan bahwa inspirasi konten kerap kali muncul setelah menonton video atau mendengarkan lagu K-Pop, terutama ketika memperhatikan lirik atau terjemahan lagu yang dirasa memiliki keterkaitan dengan nilai-nilai Islam. Keterhubungan makna tersebut kemudian dimanfaatkan sebagai landasan untuk merangkai pesan dakwah dalam bentuk konten audio visual.

Dalam proses kreatif pembuatan konten dakwah, beberapa kreator mengungkapkan bahwa inspirasi dapat muncul melalui berbagai cara yang fleksibel dan tidak kaku. Pemilik akun @impijjaa, misalnya, menyatakan bahwa saat menonton video K-Pop, ia secara aktif berfikir untuk menemukan cuplikan yang dapat dijadikan contoh pengantar pesan dakwah. Sebaliknya, ia juga kerap kali membaca buku terlebih dahulu, kemudian menemukan kisah menarik yang relevan, dan setelah

---

<sup>177</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @desy0507ci, Sabtu, 12 Juli 2025

itu mencari potongan video dari grup Seventeen yang dinilai sesuai dengan narasi tersebut.

Biasanya aku nonton video mereka sambil berpikiran emang mau cari sesuatu yang bisa diambil buat contoh atau sebaliknya aku baca buku dulu terus nemu kisah menarik baru aku coba inget-inget atau kulik video Seventeen yang related sama kisah itu<sup>178</sup>

Hal serupa juga diungkapkan oleh pemilik akun @chiku.z77. Ia menyampaikan bahwa proses pencarian materi video dilakukan baik dengan menonton konten idol terlebih dahulu, kemudian menghubungkannya dengan pesan atau materi dakwah maupun sebaliknya, yaitu dengan membaca buku dan menonton kajian keislaman terlebih dahulu untuk menemukan tema yang relevan, baru setelah itu memilih video atau foto yang sesuai.

Mencari bahan video terlebih dulu, misal dengan menonton konten-konten mereka (idol) dan ketika mendapat bagian video yang dirasa bisa digabungkan dengan pesan atau materi dakwah, maka baru setelah itu saya mulai mengedit. Atau cara yang kedua, bisa dengan mencari/memikirkan materinya dulu, baru kemudian saya mencari bahan yang cocok seperti potongan video atau foto, ... Referensi ide saya bisa didapatkan dengan cara menonton konten mereka, membaca buku dan menonton kajian dakwah.<sup>179</sup>

Sementara itu, pemilik akun @kangairishere\_ menjelaskan bahwa proses kreatifnya berlangsung secara alami dan tidak terikat oleh aturan tertentu. Ia biasanya menonton video dengan santai, namun tetap terbuka terhadap kemungkinan munculnya inspirasi secara spontan. Kadang kala, ide muncul ketika membaca kisah Sirah Nabi atau

---

<sup>178</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @impijjaa Rabu, 2 Juli 2025

<sup>179</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @chiku.z77, Sabtu, 5 Juli 2025

mengingat lirik lagu yang dirasa relevan dengan cerita Rasulullah. Ia juga mencari ide-ide besar yang muncul, termasuk bagian menit tertentu dari video yang dianggap sesuai dengan tema dakwah yang ingin diangkat.

Biasanya sambil nonton aja sih, ga terlalu kaku kaya ‘Pokoknya harus ketemu bahan nya’, mengalir aja gitu, biasanya inspirasinya nongol sendiri pas lagi nonton, nah aku ga langsung eksekusi ngedit, biasanya aku catet dulu topik besarnya dan dimenit ke berapa, kalau udah selesai nonton semua, baru deh aku edit. Pernah juga pas baca sirah ya, jadi pas baca sirah nabi itu, aku keinget lirik lagu yang ternyata relate banget sama cerita Rasulullah. Nah biasanya kalau kayak gini, begitu inget langsung aku edit, takut keburu hilang feelnya<sup>180</sup>

Pemilik akun @jannah127 juga menyampaikan bahwa ide untuk konten sering kali muncul secara spontan, baik saat menonton video idol maupun melalui proses reflektif pribadi. Ia juga pernah menemukan konten dakwah yang telah dikemas dengan gaya serupa, kemudian melakukan adaptasi atau pengembangan ulang (*remake*) dengan menambahkan elemen-elemen khas budaya K-Pop agar lebih sesuai dengan karakteristik *Audiensnya*.

Tapi biasanya nanti muncul sendiri idenya atau ketika nonton video idol nanti tiba-tiba muncul ide baru gitu, bisa juga nanti nemu konten dakwah Islam yang bisa dikemas pake video K-Pop nah itu nanti tinggal di *remake* aja dan di tambahkan bumbu-bumbu KPop sesuai selera<sup>181</sup>

---

<sup>180</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @kangairishere\_, Kamis, 3 Juli 2025

<sup>181</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @jannah127, Rabu, 2 Juli 2025

Berbeda dari akun lain, pemilik akun @everyxwoone.smile menyatakan bahwa proses kreatifnya sering diawali dengan penulisan skrip atau pencatatan ide-ide yang tiba-tiba muncul dalam benaknya.

Terkadang aku membuatnya dengan terlebih dahulu membuat skripnya terkadang aku hanya membuatnya karena keinginan aja atau hal yang tiba-tiba ada kepikiran<sup>182</sup>

Ia juga menjelaskan bahwa setelah menonton sebuah video, ia membutuhkan waktu beberapa hari (sekitar tiga hari hingga satu minggu) untuk mencerna dan memahami kontennya secara mendalam. Ia menjelaskan, ‘... Aku harus dicerna dulu videonya 3 hari atau seminggu’<sup>183</sup>

Dari proses tersebut, ia kemudian menemukan sudut pandang (*Point Of View*), pengalaman pribadi, atau pesan moral yang dirasa sesuai untuk dikembangkan menjadi materi dakwah.

... Misalnya aku sudah menonton videonya 3 hari sebelumnya, nah tiba-tiba ada nasehat atau POV yang sesuai nih sama video yang aku tonton kemarin, baru aku buat<sup>184</sup>

Dalam beberapa kasus, apabila ia sudah memiliki pesan dakwah yang ingin disampaikan terlebih dahulu, maka proses selanjutnya tinggal mencari potongan video yang tepat sebagai media

---

<sup>182</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @everyxwoone.smile, Selasa, 1 Juli 2025

<sup>183</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @everyxwoone.smile, Selasa, 1 Juli 2025

<sup>184</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @everyxwoone.smile, Selasa, 1 Juli 2025

pendukungnya. Seperti yang ia ungkapkan, ‘Kalau karena keinginan aku udah dapat isi dakwahnya baru tinggal nyari videonya’<sup>185</sup>

Berbeda dengan kreator lainnya, pemilik akun @joshuhui memiliki pendekatan kreatif yang cukup variatif dalam memproduksi konten dakwah. Inspirasi sering muncul saat menonton konten grup Seventeen atau mendengarkan lagu sambil membaca terjemahannya, lalu menemukan kutipan atau perilaku idol yang dinilai sejalan dengan nilai-nilai Islam.

... Waktu nonton konten Seventeen atau ngedengerin lagu sambil liat translatenya terus menemukan quotes atau kelakuan mereka yang sesuai dengan ajaran Islam atau kalau dipakai buat konten Islami kira-kira bakal cocok, bakal aku simpan buat bahan konten ...<sup>186</sup>

Pada momen tertentu seperti Ramadhan atau Idul fitri, ia terlebih dahulu menyimak kajian keislaman untuk memahami tema yang akan diangkat, lalu mencari video atau lagu yang relevan.

... Kalau bertepatan dengan event-event Islam (Ramadhan, Idul Fitri, dan lainnya) biasanya aku nontonin kajian Ustadz-Ustadz dulu tentang event tersebut, terus mencari video/lagu yang sesuai dan cocok ...<sup>187</sup>

Selain itu, saat ulang tahun idol, ia biasanya mencari kutipan atau kebiasaan yang dapat dikaitkan dengan ajaran Islam, kemudian menambahkan dalil (Ayat Al-Qur’an atau Hadits) atau kutipan tokoh Islam sebagai penguat pesan. Seluruh bahan tersebut kemudian diedit

---

<sup>185</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @everyhxwoone.smile, Selasa, 1 Juli 2025

<sup>186</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @joshuhui, Sabtu, 19 Juli 2025

<sup>187</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @joshuhui, Sabtu, 19 Juli 2025

menggunakan aplikasi CapCut untuk disajikan sebagai konten dakwah yang menarik dan kontekstual.

... Kalau member ada yang ultah biasanya aku nyari kebiasaan atau quotes dari mereka yang sesuai atau bisa disangkut pautkan sama ajaran Islam terus habis ketemu bahan yang bisa dijadikan konten Islami, aku nyari dalil (ayat Al-Qur'an/Hadits) atau quotes dari tokoh Islam yang sesuai dengan konten yang mau dibuat terus tinggal di edit deh di CapCut<sup>188</sup>

Dalam proses tersebut, para kreator tidak hanya mengandalkan visualisasi dari potongan video K-Pop, akan tetapi juga secara aktif mencari dan mencantumkan referensi dari sumber-sumber Islam yang sah guna memperkuat pesan dakwah yang disampaikan. Misalnya, mereka merujuk pada ayat-ayat Al-Qur'an, Hadits nabi, Sunnah, buku dan maupun kutipan-kutipan dari tokoh-tokoh Islam sebagai bentuk legitimasi dan penegasan terhadap nilai-nilai keislaman yang diangkat dalam konten. Strategi ini tidak hanya memperkaya isi pesan, tetapi juga meningkatkan kredibilitas konten dakwah di mata *Audiens* yang memiliki sensitivitas terhadap validitas sumber.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa proses kreatif para kreator dakwah berbasis k-pop memiliki keterkaitan dengan budaya clippers dalam komunitas fandom digital k-pop. istilah clippers merujuk pada pengguna media yang mengambil, memilih, dan mengedit potongan-potongan video idol dari berbagai sumber, seperti variety show, live

---

<sup>188</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @joshuhui, Sabtu, 19 Juli 2025

streaming, vlog, maupun musik video, untuk kemudian dikemas ulang menjadi konten baru di media sosial.

Praktik serupa terlihat pada para kreator dalam penelitian ini. Mereka secara aktif menyeleksi adegan, ekspresi, percakapan, maupun lirik lagu yang dianggap relevan dengan pesan dakwah yang ingin disampaikan. Potongan-potongan video tersebut kemudian diedit dan dikombinasikan dengan pesan islam, seperti kutipan aya al-qur'an, hadits, maupun refleksi keagamaan lainnya. Dengan demikian, praktik clipping yang awalnya berkembang dalam budaya fandom mengalami pergeseran fungsi menjadi media penyampaian dakwah di ruang digital.

Selain itu, proses kreatif para kreaor juga menunjukkan adanya kemampuan interpretasi dan pengemasan ulang makna terhadap konten populer. Mereka tidak hanya menggunakan video sebagai hiburan, tetapi juga memaknainya kembali sebagai media penyebaran nilai-nilai islam yang lebih dekat dengan minat audiens k-popers muslim. Hal ini memperlihatkan adanya bentuk adaptasi budaya digital, di mana praktik fandom dimanfaatkan sebagai strategi komunikasi dakwah yang kontekstual dan menarik bagi generasi muda pengguna media sosial.

Dalam hal penggunaan sumber-sumber keislaman sebagai penguat pesan dakwah, para kreator umumnya merujuk pada berbagai referensi tekstual yang sahih. Beberapa akun seperti @kpopers.halal, @impijjaa, @chiku.z77, @everyhxwoone.smile, @kangairishere\_, @jannah127,

@haf.izza, @yubin131\_, dan @joshuhui secara konsisten menyisipkan ayat-ayat Al-Qur'an di akhir video sebagai penegasan nilai-nilai dakwah yang disampaikan.<sup>189</sup> Selain itu, Hadits juga menjadi rujukan utama dalam konten mereka, sebagaimana terlihat pada akun @kpopers.halal, @chiku.z77, @everyhxwoone.smile, @kangairishere\_, @jannah127, @haf.izza, @yubin131\_, dan @joshuhui.<sup>190</sup> Beberapa kreator, seperti @kpopers.halal, @everyhxwoone.smile, dan @joshuhui, bahkan menambahkan unsur dalil dari Sunnah nabi dalam narasi video mereka.<sup>191</sup>

Tidak hanya terbatas pada teks-teks normatif, sebagian kreator juga memanfaatkan kutipan dari tokoh-tokoh Islam atau motivasi umum yang relevan, seperti yang dilakukan oleh akun @kpopers.halal, @impijjaa, @chiku.z77, @everyhxwoone.smile, @kangairishere\_, @jannah127, @desy0507ci, dan @joshuhui.<sup>192</sup> Sementara itu, penggunaan referensi dari buku-buku keislaman tampak dalam proses kreatif akun-akun seperti @impijjaa, @chiku.z77, @jannah127, dan

---

<sup>189</sup> @kpopers.halal, "TikTok"; @impijjaa, "Instagram"; @chiku.z77, "Instagram"; @everyhxwoone.smile, "Instagram"; @kangairishere\_, "Instagram"; @jannah127, "Instagram"; @haf.izza, "Instagram"; @yubin131\_, "Instagram"; @joshuhui, "TikTok."

<sup>190</sup> @kpopers.halal, "TikTok"; @chiku.z77, "Instagram"; @everyhxwoone.smile, "Instagram"; @kangairishere\_, "Instagram"; @jannah127, "Instagram"; @haf.izza, "Instagram"; @yubin131\_, "Instagram"; @joshuhui, "TikTok."

<sup>191</sup> @kpopers.halal, "TikTok"; @everyhxwoone.smile, "Instagram"; @joshuhui, "TikTok."

<sup>192</sup> @kpopers.halal, "TikTok"; @impijjaa, "Instagram"; @chiku.z77, "Instagram"; @everyhxwoone.smile, "Instagram"; @kangairishere\_, "Instagram"; @jannah127, "Instagram"; @desy0507ci, "Instagram"; @joshuhui, "TikTok."

@yubin131\_ yang menunjukkan upaya mendalam dalam memperkuat substansi dakwah dengan landasan literatur yang kredibel.<sup>193</sup>

Dalam penyampaian pesan dakwah, para kreator tidak hanya mengandalkan pemilihan konten visual dan pesan naratif, tetapi juga menerapkan berbagai teknik editing dan penyajian konten untuk memperkuat daya tarik dan efektivitas komunikasi dakwah. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, ditemukan bahwa teknik-teknik seperti *fake subtitle*, *real subtitle*, *Point Of View (POV)*, *voice over*, *dubbing*, hingga *video respons* banyak dimanfaatkan oleh kreator dalam membangun kedekatan emosi dengan *Audiens*.

Teknik *fake subtitle* digunakan dengan cara menambahkan teks terjemahan yang tidak sesuai dengan percakapan asli dalam video, namun sengaja disesuaikan dengan pesan dakwah yang ingin disampaikan. Tujuan utamanya bukan untuk menipu, melainkan sebagai bentuk pendekatan kreatif yang kontekstual dan humoris, sehingga menarik perhatian *Audiens*, khususnya dari kalangan penggemar K-Pop. Penggunaan *fake subtitle* sebagai metode penyampaian konten dakwah ini ditemukan pada beberapa akun seperti

---

<sup>193</sup> @impijjaa, "Instagram"; @chiku.z77, "Instagram"; @jannah127, "Instagram"; @yubin131\_, "Instagram."

@impijjaa, @chiku.z77, @everyxwoone.smile, @jannah127, @haf.izza, @yubin131\_, dan @joshuhui.<sup>194</sup>

Berbeda dengan *fake subtitle*, *real subtitle* mengandalkan terjemahkan asli dari potongan video yang digunakan. Namun demikian, terjemahan tersebut disandingkan dengan interpretasi nilai-nilai islam, sehingga menjadi jembatan dalam menyampaikan pesan moral maupun spiritual kepada *Audiens*. Pendekatan ini memungkinkan konten tetap autentik terhadap materi visual aslinya, namun tetap memiliki muatan dakwah yang kontekstual. Penggunaan teknik *real subtitle* dalam produksi konten dakwah ditemukan pada beberapa akun, antara lain @impijjaa, @chiku.z77, @everyxwoone.smile, @kangairishere\_, @jannah127, dan @joshuhui.<sup>195</sup>

Sementara itu, pendekatan *Point Of View* (POV) dimanfaatkan untuk membingkai narasi dakwah dari sudut pandang tertentu, misalnya seolah-olah narator sedang berdialog langsung dengan menggunakan foto atau video idol untuk menyampaikan pesan kepada sesama penggemar. Teknik ini menciptakan nuansa personal dan intim, yang dapat meningkatkan daya keterlibatan (*engagement*) *audiens*. Penggunaan teknik POV ini ditemukan pada sejumlah akun, antara lain @kpopers.halal, @impijjaa, @chiku.z77, @everyxwoone.smile,

---

<sup>194</sup> @impijjaa, "Instagram"; @chiku.z77, "Instagram"; @everyxwoone.smile, "Instagram"; @jannah127, "Instagram"; @haf.izza, "Instagram"; @yubin131\_, "Instagram"; @joshuhui, "TikTok."

<sup>195</sup> @impijjaa, "Instagram"; @chiku.z77, "Instagram"; @everyxwoone.smile, "Instagram"; @kangairishere\_, "Instagram"; @jannah127, "Instagram"; @joshuhui, "TikTok."

@kangairishere\_, @jannah127, @desy0507ci, @yubin131\_, dan @joshuhui.<sup>196</sup>

Penggunaan *voice over* dan *dubbing* juga merupakan strategi yang cukup umum dijumpai dalam produksi konten dakwah berbasis K-Pop. teknik *Voice over* digunakan dengan cara menambahkan narasi suara yang menyampaikan pesan dakwah secara langsung, menggantikan suara asli dari potongan video K-Pop. pendekatan ini memberikan ruang bagi kreator untuk mengarahkan makna secara lebih eksplisit tanpa menghilangkan konteks visual. Teknik ini diterapkan oleh akun @impijaa dan @jannah127.<sup>197</sup>

Sementara itu, teknik *dubbing* dilakukan dengan menyisipkan rekaman suara (baik dalam bentuk ceramah, potongan kajian, maupun kutipan religius) ke dalam adegan tertentu, namun tetap mempertahankan ekspresi visual dari idol yang ditampilkan. Tujuannya adalah menciptakan kesan bahwa tokoh dalam video tersebut menyuarakan pesan-pesan keislaman. Teknik *dubbing* ini digunakan oleh akun @kpopers.halal, @impijaa, @chiku.z77, @kangairishere\_, @jannah127, @haf.izza, dan @yubin131\_.<sup>198</sup>

---

<sup>196</sup> @kpopers.halal, "TikTok"; @impijaa, "Instagram"; @chiku.z77, "Instagram"; @everyhxwoone.smile, "Instagram"; @kangairishere\_, "Instagram"; @jannah127, "Instagram"; @desy0507ci, "Instagram"; @yubin131\_, "Instagram"; @joshuhui, "TikTok."

<sup>197</sup> @impijaa, "Instagram"; @jannah127, "Instagram."

<sup>198</sup> @kpopers.halal, "TikTok"; @impijaa, "Instagram"; @chiku.z77, "Instagram"; @kangairishere\_, "Instagram"; @jannah127, "Instagram"; @haf.izza, "Instagram"; @yubin131\_, "Instagram."

Beberapa kreator juga menerapkan strategi menyisipkan cuplikan kajian keislaman di tengah atau akhir video sebagai bentuk penguatan (*reinforcement*) terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Teknik ini tidak hanya memperkaya dimensi keilmuan dari konten, tetapi juga memperjelas konteks religius sehingga pesan moral atau spiritual yang disampaikan menjadi lebih otoritatif. Selain itu, Penambahan elemen visual dan audio yang bersifat islami, seperti teks berisi ayat Al-Qur'an, Zikir, kutipan ulama, maupun musik latar bernuansa religius yang digunakan untuk menciptakan suasana yang mendukung secara emosional dan estetik. Teknik penyampaian semacam ini diterapkan oleh beberapa kreator, di antaranya @chiku.z77, @haf.izza, @yubin131\_, dan @joshuhui.<sup>199</sup>

Lebih jauh lagi, analisis terhadap lirik lagu atau adegan tertentu dalam video K-Pop dimanfaatkan sebagai sarana reflektif untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman. Para kreator seperti @chiku.z77, @kangairishere\_, @jannah127, @haf.izza, dan @joshuhui melakukan proses reinterpretasi terhadap makna lirik dengan mengaitkan pada nilai-nilai ajaran Islam.<sup>200</sup> Pendekatan ini menghasilkan konten dakwah yang bersifat kontekstual, kontemplatif,

---

<sup>199</sup> @chiku.z77, "Instagram"; @haf.izza, "Instagram"; @yubin131\_, "Instagram"; @joshuhui, "TikTok."

<sup>200</sup> @chiku.z77, "Instagram"; @kangairishere\_, "Instagram"; @jannah127, "Instagram"; @haf.izza, "Instagram"; @joshuhui, "TikTok."

serta relevan dengan dinamika kehidupan sehari-hari, khususnya bagi kalangan penggemar budaya populer.

Berdasarkan hasil observasi langsung, dapat disimpulkan bahwa beberapa akun seperti @kpopers.halal, @chiku.z77, @everyhxwoone.smile, @kangairishere\_, @jannah127, @desy0507ci, dan @yubin131\_ cenderung dominan menggunakan teknik POV dalam penyampaian dakwah mereka.<sup>201</sup> Meskipun demikian, akun @everyhxwoone.smile juga secara konsisten menggunakan teknik *real subtitle*,<sup>202</sup> sedangkan @chiku.z77 dan @jannah127 tampak sering menggabungkan teknik POV dengan *dubbing*.<sup>203</sup>

Sementara itu, akun @impijjaa lebih menonjol dalam penggunaan teknik *voice over*,<sup>204</sup> bahkan kerap berkolaborasi dengan akun @kangairishere\_ dalam produksi narasi tersebut. Ia meutarakan, ‘Iyaa ... Sekarang agak padet Rl nya kalau mau up video, jadi ya udah nebeng aja di akun Fizzah (@impijjaa)’<sup>205</sup>

Berbeda dengan itu, akun @haf.izza lebih dominan menggunakan teknik *dubbing* sebagai metode utama.<sup>206</sup> Adapun akun @joshuhui

---

<sup>201</sup> @kpopers.halal, “TikTok”; @chiku.z77, “Instagram”; @everyhxwoone.smile, “Instagram”; @kangairishere\_, “Instagram”; @jannah127, “Instagram”; @desy0507ci, “Instagram”; @yubin131\_, “Instagram.”

<sup>202</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) @everyhxwoone.smile, Minggu, 17 Agustus 2025

<sup>203</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) @chiku.z77, Senin, 18 Agustus 2025; wawancara (melalui DM Instagram) @yubin131\_, Minggu, 17 Agustus 2025

<sup>204</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) @impijjaa, Minggu 17 Agustus 2025

<sup>205</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) @kangairishere\_, Senin, 4 Agustus 2025

<sup>206</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) @haf.izza, Minggu, 17 Agustus 2025

menunjukkan variasi pendekatan dengan menggabungkan tiga teknik, *fake subtitle*, *real subtitle* dan penafsiran lirik lagu, yang mencerminkan pendekatan dakwah yang fleksibel dan kreatif.<sup>207</sup>

Penggunaan beragam teknik ini menunjukkan bahwa penyampaian dakwah dalam konten berbasis K-Pop tidak dilakukan secara monoton. Melainkan melalui pendekatan multimodal dan kreatif. Strategi ini memungkinkan pesan dakwah untuk tetap komunikatif, menarik, dan dekat dengan karakteristik *Audiensnya* yang berasal dari kalangan muda dan penggemar budaya populer.

#### **b. Elemen K-Pop Yang Dimanfaatkan Untuk Dakwah**

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dan observasi terhadap konten yang diunggah oleh sepuluh kreator dakwah berbasis K-Pop di media sosial, ditemukan bahwa para kreator secara kreatif memanfaatkan beragam elemen khas dalam budaya K-Pop sebagai media untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman. Elemen-elemen tersebut mencakup potongan video dari penampilan idol K-Pop, cuplikan *Variety Show*, lirik lagu, perkataan, sikap, tingkah laku, momen, dan ekspresi wajah atau emosi idol yang dinilai relevan dan kontekstual dengan nilai-nilai Dakwah Islam. Penggunaan elemen-elemen ini bertujuan untuk menarik perhatian *Audiens* yang mayoritas

---

<sup>207</sup> @joshuhui, "TikTok."

berasal dari kalangan penggemar K-Pop, sekaligus menjembatani antara dunia hiburan dan nilai-nilai spiritual.

Berdasarkan hasil observasi langsung dan wawancara mendalam, ditemukan bahwa sejumlah kreator memanfaatkan elemen-elemen spesifik dari budaya K-Pop dalam proses penyampaian pesan dakwah. Elemen berupa perkataan dan sikap idol, misalnya, digunakan oleh akun @kpopers.halal, @impijaa, @chiku.z77, @everyxwoone.smile, @kangairishere\_, @jannah127, @desy0507ci, dan @joshuhui karena dinilai mampu merepresentasikan nilai-nilai moral tertentu.<sup>208</sup> Selain itu, ekspresi wajah atau emosi dari idol juga menjadi elemen yang sering digunakan oleh akun-akun seperti @kpopers.halal, @impijaa, @chiku.z77, @everyxwoone.smile, @kangairishere\_, @jannah127, @yubin131\_ dan @joshuhui, mengingat kekuatan ekspresi visual dalam membangun empati dan kedekatan emosional.<sup>209</sup>

Sementara itu, tingkah laku idol yang dianggap merefleksikan nilai-nilai positif juga dimanfaatkan oleh akun @kpopers.halal, @impijaa, @chiku.z77, @everyxwoone.smile, @kangairishere\_, @yubin131\_ dan @joshuhui.<sup>210</sup> Adapun elemen berupa momen-momen tertentu dari penampilan atau interaksi idol dimanfaatkan oleh

---

<sup>208</sup> @kpopers.halal, "TikTok"; @impijaa, "Instagram"; @chiku.z77, "Instagram"; @everyxwoone.smile, "Instagram"; @kangairishere\_, "Instagram"; @jannah127, "Instagram"; @desy0507ci, "Instagram"; @joshuhui, "TikTok."

<sup>209</sup> @kpopers.halal, "TikTok"; @impijaa, "Instagram"; @chiku.z77, "Instagram"; @everyxwoone.smile, "Instagram"; @kangairishere\_, "Instagram"; @jannah127, "Instagram"; @yubin131\_, "Instagram"; @joshuhui, "TikTok."

<sup>210</sup> @kpopers.halal, "TikTok"; @impijaa, "Instagram"; @chiku.z77, "Instagram"; @everyxwoone.smile, "Instagram"; @kangairishere\_, "Instagram"; @yubin131\_, "Instagram"; @joshuhui, "TikTok."

akun @kpopers.halal, @impijjaa, @chiku.z77, @everyhxwoone.smile, @kangairishere\_, @jannah127, @haf.izza, @yubin131\_, dan @joshuhui sebagai konteks yang memperkuat penyampaian pesan dakwah.<sup>211</sup>

### c. Strategi Dakwah Kepada Penggemar K-Pop

Strategi dakwah merupakan pendekatan komunikatif yang dirancang untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara efektif kepada target *Audiens*. Dalam konteks ini, para kreator konten dakwah berbasis K-Pop menunjukkan pendekatan yang beragam dalam merancang strategi dakwah mereka. Pembahasan ini menguraikan bentuk-bentuk strategi yang digunakan oleh para kreator, baik dari aspek pemilihan gaya bahasa, visualisasi, pemanfaatan platform digital, hingga penyesuaian konten dengan kultur *fandom*, sebagaimana diidentifikasi melalui hasil wawancara dan observasi terhadap sepuluh akun media sosial.

Beberapa kreator, seperti @kpopers.halal, @jannah127, dan @desy0507ci mengungkapkan bahwa mereka memanfaatkan tren atau isu yang sedang viral di media sosial sebagai bagian dari strategi untuk menarik perhatian *Audiens*. Akun @kpopers.halal menyatakan bahwa ia cenderung membuat konten berdasarkan topik yang sedang ramai

---

<sup>211</sup> @kpopers.halal, "TikTok"; @impijjaa, "Instagram"; @chiku.z77, "Instagram"; @everyhxwoone.smile, "Instagram"; @kangairishere\_, "Instagram"; @jannah127, "Instagram"; @haf.izza, "Instagram"; @yubin131\_, "Instagram"; @joshuhui, "TikTok."

dibicarakan. Ia mengatakan ‘Biasanya aku bikin konten yang lagi viral di medsos ...’<sup>212</sup>

Sementara itu, @jannah127 lebih menekankan pentingnya peraturan jadwal unggahan secara konsisten, meskipun dalam beberapa kesempatan juga menyesuaikan isi pesan dakwah dengan tren yang sedang berlangsung.

... Lebih mengatur jadwal up kontennya, kalau pesannya bebas tapi kadang juga mengikuti yang lagi viral apa nah nanti dipadukan dengan K-Pop bisa ga nih kalau bisa berarti dibikin kontennya<sup>213</sup>

Demikian pula, @desy0507ci menyebutkan bahwa ia memilih waktu yang dianggap tepat untuk mengunggah konten dan menambahkan tagar-tagar populer guna memperluas jangkauan *Audiens*.

... Strateginya cari waktu yang pas untuk upload konten tersebut dan tagar viral yang bisa dibilang cukup membantu tanpa menggunakan iklan untuk menjangkau peminat atau penonton<sup>214</sup>

Berbeda dari pendekatan tersebut, beberapa kreator seperti @everyhxwoone.smile, @kangairishere\_, dan @yubin131\_, menyatakan bahwa mereka tidak memiliki strategi khusus dalam menyusun konten dakwah. Akun @everyhxwoone.smile, misalnya, menekankan bahwa motivasinya murni karena keinginan pribadi untuk berbagi pesan yang ia peroleh sebagai pengingat diri sendiri maupun *Audiens* yang memiliki pengalaman serupa.

---

<sup>212</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @kpopers.halal, Senin, 7 Juli 2025

<sup>213</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @jannah127, Rabu, 2 Juli 2025

<sup>214</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @desy0507ci, Sabtu, 12 Juli 2025

...Aku nggak bikin strategi apa-apa benar benar murni banget kalau aku pengen post sesuai apa yang aku dapat aja... hanya ingin mengingatkan diri sendiri dan orang-orang sesuai dengan pengalaman yang aku dapat, ...<sup>215</sup>

Hal serupa juga disampaikan oleh @yubin131\_ yang menyatakan bahwa ia hanya membuat konten sesuai keinginan dan berharap pesan dakwahnya dapat diterima oleh sesama penggemar K-Pop.

Enggak sih, untuk saat ini kakak Cuma bikin konten terus upload. Ya semoga dari konten yang kakak buat ini temen-temen yang suka K-Pop ini bisa tersampaikan ke mereka<sup>216</sup>

Sementara itu, @kangairishere\_ menekankan bahwa konten yang dibuat bertujuan untuk meningkatkan kesadaran keagamaan di kalangan KPopers, agar mereka tetap “Waras” dalam ber*fandom* dan tidak melupakan identitas keislaman mereka.

Strategi khusus sebenarnya ga ada sih, tapi sebenarnya aku berharap dari konten dakwah KPop kaya gini, Kpopers jadi lebih aware sama agamanya sendiri, dan lebih ‘Waras’ jadi fans.<sup>217</sup>

Kreator lain seperti @haf.izza justru menekankan pentingnya segmentasi *Audiens* dalam strategi dakwahnya.

Tentunya untuk dakwah ini pake strategi kak, ibaratnya kayak jualan.. targetnya siapa, orangnya yang kayak gimana, terus topik apa yang jadi permasalahan di usia dan orang-orang tersebut ...<sup>218</sup>

Ia secara spesifik menargetkan penggemar K-Pop dari kalangan remaja, terutama *fandom* Treasure (Teume), dan menyesuaikan topik konten dengan permasalahan yang relevan dengan usia *Audiens*

---

<sup>215</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @everyhxwoone.smile, Selasa, 1 Juli 2025

<sup>216</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @yubin131\_, Jumat, 11 Juli 2025

<sup>217</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @kangairishere\_, Kamis, 3 Juli 2025

<sup>218</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @haf.izza, Selasa, 15 Juli 2025

tersebut, seperti pertemanan, mengenal jati diri, hingga dukungan sosial.

... Kalau di aku, targetnya kan anak-anak KPop yang lebih di kerubutin lagi para Teume, usianya remaja keatas, dan biasanya topik yang lagi dialami sama mereka karena aku udah pernah ngalamin di masa remaja jadi tau masalah apa saja yang biasanya anak remaja alamin ...”<sup>219</sup>

Berbeda hal dengan @joshuhui yang tidak memiliki strategi baku, namun secara konsisten memanfaatkan elemen-elemen yang familiar bagi *fandom* Seventeen (Carat), seperti perkataan, perilaku unik idol, hingga momen spesial seperti ulang tahun member atau perayaan hari besar Islam, agar kontennya terasa lebih relevan dan menyentuh sisi emosional *Audiens*.

Nggak ada strategi khusus sih sebenarnya, tapi aku berusaha membuat konten yang mungkin akan membuat para Kpopers tertarik seperti Carat, dengan melibatkan idol kesayangan kami, memanfaatkan tingkah/perkataan member yang bisa bikin Carat ketawa/terharu atau elemen ikonik yang Seventeen banget yang bisa disangkut pautkan sama konten Islam dan upload konten sesuai event jadi lebih menarik.<sup>220</sup>

Sementara itu, @impijjaa memilih untuk tidak membahas isu-isu keislaman yang terlalu mendalam, seperti akidah dan akhlak, guna menghindari potensi kontroversi mengingat para idol yang ditampilkan bukanlah Muslim.

Engga si, ... Aku menghindari bahasan Islam yang terlalu mendalam seperti akidah, akhirat dll, tetap masih ada tapi nggak jelas/sebanyak itu karena idol kan bukan muslim ya aku takut dari anak-anak ‘hijrah’ nya protes sama penyampaian ku ...<sup>221</sup>

---

<sup>219</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @haf.izza, Selasa, 15 Juli 2025

<sup>220</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @joshuhui, Sabtu, 19 Juli 2025

<sup>221</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @impijjaa Rabu, 2 Juli 2025

Ia lebih memilih menyampaikan nilai-nilai moral melalui kisah kehidupan Rasulullah dan Para Sahabat, dengan fokus pada aspek akhlak. Ia menyampaikan, ‘... Jadi aku fokusnya ke kisah aja, sehari-hari Sahabat/Rasul... kaya ranah akhlak mungkin’<sup>222</sup>

Sebaliknya, @chiku.z77 menerapkan strategi yang cukup unik dengan menyisipkan konten Non-Agama sebagai selingan untuk menarik perhatian viewers terlebih dahulu.

Ya ada, salah satunya adalah aku pikir kadang perlu selipan konten yang itu gak berbau agama sama sekali, jadi buat konten K-Pop pada umumnya, video lucu-lucu idol atau lainnya. Ini dimaksudkan untuk narik perhatian viewers terlebih dulu ...<sup>223</sup>

Dan setelahnya baru menyampaikan pesan dakwah yang berfokus pada sisi positif dan menyenangkan dalam Islam, seperti kasih sayang Allah, keindahan iman, dan pesan-pesan yang membangkitkan harapan.

... Aku baru mikir ini untuk kedepannya kayaknya pesan-pesan dakwah yang bakal aku sampein itu yang bahagia-bahagia aja, misalnya kek ayat-ayat tentang Allah itu baik dan Maha Pengasih. ... jadi lebih mau menyampaikan pesan mengenai indahnya Islam ...<sup>224</sup>

Melalui berbagai strategi ini, terlihat bahwa masing-masing kreator memiliki cara tersendiri dalam menjangkau *Audience* penggemar K-Pop, baik secara langsung melalui pendekatan populer maupun secara halus dengan menyisipkan pesan-pesan moral yang kontekstual.

---

<sup>222</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @impijjaa Rabu, 2 Juli 2025

<sup>223</sup> Wawancara (melalui Dm Instagram) dengan @chiku.z77, Sabtu, 5 Juli 2025

<sup>224</sup> Wawancara (melalui Dm Instagram) dengan @chiku.z77, Sabtu, 5 Juli 2025

#### d. Respon *Audiens* Terhadap Adaptasi Konten

Respon *Audiens* merupakan salah satu indikator penting dalam menilai efektivitas sebuah strategi dakwah di media sosial. Melalui komentar, *likes*, *shares*, dan pesan langsung (*direct message*), kreator memperoleh umpan balik yang memberikan gambaran sejauh mana pesan mereka sampaikan dapat diterima, dipahami, dan diapresiasi oleh penggemar K-Pop yang menjadi target utama. Respon yang diterima tidak hanya bersifat positif, seperti dukungan dan apresiasi, tetapi juga mencakup kritik, pertanyaan, maupun penolakan terhadap metode maupun isi konten.

Berdasarkan hasil wawancara, seluruh kreator pernah menerima respon positif dari *Audiens*. Beberapa bentuk apresiasi tersebut antara lain komentar Seperti, “*Relate dengan keseharian*”<sup>225</sup>, “*Tidak merasa sendirian karena meskipun suka K-Pop tetap bisa belajar Islam*”<sup>226</sup>, “*Suka banget sama cara dakwah seperti ini lebih mudah diterima oleh anak-anak K-Pop*”<sup>227</sup>, “*Keren, menyebarkan konten Islami tanpa mengekang hal yang disukai tanpa melewati batas, jadi berasa menyeimbangkan dunia dan akhirat, semangat terus*”<sup>228</sup> hingga pernyataan bahwa mereka “*Merasa dirangkul, bukan dihakimi*”<sup>229</sup>.

---

<sup>225</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @haf.izza, Selasa, 15 Juli 2025

<sup>226</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @jannah127, Rabu, 2 Juli 2025

<sup>227</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @yubin131\_, Jumat, 11 Juli 2025

<sup>228</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @desy0507ci, Sabtu, 12 Juli 2025

<sup>229</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @kpopers.halal, Senin, 7 Juli 2025

Apresiasi juga kerap disampaikan melalui pesan langsung berupa ucapan terima kasih atas konten yang dibuat.<sup>230</sup>

Namun, sejumlah kreator juga menghadapi kritik atau penolakan, terutama terkait penggunaan visual idol non-Muslim. Kritik tersebut umumnya mempertanyakan alasan tidak mengambil figur atau pelajaran dari tokoh Muslim sebagai panutan seperti “*Ih kok orangnya kafir tapi isinya Islami?*”<sup>231</sup>, “*Kenapa videonya gak pake orang Muslim saja, biar sesuai sama Ayatnya*”<sup>232</sup>, “*Konten dakwah tapi pake orang Kafir*”<sup>233</sup>, atau kekhawatiran bahwa konten dakwah berbasis K-Pop dapat menimbulkan hujatan terhadap komunitas penggemarnya seperti komentar ini “*Takedown aja plis, ntar Kpopers makin dihujat lagi*”<sup>234</sup>. Kreator yang melaporkan menerima respon seperti ini diantaranya adalah @kpopers.halal, @impijjaa, @chiku.z77, @kangairishere\_, @jannah127, dan @haf.izza.

Beragam respon tersebut mendorong sebagian kreator untuk menyesuaikan isi, gaya penyampaian, maupun frekuensi produksi konten, sehingga tercipta hubungan timbal balik antara *Audiens* dan perkembangan strategi dakwah berbasis K-Pop. Perubahan ini terlihat dari pengalaman masing-masing kreator. Misalnya, @kpopers.halal yang semula menggunakan nama akun @dakwah.milenial

---

<sup>230</sup> Wawancara (melalui Dm Instagram) dengan @chiku.z77, Sabtu, 5 Juli 2025; Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @everyhxwoone.smile, Selasa, 1 Juli 2025

<sup>231</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @kpopers.halal, Senin, 7 Juli 2025

<sup>232</sup> Wawancara (melalui Dm Instagram) dengan @chiku.z77, Sabtu, 5 Juli 2025

<sup>233</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @kangairishere\_, Kamis, 3 Juli 2025

<sup>234</sup> Wawancara (melalui Dm Instagram) dengan @chiku.z77, Sabtu, 5 Juli 2025

menggantinya menjadi @kpopers.halal untuk memperjelas target *audiens*.

Awalnya akun ini namanya ‘dakwah.milenial’, tapi pernah ada yang komen ‘ih kok orangnya Kafir isinya Islami?’ komentar itu lumayan ngena di aku dan bikin aku mikir lagi tentang target dakwah aku. Akhirnya aku putuskan untuk ganti nama jadi ‘kpopers.halal’ supaya orang-orang langsung paham kalau akun ini memang ditujukan buat para Kpopers.<sup>235</sup>

Sedangkan akun @impijjaa, yang awalnya menyertakan dalil secara langsung kini lebih memilih untuk tidak menampilkannya. Seperti yang ia ceritakan saat wawancara.

Aku pernah bahas tentang WonWoo yang dapet pesan dari ibunya yang intinya bahagia itu ya menerima yang ada, poinnya aku bahas tentang arti bersyukur yang aku simpulkan bahagia=bersyukur. Tapi di akhir aku kasih ayat dan di caption aku kasih tafsir ayatnya, tafsir ringan gitu lah. Tapi ada yang protes lewat dm kaya intinya si keseluruhan video ya, dia tuh kasih argumen kayaknya video begitu kurang pantes karena kesannya kita mengambil pelajaran dari orang non Muslim, padahal banyak orang Muslim yang bisa jadi ‘Contoh/Panutan’ gitu-gitu lah. Aku kawab konsep dakwah aku tadi, ... kalau aku Cuma mau jadi temen dan niatnya buat ngasih tau di K-Pop ada A di Islam, Juga ada A loh (buat nambah ilmu kita). Dia akhirnya mengerti maksudku, dan baru tau ada metode dakwah kaya gitu, ... Nah habis itu aku menghindari membahas Ayat. Lanjut dan fokus ke kisah-kisah aja. ...<sup>236</sup>

sementara @chiku.z77 cenderung menyesuaikan konsep konten dengan preferensi *Audiens*.

Lebih ke request sih yang pernah, sebenarnya iya kita ikut konsep *Audiens* ya, tapi sejauh ini respon mereka sesuai sama konsep yang aku suguhin jadi yaudah, ...<sup>237</sup>

---

<sup>235</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @kpopers.halal, Senin, 7 Juli 2025

<sup>236</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @impijjaa Rabu, 2 Juli 2025

<sup>237</sup> Wawancara (melalui Dm Instagram) dengan @chiku.z77, Sabtu, 5 Juli 2025

Beberapa kreator, seperti @jannah127 dan @yubin131\_ melakukan penyesuaian durasi video menjadi lebih singkat agar pesan dapat disampaikan dengan efektif sesuai kebiasaan konsumsi konten *Audiens*. Seperti yang mereka nyatakan;

... Kakak juga jadi lebih tau ternyata orang-orang itu lebih suka video yang pendek-pendek tapi pesannya tuh ngena ke orang yang melihat video tersebut.<sup>238</sup> Dan ... Kalau video lebih ke durasinya, kadang orang cepet bosan ya kalau video nya panjang jadi gimana caranya buat konten yang video pendek tapi pesannya tetap sampai.<sup>239</sup>

Dari @joshuhui menyebutkan bahwa ide konten barunya terinspirasi dari komentar *Audiens*, terutama yang berkaitan dengan pengalaman pribadi mereka.

... Audiens berkomentar tentang keadaan dirinya, terus aku jadi dapat inspirasi konten selanjutnya untuk membalas komentar tersebut ...<sup>240</sup>

Akun @haf.izza mengungkapkan pernah menerima kritik terkait penggunaan musik,

Kritik terkait fiqih, ... Soal penggunaan musik karena sebagian Fiqih memang ada yang tidak membolehkan memadukan antar ayat yang aku selipkan di akhir dengan musik, ...<sup>241</sup>

Yang kemudian ia klarifikasi kepada guru atau Ustadz

... Aku pernah tanyain ke guru terus guruku bilang gapapa karena Fiqh beda-beda dan tujuan niatnya kita juga menyesuaikan target dakwah, itu bukan masalah yang harus di besar-besarkan.<sup>242</sup>

---

<sup>238</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @yubin131\_, Jumat, 11 Juli 2025

<sup>239</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @jannah127, Rabu, 2 Juli 2025

<sup>240</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @joshuhui, Sabtu, 19 Juli 2025

<sup>241</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @haf.izza, Selasa, 15 Juli 2025

<sup>242</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @haf.izza, Selasa, 15 Juli 2025

Sementara itu, @kangairishere\_ lebih memilih untuk mendiskusikan kritik yang diterimanya bersama rekan dekat. Seperti yang ia nyatakan, ‘... Kalau ada biasanya aku diskusi lebih lanjut sama temen-temen aku’<sup>243</sup>

Perubahan strategi konten yang diambil kreator bervariasi. @impijjaa kini lebih fokus pada kisah yang diambil dari literatur yang dibaca, tidak selalu dari kisah sahabat atau nabi, serta beradaptasi dengan ketersediaan konten K-Pop yang relevan.

... Lebih fokus ke kisah dan aku utamakan ambil rujukan dari buku-buku yang dibaca, jadi kadang aku sambungin sama kalimat dari buku alias nggak selalu kisah sahabat/ nabi dan karena akun ini *focus* SVT + mereka mulai jarang bikin konten Going Seventeen aku lebih banyak share tulisan yang dikutip dari buku ...<sup>244</sup>

@kangairishere\_ melakukan survei di Instagram untuk mencoba format baru, beralih dari POV dan dalil sederhana menuju *fake subtitle* dan metode *dubbing*.

... Pas awal ngoten Cuma pakai POV dan dalil, makin kesini akhirnya aku coba pake fakesub sama akhir-akhir ini mulai fake *dubbing* juga.<sup>245</sup>

@yubin131\_ mengubah jadwal unggahan dari sore hari menjadi setelah shalat magrib. Seperti ia ungkapkan, ‘Biasanya kakak up jam sore sekarang biasa habis maghrib soalnya kalau diliat viewers nya lebih banyak’.<sup>246</sup>

---

<sup>243</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @kangairishere\_, Kamis, 3 Juli 2025

<sup>244</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @impijjaa Rabu, 2 Juli 2025

<sup>245</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @kangairishere\_, Kamis, 3 Juli 2025

<sup>246</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @yubin131\_, Jumat, 11 Juli 2025

@jannah127 juga memperhatikan jadwal unggahan, memastikan pesan lebih relevan, dan berhati-hati dalam menyampaikan nilai Islam.

Lebih memperhatikan jadwal up konten nya, sama isi pesannya kalau bisa relate sama Audience. Dan lebih berhati-hati lagi ketika ingin menyampaikan pesan Islam nya karena belum semua tau kan jadi tipis-tipis dan pelan-pelan dulu nilai-nilai yang mau disampaikan.<sup>247</sup>

Sebaliknya, @joshuhui kini lebih fleksibel dan tidak terlalu memperhitungkan jumlah *Audiens*, memilih mengunggah hanya saat memiliki ide, waktu, atau momen tertentu seperti ulang tahun anggota Seventeen. Seperti yang Ia ungkapkan, ‘... Sekarang karena ngoten Cuma kalau mood, ada waktu, dan waktu ultah member ...’<sup>248</sup>

Dengan demikian, respon *Audiens* memiliki peran ganda, yakni, sebagai penguat motivasi kreator sekaligus sebagai faktor penentu arah penyesuaian strategi dakwah, baik dalam bentuk konten, format penyajian, maupun waktu distribusi.

### 3. Pesan-Pesan Dakwah Dalam Video K-Pop

#### a. Nilai dan Pesan Dakwah Islam Yang Disampaikan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, para kreator konten dakwah berbasis K-Pop tidak hanya memanfaatkan media populer sebagai daya tarik, tetapi juga secara konsisten menyisipkan nilai-nilai serta pesan keislaman yang relevan dengan kehidupan *Audiens*. Pembahasan pada bagian ini difokuskan untuk mengidentifikasi nilai

---

<sup>247</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @jannah127, Rabu, 2 Juli 2025

<sup>248</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @joshuhui, Sabtu, 19 Juli 2025

dan pesan dakwah yang disampaikan kepada *Audiens*, khususnya para penggemar K-Pop, serta bagaimana setiap kreator menyesuaikan pesan tersebut dengan karakteristik targetnya.

Pertama, pada @impijjaa, pesan dakwah yang disampaikan berfokus pada pentingnya kembali kepada Allah, mengenal Allah dan Rasul-Nya, dengan keyakinan bahwa dari pengenalan akan tumbuh rasa cinta, dan dari cinta akan lahir ketaatan. Ia menyampaikan, ‘Pentingnya kembali ke Allah, kenali Allah dan RasulNya.. karena dari kenal lebih mudah tumbuh cinta, dari cinta lebih patuh ...’<sup>249</sup>

Ia juga mendorong *Audiens* untuk memusatkan perhatian pada pengembangan diri, mengejar cita-cita, bersikap produktif, serta memperdalam hubungan spiritual dengan Allah dan Rasulullah. Ia mengungkapkan, ‘... Bisa lebih fokus sama cita-cita sendiri, produktif, dan lebih dalem lagi buat mengenal Allah dan RasulNya ...’<sup>250</sup>

Selanjutnya, @desy0507ci menyampaikan pesan tentang nilai keimanan, akhlak, dan motivasi personal, seperti mengingatkan untuk mencintai diri sendiri, percaya diri, serta mencari makna kebahagiaan dan tujuan hidup.

Pesannya untuk selalu mengingatkan diri tentang mencintai diri sendiri, percaya diri, dan mencari apa arti dari kebahagiaan atau tujuan hidup.<sup>251</sup>

---

<sup>249</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @impijjaa Rabu, 2 Juli 2025

<sup>250</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @impijjaa Rabu, 2 Juli 2025

<sup>251</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @desy0507ci, Sabtu, 12 Juli 2025

Kemudian, @joshuhui mengangkat pesan yang mencakup *Amar Ma'ruf Nahi Munkar*, akhlak dan adab yang baik, meningkatkan cinta kepada Allah dengan memahami kasih sayang-Nya kepada hamba, menumbuhkan kecintaan kepada Rasul, memperkuat ibadah, bisa lebih mencintai diri sendiri, serta mengajak untuk membangun hubungan sosial yang baik menurut Islam.

Amar Ma'ruf Nahi Munkar, akhlak, dan adab yang baik, meningkatkan cinta kepada Allah dengan mengetahui kasih sayang Allah terhadap Hamba-Nya, meningkatkan cinta pada Rasul, meningkatkan ibadah (Dzikir dan Do'a), nilai untuk mencintai diri sendiri, hubungan sosial dengan orang lain yang baik menurut Islam.<sup>252</sup>

Sementara itu, @chiku.z77 berupaya menanamkan pemahaman bahwa Islam adalah agama yang indah, termasuk syariatnya. Ia mengatakan, 'Islam itu indah, semuanya indah, syariatnya semua. ...'<sup>253</sup>

Ia ingin mengubah persepsi negatif terhadap Islam dengan menampilkan pesan-pesan positif dan menyenangkan.

... Jadi mau disampein ke teman-teman khususnya anak Kpopers itu ga dosa (sejauh kita nggak ingkar sama Allah) dan justru dengan jadi Kpopers kita bisa punya potensi untuk nyebarin nilai-nilai Islam dengan cara yang mungkin orang ga kepikiran. ... jadi dengan konsep konten kita, kita mau sampein kalau Islam itu gak seburuk seperti yang mereka pikir sebelumnya<sup>254</sup>

Berikutnya, @jannah127 menekankan pentingnya pengenalan awal terhadap Islam agar *Audiens* memahami bahwa Islam adalah

---

<sup>252</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @joshuhui, Sabtu, 19 Juli 2025

<sup>253</sup> Wawancara (melalui Dm Instagram) dengan @chiku.z77, Sabtu, 5 Juli 2025

<sup>254</sup> Wawancara (melalui Dm Instagram) dengan @chiku.z77, Sabtu, 5 Juli 2025

agama yang indah, menenangkan, dan mampu menjadi solusi atas berbagai permasalahan hidup.

Yang pasti pengen mereka lebih mengenal Islam dulu, mereka tahu kalau Islam itu indah dan menenangkan bahkan menjadi solusi dari berbagai macam permasalahan ...<sup>255</sup>

Ia memposisikan dirinya sebagai jembatan antara dunia K-Pop dan pemahaman Islam, sehingga pesan dapat tersampaikan dengan cara yang sesuai minat *Audiens*. Ia menyatakan, ‘... Tugas kita menemani aja dan menjembatani mereka supaya kenal Islam dengan cara yang mereka sukai’<sup>256</sup>

Adapun, @everyxwoone.smile lebih banyak menyampaikan pesan terkait kehidupan sehari-hari, seperti pentingnya bersyukur dan menenangkan hati dalam menghadapi kesulitan, termasuk memberikan afirmasi bahwa kelelahan adalah hal yang wajar. Ia mengatakan bahwa, ‘... Masalah kehidupan kayak ngajak tetap bersyukur, ngajak nggak papa capek dan lain-lain.’<sup>257</sup>

Selanjutnya, @haf.izza menyesuaikan pesan dakwahnya dengan isu-isu yang relevan dengan usia *audiens*. Ia mengungkapkan, ‘Karena targetku anak-anak remaja jadi aku menyampaikan nilai yang sesuai dengan usia mereka’<sup>258</sup>

---

<sup>255</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @jannah127, Rabu, 2 Juli 2025

<sup>256</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @jannah127, Rabu, 2 Juli 2025

<sup>257</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @everyxwoone.smile, Selasa, 1 Juli 2025

<sup>258</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @haf.izza, Selasa, 15 Juli 2025

Seperti pertemanan, hubungan dengan lawan jenis, kebingungan arah hidup, hingga tantangan lingkungan sekitar.

... Bisa soal pertemanan, suka sama lawan jenis, soal bingung arah hidup, soal lingkungan secara alami dirasa nggak mendukung, dukungan sosial dan lain-lain.<sup>259</sup>

Kemudian, @yubin131\_ kerap mengangkat pesan tentang penerimaan terhadap Qada dan Qadar, karena ia melihat banyak *Audiens* yang kesulitan menerima takdir yang telah Allah tetapkan. Ia juga menyisipkan pesan terkait akhlak dalam beberapa kontennya.

Menerima Qada dan Qadar ... soalnya kita sering banget kayaknya nggak terima sama takdir Allah yang udah Allah kasih kan buat kita ...<sup>260</sup>

Berikutnya, @kpopers.halal menyampaikan pesan-pesan universal dalam Islam. Seperti menjaga akhlak, saling menghargai, semangat belajar, kerja keras, saling menasihati dalam kebaikan, dan bersyukur.

... Aku pengen mengajak teman-teman untuk sama-sama menjaga akhlak, saling menghargai, semangat belajar, kerja keras, saling menasehati dalam kebaikan dan selalu bersyukur. ...<sup>261</sup>

Harapannya, para penggemar K-Pop, khususnya anak muda, dapat menerima pesan Islam tanpa merasa dihakimi, tetapi justru dirangkul dengan pendekatan yang kreatif dan menyenangkan.

... Harapannya, Kpopers yang kebanyakan anak muda bisa lebih dekat dengan pesan-pesan Islam tanpa merasa dihakimi, justru dirangkul dengan cara yang kreatif dan menyenangkan.<sup>262</sup>

---

<sup>259</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @haf.izza, Selasa, 15 Juli 2025

<sup>260</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @yubin131\_, Jumat, 11 Juli 2025

<sup>261</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @kpopers.halal, Senin, 7 Juli 2025

<sup>262</sup> Wawancara (melalui DM TikTok) dengan @kpopers.halal, Senin, 7 Juli 2025

Terakhir, @kangairishere\_ mengajak *Audiens* untuk lebih sadar diri (*Self-Aware*) dengan menyeimbangkan kehidupan *fangirl* dengan kehidupan nyata dan agama. Ia berharap para penggemar K-Pop dapat tertarik pada ajaran Islam atau, setidaknya, menjadi penggemar yang “Waras” dengan belajar dari pengalaman idol untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

... Aku pengennya Kpopers ini *Aware* sama dirinya sendiri dan agamanya tentunya. ... kita sendiri itu punya *real life* yang harus tetap seimbang sama dunia *fangirl* kan, dan yang paling penting sih kenapa mereka harus *aware* sama agama nya karena kita punya *life after life*, alias hari akhir nanti. ... dan aku ... mau ngasih tau kalau celetukannya para idol, tingkah lakunya para idol, dan sikap nya mereka, itu udah diajarin dan sudah ada loh di Islam. Semoga dengan itu mereka jadi lebih tertarik ke Islamnya, ...<sup>263</sup>

#### **b. Penyusunan Konten Islami: Ayat Al-Qur’an, Hadits, Sunnah, dan Kutipan**

Penggunaan referensi keislaman seperti ayat Al-Qur’an, Hadits, Sunnah, kutipan tokoh, dan literatur Islami, telah disinggung secara umum pada bagian sebelumnya sebagai salah satu elemen penting dalam mendukung penyampaian pesan dakwah. Pada bagian ini, pembahasan difokuskan secara lebih rinci untuk menguraikan bagaimana masing-masing kreator merancang, memilih, dan menyusun elemen-elemen tersebut dalam konten dakwah berbasis K-Pop yang mereka produksi. Pendekatan ini penting untuk menunjukkan variasi kreativitas, tingkat akurasi, serta relevansi pemilihan referensi Islam

---

<sup>263</sup> Wawancara (melalui chat WhatsApp) dengan @kangairishere\_, Kamis, 3 Juli 2025

yang disesuaikan dengan konteks visual, narasi, dan karakteristik *Audiens*, khususnya penggemar K-Pop yang menjadi sasaran dakwah.

Berdasarkan hasil wawancara, dari sepuluh kreator ada beberapa pernah memanfaatkan lima jenis referensi keislaman tersebut, baik secara terpisah maupun saling melengkapi. Elemen-elemen ini digunakan untuk memperkaya makna pesan, memperkuat legitimasi konten, dan menjaga kredibilitas dakwah di mata *Audiens*.

Meski demikian, para kreator cenderung menghindari pembahasan yang dianggap “berat” atau berpotensi memicu kontroversi. Misalnya, @impijjaa menyatakan bahwa ia memilih tema yang aman dan mudah dipahami karena tidak dapat mengontrol persebaran video dan penafsiran *Audiens*.

Karena tidak bisa mengontrol video itu menyebar kemana dan ditangkap pesannya dengan arti apa aja, dan aku belum siap diskusi berat jadi memilih yang aman-aman saja.<sup>264</sup>

Senada dengan itu, @chiku.z77 menghindari penggunaan ayat yang sensitif secara persepsi publik, seperti ayat yang menyebut istilah “Kafir”, meskipun secara terminologi tidak bermakna kasar.

Kita menghindari ayat-ayat yang berat, salah satunya kalau ayat itu menyangkut sama orang kafir. Meskipun sebenarnya konotasi kafir itu gak kasar tapi, udah terlanjur dipersepsikan buruk. Jadi lebih baik kita hindari daripada jadi kontroversi.<sup>265</sup>

Hal serupa disampaikan oleh @jannah127, yang lebih memilih mengganti istilah-istilah tegas seperti “Dosa” atau “Neraka” dengan

---

<sup>264</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @impijjaa Rabu, 2 Juli 2025

<sup>265</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @chiku.z77, Sabtu, 5 Juli 2025.

kalimat yang lebih halus dan menempatkannya di bagian *caption*, agar pesan tetap diterima oleh *Audiens* awam.

Kalau ada kata-kata yang kayak dosa, neraka, dan kata-kata terlalu yang jleb dan kurang bisa diterima sama KPopers yang awam nanti ditakutkan mereka malah anti dan menjauh. Biasanya diganti pakai kalimat sendiri dan taruh di *caption*.<sup>266</sup>

Dari segi penempatan elemen pesan, hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa sebagian kreator meletakkan dalil atau kutipan Islami di akhir video sebagai penutup, dan ada juga yang menempatkannya di pertengahan video. Ada pula konten yang menggunakan *sound* berisi potongan ceramah Ustadz atau Ustadzah, dipadukan dengan visualisasi berupa potongan video K-Pop. Teknik penyampaian pesan tersebut sering memanfaatkan metode *dubbing* atau *voice over*, sehingga narasi dakwah dapat terintegrasi dengan mulus dalam sajian audiovisual.

### c. Analisis Konten Video K-Pop Dalam Penyiaran Dakwah Islam

#### 1) Iman Yang Kuat<sup>267</sup>

Konten video berjudul “Iman Yang Kuat” (Tabel 4.1) yang diunggah oleh akun @everyxwoone\_smile pada tanggal 20 April 2024 di platform sosial media Instagram memanfaatkan potongan acara *variety show* Going Seventeen yang berjudul *Going Seventeen Special: Detective Vernon* yang menampilkan dua

---

<sup>266</sup> Wawancara (melalui DM Instagram) dengan @jannah127, Rabu, 2 Juli 2025

<sup>267</sup> @everyxwoone.smile, “Iman Yang Kuat,” *Instagram*, April 20, 2024, [https://www.instagram.com/p/C5\\_DMd9pqiz/](https://www.instagram.com/p/C5_DMd9pqiz/).

anggota grup K-Pop Seventeen, yakni DK dan Dino. Dalam potongan video tersebut, menampilkan ekspresi DK yang tampak menantang diinterpretasikan sebagai simbol manusia yang memiliki iman yang kuat, sedangkan Dino yang terlihat ketakutan digambarkan sebagai godaan setan.

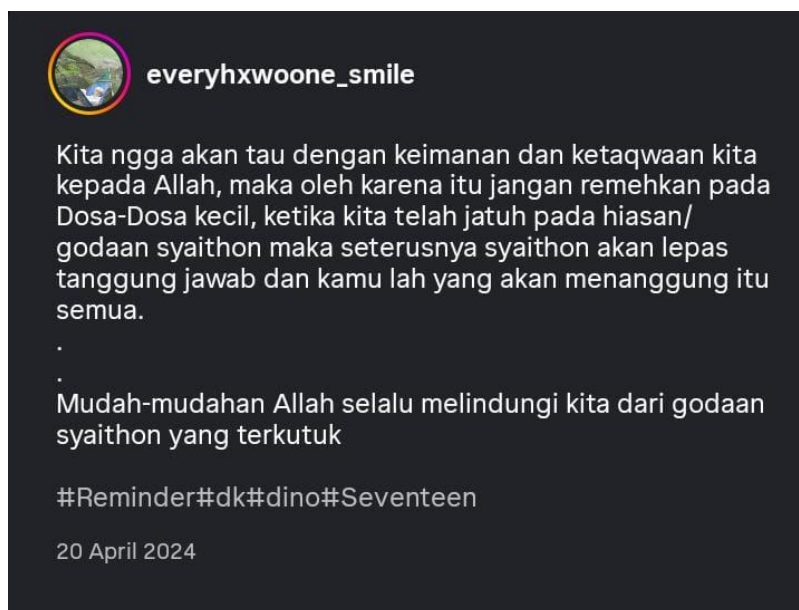
Kreator menggunakan teknik naratif kombinasi antara POV, *Fake Subtitle* dan *Real Subtitle*, dimana *Subtitle* buatan disisipkan antara teks asli untuk menyampaikan pesan dakwah secara halus namun jelas. Yang mana teks narasi yang ditambahkan untuk menyampaikan pesan dakwah secara halus seperti, “Godaanmu itu ngga akan pernah bisa menguasai diriku ini” memperlihatkan adanya *dramaization* antara manusia beriman dan setan yang mencoba menyesatkan.





Gambar 4. 11 Postingan Iman Yang Kuat  
@everyxwoone\_smile, 20 April 2024

Melalui *caption* yang disertakan, kreator menegaskan pesan moral bahwa keimanan dan ketakwaan kepada Allah merupakan benteng utama untuk melawan tipu daya syaitan. Meskipun tidak secara eksplisit mencantumkan ayat Al-Qur'an atau Hadits, pesan yang terkandung dalam video ini menggambarkan prinsip dasar dalam akidah Islam, yakni keteguhan iman sebagai pelindung diri dari maksiat dan kesesatan.



Gambar 4. 12 Kutipan Postingan Iman Yang Kuat @everyxwoone\_smile

Dengan demikian, konten ini termasuk ke dalam kategori pesan dakwah akidah karena menekankan pentingnya iman yang kuat sebagai fondasi kehidupan spiritual seorang muslim di tengah berbagai godaan duniawi.

**Tabel 4. 1. Analisis Pesan “Iman Yang Kuat”**

<b>Akun</b>	@everyxwoone_smile
<b>Platform</b>	Instagram
<b>Tanggal Unggahan</b>	20 April 2024
<b>Idol/Grup K-Pop</b>	DK Seventeen & Dino Seventeen
<b>Sumber Video</b>	<i>Going Seventeen Special 기타 등등 : 명탐정 버논 (ETC: Detective Vernon)</i> 2024 <a href="https://youtu.be/CRUln4WMzW8?t=186">https://youtu.be/CRUln4WMzW8?t=186</a>

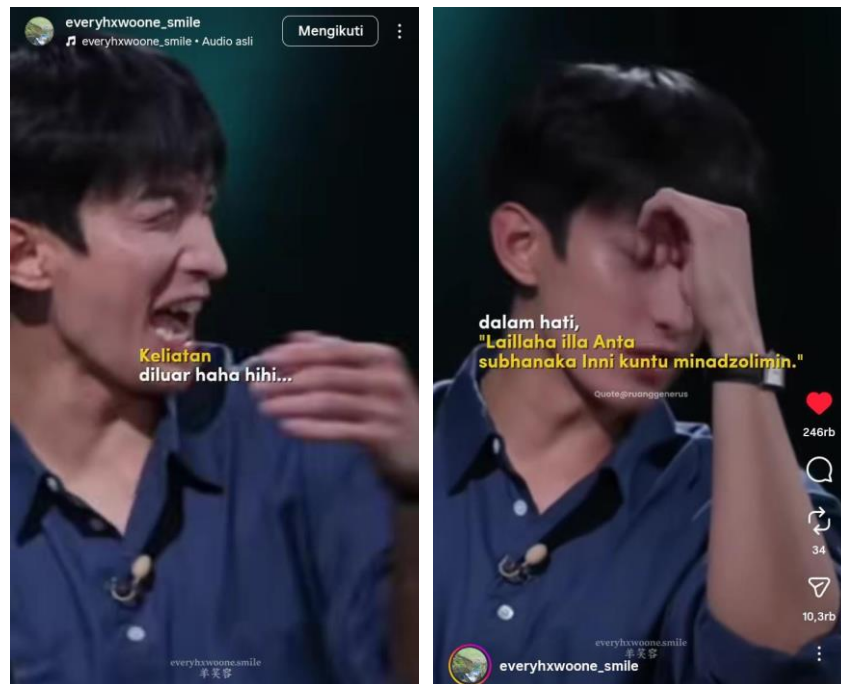
<b>Elemen Visual</b>	Ekspresi DK yang menantang dan menakuti, ekspresi Dino yang tampak ketakutan
<b>Simbol Visual</b>	DK digambarkan sebagai sosok manusia yang memiliki iman yang kuat/ beriman, Dino sebagai perwujudan godaan setan
<b>Audio/Musik</b>	Cuplikan audio asli dari acara <i>variety show</i> (tanpa musik tambahan) <i>Going Seventeen special 기타 등등 : 명탐정 버논 (ETC: Detective Vernon)</i>
<b>Teknik video</b>	POV + <i>fake subtitle</i> + <i>real subtitle</i> Menggabungkan <i>subtitle</i> asli dan buatan untuk menyisipkan narasi dakwah, membentuk alur pertentangan antara iman (DK) dan godaan setan (Dino), serta menempatkan penonton dalam sudut pandang spiritual tertentu.
<b>Voice over</b>	-
<b>Dialog/Narasi</b>	DK: Godaan mu itu ngga akan pernah bisa menguasai diriku ini Dino: Takut banget euyy
<b>Kutipan (Caption)</b>	Kita nggak akan tau dengan keimanan dan ketakwaan kita kepada Allah, ketika kita telah jatuh pada hiasan/godaan Syaitan maka seterusnya Syaitan akan lepas tanggung jawab dan kamulah yang akan menanggung itu semua.
<b>Rujukkan Sumber Islam</b>	-
<b>Pesan Dakwah</b>	Tentang pentingnya mempertahankan keimanan dan ketakwaan kepada Allah dalam menghadapi godaan setan (Syaitan), dengan tetap teguh dalam Iman dan Taqwa sebagai benteng utama untuk melawan tipu daya serta rayuan yang tampak menyenangkan, karena Setan akan berlepas diri saat manusia terjerumus dalam kesalahan, dan hanya dengan keimanan yang kuat seseorang dapat menjaga diri dari maksiat dan kesesatan.
<b>Jenis Pesan Dakwah</b>	Akidah Karena menekankan pentingnya keimanan yang kokoh atau kuat untuk menangkal godaan Syaitan.

## 2) Taubat<sup>268</sup>

<sup>268</sup> @everyhxwoone.smile, “Taubat,” *Instagram*, December 1, 2024, <https://www.instagram.com/p/DDB5HSIv7qK/>.

Konten video berjudul “Taubat” (Tabel 4.2) yang diunggah oleh akun @everyxwoone\_smile pada tanggal 1 Desember 2024 memanfaatkan potongan video dari acara *variety show* Going Seventeen *Episode 121: Going Millionaire #2 Tahun 2024*, yang menampilkan salah satu anggota Seventeen bernama DK. Dalam video tersebut menyoroti perubahan ekspresi wajah DK yang dari awal ketawa menjadi diam, yang dimaknai sebagai simbol refleksi diri dan kesadaran spiritual. Kontras antara tawa dan keheningan menciptakan makna visual yang kuat tentang momen introspeksi dan kesadaran akan dosa.

Kreator menyusun video dengan menggunakan teknik naratif POV, yang memberikan kesan bahwa penonton diajak masuk ke dalam suasana batin seseorang yang sedang merenungkan kesalahannya. Narasi dalam teks, seperti kalimat “Kelihatan di luar haha hihi..” dan “Dalam hati, *Lâ ilâha illâ Anta subhânaka innî kuntu mina al-Zâlimîn,*” yang memperlihatkan konflik batin antara penampilan luar yang ceria dengan isi hati yang sedang mencari ampunan Allah.



Gambar 4. 13 Postingan Taubat @everyxwoone\_smile, 1 Desember 2024

Referensi utama dari konten ini berasal dari kisah Nabi Yunus as sebagaimana disebutkan dalam surah Al-Anbiya ayat 87. Doa Nabi Yunus menjadi inti spiritual dari pesan dakwah yang disampaikan, melambangkan pengakuan dosa dan kerendahan hati di hadapan Allah. Melalui *caption* yang mencantumkan ayat tersebut, kreator mengajak *audiens* untuk belajar dari kisah Nabi Yunus, bahwa manusia sejatinya tidak akan terlepas dari kesalahan, akan tetapi selalu memiliki kesempatan untuk bertaubat dan kembali kepada Allah.

**everyxwoone\_smile** "Wahai Muhammad ceritakanlah tentang Nabi yang mempunyai ikan Nun (Nabi Yunus) ketika Nabi Yunus pergi meninggalkan kaumnya dengan keadaan marah-marah maka Nabi Yunus menyangka bahwa kami Allah tidak menguasai Nabi Yunus ( Nabi Yunus menganggap perbuatan tersebut tidak dosa pada menurut Allah itu salah), maka Nabi Yunus berdoa didalam kegelapan (dalam perut ikan selama 40 hari) "Bahwa tidak ada sesembahan kecuali engkau Allah, Maha suci engkau, sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang Aniaya."

Q.s Al-Anbiya:87

[#selfreminder#reminder#seventeen#going\\_seventeen#dk](#)

1 Desember 2024

Gambar 4. 14 Kutipan Postingan Taubat @everyxwoone\_smile

Dalam video ini pesan dakwah yang disampaikan masuk dalam kategori akhlak. Unsur akhlak tampak pada nilai kejujuran hati, introspeksi, dan kerendahan diri. Dengan memadukan narasi introspektif dan simbol ekspresi idol K-Pop, kreator berhasil menghadirkan dakwah yang lembut, relevan, dan mudah diterima oleh penggemar budaya populer.

Dengan demikian, konten "Taubat" ini menunjukkan bagaimana pesan dakwah Islam dapat dikomunikasikan melalui simbol-simbol sederhana yang bersumber dari budaya populer, sekaligus mengajarkan nilai-nilai keislaman yang mendalam tentang kesadaran diri, pengakuan dosa, dan pentingnya kembali kepada Allah Swt.

Tabel 4. 2. Analisis Pesan “Taubat”

<b>Akun</b>	@everyhxwoone_smile
<b>Platform</b>	Instagram
<b>Tanggal Unggahan</b>	1 Desember 2024
<b>Idol/Grup K-Pop</b>	DK Seventeen
<b>Sumber Video</b>	<i>Going Seventeen Ep. 121 Going Millionaire #2 2024</i> <a href="https://youtu.be/EjR9IAGEQaM?si=Qt6k8nVkUciiMN0X&amp;t=495">https://youtu.be/EjR9IAGEQaM?si=Qt6k8nVkUciiMN0X&amp;t=495</a>
<b>Elemen Visual</b>	Perubahan ekspresi DK dari ketawa menjadi diam, menggambarkan refleksi mendalam yang kontras dengan ekspresi awal.
<b>Simbol Visual</b>	Ekspresi diam digambarkan sebagai simbol perenungan dan kesadaran spiritual
<b>Audio/Musik</b>	Cuplikan audio asli dari acara <i>variety show</i> (tanpa musik tambahan) <i>Going Seventeen Ep. 121 Going Millionaire #2 2024</i>
<b>Teknik video</b>	POV ( <i>Point Of View</i> ) Menggunakan sudut pandang introspektif yang mengarahkan penonton untuk merenungkan makna di balik ekspresi idol, didukung dengan kutipan doa Nabi Yunus sebagai simbol; Pertobatan Batin.
<b>Voice over</b>	-
<b>Dialog/Narasi</b>	“Kelihatan diluar haha hihi..” “Dalam hati, ‘ <i>Lâ ilâha illâ Anta subhânaka innî kuntu mina al-Zâlimîn</i> ’ ”
<b>Kutipan (Caption)</b>	Wahai Muhammad ceritakanlah tentang nabi yang mempunyai ikan Nun (Nabi Yunus) ketika Nabi Yunus pergi meninggalkan kaumnya dengan keadaan marah-marah maka Nabi Yunus menyangkal bahwa kami Allah tidak menguasai Nabi Yunus (Nabi Yunus menganggap perbuatan tersebut tidak dosa, padahal menurut Allah itu salah), maka Nabi Yunus berdoa di dalam kegelapan (dalam perut ikan selama 40 hari) ‘Bahwa tidak ada sesembahan kecuali engkau Allah, Maha Suci Engkau, sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang aniaya’ Al-Anbiya 87
<b>Rujukan Sumber Islam</b>	Surah Al-Anbiya Ayat 87 – doa Nabi Yunus sebagai bentuk pengakuan dosa dan permohonan ampun.
<b>Pesan Dakwah</b>	Tentang pentingnya kejujuran hati, introspeksi diri, dan kerendahan hati dalam menghadapi kesalahan, dengan mengambil pelajaran dari kisah Nabi Yunus AS, bahwa tampilan lahiriah

	bukan jaminan kebersihan hati, setiap orang perlu melakukan introspeksi dan bertaubat seperti Nabi Yunus AS ketika menyadari kekeliruan, serta meredahkan diri dihadapan Allah, mengakui kesalahan, dan memperbanyak dzikir serta doa.
<b>Jenis Pesan Dakwah</b>	Akhlak karena menekankan pentingnya kejujuran dalam mengakui kesalahan, melakukan introspeksi diri, serta kerendahan hati di hadapan Allah Swt.

### 3) Pamer Harta<sup>269</sup>

Konten video berjudul “Pamer Harta” (Tabel 4.3) yang diunggah oleh akun @everyxwoone\_smile pada tanggal 29 September 2024 menunjukkan interaksi antara dua anggota Seventeen, yakni DK dan Hoshi, dalam salah satu *Episode Variety Show Going Seventeen* yang berjudul *Going Seventeen Ep. 115 Boss #2*. Pada potongan *scene* video tersebut, terlihat DK yang menunjukkan ekspresi tidak suka dan kesal kepada Hoshi. Kontras ekspresi inilah yang menjadi dasar makna visual pada konten tersebut, yang mana Hoshi ditampilkan sebagai simbol kesombongan, sedangkan DK menjadi representasi sikap *Tawadhu*’ atau rendah hati.

Dalam video tersebut kreator memanfaatkan teknik *fake subtitle*, yang mana dalam menggunakan teknik ini, penyisipan teks yang tidak sesuai dengan dialog asli akan tetapi dibuat sedemikian rupa sehingga relevan dengan pesan dakwah yang

---

<sup>269</sup> @everyxwoone.smile, “Pamer Harta,” *Instagram*, September 29, 2024, <https://www.instagram.com/p/DAfDqVqSYZS/>.

ingin disampaikan. Kalimat seperti “Pamer duit lu?” dan “Sombong amat. Bawa aja tuh duit sampe lu mati!” berfungsi sebagai kritik moral terhadap sikap pamer kekayaan dan kesombongan yang muncul akibat merasa memiliki lebih dari orang lain. teknik ini membuat pesan dakwah terasa ringan, menghibur, namun tetap mengena.



Gambar 4. 15 Postingan Pamer Harta @everyxwoone\_smile, 29 September 2024

Dengan melalui *caption*, kreator mengatakan bahwa harta yang sejati bukanlah yang ditumpukkan dan dipamerkan, melainkan harta yang diinfakkan dan disedekahkan di jalan Allah. Pesan ini memperkuat nilai moral bahwa kekayaan bersifat sementara, dan tidak ada satupun yang dapat dibawa saat manusia meninggal. Yang tersisa hanyalah amal kebaikan dan pemberian untuk orang lain.

everyhxwoone\_smile Harta kita yang sesungguhnya adalah harta yang kita infakkan dan shadaqahkan untuk Fiisabilillah

.

Fakesub

[#selfreminder#seventeen#going\\_seventeen#dk#hoshi](#)

29 September 2024

Gambar 4. 16 Kutipan Postingan Pamer Harta @everyhxwoone\_smile

Dengan itu, pesan dakwah yang disampaikan dalam konten ini mengandung pesan akhlak, yang mengajak para *audiens* untuk menghindari sikap sombong karena harta, serta menumbuhkan sikap rendah hati dan kedermawanan. Dengan menggunakan pendekatan yang kreatif, dengan memadukan ekspresi visual idol K-Pop dan narasi teks yang sederhana, kreator berhasil menyampaikan kritik sosial yang halus namun bermakna, terutama bagi audiens yang akrab dengan budaya populer.

Tabel 4. 3. Analisis Pesan “Pamer Harta”

<b>Akun</b>	@everyxwoone_smile
<b>Platform</b>	Instagram
<b>Tanggal Unggahan</b>	29 September 2024
<b>Idol/Grup K-Pop</b>	DK Seventeen
<b>Sumber Video</b>	<i>Going Seventeen Ep. 115 Boss #2 2024</i> <a href="https://youtu.be/ADs-cRoL9JU?si=fxz773PYUqR-PApZ&amp;t=1397">https://youtu.be/ADs-cRoL9JU?si=fxz773PYUqR-PApZ&amp;t=1397</a>
<b>Elemen Visual</b>	Menampilkan ekspresi DK yang tampak kesal saat melewati Hoshi yang sedang memamerkan uang yang ia peroleh. Raut wajah DK mencerminkan rasa tidak suka terhadap sikap pamer tersebut, yang ditampilkan dalam bentuk ekspresi gestur dan bahasa tubuh.
<b>Simbol Visual</b>	Dari interaksi antara DK dan Hoshi diinterpretasikan sebagai simbolisasi antara sikap <i>Tawadhu</i> (rendah hati) dan kesombongan.
<b>Audio/Musik</b>	Cuplikan audio asli dari acara <i>variety show</i> (tanpa musik tambahan) <i>Going Seventeen Ep. 115 Boss #2 2024</i>
<b>Teknik video</b>	<i>Fake subtitle</i> Dalam penyisipan <i>subtitle</i> yang tidak sesuai dengan dialog asli namun disesuaikan dengan konteks ekspresi visual tokoh.
<b>Voice over</b>	-
<b>Dialog/Narasi</b>	DK: Pamer duit lu? DK: Sombong amat. Bawa aja tuh duit sampe lu mati!
<b>Kutipan (Caption)</b>	Harta kita yang sesungguhnya adalah harta yang kita Infakkan dan Shadaqahkan untuk Fisabilillah
<b>Rujukan Sumber Islam</b>	-
<b>Pesan Dakwah</b>	Tentang bahaya sifat sombong karena harta dan pentingnya menggunakan rezeki untuk kebaikan di jalan Allah, bahwa sifat sombong dan suka pamer kekayaan adalah perbuatan tercela yang dibenci Allah, harta dunia bersifat sementara dan akan ditinggalkan saat mati, sedangkan harta yang kekal dan bernilai di sisi Allah adalah harta yang disedekahkan, diinfakkan, dan digunakan untuk membantu orang lain, sehingga seorang Muslim dianjurkan bersikap rendah hati dan tidak menyombongkan apa yang ia miliki.

<b>Jenis pesan dakwah</b>	Akhlak – karena menekankan etika dalam bersikap terhadap harta, menjauhi sifat sombong, serta mengajak pada sikap rendah hati dan dermawan sebagai bentuk akhlak mulia.
---------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### 4) Permintaan Kepada Allah<sup>270</sup>

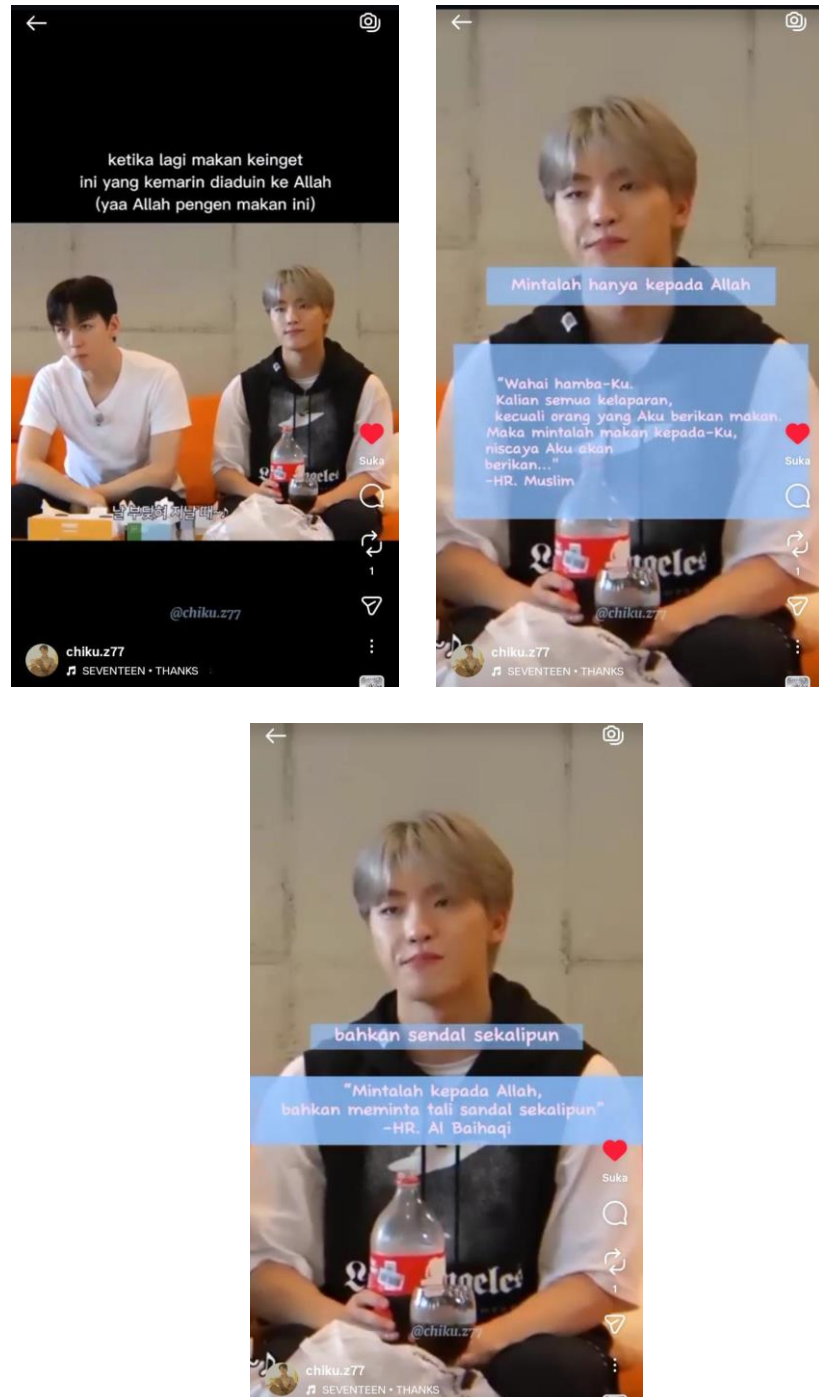
Konten video yang berjudul “Permintaan Kepada Allah” (Tabel 4.4) diunggah oleh akun @chiku.z77 pada tanggal 8 Oktober 2023 menggunakan potongan video yang menampilkan anggota Seventeen Dino dan Vernon dari potongan *Scene Variety Show Going Seventeen Episode 91 Point Of Omniscient Interfere Penalty #1 2023* yang menampilkan mereka berdua sedang makan bersama. Secara visual, momen makan yang sederhana tersebut dijadikan sebagai simbol aktivitas sehari-hari yang dapat menjadi sarana untuk mengingat Allah. Pemilihan adegan ini menunjukkan bahwa pendekatan dakwah tidak selalu harus melalui situasi formal, akan tetapi dapat muncul dari rutinitas biasa.

Teknik naratif yang digunakan adalah POV (*Point Of View*) dengan menyisipkan teks naratif reflektif seperti “Ketika lagi makan keinget ini yang kemarin di aduin ke Allah.” Teknik ini membangun kedekatan emosional dengan *audiens*, seolah-olah pengalaman tersebut juga dapat dialami oleh penonton. Pesan yang ditekankan adalah kebiasaan untuk mengadu dan meminta hanya

---

<sup>270</sup> @chiku.z77, “Permintaan Kepada Allah,” *Instagram*, October 8, 2023, <https://www.instagram.com/p/CyIqr3GpR2C/>.

kepada Allah, bahkan untuk hal yang kecil, seperti digambarkan melalui kalimat “Bahkan sandal sekalipun.”



Gambar 4. 17 Postingan Permintaan Kepada Allah @chiku.z77, 8 Oktober 2023

Pesan dakwah kemudian diperkuat dengan rujukan Hadits, diantaranya, “Mintalah kepada Allah, bahkan minta tali sandal sekalipun” (HR. Al-Baihaqi) dan “Wahai Hamba-Ku ... mintalah makan Kepada-Ku, niscaya Aku akan memberikannya” (HR. Muslim). Rujukan ini menegaskan bahwa ketergantungan hanya kepada Allah merupakan bagian dari akidah dan membentuk sikap tawakal dalam kehidupan sehari-hari.

chiku.z77 Coba biasain deh apapun aduin ke Allah. bahkan hal remeh sekalipun. Misal ujung pensil patah "yaa Allah patah (muka aegyo)" ahah aku ngetik ini jadi salting sendiri, dalah 😊  
 ---  
 #dino #vernon #seventeen #kpop #kpopedit #reels  
 8 Oktober 2023

Gambar 4. 18 Kutipan Postingan Permintaan Kepada Allah @chiku.z77

Dengan ini, konten “Permintaan Kepada Allah” mengandung pesan dakwah kategori akidah, karena adanya ajakan kepada *audiens* untuk membangun kebiasaan bergantung kepada Allah dalam segala urusan, menyadari setiap nikmat sebagai pemberian-Nya, dan menjadikan Allah sebagai tempat bergantung maupun tempat mengadu pertama dan utama.

**Tabel 4. 4. Analisi Pesan “Permintaan Kepada Allah”**

<b>Akun</b>	@chiku.z77
<b>Platform</b>	Instagram
<b>Tanggal Unggahan</b>	8 Oktober 2023

<b>Idol/Grup K-Pop</b>	Dino Seventeen & Vernon Seventeen
<b>Sumber Video</b>	<i>Going Seventeen Ep.91 Point Of Omniscient Interfere Penalty #1 2023</i> <a href="https://youtu.be/q3rfMpxOI08?si=P0ROMdYutxpZOD9T&amp;t=594">https://youtu.be/q3rfMpxOI08?si=P0ROMdYutxpZOD9T&amp;t=594</a>
<b>Elemen Visual</b>	Menampilkan Dino dan Vernon sedang menikmati makanan bersama, menggambarkan suasana santai namun disisipkan makna reflektif
<b>Simbol Visual</b>	Momen makan digunakan sebagai simbol aktivitas sederhana yang bisa menjadi sarana mendekatkan diri kepada Allah.
<b>Audio/Musik</b>	-
<b>Teknik video</b>	POV ( <i>Point Of View</i> ) – Dengan narasi yang disampaikan dari sudut pandang pribadi seolah-olah berbicara adalah tokoh dalam video. Digunakan untuk menyampaikan pesan reflektif tentang kebiasaan mengadu dan meminta kepada Allah, bahkan dalam hal-hal kecil seperti keinginan makan atau pensil patah. Teknik ini menciptakan kedekatan emosional antara pembuat konten dan <i>Audiens</i> .
<b>Voice over</b>	-
<b>Dialog/Narasi</b>	Ketika lagi makan keinget ini yang kemarin di aduin ke Allah (Ya Allah pengen makan ini) (Mintalah hanya kepada Allah) (Bahkan sandal sekalipun)
<b>Kutipan (Caption)</b>	Coba biasain deh apapun aduin ke Allah. Bahkan hal remeh sekalipun. Misalnya ujung pensil patah “Ya Allah patah”
<b>Rujukan sumber islam</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (Mintalah hanya kepada Allah) “Wahai hamba-Ku. Kalian semua kelaparan, kecuali orang yang aku berikan makan. Maka mintalah makan kepada-Ku, niscaya Aku akan berikan..”-Hr. Muslim</li> <li>- (Bahkan sandal sekalipun) “Mintalah kepada Allah, bahkan meminta tali sandal sekalipun”-Hr. Al Baihaqi</li> </ul>
<b>Pesan Dakwah</b>	Tentang pentingnya membiasakan hati untuk selalu bergantung kepada Allah dalam segala urusan, sekecil apa pun itu, dengan membiasakan meminta segala sesuatu hanya kepada Allah dan mensyukuri setiap nikmat, termasuk nikmat makan karena semua rezeki adalah karunia-Nya, menjadikan Allah sebagai tempat mengadu pertama dalam suka maupun duka, serta

	menanamkan rasa tawakal dan keyakinan bahwa Allah Maha Pemberi.
<b>Jenis Pesan Dakwah</b>	Akidah – Menekankan prinsip tauhid dan ketergantungan mutlak manusia kepada Allah, serta pembiasaan sikap tawakal dan berserah diri dalam keseharian.

### 5) Bersyukur<sup>271</sup>

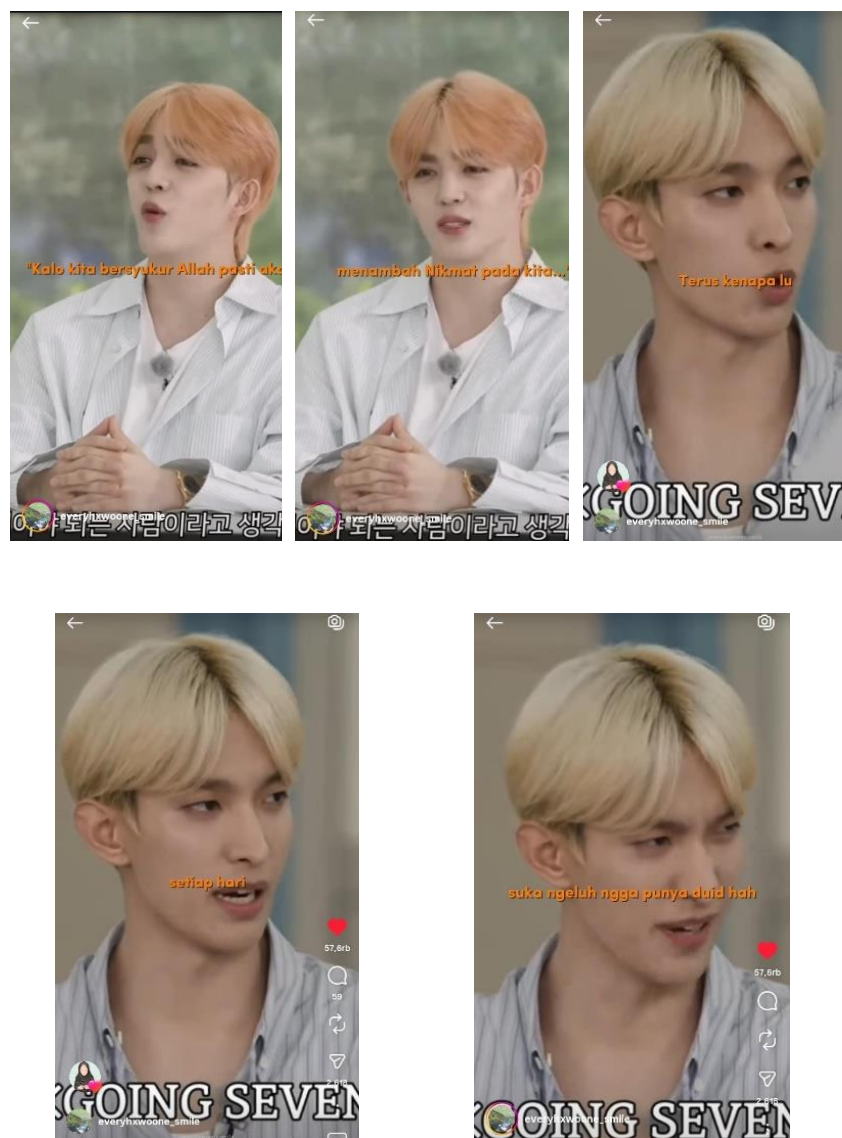
Konten yang berjudul “Bersyukur” (Tabel 4.5) diunggah oleh akun @everyxwoone\_smile pada tanggal 15 Juni 2024 menggunakan potongan *scene* anggota Seventeen S.Coups dan DK yang diambil dari *Variety Show Going Seventeen Episode. 107 Class President Election #1* tahun 2024. Secara visual, adegan ini menampilkan ekspresi S.Coups yang tersenyum penuh dengan percaya diri ketika menyampaikan pernyataan tentang pentingnya bersyukur, sedangkan DK memberikan tanggapan dengan mengekspresikan wajah kesal seolah-olah menyindir inkonsistensi antara ucapan dan perilaku dari ucapan S.Coups. kontras ekspresi ini menjadi simbol bahwa bersyukur tidak cukup hanya diucapkan, tetapi perlu dihayati dan diwujudkan dalam sikap.

Teknik naratif yang digunakan adalah *fake subtitle*, yakni menyisipkan teks dialog yang tidak sama dengan percakapan asli, namun sesuai konteks visual. Melalui kalimat fiktif seperti “Kalau kita bisa bersyukur kepada Allah pasti akan menambahkan nikmat

---

<sup>271</sup> @everyxwoone.smile, “Bersyukur,” *Instagram*, July 15, 2024, <https://www.instagram.com/p/C9cdkLfuuMG/>.

pada kita” yang dibalas dengan “Terus kenapa lu setiap hari suka ngeluh nggak punya duit hah?”, perbuatan konten tersebut menyoroti fenomena ucapan religius yang tidak sejalan dengan perilaku sehari-hari. Teknik ini efektif karena menyampaikan kritik moral secara halus dan jenaka.



Gambar 4. 19 Postingan Bersyukur @everyhxwoone\_smile, 5

Juli 2024

Pesan dakwah diperkuat dengan kutipan ayat, di antaranya, “Jika kalian bersyukur niscaya aku akan menambahkan nikmat kepada kalian” (QS. Al-Baqarah: 172). Dengan rujukan tersebut menegaskan bahwa bersyukur adalah bagian dari ibadah, bukan hanya sekedar ungkapan lisan. Bersyukur menuntut hati yang ridha, tidak banyak mengeluh, serta kemampuan menerima keadaan dengan lapang.

everyxwoone\_smile Pada akhirnya itu hanya sebatas ucapan dan lupa bahwa Hakikatnya bersyukur adalah Bukti kita menyembah kepada-Nya

.

"Jika kalian bersyukur niscaya sungguh aku Allah akan menambah Nikmat pada kalian, sebaliknya jika kalian tidak bersyukur niscaya sesungguhnya siksaku Allah sangatlah berat." (Q.s Ibrahim: 7)

"...Dan bersyukurlah kalian kepada Allah jika kalian menyembah kepada-Nya." (Q.s Al-Baqarah: 172)

Yuu berusaha menjadi orang yang Ahli bersyukur 😊

\*FakeSub

#selfreminder #seventeen #going\_seventeen #scoups #dk

15 Juli 2024

Gambar 4. 20 Kutipan Postingan Bersyukur  
@everyxwoone\_smile

Dengan demikian, pesan dakwah yang terkandung dalam konten tersebut adalah pesan akhlak, karena menekankan pembentukan karakter untuk membiasakan sikap syukur dan menjauhi sifat mudah mengeluh, sehingga seseorang mampu

memaknai nikmat Allah dengan lebih mendalam dan konsisten dalam kehidupan sehari-hari.

**Tabel 4. 5. Analisis Pesan “Bersyukur”**

<b>Akun</b>	@everyhxwoone_smile
<b>Platform</b>	Instagram
<b>Tanggal Unggahan</b>	15 Juni 2024
<b>Idol/Grup K-Pop</b>	S.Coups Seventeen & DK Seventeen
<b>Sumber Video</b>	<i>Going Seventeen Ep. 107 반장 선거 #1 (Class President Election) #1 2024</i> <a href="https://youtu.be/TULYcfiPuo0?si=MJaMoJpZ5IDAeyLm&amp;t=1054">https://youtu.be/TULYcfiPuo0?si=MJaMoJpZ5IDAeyLm&amp;t=1054</a>
<b>Elemen Visual</b>	Menampilkan ekspresi S.Coups yang tersenyum penuh percaya diri saat menyampaikan pernyataan tentang bersyukur. DK terlihat dengan ekspresi kesal, seperti merespons dengan sindiran terhadap ucapan S.Coups.
<b>Simbol Visual</b>	Ekspresi dan interaksi mereka menggambarkan kontras antara pernyataan religius dan perilaku yang tidak sesuai dengan maknanya.
<b>Audio/Musik</b>	Cuplikan audio asli dari acara <i>Variety Show</i> (tanpa musik tambahan) <i>Going Seventeen Ep. 107 Class President Election #1 2024</i>
<b>Teknik Video</b>	<i>Fake subtitle</i> Konten ini menggunakan teknik <i>fake subtitle</i> , yaitu menambahkan teks dialog fiktif pada video asli untuk menyampaikan pesan dakwah. Narasi seolah muncul dari para idol, namun sebenarnya merupakan rekayasa teks dengan tujuan edukatif. Teknik ini efektif karena sesuai konteks visual dan menghadirkan kesan jenaka namun menyentil secara spiritual.
<b>Voice over</b>	-
<b>Dialog/Narasi</b>	S.Coups: Kalau kita bisa bersyukur Allah pasti akan menambahkan nikmat pada kita DK: Terus kenapa lu setiap hari suka ngeluh nggak punya duit hah?
<b>Kutipan (Caption)</b>	Pada akhirnya itu hanya sebatas ucapan dan lupa bahwa hakikatnya bersyukur adalah bukti kita menyembah kepada-Nya.

	<p>“Jika kalian bersyukur niscaya sungguh aku Allah akan menambahkan nikmat pada kalian, sebaliknya jika kalian tidak bersyukur niscaya sesungguhnya siksa Allah sangat berat”- Ibrahim 7</p> <p>“... Dan bersyukurlah kalian kepada Allah jika kalian menyembah kepada-Nya” Al-Baqarah 172</p>
<b>Rujukan Sumber Dakwah</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Qs. Ibrahim 7</li> <li>- Qs. Al-Baqarah 172</li> </ul>
<b>Pesan Dakwah</b>	<p>Tentang pentingnya mengamalkan rasa syukur secara konsisten, bukan hanya sekedar ucapan, serta mengingatkan bahwa bersyukur adalah bentuk penghambaan kepada Allah, karena syukur bukan hanya di lisan tetapi harus dibuktikan dengan hati yang ridha dan sikap yang tidak mengeluh, dan jika seseorang konsisten bersyukur, Allah akan melipatgandakan nikmatnya, sedangkan mengeluh terus-menerus menunjukkan kurangnya rasa <i>Qana'ah</i> (menerima takdir) dan lemahnya penghayatan syukur.</p>
<b>Jenis pesan dakwah</b>	<p>Akhlak- berfokus pada pembentukan karakter dan sikap mental positif seorang Muslim melalui perilaku bersyukur.</p>

#### 6) Ibu<sup>272</sup>

Konten yang berjudul “Ibu” (Tabel 4.6) diunggah oleh akun @impijjaa pada tanggal 9 Agustus 2024 menggunakan potongan *scene* bagian Mingyu dan S.Coups dari konten *Variety Show Going Seventeen Episode 108 Class President Election #2 2024*. Dengan visual, video ini menampilkan percakapan ringan mengenai pertanyaan “Ayam atau telur duluan?”, akan tetapi pada bagian jawaban Mingyu dia menjawab, “Ayam duluan” dan dia juga menambahkan penjelasan kenapa dia menjawab ayam terlebih

<sup>272</sup> @impijjaa, “Ibu,” *Instagram*, August 9, 2024, <https://www.instagram.com/p/C-clznSSxEr/>.

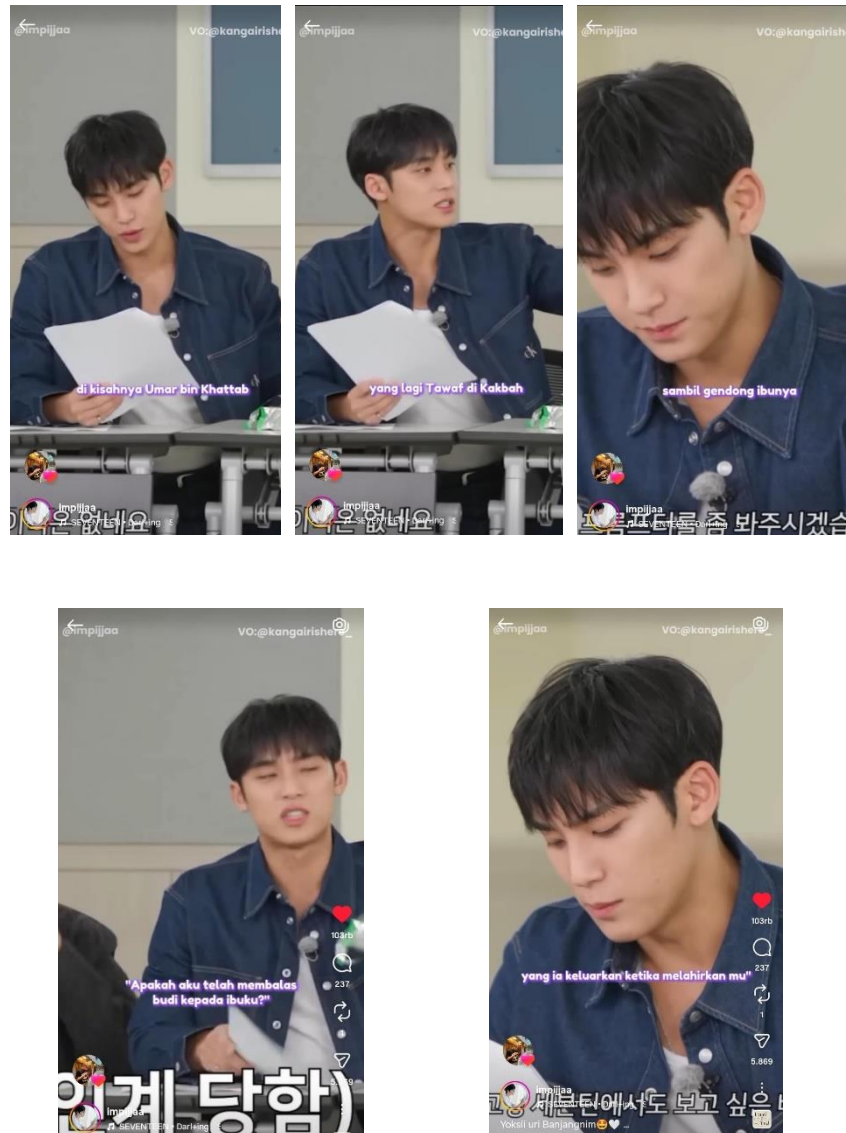
dahulu “Aku tahu betapa hebatnya seorang ibu”, dengan ekspresi dan intonasi. Dalam *scene* tersebut kemudian diinterpretasikan sebagai bentuk penghormatan dan pengakuan terhadap sosok ibu. Interaksi sederhana ini menjadi simbol bahwa nilai kasih sayang dan penghargaan kepada ibu dapat hadir bahkan dalam percakapan sehari-hari.



Gambar 4. 21 Postingan Ibu @impijjaa, 9 Agustus 2024

Teknik naratif yang digunakan adalah gabungan antara *subtitle* asli (*real subtitle*) dan *Voice over* menambahkan konteks dakwah dengan menceritakan kisah Umar bin Khattab yang bertemu seorang pemuda yang melakukan *Thawâf* sambil menggendong ibunya, lalu bertanya apakah ia telah membalas jasa ibunya. Umar menjawab bahwa bahkan satu tarikan nafas sang ibu saat melahirkan tidak dapat terbalaskan, meskipun sang anak telah

mengorbankan tenaga dan kekuatan. Narasi ini menguatkan makna dialog Mingyu, menjadikannya reflektif dan emosional.



Gambar 4. 22 Postingan Ibu 2 @impijjaa, 9 Agustus 2024

Nilai dakwah diperkuat dengan menambahkan rujukan Hadits, dimana Rasulullah SAW menyebut “Ibumu” sebanyak tiga kali sebelum menyebut ayah ketika ditanya siapa yang paling berhak diperlakukan dengan baik. Dalam konteks ini, konten menegaskan

bahwa kedudukan ibu dalam Islam sangat tinggi, dan segala pengorbanan, cinta, serta rasa sakit yang dialami seorang ibu ketika mengandung, melahirkan, dan membesarkan anak tidak dapat disamakan oleh apapun.



Gambar 4. 23 Postingan Ibu 3 @impijjaa, 9 Agustus 2024

Dengan demikian, pesan dakwah yang disampaikan dalam konten tersebut termasuk dakwah akhlak, karena menekankan pentingnya berbakti kepada orang tua, terutama ibu. Konten ini mendorong *audiens* untuk menghargai, mencintai, dan memperhatikan ibu selagi masih ada, serta memahami bahwa kebaikan dan pengorbanan untuk orang tua adalah bentuk ibadah dan amal yang sangat mulia di sisi Allah.

Tabel 4. 6. Analisis Pesan “Ibu”

<b>Akun</b>	@impijjaa
<b>Platform</b>	Instagram
<b>Tanggal Unggahan</b>	9 Agustus 2024
<b>Idol/Grup K-Pop</b>	Mingyu Seventeen & S.Coups Seventeen
<b>Sumber Video</b>	<i>Going Seventeen Ep. 108 반장 선거 #2 (Class President Election) #2 2024</i> <a href="https://youtu.be/uEgjPvWskJc?si=UVH1_AseUc5m7Bzd&amp;t=110">https://youtu.be/uEgjPvWskJc?si=UVH1_AseUc5m7Bzd&amp;t=110</a>
<b>Elemen Visual</b>	Visual menampilkan interaksi dialog antara Mingyu dan S.Coups yang tampak ringan namun diselipi makna mendalam tentang sosok ibu.
<b>Simbol Visual</b>	Mingyu dimaknai sebagai representasi anak yang menghargai ibunya, sesuai dengan penggambaran dalam narasi <i>voice over</i> .
<b>Audio/Musik</b>	Cuplikan audio asli dari acara <i>variety show</i> <i>Going Seventeen Ep. 108 Class President Election #2 2024</i> <i>Seventeen Darl+ling</i> <a href="https://youtu.be/bTtNV6hgDno?si=zsG1-MczPMD4r">https://youtu.be/bTtNV6hgDno?si=zsG1-MczPMD4r</a>
<b>Teknik Video</b>	<i>Real Subtitle+ Voice Over</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan <i>subtitle</i> asli video (<i>real subtitle</i>) untuk menangkap dialog yang memang diucapkan oleh idol.</li> <li>- Tambah <i>voice over</i> naratif yang menggambarkan kisah inspiratif dari Umar bin Khattab dan pemuda yang menggendong ibunya saat Thawaf. Teknik ini menciptakan kontekstualisasi dakwah dengan menyandingkan dialog ringan dan pelajaran Islami secara reflektif.</li> </ul>
<b>Voice over</b>	Ini nih pesona anak yang abis ngirimin orang tuanya 500 juta. Makasih loh, akhirnya dapat jawaban otentik dari pertanyaan yang nggak ada ujungnya itu. “Aku tahu betapa hebatnya seorang ibu” keehh choegoeyo! Kim Mingyu kegambar banget nih di kisahnya Umar bin Khattab yang lagi tawaf di Ka’bah terus ada pemuda lagi tawaf juga sambil gendong ibunya. Pemuda itu nanya nih ke Umar “Apakah aku telah membalas budi kepada ibuku?” kemudian Umar menjawab “Belum walau setarik nafas yang ia keluarkan ketika melahirkanmu” Lihatkan? Sebesar itu loh jasa orang tua kita terutama ibu. Bahkan teriknya panas, beratnya menggendong dan banyaknya putaran tawaf nggak sebanding sama satu tarik nafas ibumu pas

	melahirkan. Jadi nggak heran ya kalau Rasulullah SAW sampai menyebut “Ibumu” tiga kali baru kemudian ayah saat ditanya siapa yang paling berhak kita perlakukan dengan baik.
<b>Dialog/Narasi</b>	S.Coups: Mingyu, mana yang duluan. Ayam atau telur? Mingyu: Menurutku ayam lebih dulu S.Coups: Kenapa ayam duluan? Mingyu: Aku tahu betapa hebatnya seorang ibu
<b>Kutipan (Caption)</b>	
<b>Rujukan Sumber Islam</b>	Hadits tentang pentingnya berbakti kepada ibu: Rasulullah menyebut “Ibumu” sebanyak tiga kali sebelum menyebut “Ayahmu” ketika ditanya siapa yang paling berhak diperlakukan baik (Hr. Bukhari dan Muslim). Dan juga kisah Umar bin Khattab dan pemuda <i>Thawâf</i> bersama ibunya dijadikan ilustrasi untuk memperkuat nilai dakwah yang disampaikan.
<b>Pesan Dakwah</b>	Tentang keutamaan berbakti kepada orang tua, terutama ibu, dan kesadaran bahwa jasa seorang ibu tidak akan pernah mampu dibalas oleh anaknya, karena jasa ibu tak ternilai dan tidak akan pernah bisa dibalas, sehingga seorang Muslim wajib mendahulukan baktinya kepada ibunya sebelum yang lain, dengan menyadari bahwa pengorbanan harta, tenaga, dan waktu untuk orang tua adalah bentuk pengabdian yang sangat mulia di sisi Allah, serta selalu menghargai dan mencintai orang tua selagi mereka masih ada.
<b>Jenis pesan dakwah</b>	Akhlak – Mendorong sikap berbakti, rasa hormat, cinta, dan tanggung jawab anak terhadap orang tua, sebagai bagian dari karakter Muslim yang ideal.

## 7) Bersyukur<sup>273</sup>

Konten yang berjudul “Bersyukur” (Tabel 4.7) diunggah oleh akun @impijjaa pada tanggal 21 Juni 2023 ini menggunakan potongan video dari *variety show* yang berjudul *Wonwoo Mindset Collection Episode 2* tahun 2023, serta cuplikan potongan-potongan video dari *Variety Show Going Seventeen Special I Know*

<sup>273</sup> @impijjaa, “Bersyukur,” *Instagram*, July 21, 2023, <https://www.instagram.com/p/Cu9Bu8YJNcz/>.

& *Don't Know*. Secara visual, dalam video ini menampilkan Wonwoo dengan ekspresi bahagia dan hangat saat berinteraksi dengan anggota Seventeen. Ekspresi serta atmosfer yang ditampilkan merepresentasikan sikap menghargai momen kecil dan kebersamaan, sehingga secara simbolis Wonwoo diposisikan sebagai figur yang belajar bersyukur dari pengalaman hidup dan relasi dengan orang-orang terdekat.

Teknik naratif yang digunakan adalah *real subtitle* dan ditambah dengan teknik *Voice over*. *Real subtitle* menampilkan kutipan asli dari wawancara Wonwoo, yang menunjukkan refleksi personalnya mengenai kebahagiaan. Sementara itu, teknik *voice over* menambahkan ruang tafsir dakwah, dengan mengaitkan pengalaman Wonwoo mencari makna bahagia, dengan konsep syukur dalam Islam. *Voice over* yang menjelaskan bahwa Wonwoo justru menemukan makna kebahagiaan melalui pesan sederhana dari ibunya, yaitu “Hargai selagi ada”, yang kemudian dikontekstualisasikan dengan ajaran syukur sebagai jalan meraih ketenangan batin.



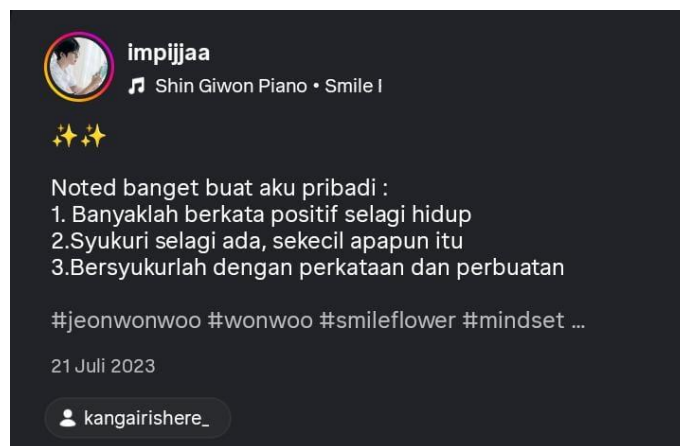
Gambar 4. 24 Postingan Bersyukur @impijjaa, 9 Agustus 2024

Nilai dakwah semakin diperkuat melalui rujukan QS. Ibrahim ayat 7, bahwa Allah akan menambah nikmat bagi orang yang bersyukur. Ayat ini tidak hanya dijadikan *caption*, tetapi juga dihadirkan sebagai penegasan teologis bahwa syukur bukan sekedar perasaan, melainkan sikap spiritual yang harus diiringi dengan lisan dan perbuatan. Narasi ini mengajarkan bahwa kebahagiaan sejati tidak selalu berasal dari pencapaian besar, tetapi seringkali tumbuh dari kemampuan seseorang untuk menghargai

orang-orang di sekelilingnya dan mensyukuri hal-hal kecil dalam hidup.



Gambar 4. 25 Postingan Bersyukur 2 @impijjaa, 9 Agustus 2024



Gambar 4. 26 Gambar Kutipan Postingan Bersyukur @impijjaa

Dengan demikian, pesan dakwah yang disampaikan dalam konten tersebut termasuk dalam pesan dakwah akhlak, karena menekankan pembentukan karakter bersyukur, menghargai keberadaan orang lain, berkata positif, dan menjaga ketenangan hati. Konten ini mendorong *audiens* untuk lebih peka terhadap

nikmat yang sudah dimiliki, serta mengikat rasa syukur dengan kesadaran spiritual, bukan hanya dengan ucapan.

**Tabel 4. 7. Analisis Pesan “Bersyukur”**

<b>Akun</b>	@impijjaa
<b>Platform</b>	Instagram
<b>Tanggal Unggahan</b>	21 Juni 2023
<b>Idol/Grup K-Pop</b>	Wonwoo Seventeen
<b>Sumber Video</b>	Wonwoo <i>Mindset Collection Ep. 2 When You Fell Lost</i> 2023 <a href="https://youtu.be/Tmp2ppiN52A?si=ciJZ2mLTeogGJU3m&amp;t=170">https://youtu.be/Tmp2ppiN52A?si=ciJZ2mLTeogGJU3m&amp;t=170</a> <i>Going Seventeen Special I Know &amp; Don't Know</i> 1 2023 <a href="https://youtu.be/78LM7AyE6-g?si=I6HVjorFjfoM1kp8">https://youtu.be/78LM7AyE6-g?si=I6HVjorFjfoM1kp8</a>
<b>Elemen Visual</b>	Menampilkan Wonwoo yang bahagia, tersenyum, dan hangat saat berinteraksi dengan para anggota Seventeen, menggambarkan atmosfer penuh syukur dan penghargaan terhadap momen kecil dalam hidup.
<b>Simbol Visual</b>	Secara simbolis Wonwoo merepresentasikan pribadi yang belajar bersyukur dan menghargai orang-orang disekitarnya melalui refleksi hidup dan pengalaman pribadi.
<b>Audio/Musik</b>	Cuplikan audio asli dari acara <i>Variety show</i> Wonwoo <i>Mindset Collection Ep. 2 When You Fell Last</i> 2023 Shin Giwon <i>Piano</i> Seventeen - <i>Smile Flower</i> <a href="https://www.Instagram.com/reel/Cp2eAYwpEMp/?igsh=cHVyOHhuNWJhY2ts">https://www.Instagram.com/reel/Cp2eAYwpEMp/?igsh=cHVyOHhuNWJhY2ts</a>
<b>Teknik Video</b>	<i>Real subtitle</i> + <i>Voice over</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Real subtitle</i> digunakan untuk menampilkan kutipan asli dari Wonwoo dalam wawancara (bukan karangan), yang menunjukkan keaslian refleksi diri.</li> <li>- <i>Voice over</i> ditambahkan secara naratif untuk memperkuat pesan dakwah, menghubungkan kisah Wonwoo dengan konsep bersyukur dalam Islam melalui dalil Al-Qur'an dan pengalaman pribadi</li> </ul>

<b>Voice over</b>	Awalnya Wonwoo cerita, sejak 2021 dia mulai mencari tahu makna bahagia setiap bertemu orang baru. Wonwoo selalu bertanya 'Apakah kamu bahagia?' dengan harapan dia dapat mengerti apa itu bahagia. Ternyata jawaban yang selama ini dia cari justru ia temukan dari perkataan ibunya sendiri. Yang bisa disimpulkan bahagia = bersyukur. Saat aku cari tau tentang manfaat bersyukur jawaban teratasnya adalah 'Memberikan perasaan tenang' saat kita bersyukur tubuh akan di aliri perasaan positif. Sehingga, pikiran kita jauh lebih jernih dan membuat kita menjadi lebih menghargai hidup seperti yang dilakukan Wonwoo sejak saat itu.
<b>Dialog/Narasi</b>	Wonwoo: Sebelum ibu meninggal, semua yang dikatakan kepada saya adalah positif seperti yang kalian tahu, saat itu ibuku sering berkata 'Apapun itu, hargai dia selagi ada disampingmu' sejak saat itu, saya belajar betapa berharganya orang-orang disekitar saya dan saya belajar betapa berharganya orang-orang disekitar saya dan saya belajar bagaimana bersyukur bahkan untuk hal-hal kecil. "Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti kami akan menambah (nikmat) kepadamu, ..." Qs Ibrahim 7
<b>Kutipan (Caption)</b>	Noted banget buat aku pribadi 1. Banyaklah berkata positif selagi hidup 2. Syukuri selagi ada, sekecil apapun itu 3. Bersyukur dengan perkataan dan perbuatan
<b>Rujukan Sumber Islam</b>	Qs. Ibrahim 7
<b>Pesan Dakwah</b>	Tentang makna kebahagiaan yang hakiki, yaitu bersyukur dalam segala keadaan, serta pentingnya menghargai orang-orang di sekitar kita selagi masih ada, karena kebahagiaan sejati lahir dari hati yang bersyukur, dengan menghargai orang-orang tercinta selagi masih bersama kita, banyak berkata positif karena lisan yang baik membawa ketenangan, dan mensyukuri sekecil apapun nikmat sebagai tanda penghambaan kepada Allah.
<b>Jenis Pesan Dakwah</b>	Akhlak – Karena menekankan pada pembentukan sikap bersyukur, menghargai sesama, berkata positif, dan menunjukkan ketenangan batin dalam menghadapi hidup.

## B. Pembahasan

### 1. Pemanfaatan Budaya Global dalam Dakwah Digital

Fenomena pemanfaatan konten video K-Pop dalam penyiaran Dakwah Islam di media sosial tidak dapat dilepaskan dari kerangka Globalisasi Budaya.<sup>274</sup> Globalisasi Budaya pada hakikatnya merupakan proses penyebaran nilai, simbol, dan praktik budaya yang melintas batas-batas geografis sehingga membentuk suatu ruang kultural global yang saling terhubung.<sup>275</sup> K-Pop sebagai produk budaya populer Korea Selatan telah menjadi salah satu representasi nyata dari proses globalisasi tersebut.<sup>276</sup> Kepopulerannya tidak hanya terbatas di kawasan Asia Timur, melainkan juga menjangkau berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia, melalui media digital dan jaringan media sosial.<sup>277</sup>

Berdasarkan hasil penelitian, para kreator dakwah seperti @kpopers.halal, @impijaa, @chiku.z77, @everyhxwoone.smile, @kangairishere\_, @jannah127, @haf.izza, @desy0507ci, @yubin131\_, dan @joshuhui memanfaatkan potongan video idol K-Pop baik dari Musik Video (MV), *Variety Show*, maupun *Fancam* sebagai media Dakwah Islam di Instagram dan TikTok. Potongan visual yang sudah akrab bagi

---

<sup>274</sup> Abdul Wazib, "Globalisasi Budaya Media Dan Identitas: Muslimah K-Pop, Kesalahan Beragama Dan Praktik Budaya Populer" (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2020), [https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/44877/1/17202010018\\_BAB-I\\_IV-atau-V\\_DAFTAR-PUSTAKA.pdf](https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/44877/1/17202010018_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf).

<sup>275</sup> Eb, "Globalisasi Budaya, Homogenisasi Dan Pengaruhnya Terhadap Identitas Budaya Lokal."

<sup>276</sup> Wazib, "Globalisasi Budaya Media Dan Identitas: Muslimah K-Pop, Kesalahan Beragama Dan Praktik Budaya Populer," 66.

<sup>277</sup> Miftakurjana, "Terkikisnya Budaya Islam Bagi Remaja Melalui Korean Wave (Studi Kasus Social Media, Tik Tok)."

penggemar menciptakan ikatan emosional yang kuat, sehingga pesan keislaman yang disisipkan dalam bentuk ayat Al-Qur'an, Hadits, Kisah Rasul dan Sahabat, maupun motivasi Islami menjadi lebih mudah diterima *Audiens*.

Salah satu contoh dapat dilihat pada hasil analisis video “Bersyukur”<sup>278</sup> (No.7) dari akun @impijjaa, yang menggunakan potongan adegan Wonwoo Seventeen ketika membicarakan pentingnya menghargai orang terdekat dan bersyukur atas pengalaman hidup.

Kreator kemudian menambahkan narasi *voice over* untuk memperjelas pesan dakwah dengan menyatakan bahwa kebahagiaan sejati dapat ditemukan melalui sikap syukur. Narasi tersebut diperkuat dengan kutipan Ayat Al-Qur'an surah Ibrahim ayat 7. Strategi ini menunjukkan bagaimana pengalaman idol K-Pop yang bersifat profan dapat dimodifikasi menjadi sarana komunikasi keagamaan yang kontekstual.

Contoh lain terlihat pada video “Pamer Harta”<sup>279</sup> (No.3) dari akun @everyxwoone.smile. kreator menggunakan teknik *fake subtitle* sehingga idol Seventeen seolah-olah sedang mengalami situasi pamer kekayaan. Dalam potongan tersebut, ekspresi DK yang tampak kesal ketika melewati Hoshi ditambahkan terjemahan dialog yang kreatif yang menyesuaikan pembahasan yang diinginkan, dan diperkuat dengan *caption*. Meskipun potongan video tersebut berasal dari konten hiburan, melalui kreativitas

---

<sup>278</sup> @impijjaa, “Bersyukur.”

<sup>279</sup> @everyxwoone.smile, “Pamer Harta.”

kreator ia berhasil bertransformasi menjadi media dakwah yang sarat dengan pesan moral dan spiritual.

Dalam perspektif Globalisasi Budaya, praktik-praktik tersebut merepresentasikan bentuk glocalisasi (*glocalization*), yaitu proses pengadaptasian budaya global ke dalam konteks lokal dengan memberikan makna baru sesuai dengan nilai yang dianut masyarakat. Potongan video K-Pop yang sejatinya berfungsi sebagai hiburan profan ditransformasikan oleh kreator menjadi ruang dakwah yang memuat pesan moral dan spiritual. Dengan demikian, globalisasi budaya tidak hanya dipahami sebagai arus masuk budaya asing, melainkan juga sebagai arena negosiasi identitas, di mana nilai-nilai Islam dapat dikontekstualisasikan melalui media populer.

Lebih jauh, strategi ini juga menegaskan bahwa Globalisasi Budaya tidak selalu berimplikasi negatif terhadap generasi muda Muslim. Sebaliknya, melalui pemanfaatan budaya populer global, Dakwah Islam dapat menemukan bentuk baru yang lebih komunikatif, kreatif, dan relevan dengan karakteristik *Audiens* digital. Sebagaimana terlihat dari praktek para kreator, pendekatan ini mampu menjembatani jarak antara dunia hiburan global dan kebutuhan spiritual anak muda, sehingga Dakwah Islam tetap hadir dalam ruang-ruang digital yang sebelumnya didominasi oleh konten hiburan.

Dengan demikian, temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa pemanfaatan video K-Pop sebagai media dakwah di media sosial merupakan wujud inovasi dalam menghadapi arus Globalisasi Budaya.

Dakwah Islam tidak menolak arus globalisasi secara total, melainkan mengadopsi unsur-unsur yang relevan untuk kemudian diarahkan menjadi sarana penyebaran nilai keislaman. Hal ini sekaligus menegaskan bahwa Globalisasi Budaya dapat menjadi peluang strategis bagi perkembangan Dakwah Islam di era digital, selama dilakukan dengan pendekatan kritis, selektif, dan kontekstual.

## **2. Adaptasi Inovasi Dalam Strategi Dakwah**

Pemanfaatan konten video K-Pop dalam dakwah digital dapat dianalisis menggunakan kerangka teori adopsi inovasi yang dikemukakan oleh Everett M. Rogers. Teori ini menjelaskan bahwa penerimaan suatu inovasi dalam masyarakat ditentukan oleh lima karakteristik utama, yaitu *Relative Advantage*, *Compatibility*, *Complexity*, *Trialability*, dan *Observability*. Berdasarkan hasil penelitian, strategi dakwah para kreator berbasis K-Pop menunjukkan kesesuaian dengan kelima indikator tersebut.

### **a. *Relative Advantage* (Keunggulan Relatif)**

Dibandingkan ceramah konvensional yang panjang dan cenderung formal, konten dakwah berbasis K-Pop menawarkan keunggulan berupa durasi singkat, tampilan visual menarik, serta kedekatan emosional dengan *audiens*. Misalnya pada video “Permintaan Kepada Allah”<sup>280</sup> (No. 4) dari akun @chiku.z77 yang menggunakan potongan

---

<sup>280</sup> @chiku.z77, “Permintaan Kepada Allah.”

*Variety Show Going Seventeen Ep. 91 Point Of Omniscient Interfere Penalty #1 (2023).*<sup>281</sup>

Dalam cuplikan tersebut, ditampilkan adegan Vernon dan Dino sedang menikmati makanan bersama, dengan ekspresi tersenyum dari Dino yang kemudian dijadikan titik fokus. Kreator kemudian menambahkan narasi *Point Of View* yang menjadikan seperti sudut pandang *audiens* yang mengingat bahwa makanan yang dimakan sekarang adalah aduannya ke Allah yang menginginkan makanan tersebut.

Narasi ini lalu diperkuat dengan Hadits tentang pentingnya berdoa dan bersyukur atas rezeki yang diberikan Allah. Dengan menyisipkan dalil keagamaan pada ekspresi idol, pesan dakwah menjadi lebih dekat dan mudah dipahami. Temuan ini juga sejalan dengan hasil wawancara salah satu kreator yang menyatakan bahwa strategi tersebut dipilih untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan keislaman dengan mempertimbangkan karakteristik *audiens* K-Pop. Menurutnya, “Biasanya kan mereka lebih ngedengerin kalau bias-nya/idola ngomong daripada nonton ceramah,”<sup>282</sup> sehingga penggunaan potongan video idol dinilai memiliki keunggulan relatif dalam menarik perhatian dan mendorong penerimaan pesan.

---

<sup>281</sup> [GOING SEVENTEEN] EP.91 전참시 벌 #1 (Point of Omniscient Interfere Penalty #1), directed by SEVENTEEN, 2023, 09:54, <https://www.youtube.com/watch?v=q3rfMpxOl08>.

<sup>282</sup> @kpopers.halal, op.cit

Keunggulan relatif inilah yang membuat dakwah semacam ini lebih diminati generasi muda yang terbiasa dengan konten cepat dan visual di TikTok maupun Instagram.

**b. *Compatibility* (Kesesuaian)**

Konten dakwah berbasis K-Pop disesuaikan dengan nilai, pengalaman, dan kebutuhan *audiens*, khususnya kalangan KPopers Muslim. Kreator memahami bahwa penggemar memiliki ikatan emosional dengan idol, sehingga pesan keislaman yang dikaitkan dengan momen idol lebih mudah diterima. Misalnya, pada video “Bersyukur”<sup>283</sup> (No.5) dari akun @everyhxwoone.smile, ditampilkan ekspresi S.Coups yang tersenyum penuh percaya diri saat menyampaikan pernyataan tentang bersyukur, lalu ditanggapi oleh ekspresi DK yang tampak kesal, seolah-olah menyindir pernyataan tersebut. Kreator menambahkan pesan dakwah tentang pentingnya mengamalkan rasa syukur secara konsisten, bukan hanya sekedar ucapan, dan memperkuatnya dengan dalil Al-Qur’an. Contoh ini memperlihatkan bahwa konten dakwah dapat diselaraskan dengan keseharian *Audiens* tanpa mengurangi substansi ajaran Islam.

**c. *Complexity* (Tingkat Kerumitan)**

Konten dakwah berbasis K-Pop disajikan dengan gaya sederhana, humoris, dan mudah dipahami. Kreator memanfaatkan teknik editing seperti *fake subtitle*, *real subtitle*, *Point Of View*, *voice over*, dan

---

<sup>283</sup> @everyhxwoone.smile, “Bersyukur.”

*dubbing* untuk menyampaikan pesan religius secara ringan. Misalnya, video “Pamer Harta”<sup>284</sup> (No.3) dari akun @everyhxwoone.smile menggunakan teknik *fake subtitle* yang membuat idol Seventeen seolah-olah menegur perilaku pamer harta. Ekspresi DK yang kesal ditambahkan dialog imajiner.

Dan Pesan ini diperkuat dengan *caption* bahwa harta yang sesungguhnya adalah yang diinfakkan di jalan Allah. Teknik penyampaian ini menjadikan dakwah lebih mudah dipahami tanpa penjelasan panjang, sehingga tingkat kerumitannya rendah bagi *Audiens* digital.

#### **d. Trialability (Kemungkinan Untuk Diuji Coba)**

Inovasi dakwah berbasis K-Pop memiliki karakter yang fleksibel, sehingga mudah diadaptasi oleh para kreator. Para kreator dapat mengolah ulang potongan video, menambahkan narasi Islami, serta menyesuaikan tema konten dengan tren yang sedang berlangsung. Hal ini terlihat pada akun @everyhxwoone\_smile yang aktif merespons rilis konten baru dari program *variety show* Going Seventeen.

Misalnya, pada video “Taubat”<sup>285</sup> (No.2) yang memanfaatkan potongan Going Seventeen *Ep. 121 Going Millionaire #2*<sup>286</sup> yang dirilis pada tanggal 27 November 2024, kreator mengunggah konten tersebut hanya empat hari setelahnya, yaitu pada tanggal 1 Desember 2024. Pola

---

<sup>284</sup> @everyhxwoone.smile, “Pamer Harta.”

<sup>285</sup> @everyhxwoone.smile, “Taubat.”

<sup>286</sup> [GOING SEVENTEEN] EP.121 GOING Millionaire #2, directed by SEVENTEEN, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=EjR9IAGEQaM>.

serupa juga tampak pada video “Pamer Harta”<sup>287</sup> (No.3) yang menggunakan potongan *Going Seventeen Ep. 115 Boss #2*<sup>288</sup> yang diliris pada tanggal 25 September 2024, atau selang empat hari setelah perilisan, yakni pada tanggal 29 September 2024. Begitu pula pada video “Bersyukur”<sup>289</sup> (No.5) yang mengambil cuplikan dari *Going Seventeen Ep. 107 Class President Election #1*<sup>290</sup> yang diliris pada tanggal 10 Juli 2024, kemudian diunggah pada tanggal 15 Juli 2024, hanya lima hari.

Konsistensi unggahan dalam rentang waktu yang cepat ini menunjukkan bahwa kreator mampu mengikuti tren secara *real time* sekaligus menyisipkan pesan dakwah yang relevan. Dengan demikian, penyebaran nilai-nilai Islam dapat berlangsung bersamaan dengan dinamika budaya populer yang tengah diminati *audiens*, tanpa menghilangkan karakter hiburannya.

#### e. *Observability* (Kemudahan Diamati)

Keberhasilan inovasi dakwah berbasis K-Pop dapat dengan mudah diamati melalui respon publik berupa jumlah penonton, komentar, serta interaksi *Audiens*. Misalnya, video “Iman Yang Kuat”<sup>291</sup> (No.1) mencapai sekitar dua juta penonton dengan 190 komentar. Selain itu,

---

<sup>287</sup> @everyhxwoone.smile, “Pamer Harta.”

<sup>288</sup> [GOING SEVENTEEN] EP.115 BOSS #2, directed by SEVENTEEN, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=ADs-cRoL9JU>.

<sup>289</sup> @everyhxwoone.smile, “Bersyukur.”

<sup>290</sup> [GOING SEVENTEEN] EP.107 반장 선거#1 (Class President Election #1), directed by SEVENTEEN, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=TULYcfiPuo0>.

<sup>291</sup> @everyhxwoone.smile, “Iman Yang Kuat.”

akun @kpopers.halal mengalami titik balik ketika salah satu kontennya viral di *For Your Page* (FYP) TikTok, sehingga mendorong kreator lain seperti @joshuhui untuk mengadopsi strategi serupa. *Observabilitas* ini menunjukkan bahwa keberhasilan strategi dakwah tidak hanya tampak dari kontennya, tetapi juga dari partisipasi dan keterlibatan *Audiens*.

Analisis ini menunjukkan bahwa pemanfaatan K-Pop dalam dakwah digital memenuhi karakteristik inovasi yang memungkinkan tingkat adopsi tinggi. Konten yang sederhana, kesesuaian dengan pengalaman *Audiens*, serta mudah diamati membuat strategi ini cepat menyebar di kalangan kreator dakwah digital. Selain itu, penggunaan platform media sosial seperti TikTok dan Instagram mempercepat proses adopsi karena didukung algoritma berbasis viralitas, sehingga pesan dakwah dapat menjangkau *Audiens* lebih luas dalam waktu singkat.

Dengan demikian, strategi kreator dalam memanfaatkan KPop untuk dakwah dapat dipahami sebagai bentuk inovasi yang berhasil diadopsi oleh komunitas Muslim muda. Hal ini menegaskan bahwa teori adopsi inovasi relevan untuk menjelaskan bagaimana ide baru, yakni integrasi budaya populer global dengan nilai keislaman yang dapat diterima dan berkembang di era digital.

### **3. Klasifikasi Pesan Dakwah**

Setelah data dikumpulkan, maka dapat diidentifikasi pesan-pesan dakwah yang disampaikan pada video tersebut. Menghasilkan kategorisasi,

ditemukan tujuh jenis pesan dakwah yang terdiri atas dua pesan akidah dan lima pesan akhlak.

#### **a. Pesan Dakwah Kategori Akidah**

Di antara pesan-pesan dakwah yang ditemukan dalam penelitian ini adalah keimanan, ketakwaan, dan keyakinan. Ketiga aspek tersebut termasuk dalam kategori pesan akidah.<sup>292</sup> Secara konseptual, akidah dapat dipahami sebagai keyakinan fundamental seorang muslim kepada Allah SWT yang tercermin melalui ucapan maupun perbuatan, serta didasari oleh nilai-nilai iman dan ketakwaan kepada tuhan.<sup>293</sup> Akidah merupakan bagian penting dalam ajaran Islam yang membahas pokok-pokok keimanan dan keyakinan yang harus dipegang oleh setiap muslim. Keyakinan tersebut mengikat hati dan jiwa seorang mukmin sehingga ia berpegang teguh pada seluruh prinsip yang diyakini, yang secara garis besar tercantum dalam Rukun Iman.<sup>294</sup>

##### **1) Keimanan dan Ketakwaan**

Temuan ini selaras dengan konten dakwah yang dianalisis, khususnya pada data “Iman Yang Kuat” (Tabel 4.1)<sup>295</sup> yang menekankan pentingnya menjaga keimanan dan ketakwaan ketika menghadapi godaan setan. Dalam dialog “DK: Godaan mu itu nggak akan pernah bisa menguasai diriku ini ...” dengan pesan yang

---

<sup>292</sup> Abdulaziz Al-Tarifi, *Beberapa Pembahasan Akidah* (tt: Osoul Center, 2013), 1–2.

<sup>293</sup> Subhan Hi Ali Dodego, *Islam keindonesiaan: redefinisi toleransi beragama dalam Al-Qur'an* (Yogyakarta: Penerbit LeutikaPrio, 2020), 29.

<sup>294</sup> Hatta, *Akidah Islam*, 7.

<sup>295</sup> @everyxwoone.smile, “Iman Yang Kuat.”

disampaikan menunjukkan bahwa seorang muslim harus tetap berpegang pada akidah agar tidak terjerumus dalam tipu daya syaitan.

Pesan tersebut menggambarkan bahwa akidah bukan hanya sekedar keyakinan yang diucapkan, tetapi merupakan keyakinan mendasar yang menjadi fondasi seluruh aspek keagamaan seorang muslim.<sup>296</sup> Di dalam akidah tercakup pemahaman mengenai Keesaan Allah, sifat-sifat-Nya, serta kewajiban beriman kepada Allah dan Rasul-Nya, kitab-kitab-Nya, dan seluruh rukun iman lainnya. Dengan demikian, pesan dakwah tersebut menegaskan bahwa siapa saja yang tidak memegang teguh akidah akan mudah tersesat<sup>297</sup> dan terpengaruh oleh godaan syaitan, sedangkan mereka yang memiliki akidah yang kuat akan tetap menjaga dalam Keteguhan Iman. Keteguhan Iman menjadi benteng utama yang mencegah manusia dari kesalahan, sehingga ilustrasi ini merefleksikan bentuk internalisasi akidah melalui sikap waspada, introspeksi diri, dan keteguhan hati.

## **2) Bergantung Kepada Allah**

Pada konten dakwah lainnya, yaitu “Permintaan Kepada Allah” (Tabel 4.4)<sup>298</sup> yang menekankan pentingnya membiasakan diri untuk mengadukan segala urusan kepada Allah, bahkan dalam hal-

---

<sup>296</sup> Dodego, *Islam keindonesiaan*, 29.

<sup>297</sup> Dodego, 29.

<sup>298</sup> @chiku.z77, “Permintaan Kepada Allah.”

hal yang tampak sederhana seperti makanan atau ujung pensil yang patah. Gambaran tersebut menunjukkan keyakinan mendalam seorang muslim terhadap sifat Allah sebagai Maha Pemberi Rezeki, sebagaimana ditegaskan dalam hadits riwayat Muslim: “Wahai hamba-Ku. Kalian semua kelaparan, kecuali orang yang aku berikan makan. Maka mintalah makan kepada-Ku, nicaya aku akan berikan”-Hr Muslim.<sup>299</sup> Begitu pula hadits riwayat Al-Baihaqi yang mengatakan: “Mintalah kepada Allah, bahkan meminta tali sandal sekalipun”-Hr. Al Baihaqi.

Kebiasaan meminta hanya kepada Allah memperlihatkan bentuk penerapan akidah dalam kehidupan sehari-hari melalui sikap tawakal, rasa syukur, serta pengakuan bahwa seluruh kebutuhan manusia sepenuhnya bergantung kepada-Nya. Hal ini sejalan dengan dasar akidah Islam yang mengajarkan bahwa setiap manusia harus meyakini Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa. Tempat bergantung segala sesuatu, tidak beranak dan tidak diperanakan, serta tiada satupun yang setara dengan-Nya.<sup>300</sup>

Dengan demikian, kedua konten tersebut menunjukkan bahwa para kreator dakwah berbasis K-Pop tidak hanya menyampaikan konsep akidah secara verbal, tetapi juga mengemasnya menjadi pesan yang praktis dan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Baik melalui nasihat

---

<sup>299</sup> Muhammad Isnaini Lubis, *Sholat Khusyuk : Meraih Kesuksesan Dunia Dan Akhirat* (Indramayu: Penerbit Adab Indonesia, 2024), 12.

<sup>300</sup> Dodego, *Islam keindonesiaan*, 30.

untuk menjaga diri dari godaan syaitan maupun ajakan untuk selalu bergantung kepada Allah dalam setiap urusan, dengan ini konten-konten ini berhasil menanamkan nilai akidah secara sederhana, relevan, dan mudah dipahami oleh *audiens* muda di media sosial.

### **b. Pesan Dakwah Kategori Akhlak**

Secara konseptual, akhlak dalam Islam sebenarnya mencakup etika, moral, dan karakter, yakni kepribadian tingkah laku dan kepribadian karakter yang tercermin melalui sikap, ucapan, maupun tindakan seorang muslim dalam kehidupan sehari-hari.<sup>301</sup> Akhlak mencakup hubungan manusia dengan Allah (*Hablun mina Allâh*), dengan dirinya sendiri (*Hablun mina al-Nafs* dan *Hablun mina al-Jism*), serta dengan sesama manusia (*Hablun mina al-Nās*).<sup>302</sup> Dalam tradisi keilmuan Islam, akhlak menempati posisi sentral karena menjadi indikator kualitas keimanan sekaligus manifestasi dari nilai-nilai spiritual yang terinternalisasi. Oleh sebab itu, pembahasan mengenai akhlak tidak hanya menyoroti aspek moral, tetapi juga bagaimana nilai-nilai tersebut diwujudkan secara konsisten dalam praktik sosial dan personal seorang mukmin.

#### **1) Kejujuran, Introspeksi Diri dan Kerendahan Hati**

Di antara pesan-pesan dakwah yang ditemukan dalam penelitian ini adalah nilai-nilai akhlak seperti kejujuran hati,

---

<sup>301</sup> Masykuri Abdillah, *Islam & Dinamika Sosial Politik di Indonesia* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015), 163.

<sup>302</sup> Jaya and Sufya, *Spiritualisasi Taubat & Maaf dalam Optimalisasi Kesehatan Mental*, 96.

introspeksi diri, dan sikap rendah hati. Nilai-nilai tersebut tampak pada konten video berjudul “Taubat” (Tabel 4.2)<sup>303</sup>, yang menekankan pentingnya kejujuran dalam mengakui kesalahan, melakukan introspeksi diri, serta kerendahan hati di hadapan Allah Swt. Pesan ini digambarkan melalui dialog “Kelihatan di luar haha hihi...” yang memperlihatkan kontras antara keceriaan lahiriah dan kondisi batin yang sebenarnya, kemudian diikuti dengan pengakuan hati melalui ungkapan doa “*Lâ ilâha illâ Anta subhânaka innî kuntu mina al-Zâlimîn*”.

Simbol visual berupa ekspresi diam pada tokoh DK dalam video menguatkan makna perenungan dan kesadaran spiritual, menggambarkan proses internal ketika seseorang menyadari kekeliruannya. Hal ini sejalan dengan pesan moral yang menunjukkan bahwa tampilan luar tidak selalu mencerminkan kebersihan hati. Oleh karena itu, setiap individu perlu menilai kembali dirinya dan bertaubat, sebagaimana dicontohkan dalam kisah Nabi Yunus as ketika beliau menyadari kesalahannya dan memohon ampun kepada Allah Swt.

Dalam kisah tersebut, Nabi Yunus as merendahkan diri di hadapan Allah, mengakui kesalahannya, serta memperbanyak dzikir dan doa. Doa beliau yang diabadikan dalam Al-Qur’an, “*Lâ ilâha illâ Anta subhânaka innî kuntu mina al-Zâlimîn*” yang berarti

---

<sup>303</sup> @everyxwoone.smile, “Taubat.”

“Tidak ada tuhan selain Engkau, Maha Suci Engkau, sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang zalim” menjadi bukti penyesalan dan ketulusan hatinya.<sup>304</sup> Kisah ini memberikan pelajaran bahwa dengan keimanan, ketulusan dan ketergantungan total kepada Allah, seseorang akan senantiasa mendapatkan jalan keluar dan pertolongan-Nya. yang bertawakal dan berserah diri kepada-Nya.<sup>305</sup>

Dengan demikian, kisah Nabi Yunus as mengajarkan pentingnya kesabaran, keimanan, dan ketawakalan dalam menghadapi berbagai persoalan hidup, serta menegaskan bahwa setiap kesalahan dapat diperbaiki melalui taubat yang tulus dan kesungguhan hati.<sup>306</sup>

## 2) Sifat Sombong dan Perilaku Pamer

Dalam konten video yang berjudul “Pamer Harta” (Tabel 4.3)<sup>307</sup>, teridentifikasi nilai-nilai akhlak buruk yang berkaitan dengan sifat sombong dan sikap suka pamer. Dalam ajaran Islam, Kesombongan sebagaimana dijelaskan oleh Rasulullah saw adalah “*Man safiha al-ḥaqqa wa ghamata al-Nās*” (HR. Muslim) yang berarti menolak kebenaran dan merendahkan orang lain.<sup>308</sup> bentuk Kesombongan muncul ketika seseorang menganggap dirinya

---

<sup>304</sup> Shanti Nurani and Abdul Charis, *Reflections of the Soul In Islam: Jiwa-Jiwa yang Bersedih Mendekatlah* (Yogyakarta: Nagapustaka, 2025), 25.

<sup>305</sup> Nurani and Charis, 25.

<sup>306</sup> Nurani and Charis, 25.

<sup>307</sup> @everyhwoone.smile, “Pamer Harta.”

<sup>308</sup> Imam an-Nawawi, *Syarah Riyadhus Shalihin jilid 1* (Depok: Gema Insani, 2023), 258.

memiliki keutamaan lebih besar dibandingkan orang lain, sehingga mendorongnya untuk membanggakan diri sekaligus merendahkan pihak lain.<sup>309</sup> Adapun sikap pamer (*al-Murâ'î*) dipahami sebagai perilaku memperlihatkan sesuatu untuk menarik perhatian dan pujian dari orang lain.<sup>310</sup> sebagaimana ditampilkan oleh tokoh yang memamerkan uang dalam video tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan akhlak ini diperkuat melalui elemen visual yang menampilkan ekspresi DK yang tampak kesal saat melewati Hoshi yang sedang memamerkan uang yang ia peroleh. Gestur dan raut wajah DK mencerminkan penolakan terhadap perilaku pamer, sehingga secara visual membangun kontras antara sikap *tawâdu'* dan kesombongan. Interaksi keduanya menjadi simbolisasi dua karakter moral yang berlawanan. Sebagaimana DK menjadi representasi sikap rendah hati, sementara Hoshi merepresentasikan perilaku sombong dan pamer.

Dialog dalam video turut mempertegas makna tersebut, seperti pada ujaran “Dk: Pamer duit lu?” dan “Dk: Sombong amat. Bawa aja tuh duit sampe lu mati!” dialog tersebut menjadi bentuk teguran moral yang menolak perilaku riya dan kesombongan, serta

---

<sup>309</sup> Sahri, *Mutiara Akhlak Tasawuf - Rajawali Pers* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2021), 55.

<sup>310</sup> Sahri, 58.

menunjukkan bahwa sikap pamer bukanlah perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai akhlak dalam Islam.

### 3) Syukur, Ridha dan Keteguhan Moral

Syukur adalah memuji Maha Pemberi Nikmat atas kebaikan yang telah diberikannya. Syukur seorang hamba berkisar atas tiga hal, yang apabila ketiganya tidak berkumpul, maka tidaklah dinamika bersyukur, yaitu mengakui nikmat dalam batin, membicarakannya secara lahir, dan menjadikannya sebagai sarana untuk taat kepada Allah.<sup>311</sup> Jadi, syukur itu berkaitan dengan hati, lisan, dan anggota tubuh. Dimana hati untuk *ma'rifah* dan *Maḥabbah*, lisan untuk memuji dan menyebut nama Allah, dan anggota tubuh untuk digunakan nikmat yang diterima sebagai sarana untuk menjalankan ketaatan kepada Allah dan menahan diri dari maksiat kepada-Nya.<sup>312</sup>

Dalam video yang berjudul “Bersyukur” (Tabel 4.5)<sup>313</sup>, pesan dakwah menegaskan bahwa syukur tidak berhenti pada ucapan, tetapi harus diwujudkan melalui hati yang ridha, lisan yang tidak mengeluh, serta konsistensi perilaku dalam menerima nikmat Allah. Pemaknaan ini selaras dengan konsep syukur dalam ajaran Islam yang meliputi tiga aspek, yakni mengakui nikmat dalam

---

<sup>311</sup> Yunahar Ilyas, *Kuliah Akhlaq* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2006), 50.

<sup>312</sup> Ilyas, *Kuliah Akhlaq*.

<sup>313</sup> @everyxwoone.smile, “Bersyukur.”

batin, mengucapkannya melalui lisan, dan menggunakan nikmat tersebut untuk taat kepada Allah.

Simbol visual memperkuat pesan ini melalui kontras antara ekspresi S.Coups yang tampak percaya diri saat berbicara tentang syukur dengan ekspresi DK yang menunjukkan ketidaksenangan. Ketidaksesuaian ini memperlihatkan kritik terhadap sikap syukur yang hanya diucapkan namun tidak diwujudkan dalam perilaku. Kontras tersebut dipertegas melalui dialog “S.Coups: Kalau kita bisa bersyukur Allah pasti akan menambahkan nikmat kepada kita.” Dan di sambut dengan balasan “DK: Terus kenapa lu setiap hari suka ngeluh nggak punya duit, hah?”. Melalui penyajian dialog tersebut, konten ini menegaskan bahwa syukur yang autentik harus hadir secara menyeluruh pada hati, lisan, dan anggota tubuh. Serta tidak cukup dinyatakan secara verbal tanpa tercermin dalam tindakan.

Sedangkan, video “Bersyukur” lain (Tabel 4.7)<sup>314</sup> menampilkan dimensi syukur yang berfokus pada kebahagiaan batin melalui kemampuan menghargai hadirnya orang-orang di sekitar. Elemen visual memperlihatkan ekspresi Wonwoo yang hangat dan bahagia saat berinteraksi dengan anggota Seventeen, menggambarkan penerapan syukur yang tercermin melalui sikap menghargai momen sederhana dalam kehidupan.

---

<sup>314</sup> @impijjaa, “Bersyukur.”

Secara simbolis, Wonwoo direpresentasikan sebagai pribadi yang belajar memaknai syukur melalui refleksi pengalaman hidup, terutama nasihat ibunya “Apapun itu, hargai dia selagi ada di sampingmu.” Narasi tersebut menunjukkan bahwa syukur bukan hanya tentang mengakui nikmat secara batin dan lisan, tetapi juga menggunakan nikmat dalam hubungan sosial antar manusia, sebagai sarana ketaatan dan penghargaan, sesuai dengan konsep syukur yang melibatkan hati, lisan, dan anggota tubuh.

Pesan ini diperkuat dengan kutipan Q.S. Ibrahim Ayat 7, yang menegaskan bahwa syukur akan mendatangkan tambahan nikmat. Dengan itu konten ini mengilustrasikan bahwa kebahagiaan tidak hanya bergantung pada faktor eksternal, akan tetapi lahir dari hati yang bersyukur, sebagaimana proses reflektif Wonwoo yang menemukan bahwa kebahagiaan sejati identik dengan sikap syukur yang terus dipraktikkan.

#### **4) Tanggung Jawab dan Rasa Hormat Kepada Orang Tua**

Dalam konten video yang berjudul “Ibu” (Tabel 4.6)<sup>315</sup>, menampilkan tentang keutamaan berbakti kepada orang tua, terutama kepada ibu, dan kesadaran akan jasa seorang ibu tidak akan pernah mampu dibalas oleh anak, karena seorang ibu mengalami penderitaan, kesulitan, dan kekhawatiran yang tidak

---

<sup>315</sup> @impijjaa, “Ibu.”

ikut dirasakan oleh seorang ayah.<sup>316</sup> ternilai dan tidak akan pernah bisa dibalas, sehingga seorang muslim wajib mendahulukan untuk melayani dan berbakti kepada seorang ibu sebelum yang lain<sup>317</sup>, dimana hal tersebut adalah bentuk pengabdian yang mulia di sisi Allah.

Nilai tersebut dikuatkan pada narasi yang menekankan pentingnya menghargai orang tua selagi masih hidup, serta menyadari bahwa pengorbanan mereka, baik harta, tenaga, maupun waktu yang merupakan nikmat yang tidak dapat disamakan dengan balasan apapun. Secara visual, Mingyu direpresentasikan sebagai figur anak yang menghargai ibunya, sesuai dengan narasi *voice over* yang menggambarkan sikap penuh bakti. Hubungan ini dipertegas melalui dialog sederhana namun bermakna “S.Coups: Kenapa ayam duluan?” dan diakhiri oleh Mingyu “Mingyu:aku tahu betapa hebatnya seorang itu.” Dialog tersebut menampilkan pemahaman intuitif Mingyu tentang kemuliaan seorang ibu, yang kemudian dipadukan dengan kisah Umar Bin Khattab tentang seorang pemuda yang menggendong ibunya saat thawaf, akan tetapi dinyatakan “Belum membalas walau satu tarikan nafas ketika ibunya melahirkan.”

---

<sup>316</sup> Maulana Mufti Ahmad Ibrahim Bemat, *Berbakti Kepada Orangtua* (Yogyakarta: KYTA, 2016), 64.

<sup>317</sup> Bemat, 65.

Narasi tersebut mempertegas pesan moral bahwa pengorbanan seorang ibu tidak akan pernah dapat disetarakan, sehingga kewajiban *birrul walidain* menjadi prioritas etis seorang muslim. Melalui penggabungan simbol visual, dialog, dan ilustrasi kisah islami, konten ini berhasil menampilkan nilai akhlak berbakti kepada orang tua secara kuat, emosional, dan mudah dipahami oleh audiens muda.

#### **4. Dakwah Islam di Persimpangan Budaya Populer dan Teknologi**

Dakwah Islam di era digital tidak lagi hanya mengandalkan metode konvensional seperti ceramah tatap muka, tetapi juga berkembang melalui integrasi antara budaya populer dan teknologi komunikasi modern. K-Pop sebagai salah satu bentuk budaya populer global menawarkan basis *Audiens* yang luas, loyal, dan aktif di ruang digital. Sementara itu, teknologi media sosial seperti TikTok dan Instagram menyediakan ruang interaktif yang memungkinkan penyebaran pesan dakwah berlangsung cepat, kreatif, dan adaptif terhadap kebutuhan generasi muda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para kreator dakwah berbasis K-Pop menempatkan diri pada persimpangan tersebut dengan memanfaatkan potongan video idol sebagai media penyampaian pesan keislaman. Praktik ini dapat dipahami sebagai bentuk negosiasi kultural, di mana budaya populer yang bersifat global dimodifikasi melalui kreativitas digital agar

sejalan dengan nilai-nilai Islam.<sup>318</sup> Misalnya, akun @impijaa dalam konten “Bersyukur”<sup>319</sup> (No.7) mengaitkan kisah idol dengan ayat Al-Qur’an Qs. Ibrahim [14]:7, sehingga narasi hiburan global terintegrasi dengan nilai spiritual Islam. Hal ini menunjukkan bahwa budaya populer tidak sekedar menjadi konsumsi hiburan, tetapi juga dapat berfungsi sebagai jembatan dakwah.

Dalam perspektif teori globalisasi budaya, praktik dakwah berbasis K-Pop merepresentasikan fenomena glocalisasi (*glocalization*), yakni transformasi konten global menjadi sarana komunikasi religius yang relevan di konteks lokal.<sup>320</sup> Para kreator mengemas ulang konten idol yang profan menjadi media dakwah yang sarat pesan moral dan spiritual, sehingga *Audiens* dapat menerima dakwah tanpa merasa digurui. Sementara itu, dalam perspektif adopsi inovasi, konten dakwah K-Pop memenuhi kriteria inovasi yang berhasil diadopsi karena menawarkan keunggulan relatif (lebih menarik dibandingkan ceramah konvensional), kompatibilitas dengan dunia *Audiens*, tingkat kerumitan yang rendah, fleksibilitas untuk diuji coba, serta hasil yang mudah diamati melalui interaksi digital.

Perpaduan antara budaya populer dan teknologi ini memperlihatkan bahwa Dakwah Islam bergerak menuju bentuk yang lebih partisipatif dan *Audiens* sentris. *Audiens* tidak hanya berperan sebagai penerima pesan,

---

<sup>318</sup> Sinta Kusumaningtyas, “Peran Gen Z Dalam Melestarikan Budaya Islam Lokal Di Era Digital,” *Journal of Islamic Communication Studies* 3, no. 2 (2025): 144–57.

<sup>319</sup> @impijaa, “Bersyukur.”

<sup>320</sup> Maharani Amrullah Alysha, *Peran Noraebang Sebagai Tempat Ekspresi Budaya K-Pop Di Kalangan Remaja Kota Bandar Lampung (Studi Fenomenologi Pada Closing Event Coastbloc)*, 2025, <https://digilib.unila.ac.id/91949/>.

tetapi juga sebagai pihak yang berinteraksi, menyebarkan ulang, bahkan menafsirkan pesan dakwah sesuai pengalaman mereka. Hal ini terlihat dari komentar-komentar *Audiens* pada konten dakwah kreator yang sering berisi refleksi pribadi, testimoni spiritual, atau dukungan untuk terus membuat konten Islami. Dengan demikian, dakwah di media sosial bukan hanya proses penyampaian pesan satu arah, melainkan juga dialog kultural yang hidup di ruang digital.

Lebih jauh, Dakwah Islam di persimpangan budaya populer dan teknologi menegaskan pentingnya inovasi dakwah digital. Keberhasilan konten K-Pop Islami membuktikan bahwa dakwah tidak harus menjauh dari budaya populer yang dekat dengan *Audiens*. Sebaliknya, budaya populer dapat dijadikan media strategis untuk menghadirkan nilai-nilai Islam dengan bahasa, visual, dan gaya yang sesuai dengan karakter generasi muda. Teknologi digital memperkuat proses ini dengan menyediakan ruang yang memungkinkan dakwah bersifat viral, interaktif, dan berkelanjutan.

Dengan demikian, temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa Dakwah Islam di era digital tidak berada dalam posisi-posisi terhadap budaya populer dan teknologi, melainkan memanfaatkannya sebagai sarana kreatif untuk menjangkau *Audiens* yang lebih luas. Persimpangan budaya populer dan teknologi menjadi ruang baru bagi dakwah yang lebih komunikatif, kontekstual, dan relevan dengan tantangan zaman. Hal ini sekaligus menegaskan bahwa masa depan Dakwah Islam terletak pada

kemampuannya untuk terus beradaptasi dengan dinamika budaya dan perkembangan teknologi komunikasi.

## **5. Matriks Rekomendasi dan Kelemahan Berdasarkan 10 Akun Dakwah K-Pop**

Berdasarkan hasil penelitian terhadap sepuluh akun dakwah Islam berbasis K-Pop di media sosial Instagram dan TikTok, ditemukan bahwa setiap kreator memiliki karakteristik, strategi, motivasi, serta pendekatan dakwah yang berbeda-beda dalam menyampaikan pesan keislaman kepada audiens. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh latar belakang pribadi kreator, pengalaman dalam komunitas fandom K-Pop, proses kreatif produksi konten, hingga cara mereka memaknai hubungan antara budaya populer dengan nilai-nilai dakwah Islam. Meskipun demikian, seluruh akun menunjukkan adanya upaya yang sama, yaitu menjadikan budaya populer K-Pop sebagai media pendekatan dakwah yang lebih kontekstual, ringan, dan dekat dengan kehidupan generasi muda Muslim, khususnya para Kpopers.

Dalam praktiknya, para kreator tidak hanya memanfaatkan potongan video idol K-Pop sebagai hiburan semata, tetapi juga melakukan proses interpretasi ulang terhadap visual, lirik lagu, dialog, maupun perilaku idol untuk dikaitkan dengan pesan-pesan keislaman. Pendekatan ini menunjukkan adanya bentuk adaptasi budaya digital, di mana budaya fandom yang identik dengan hiburan global dimanfaatkan sebagai media komunikasi dakwah di ruang digital. Selain itu, kreativitas para kreator juga

terlihat dari penggunaan berbagai teknik editing seperti fake subtitle, real subtitle, Point Of View (POV), voice over, hingga penggunaan kutipan ayat Al-Qur'an, Hadits, dan quotes Islami untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan.

Namun demikian, di balik kreativitas dan potensi besar yang dimiliki akun-akun tersebut, penelitian ini juga menemukan beberapa kelemahan dan keterbatasan dalam proses penyampaian dakwah digital berbasis K-Pop. Sebagian kreator masih menghadapi tantangan dalam menjaga keseimbangan antara unsur hiburan dan substansi dakwah, konsistensi produksi konten, validitas sumber keislaman, hingga pengembangan identitas konten yang lebih orisinal dan mendalam. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi dan rekomendasi pengembangan agar konten dakwah yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki kualitas edukatif, spiritual, dan komunikatif yang lebih kuat.

Berdasarkan temuan tersebut, berikut merupakan uraian mengenai kelebihan, kelemahan, serta rekomendasi pengembangan dari masing-masing akun dakwah berbasis K-Pop yang menjadi subjek dalam penelitian ini.

Akun @kpopers.halal (Tabel 4.8) memiliki kemampuan adaptasi yang kuat terhadap tren viral sehingga mampu menarik perhatian kalangan Kpopers Muslim. Namun, fokus terhadap konten yang mengikuti tren membuat pesan dakwah yang disampaikan terkadang kurang mendalam.

Oleh karena itu, akun ini disarankan untuk lebih menyeimbangkan antara unsur viralitas dan penguatan substansi dakwah agar pesan keislaman yang disampaikan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki nilai edukatif yang kuat.

Akun @impijjaa (Tabel 4.8) menunjukkan pendekatan dakwah yang lembut dan tidak menggurui sehingga lebih mudah diterima oleh audiens muda. Kontennya banyak menghadirkan kesan sebagai “teman belajar” bagi sesama Kpopers Muslim. Akan tetapi, karena gaya penyampaiannya lebih reflektif dan emosional, beberapa pesan dakwah menjadi kurang eksplisit dan membutuhkan pemahaman lebih lanjut dari audiens. Oleh sebab itu, akun ini disarankan untuk memperjelas inti pesan dakwah dan menambahkan penjelasan dalil atau sumber Islam secara lebih rinci.

Sementara itu, akun @chiku.z77 (Tabel 4.8) memiliki kesadaran yang tinggi terhadap pentingnya metode dakwah yang inklusif dan empatik. Kontennya berupaya menghadirkan dakwah yang tidak menghakimi sehingga dapat menjadi jembatan awal bagi Kpopers untuk belajar agama. Namun, pendekatan yang terlalu hati-hati terkadang membuat pesan dakwah yang disampaikan terasa kurang tegas. Oleh karena itu, akun ini disarankan untuk mengembangkan variasi penyampaian yang tetap lembut tetapi lebih kuat secara edukatif dan persuasif.

Pada akun @everyxwoone.smile, (Tabel 4.8) kekuatan utama terletak pada kemampuan membangun kedekatan emosional melalui penggunaan

Point Of View (POV) dan refleksi pengalaman pribadi. Konten yang dihasilkan terasa personal dan dekat dengan kehidupan audiens. Akan tetapi, proses kreatif yang membutuhkan waktu cukup lama menyebabkan produksi konten menjadi kurang konsisten. Dengan demikian, akun ini disarankan untuk membuat perencanaan konten yang lebih terstruktur agar intensitas unggahan dapat lebih stabil.

Akun @kangairishere\_ (Tabel 4.8) menampilkan gaya dakwah yang natural dan spontan sehingga terasa autentik bagi para pengikutnya. Kreator juga menunjukkan antusiasme dalam memproduksi konten yang dianggap bermanfaat. Namun, spontanitas tersebut membuat tema dakwah terkadang kurang terarah dan tidak memiliki struktur yang jelas. Oleh sebab itu, akun ini disarankan untuk mulai menyusun konsep atau tema besar agar isi dakwah menjadi lebih sistematis dan mudah dipahami.

Berbeda dengan akun lainnya, @jannah127 (Tabel 4.8) memiliki kreativitas dalam melakukan remake dan pengembangan ulang konten dakwah dengan nuansa K-Pop yang lebih sesuai dengan karakter audiensnya. Pendekatan ini membuat kontennya lebih menarik dan relevan bagi Kpopers. Akan tetapi, penggunaan remake berpotensi membuat kontennya dianggap kurang orisinal. Oleh karena itu, akun ini disarankan untuk memperkuat identitas personal dan ciri khas kontennya sendiri agar lebih mudah dikenali oleh audiens.

Akun @haf.izza (Tabel 4.8) memiliki kelebihan dalam penggunaan materi dakwah yang berasal dari kelas-kelas keislaman yang diikutinya sehingga isi kontennya lebih terarah dan memiliki dasar yang jelas. Namun, dari sisi visual dan teknik editing, variasi kontennya masih relatif sederhana dibanding kreator lainnya. Dengan demikian, akun ini disarankan untuk lebih mengeksplorasi teknik editing dan format penyajian agar kontennya semakin menarik bagi pengguna media sosial.

Selanjutnya, akun @desy0507ci (Tabel 4.8) menonjolkan pesan mengenai keseimbangan antara kehidupan dunia dan akhirat melalui pendekatan yang dekat dengan fandom Carat dari grup Seventeen. Pendekatan ini membuat dakwah terasa relevan dengan kehidupan Kpopers. Akan tetapi, fokus yang terlalu dominan pada fandom tertentu menyebabkan jangkauan audiens menjadi lebih terbatas. Oleh sebab itu, akun ini disarankan untuk memperluas segmentasi audiens agar pesan dakwah dapat diterima oleh kalangan Muslim muda secara lebih luas.

Akun @yubin131\_ (Tabel 4.8) menunjukkan konsistensi dalam menyampaikan pesan-pesan reflektif dengan pendekatan sederhana dan ringan. Kontennya menampilkan dakwah yang tidak berlebihan sehingga mudah dipahami audiens. Namun, jumlah unggahan yang masih relatif sedikit membuat jangkauan dakwahnya belum terlalu luas. Oleh karena itu, akun ini disarankan untuk meningkatkan intensitas produksi dan konsistensi unggahan agar interaksi dengan audiens dapat berkembang lebih optimal.

Terakhir, akun @joshuhui (Tabel 4.8) memiliki kreativitas dalam menghubungkan kutipan, lirik lagu, maupun perilaku idol dengan nilai-nilai Islam. Pendekatan ini membuat kontennya terasa unik dan kontekstual bagi penggemar Seventeen. Akan tetapi, unsur hiburan dalam konten terkadang terlihat lebih dominan dibanding penjelasan dakwahnya. Oleh karena itu, akun ini disarankan untuk memperkuat penggunaan dalil serta memperjelas substansi pesan keislaman agar tujuan dakwah lebih menonjol dibanding unsur hiburan semata.

**Tabel 4. 8 Matriks Rekomendasi dan Kelemahan 10 Akun Dakwah K-Pop**

No	Akun	Kelebihan / Potensi	Kelemahan	Rekomendasi
1	@kpopers.halal	Adaptif terhadap tren viral dan mampu menarik perhatian Kpopers Muslim	Konten cenderung mengikuti tren sehingga pesan dakwah kadang kurang mendalam	Perlu menyeimbangkan antara konten viral dan pendalaman materi dakwah
2	@impijaa	Pendekatan dakwah lembut dan tidak menggurui sehingga mudah diterima audiens	Konten lebih bersifat reflektif sehingga pesan dakwah terkadang kurang eksplisit	Disarankan memperjelas inti pesan dan menambahkan penjelasan dalil secara lebih rinci

No	Akun	Kelebihan / Potensi	Kelemahan	Rekomendasi
3	@chiku.z77	Memiliki kesadaran metode dakwah yang inklusif dan empatik	Penyampaian yang terlalu hati-hati dapat membuat pesan dakwah kurang tegas	Perlu mengembangkan variasi penyampaian agar tetap lembut namun lebih kuat secara edukatif
4	@everyhxwoone.smile	Mampu membangun kedekatan emosional melalui POV dan refleksi pribadi	Proses kreatif yang membutuhkan waktu lama membuat produksi konten kurang konsisten	Disarankan membuat perencanaan konten agar unggahan lebih stabil
5	@kangairishere_	Konten terasa natural, spontan, dan dekat dengan audiens muda	Ide yang terlalu spontan dapat membuat tema dakwah kurang terstruktur	Perlu membuat konsep atau tema besar agar isi dakwah lebih sistematis
6	@jannah127	Kreatif dalam remake dan pengembangan konten dakwah K-Pop	Konten remake berisiko dianggap kurang orisinal	Disarankan memperkuat ciri khas dan identitas personal dalam konten
7	@haf.izza	Materi dakwah diambil dari kelas Islam sehingga lebih terarah	Teknik editing dan variasi konten masih relatif sederhana	Perlu meningkatkan kreativitas visual dan eksplorasi format konten
8	@desy0507ci	Fokus pada pesan keseimbangan dunia dan akhirat yang relevan dengan Kpopers	Konten masih dominan menasar fandom tertentu (Cerat)	Disarankan memperluas segmentasi audiens agar dakwah lebih universal

No	Akun	Kelebihan / Potensi	Kelemahan	Rekomendasi
9	@yubin131_	Konsisten menyampaikan pesan reflektif dengan pendekatan sederhana	Jumlah unggahan relatif sedikit sehingga jangkauan dakwah terbatas	Perlu meningkatkan intensitas produksi dan konsistensi unggahan
10	@joshuhui	Kreatif menghubungkan quotes, lirik lagu, dan perilaku idol dengan nilai Islam	Penggunaan unsur hiburan cukup dominan sehingga pesan dakwah bisa kurang fokus	Disarankan memperkuat penjelasan dalil dan substansi pesan keislaman