

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian yang diperoleh melalui analisis konten terhadap sepuluh akun dakwah berbasis K-Pop di Instagram dan TikTok, dapat dirumuskan dua kesimpulan utama sesuai dengan rumusan masalah penelitian.

Pertama, Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa adaptasi konten video K-Pop sebagai media dakwah merupakan bentuk inovasi komunikasi keagamaan yang memanfaatkan kedekatan budaya populer dengan audiens muda khususnya pada penggemar K-Pop atau disebut dengan Kpopers. Kreator dakwah mengolah potongan video K-Pop melalui teknik pengeditan seperti *fake subtitle*, *real subtitle*, *voice over*, *point of view (POV)*, *dubbing*, penambahan teks, serta pengaturan ritme visual yang disesuaikan dengan pesan islam yang ingin disampaikan. Melalui strategi ini video K-Pop tidak hanya sekedar digunakan sebagai hiburan, tetapi juga menjadi media representasi nilai-nilai keislaman yang dikemas secara modern, kreatif, dan komunikatif.

Adaptasi tersebut tidak hanya terjadi pada level teknis editing, akan tetapi juga pada level simbolik seperti pada ekspresi idol, gestur tubuh, dinamika interaksi antar anggota, serta spiritual. Pendekatan ini menjadikan pesan dakwah lebih mudah diterima karena disampaikan dalam format yang sudah akrab dengan pola konsumsi media generasi digital. Dengan demikian, konten dakwah berbasis K-Pop memperlihatkan bagaimana budaya populer dapat menjadi ruang

kreatif yang inklusif untuk menyebarkan nilai-nilai islam secara relevan, kontekstual, dan efektif di era digital.

Kedua, hasil penelitian mengidentifikasi bahwa pesan dakwah yang terkandung dalam konten tersebut mencakup dua dominan besar, yakni pesan akidah dan pesan akhlak, yang kemudian diturunkan dalam beberapa subtema yang berkaitan dengan penguatan iman, pembentukan karakter, dan penanaman nilai moral.

Pada ranah akidah, pesan yang disampaikan mencakup ajakan untuk memperkuat maupun memperteguh keamanan dan ketakwaan, kewaspadaan terhadap godaan setan, serta penegasan sikap bergantung kepada Allah dalam setiap aspek kehidupan. Nilai-nilai tersebut diwujudkan melalui dialog, narasi serta simbol visual yang menggambarkan keteguhan iman, ketundukan kepada Allah, dan kesadaran bahwa manusia tidak dapat lepas dari pertolongan Ilahi. Pesan-pesan tersebut juga tidak hanya bersifat konseptual, akan tetapi juga kontekstual, karena dipadukan dengan representasi visual idol yang dibuat seolah sedang merefleksikan nilai iman tersebut.

Dan pada ranah akhlak, pesan dakwah yang muncul lebih beragam, mencakup nilai kejujuran, introspeksi diri, kerendahan hati, larangan bersikap sombong dan pamer, pentingnya syukur dan ridha, pengendalian lisan, serta kewajiban berbakti kepada orang tua. Setiap pesan akhlak diperkuat melalui elemen simbolik seperti ekspresi, gestur, dinamika interaksi, dan dialog yang telah disesuaikan dengan makna moral yang ingin disampaikan. Melalui

pendekatan ini, nilai-nilai akhlak dihadirkan secara konkret, kontekstual, dan dekat dengan pengalaman emosional audiens, sehingga memudahkan internalisasi pesan.

Secara keseluruhan, penyajian pesan dakwah dalam konten K-Pop menunjukkan bahwa kreator tidak hanya menyertakan nilai-nilai islam secara verbal, tetapi juga secara visual dan naratif melalui pendekatan semiotik yang menghubungkan adegan idol dengan makna keislaman. Inovasi ini menjadikan dakwah lebih komunikatif, aplikatif, dan mampu menjangkau audiens yang sebelumnya kurang tersentuh oleh metode dakwah konvensional.

B. Saran

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya. Pertama, penelitian ini menganalisis sepuluh akun dakwah berbasis K-Pop sehingga cakupan data menjadi sangat luas, namun kedalaman analisis perakun masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian mendatang disarankan untuk melakukan kajian yang lebih terfokus terhadap satu hingga tiga akun dari daftar akun yang digunakan dalam penelitian ini. Ada pula akun yang tidak terdata dalam penelitian ini, yakni akun di TikTok @chocomint dan @choco_chann ada pula dari akun Instagram @chwazenchaw. Dalam pendalaman tersebut memungkinkan peneliti menggali secara lebih komprehensif karakteristik pesan dakwah, pola penyampaian, serta dinamika kreatif setiap akun.

Kedua, meskipun penelitian ini telah melibatkan wawancara dengan sepuluh akun kreator, akan tetapi wawancara yang dilakukan masih bersifat naratif untuk mendukung temuan analisis konten. Penelitian selanjutnya dapat memperluas metode dengan menggunakan pendekatan etnografi digital, wawancara mendalam (*in depth interview*), atau studi kasus sehingga dapat memahami proses kreatif, pertimbangan teologis, motivasi personal, dan strategi komunikasi kreator secara lebih mendalam.

Ketiga, penelitian ini berfokus pada analisis pesan yang ditampilkan dalam video, namun belum mengkaji secara khusus respon audiens, jaringan interaksi digital, namun efektivitas penyampaian dakwah. Dengan demikian, penelitian berikutnya diharapkan dapat menganalisis komentar audiens, pola engagement, konstruksi makna oleh pengikut, serta pengaruh konten terhadap sikap keberagaman audiens melalui pendekatan studi resepsi atau analisis interaksi daring.

Dengan memperhatikan beberapa keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya diharapkan mampu menghadirkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai praktik dakwah digital berbasis budaya populer, khususnya melalui eksplorasi lebih intensif terhadap akun-akun yang telah diidentifikasi dalam penelitian ini serta melalui pendekatan metodologis yang lebih komprehensif.