

**DAKWAH DI KALANGAN PENGGEMAR K-POP  
PADA BLOG  
LEENDASHINHYUNJAE.WORDPRESS.COM**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat  
Memperoleh Gelar Strata 1**

**Disusun Oleh:**

**Alfiyah Darojat  
NIM 15210034**

**Pembimbing**

**Dr. H. M. Kholili M,Si  
NIP 19590408 198503 1 005**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN  
PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN  
KALIJAGA YOGYAKARTA  
2019**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-605/Un.02/DD/PP.00.9/08/2019

Tugas Akhir dengan judul : DAKWAH DI KALANGAN PENGGEMAR K - POP PADA  
BLOG LEENDASHINYUNJAE.WORDPRESS.COM

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ALFIYAH DAROJAT  
Nomor Induk Mahasiswa : 15210034  
Telah diujikan pada : Kamis, 08 Agustus 2019  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B


dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

#### TIM UJIAN TUGAS AKHIR


Ketua Sidang

  
Dr. H. M. Kholili, M.Si.  
NIP. 19590408 198503 1 006

Penguji I

  
Drs. Mukhammad Sahlan, M.Si  
NIP. 19680501 199303 1 006

Penguji II

  
Khoirul Ummatun, S.Ag., M.Si.  
NIP. 19710328 199703 2 001

Yogyakarta, 08 Agustus 2019  
UIN Sunan Kalijaga  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi



Dr. Hj. Nurgannah, M.Si.  
NIP. 19600510 198703 2 001



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230  
E-mail: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:  
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Alfiyah Darajat

NIM : 15210034

Judul Skripsi : Dakwah di Kalangan Penggemar K-Pop pada Blog  
*leendashinhyunjae.wordpress.com*

sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

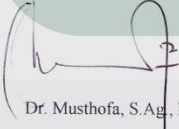
*Wassalamu'alaikum wr.wb.*

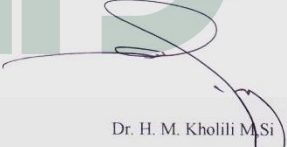
Yogyakarta, 23 Juli 2019

Mengetahui

Ketua Jurusan

Pembimbing

  
Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.

  
Dr. H. M. Kholili M.Si.

NIP: 19680103 199503 1 001

NIP: 19590408 198503 1 005

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfiyah Darajat  
NIM : 15210034  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul Dakwah di Kalangan Penggemar K-Pop pada Blog *leendashinhyunjae.wordpress.com* adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 23 Juli 2019

Yang menyatakan,



Alfiyah Darajat

15210034



## SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama :Alfiyah Darajat  
NIM :15210034  
Prodi :Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas :Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan saya benar-benar berjilbab dengan kesadaran tanpa paksaan. Apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan, maka saya tidak akan menuntut kepada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (atas pemakaian jilbab dalam ijazah Strata Satu saya).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran ridha Allah SWT.

Yogyakarta, 23 Juli 2019

Yang Membuat Pernyataan



Alfiyah Darajat

15210034

# HALAMAN PERSEMBAHAN

KARYA INI PENELITI PERSEMBAHKAN

KEPADA:

Ibunda tercinta Dalillah

Ayah tercinta Imam Mansyur

Kedua kakak ku Ahyar Nasukha dan Yudi Asmara Firdaus

Kakak iparku Nurliana Hermayanti

Keponakan-keponakanku Zelda dan Zelia

Kedua nenek ku Misgiatun dan Sunartiyah

Teman-teman BARALANGIT dan KOST PINK

Sahabat-sahabat Prodi KPI 2015

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

# MOTTO

*Now let's forgive ourselves*

*Our lives are long*

*Trust yourself when in a maze*

*When winter passes*

*Spring always comes*

Mari kita memaafkan diri kita sendiri

Hidup kita masih panjang

Percayalah pada dirimu dalam masa sulit

Ketika musim dingin berlalu

Musim semi selalu datang setelahnya

(BTS-*Love Myself*)

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penelitian ini disusun guna memenuhi tugas akhir Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan baik dalam proses maupun hasil penulisan, oleh karena itu kritik maupun saran yang membangun demi sempurnanya tulisan ini selalu penulis harapkan. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca pada khususnya dan dunia pengetahuan pada umumnya.

Proses penelitian ini tidak akan dapat terwujud tanpa ada dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak sehingga karya ilmiah ini dapat

terselesaikan dengan baik. atas kontribusi mereka, maka dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Drs. K.H. Yudian Wahyudi M.A., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Dr. Hj. Nurjannah, M.Si. , selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si. selaku Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dr. H. M. Kholili M,Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dan memberikan pemikiran untuk membimbing serta mengarahkan penyusunan skripsi ini.
5. Khoiro Ummtin S.Ag,. M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing penulis sejak selama masa perkuliahan.

6. Seluruh dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta atas kesediaan dan waktu dalam memberikan pengajaran dan membagikan ilmunya selama masa perkuliahan.
7. Seluruh pegawai Tata Usaha Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah membantu dalam proses kelengkapan penyusunan skripsi.
8. Seluruh pegawai Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga yang telah membantu
9. Kak Aminah Linda Wardhani yang telah bersedia menjadi narasumber utama dalam penelitian ini serta memberikan dukungan dan semangat tiada henti.
10. Siti Fauziah Istiqomah, Alfiah Nurrohmah, dan seluruh sahabat-sahabat KPI 2015 yang telah banyak membantu dan selalu memberikan semangat dalam proses pengerjaan skripsi.
11. Hasna Kurnia Ulfa, Aprilia Wahyu, Eva Tristyana, Monica Paulina Erizcy, dan teman-teman alumni

SMAN 1 Pacitan yang selalu memberikan semangat dan dukungan.

12. Wahyu, Salma, Riana, Cejanuari, dan Yukiharu yang telah bersedia menjadi narasumber penelitian ini.

13. Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Kim Namjoon, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook, para anggota BTS yang selalu menginspirasi penggemarnya ARMY di seluruh dunia.

Alhamdulillah akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar, dengan bantuan dan dukungan dari beberapa pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan dari awal sampai akhir.

Yogyakarta, 19 Juli 2019

Penulis

Alfiyah Darojat

NIM. 15210034

## ABSTRAK

Kpop merupakan salah satu jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan, saat ini K-Pop begitu digemari oleh para remaja di seluruh dunia dan memiliki pengaruh yang sangat besar dalam beberapa aspek. Salah satu grup K-Pop yang paling berpengaruh saat ini adalah BTS, dimana mereka berhasil memenangkan *Billboard Music Awards* kategori *social media sensations* sebanyak tiga kali berturut-turut karena pengaruh mereka di sosial media yang sangat besar, mereka tidak hanya membuat lagu-lagu yang menghibur dan berkualitas namun juga inspiratif dan penuh makna. Diantara lagu-lagu BTS banyak yang menginspirasi para penggemar untuk lebih bersemangat dalam menjalani hidup dan menjadi sukses seperti idolanya.

Sebuah blog wordpress bernama [Leendashinhyunjae.wordpress.com](http://Leendashinhyunjae.wordpress.com) dibuat oleh seorang penggemar K-Pop bernama Aminah Linda Wardhani. Linda membuat blog tersebut dengan tujuan untuk membagi pengetahuannya tentang K-Pop dan memberikan perspektif baru yang tidak banyak penggemar K-Pop sadari. Dimana banyak penggemar masih menyukai K-Pop karena penampilan para artis K-Pop yang mempesona tanpa tahu makna dari lagu-lagu mereka, Linda ingin menyampaikan bahwa mereka lebih dari itu, meskipun budaya yang dianut para artis K-Pop memang kebanyakan berbeda dengan budaya yang ada di Indonesia khususnya umat Islam namun karya-karya artis K-Pop terutama BTS memiliki makna yang dalam dan juga sarat akan nilai-nilai kehidupan secara universal.

Linda banyak menyelipkan pesan-pesan dakwah Islam berupa kutipan-kutipan dari Al-Qur'an dan Hadist dalam artikel-artikel K-Pop yang dia tulis di blognya terutama pada artikel yang membahas tentang BTS. Linda mengaitkan karya-karya BTS yang tidak menyimpang dengan ajaran Islam dan sesuai kehidupan para generasi muda. Berdakwah dengan pendekatan tersebut cukup efektif di kalangan para penggemar K-Pop, banyak pembaca yang



menanggapi positif pesan-pesan dakwah dalam artikel tersebut. Para pembaca mengatakan bahwa setelah membaca artikel-artikel di blog tersebut mereka menjadi lebih bisa memahami makna-makna lagu K-Pop karya BTS dan bahkan dapat menerapkan pesan-pesan positif pada artikel-artikel tersebut dalam kehidupan mereka.

Kata Kunci : Dakwah, Media Sosial, Wordpress, K-Pop, Etnografi Virtual



## ABSTRACT

Kpop is one of the popular genre of music originating from South Korea, nowadays K-Pop is very popular with teenagers throughout the world and has a huge influence in several aspects. One of the most influential K-Pop groups today is BTS, where they have won the Billboard Music Awards for the social media sensations category three times in a row because of their enormous influence on social media, they not only make entertaining songs and quality but also inspiring and full of meaning. Among the many BTS songs that inspired fans to be more passionate in living a life and being successful like their idols.

A wordpress blog named Leendashinhyunjae.wordpress.com was created by a K-Pop fan named Aminah Linda Wardhani. Linda created the blog with the aim of sharing her knowledge about K-Pop and providing a new perspective that not many K-Pop fans realize. Where many fans still love K-Pop because of the charming appearance of K-Pop artists without knowing the meaning of their songs, Linda wants to convey that they are more than that, even though the culture adopted by K-Pop artists is indeed different from the culture that there are in Indonesia, especially Muslims, but the songs of K-Pop artists, especially BTS, have deep meanings and are full of universal values.

Linda inserted many Islamic missionary messages in the form of quotations from the Qur'an and Hadith in K-Pop articles that she wrote on her blog, especially in articles that discussed BTS. Linda associates the songs of BTS that do not deviate from Islamic teachings and fit the lives of the younger generation. Preaching with the approach is quite effective among K-Pop fans, many readers who respond positively to the da'wah messages in the article. Readers say that after reading the articles on the blog they become more able to understand the meanings of K-Pop songs by BTS and can even apply positive messages to those articles in their lives.

Keywords: Da'wah, Social Media, Wordpress, K-Pop, Virtual  
Ethnography



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
SURAT PERNTAAN MEMAKAI JILBAB.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
MOTTO .....	vii
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK .....	xii
DAFTAR ISI .....	xvi
DAFTAR TABEL .....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
<b>BAB I: PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Fokus Penelitian .....	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
1. Manfaat Teoritis.....	9
2. Manfaat praktis .....	9
F. Kajian Pustaka .....	10
G. Kerangka Teori .....	14
1. Dakwah .....	14
2. Dakwah di media <i>Online</i> .....	19
3. Media Siber.....	23
4. Perkembangan Bahasa di Media Baru .....	30

H.	Metode Penelitian .....	42
1.	Penjelasan Metode .....	42
2.	Subjek dan Objek Penelitian.....	46
3.	Tehnik Pengumpulan Data.....	49
4.	Metode Analisis Media Siber.....	50
a.	Ruang Media .....	51
b.	Dokumen Media .....	52
c.	Objek media.....	53
d.	Pengalaman.....	53
I.	Sistematika Pembahasan .....	54
<b>BAB II: GAMBARAN UMUM .....</b>		<b>56</b>
A.	<i>Blog Leendashinhyunjae.wordpress.com</i> .....	56
B.	Trend K-Pop dan Perkembangannya.....	61
1.	Sejarah Musik K-Pop.....	61
2.	Pengaruh Musik K-Pop.....	67
3.	Penggemar K-Pop .....	74
C.	Wordpress.....	77
<b>BAB III: PENGGUNAAN K-POP SEBAGAI MEDIA DAKWAH PADA BLOG <i>leendashinhyunjae.wordpress.com</i></b>		<b>79</b>
A.	Media Online Sebagai Sarana Dakwah .....	79
B.	Pengaruh K-Pop di Sosial Media.....	81
C.	Fenomena Dakwah di <i>Blog Leendashinhyunjae.wordpress.com</i> .....	85
1.	Ruang media .....	85
2.	Dokumen Media .....	100
3.	Objek media.....	153
4.	Pengalaman.....	166

**BAB IV: PENUTUP ..... 180**

A. KESIMPULAN ..... 180

B. SARAN..... 184

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

1. Profil Aminah Linda Wardhani
2. Hasil Wawancara
3. Profil BTS
4. Daftar Riwayat Hidup
5. Sertifikat OPAK
6. Sertifikat SOSPEM
7. Sertifikat KKN
8. Sertifikat ICT
9. Sertifikat BTQ
10. Sertifikat *TOEIC*
11. Sertifikat Magang
12. Sertifikat Organisasi

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis Media Siber .....	51
------------------------------------	----



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 .....	82
Gambar 2 .....	83
Gambar 3 .....	84
Gambar 4 .....	87
Gambar 5 .....	88
Gambar 6 .....	91
Gambar 7 .....	94
Gambar 8 .....	97
Gambar 9 .....	99
Gambar 10 .....	99
Gambar 11 .....	102
Gambar 12 .....	103
Gambar 13 .....	103
Gambar 14 .....	106
Gambar 15 .....	109
Gambar 16 .....	114
Gambar 17 .....	116
Gambar 18 .....	123
Gambar 19 .....	131



Gambar 20.....	135
Gambar 21.....	139
Gambar 22.....	143
Gambar 23.....	145
Gambar 24.....	150
Gambar 25.....	151
Gambar 26.....	152
Gambar 27.....	152
Gambar 28.....	154
Gambar 29.....	155
Gambar 30.....	156
Gambar 31.....	157
Gambar 33.....	159
Gambar 34.....	160
Gambar 35.....	161
Gambar 36.....	161
Gambar 37.....	162
Gambar 38.....	163
Gambar 39.....	164
Gambar 40.....	168

Gambar 41 ..... 169  
Gambar 42..... 177



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Musik adalah bahasa *universal* yang bisa dipahami oleh semua orang dengan selera yang sama meskipun dalam bahasa yang berbeda-beda bahkan saat ini musik sudah seperti bagian dari gaya hidup manusia modern. Salah satu jenis musik yang sedang *trend* dan sangat digemari saat ini adalah jenis musik *Korean pop* atau yang biasa dikenal dengan K-Pop. Tidak hanya di Korea saja kini K-Pop sudah menjadi fenomena global yang mencakup seluruh dunia khususnya Indonesia, sehingga menciptakan fenomena baru yang disebut dengan budaya K-Pop. Menurut data yang dikeluarkan oleh Pemerintah Korea dan beberapa yayasan yang berafiliasi di Korea Selatan *The Korea Foundation*. Seperti dilansir dari *The Korea Times*, data dari tahun 2018 menunjukkan bahwa jumlah penggemar kebudayaan Korea di seluruh dunia meningkat 22 persen menjadi 89,19 juta, dari semula 73,12 juta penggemar pada tahun 2017.<sup>1</sup>

K-Pop merupakan jenis musik populer yang

---

<sup>1</sup> Hong Jimin, *More Than 89 Million "Hallyu" Fans Around the World* [http://www.koreatimes.co.kr/www/nation/2019/01/113\\_262193.html](http://www.koreatimes.co.kr/www/nation/2019/01/113_262193.html), 12 januari 2019, Diakses pada. Senin, 11 Maret 2019.

berasal dari Korea Selatan, konsep yang ditawarkan jenis musik K-Pop rata-rata adalah grup vokal dengan kemampuan serba bisa, dimana selain menyanyi anggota grup juga harus memiliki kemampuan tari dan *rapp* dan bakat-bakat tambahan lain seperti seni peran dan olahraga. Selain itu aliran dalam musik K-Pop pun bermacam-macam, mulai dari *hip-hop*, *ballad*, *rock* sampai *jazz* pun juga ada. Konsep lagu dan musik video yang variatif dan kekinian serta visual penyanyi yang di atas rata-rata menjadi daya tarik sendiri dari jenis musik ini. Budaya K-Pop sendiri merupakan budaya yang dibawa dan dipopulerkan oleh artis-artis K-Pop beserta para penggemarnya yang kemudian menciptakan *trend-trend* baru dalam dunia hiburan seperti pemberian nama identitas resmi bagi para penggemar atau yang dikenal dengan fandom (*fan kingdom*), pembuatan *lightstick*, warna resmi, dan *merchandise-merchandise* unik yang berkaitan dengan K-Pop.

Dewasa ini musik K-Pop tidak hanya digemari oleh kalangan remaja dan perempuan saja, namun banyak anak-anak dan orang dewasa baik perempuan maupun laki-laki dari berbagai kalangan juga menggemari musik K-Pop. Sayangnya meskipun di Indonesia banyak yang mengakui musik K-Pop itu

bagus dan berkualitas, banyak juga yang beranggapan bahwa musik K-Pop itu tidak sebaik musik barat dan banyak membawa dampak negatif terlebih bagi penggemar K-Pop yang beragama Islam. Dampak negatif tersebut diantaranya seperti rasa suka yang berlebihan, perseteruan antar penggemar K-Pop, operasi plastik, hingga luntarnya nilai-nilai budaya dan agama yang dianut oleh para penggemar K-Pop itu sendiri.

Belum lama ini terdapat topik pembahasan hangat mengenai K-Pop di Indonesia, seorang dosen jurnalistik Universitas Padjajaran Bandung membuat petisi untuk menghentikan iklan Shopee yang dibintangi girlband asal Korea Selatan Blackpink, karena pakaian mereka dianggap terlalu minim dan iklannya ditayangkan di sela-sela acara program anak-anak. Seperti yang dilansir dari situs petisi *online* [change.org](https://change.org) berikut ini:

“Sekelompok perempuan dengan baju pas-pasan. Nilai bawah sadar seperti apa yang hendak ditanamkan pada anak-anak dengan iklan yang seronok dan mengumbar aurat ini? Baju yang dikenakan bahkan tidak menutupi paha. Gerakan dan ekspresi pun provokatif. Sungguh jauh dari cerminan nilai Pancasila yang beradab. Iklan Shopee yang menggunakan grup Korea Selatan, Blackpink ini, sering diputar pada program anak-anak.

Satu film anak-anak bahkan memuat iklan ini setiap beberapa menit seperti Film Tayo di RTV, Jumat (7/12). Apa pesan yang hendak dijajalkan pada jiwa-jiwa yang masih putih itu? Bahwa mengangkat baju tinggi-tinggi dengan lirikan menggoda akan membawa mereka mendunia? Bahwa objektifikasi tubuh perempuan sah saja?”<sup>2</sup>

Tanpa mengesampingkan hal-hal tersebut tidak dapat dipungkiri bahwa K-Pop juga banyak memberikan dampak positif. Para penggemar K-Pop banyak yang terpacu untuk lebih kreatif dan menjadi sukses seperti idolanya, bahkan ada yang menggunakan K-Pop sebagai sarana dakwah di kalangan penggemar K-Pop itu sendiri.

Dakwah merupakan sebuah kegiatan untuk mengajak, menyeru, atau membimbing umat manusia untuk berbuat kebaikan dan patuh kepada perintah Allah SWT serta menjauhi larangan-Nya. Orang yang melakukan kegiatan dakwah disebut sebagai seorang *da'i* sementara orang yang di dakwahnya disebut dengan istilah *mad'u*. kegiatan dakwah dapat dilakukan oleh perseorangan ataupun secara berkelompok.

---

<sup>2</sup> Maimoon Herawati, *Hentikan Iklan Blackpink Shopee!!*, <https://www.change.org/p/komisi-penyiaran-indonesia-hentikan-iklan-blackpink-shopee> 7 Desember 2018. Diakses pada Senin, 11 Maret 2019.

“hai nabi, sesungguhnya Kami mengutus engkau untuk (1) jadi saksi, dan untuk (2) memberi kabar suka dan (3) kabar takut. Dan untuk (4) menyeru manusia kepada Allah dengan izin-Nya serta (5) menjadi pelita yang menerangi”(Q. S Al-Ahzab:45-46)

Berdasarkan ayat di atas, maka dakwah setidaknya mengandung makna sebagai berikut: pegamatan sosial, memberi berita/informasi gembira. Mengajak dan mendoakan, menjadikan *da'i* sebagai penerang (dalam surat tersebut Rasulullah sebagai penerang).<sup>3</sup>

Pada saat ini teknologi bukan hanya menjadi gaya hidup saja melainkan sudah menjadi kebutuhan yang harus terpenuhi karena memang dengan hadirnya teknologi mampu mempermudah kehidupan manusia, seperti pekerjaan, bisnis, akses informasi, hingga mencari ilmu. Berkaitan dengan dakwah, teknologi bisa dijadikan sebagai media yang mampu mempermudah kegiatan dakwah, salah satu caranya adalah dengan menggunakan media *online* untuk mendistribusikan konten dakwah.

Berdakwah di media konvensional dengan berdakwah di media *online* sangatlah berbeda. Ketika berdakwah melalui media konvensional maka

---

<sup>3</sup> HM. Kholili. *Komunikasi Untuk Dakwah Suatu Pengantar* (Yogyakarta: Bidang Akademik UIN Sunan Kalijaga, 2008), Hal. 49.

komunikasi yang terjadi hanya bersifat satu arah, dan *mad'u*nya hanya bersifat sebagai konsumen. Berbeda ketika berdakwah melalui media *online* seperti *blog* dan aplikasii sosial media, dimana *mad'u* tidak hanya berperan sebagai konsumen tetapi juga sebagai produsen yang bisa saling berinteraksi dengan *da'i* dan *mad'u* lainnya.

Salah satu jenis media *online* yang cukup banyak digunakan di dunia maya adalah *weblog* atau *blog*, istilah *blog* berasal dari kata *blog* dan pertama kali dikenalkan oleh John Berger pada tahun 1997. *Blog* banyak memuat tentang jurnal pribadi si pemilik dan terdapat kolom komentar yang bisa diisi oleh pengunjung. Dalam menggunakan fasilitas *web*, jenis media ini bisa dibagi menjadi dua: pertama, kategori personal homepages yaitu pemilik menggunakan nama domain sendiri seperti .com atau .net; kedua, dengan menggunakan fasilitas penyedia halaman *blog* gratis, misalnya Wordpress ([www.wordpress.com](http://www.wordpress.com)) atau *Blogspot* ([www.Blogspot.com](http://www.Blogspot.com)).<sup>4</sup>

Melalui sebuah *blog* penggemar K-Pop yaitu *Leendahsinhyunjae.wordpress.com*. Aminah Linda Wardani yang merupakan seorang penggemar K-Pop beragama Islam,

---

<sup>4</sup> Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)* (Jakarta: Penada Media Grup, 2014), hal. 183



mengajak penggemar K-Pop untuk melihat sisi lain dari K-Pop yang mengajarkan banyak hal-hal positif. Tidak semua hal yang berkaitan dengan K-Pop bertentangan dengan nilai-nilai budaya dan agama yang ada di Indonesia khususnya agama Islam, dalam beberapa postingan artikel nya di *blog* tersebut Linda banyak menyelipkan menyelipkan dakwah-dakwah Islami yang masih berkaitan dengan hal-hal berbau K-Pop, Linda bahkan secara terang-terangan dia menyelipkan ayat-ayat Al-Qu'an dan Hadits-Hadits Rasulullah, tanggapan yang diperolehnya pun beragam kebanyakan merespon positif postingan-postingan tersebut dan menyadari bahwa dengan pemahaman yang benar K-Pop dapat memberikan banyak dampak yang positif. *Blog* tersebut kini telah dikunjungi oleh sebanyak 8.326.8409 pengguna internet dan terdapat sebanyak 1038 artikel yang di unggah sejak *blog* dibuat.<sup>5</sup> Selain *blog* terdapat juga akun *fanspage*, twitter dan instagram yang berkaitan langsung dengan konten *blog*.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif dan dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan etnografi virtual, yaitu metode etnografi yang dilakukan untuk melihat fenomena sosial ataupun kultur yang ada di ruang *cyber*. Bell mengatakan, bahwa Etnografi virtual merupakan metode utama dan penting untuk melihat

---

<sup>5</sup> <http://leendahsinhyunjae.wordpress.com> . Kamis, 25 Oktober 2018

budaya *cyber* yang ada di internet.<sup>6</sup>

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis di media siber yang disampaikan oleh Dr. Rulli Nasrullah, M.Si., dalam metode ini terdapat empat *level* interaksi dalam media sosial yaitu ruang media, dokumen media, objek media, dan pengalaman. Ke empat *level* ini merupakan hasil pengembangan beberapa metode yang muncul dalam dunia akademisi untuk melihat realitas yang ada dalam ruang siber.<sup>7</sup>

Berdasarkan hal di atas, maka peneliti ingin menjadikan fenomena tersebut sebagai bahan penelitian untuk skripsi dengan judul **“Dakwah di Kalangan Penggemar K-Pop Pada Blog *Leendahsinhyunjae.wordpress.com*”**

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimanakah penggunaan budaya K-Pop sebagai media dakwah di kalangan penggemar K-Pop pada blog penggemar *Leendahsinhyunjae.wordpress.com* ?

---

<sup>6</sup> Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)*.( Jakarta: Penada Media Grup, 2014), Hal. 14.

<sup>7</sup> Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)* Hal. 204.

### **C. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui Bagaimanakah penggunaan budaya K-Pop sebagai media dakwah di kalangan penggemar K-Pop pada *blog* penggemar *Leendashinhyunjae.wordpress.com* .

### **D. Fokus Penelitian**

Penelitian ini akan berfokus pada bagaimana penggunaan budaya K-Pop sebagai media dakwah pada *blog* *Leendashinhyunjae.wordpress.com*. hal ini berkaitan dengan struktur media, pesan dakwah, interaksi di dalam *blog*, dan pengalaman media beberapa pembaca *blog*.

### **E. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

Dari segi teoritis, penelitian ini diharapkan mampu mengkaji fenomena dakwah dengan budaya K-Pop yang ada dalam media online *blog* *leendashinhyunjae.wordpress.com* menggunakan pendekatan etnografi virtual dengan tehnik analisis media siber.

#### **2. Manfaat praktis**

- a. Bagi para pembaca yang tergolong mahasiswa dengan jurusan yang sama mampu menjadi rujukan untuk penelitiannya.
- b. Bagi para pengguna media online yang berniat untuk melakukan dakwah melalui tulisan,

mereka dapat menggunakan *blog* sebagai media dakwah yang menarik.

- c. Bagi para pengunjung *blog* yang membaca artikel-artikel di dalamnya, mereka dapat memperoleh pesan dakwah yang bermanfaat serta menambah wawasan.

## F. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan tinjauan pustaka sebagai langkah awal dari penyusunan skripsi yang diteliti agar terhindar dari kesamaan judul dan lain-lain dari skripsi yang sudah ada sebelumnya. Kajian pustaka juga bertujuan sebagai referensi peneliti yang berhubungan dengan studi etnografi virtual. Setelah mengadakan tinjauan pustaka, maka peneliti mempertegas perbedaan di antara masing-masing judul dan masalah yang di bahas.

*Pertama* adalah skripsi yang berjudul *Dakwah di Media Sosial (Etnografi Virtual pada Fanpage Facebook KH. Abdullah Gymnastiar)*, adapun tujuannya adalah untuk mendeskripsikan bagaimana fenomena yang terjadi dalam dakwah Aa Gym di *fanpage* Facebook KH. Abdullah Gymnastiar dengan mengungkap ruang media, dokumen media, objek media dan pengalaman media dalam anpage tersebut.

Kajian teori yang dibahas adalah *pertama* teori teknoreligion yang mengkaji tentang fenomena pengalaman

beragama dalam konteks teknologi, *kedua* adalah media sosial, *ketiga* dakwah di era internet, *keempat* media sosial sebagai media dakwah, kemudian *kelima* budaya siber, dan *keenam* etnografi virtual.

Adapun hasil penelitiannya peneliti menyimpulkan bahwa banyaknya jumlah pengikut *fanpage* facebook KH. Abdullah Gymnastiar yang sudah mencapai 3.793.327 orang itu dipengaruhi oleh popularitas Aa Gym sebagai seorang *da'i* yang sudah lama berdakwah sejak tahun 1999. Karena dalam *fanpage* tersebut tidak ada iklan untuk menambah jumlah like atau *mad'u*. alasan Aa Gym menggunakan media Facebook adalah untuk mempermudah dalam mendistribusikan dakwahnya sekaligus mempermudah *mad'u* yang memiliki akun Facebook untuk mengakses pesan-pesan dakwah melalui media sosial Facebook.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode etnografi virtual dan tehnik analisis siber. Sedangkan perbedaannya adalah pada objek penelitiannya, penelitian tersebut menggunakan media sosial facebook dengan fitur *fanpage* dimana postingan adalah dalam bentuk artikel dan keterangan singkat. Sedangkan penelitian ini objeknya adalah media *online* berupa berupa *blog* dimana postingan adalah berupa artikel-

artikel tentang K-Pop yang dapat diakses dan dikomentari oleh para pengunjung *blog*.<sup>8</sup>

*kedua* adalah jurnal karya Rio Ricky, Ratih HasanahSudrajat dan Indra N.A Pamungkas yang berjudul *Pola Komunikasi Kelompok Game Online (Studi Virtual Etnografi pada Pengguna Game "Clash of Clans" Komunitas I-Ron)*. Adapun tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pola komunikasi kelompok virtual dan proses interaksi yang terjadi dalam komunikasi kelompok virtual game *online clash of clans* komunitas I-Ron. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dilakukan kepada lima informan untuk mendeskripsikan secara menyeluruh dengan menganalisis fenomena tersebut.

Adapun hasil penelitiannya, dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi yang dimiliki *clan* I-Ron adalah pola komunikasi *all chanel*. Hal ini dikarenakan adanya kecocokan pada karakteristik komunikasi yang terjadi dalam *clan* I-Ron serta komunikasi yang bersifat terbuka, tidak terbatas dengan tingkat jabatan para anggotanya, dan tidak melewati perantara untuk memberikan informasi sehingga komunikasi yang terjadi sangat lancar dan tidak terdapat hambatan. Sedangkan dasar teori yang digunakan adalah komunikasi massa pada era digital, format komunikasi

---

<sup>8</sup> Rizki Hakiki, *Dakwah di Media Sosial (Etnografi Virtual pada Fanpage Facebook KH. Abdullah Gymnastiar)*, (Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Tahun 2016)

massa pada era digital, komunitas virtual, identitas virtual, dan pola komunikasi

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan studi etnografi virtual yang mengkaji fenomena sosial dan budaya dalam dunia siber. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian tersebut mengkaji masalah pola komunikasi dalam sebuah komunitas virtual game *online* sedangkan penelitian ini mengkaji mengenai fenomena dakwah dalam *blog* penggemar K-Pop [leendahsinhyunjae.wordpress.com](http://leendahsinhyunjae.wordpress.com).<sup>9</sup>

*Ketiga* adalah jurnal yang berjudul *Studi Etnografi Virtual Tentang Belajar Bisnis Untuk Ibu Rumah Tangga Di Saluran Youtube Belajar Berbisnis* yang ditulis oleh Rachmaniar. Adapun tujuannya adalah untuk menganalisis komentar warganet terkait dengan video belajar berbisnis di saluran youtube.

Dalam penelitian tersebut penulis menggunakan teori *Uses and Gratification* dengan pendekatan penelitian etnografi virtual. Hasil yang ditemukan oleh penulis adalah banyak ibu rumah tangga yang ingin belajar bisnis, dan ingin memiliki bisnis rumahan namun memiliki ketakutan gagal dalam berbisnis, serta bingung berbisnis dan tetap menganggap modal sebagai salah satu faktor penentu

---

<sup>9</sup> Rio Ricky dkk, *Pola Komunikasi Kelompok Game Online (Studi Virtual Etnografi Pada Pengguna Agame "Clash of Clans" Komunitas I-Ron*, (Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, 2006)

kesuksesan berbisnis. Komentar netizen terkait dengan video 7 peluang usaha rumahan yang cocok untuk ibu rumah tangga di saluran Youtube Belajar Berbisnis: banyak warganet yang memberikan komentar positif mengenai video tersebut, ada warganet yang memberikan komentar negatif tentang video tersebut dan ada netizen yang mengungkapkan beberapa pertanyaan terkait video yang di upload.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan media *online* sebagai objek penelitian, serta menggunakan komentar di media tersebut sebagai bahan kajian dan juga sama-sama menggunakan metode studi etnografi virtual. Sedangkan perbedaannya adalah pada topik penelitian tersebut yang mengkaji fenomena motivasi bisnis dari video Youtube sedangkan penelitian ini mengkaji fenomena dakwah pada *blog* penggemar K-Pop *Leendashinjunjae.wordpress.com*.<sup>10</sup>

## **G. Kerangka Teori**

### **1. Dakwah**

Dakwah adalah mengajak orang atau sekelompok orang pada kebaikan (*al-khair*) atau jalan Tuhan (*sabili robbika*) dan mencegah dari

---

<sup>10</sup> Rachmaniar, *Studi Etnografi Virtual Tentang Belajar Bisnis Untuk Ibu Rumah Tangga Di Saluran Youtube Belajar Berbisnis*, (Fakultas Komunikasi, Universitas Padjajaran Bandung, 2017)



yang mungkar (*nahi mungkar/ dholla 'an sabhili*). Dakwah dalam konteks seperti ini akan berjalan terus dan tidak mengenal kata putus sepanjang manusia masih hidup. Karena *al-khair* dan *nahi mungkar* ini akan bersanding terus dalam kehidupan manusia, dimana perbedaan diantara keduanya sangat tipis.<sup>11</sup>

Dakwah secara umum adalah keseluruhan proses mengajak, menyampaikan, menerima, dan juga memahami (internalisasi) serta mengamalkan kebaikan berupa ajaran Islam kepada manusia dengan berbagai cara dalam semua aspek kehidupan, mengevaluasi proses yang terjadi, serta adanya upaya tindak lanjut yang dilakukan secara terus menerus.<sup>12</sup> Secara sederhana hakekat dakwah dapat dikaji dari dua sudut pandang, *Pertama*, sudut pandang normatif dan *Kedua*, sudut pandang empiris.

Secara normatif, hakekat dakwah lebih banyak didasarkan atas pemahaman manusia terhadap sumber ajaran Islam, baik yang

---

<sup>11</sup> Suisyanto, *Pengantar Filsafat Dakwah*, (Yogyakarta: Teras, 2006). Hal. 10

<sup>12</sup> Jalaludin Rahmat, *Wilayah dan Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah* (Bandung, IAIN Sunan Gunung Djati, tt) hlm. 2

termaktub dalam Al-Qur'an maupun Hadits. Sedangkan secara empiris keberadaan dakwah dalam kehidupan manusia selalu dan terus bersentuhan dengan realitas yang mengitarinya. Dalam hal ini dakwah masuk dan memberikan pengaruh dalam kehidupan masyarakat. Dakwah memberikan output berupa arah, dorongan, dan pedoman dalam kehidupan masyarakat agar menjadi lebih baik. Apabila seseorang setelah menerima pesan dakwah dari suatu sumber kemudian dia berusaha mengimplementasikannya dalam kehidupan, maka hal tersebut sudah masuk pada ranah dakwah yang bersifat empiris.<sup>13</sup>

Dasar hukum dakwah terdapat dalam Al-Qur'an surat Ali Imran ayat 104, yakni:

“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf. Dan mencegah dari kemungkaran. Merekalah orang-orang yang beruntung”

Ayat ini menunjukkan kewajiban dalam melaksanakan perintah Allah SWT, yakni

---

<sup>13</sup> M. Rosyid Ridla dkk, *Pengantar Ilmu Dakwah Sejarah, Perspektif dan Ruang Lingkup*, (Yogyakarta: Samudra Biru, 2017) hal 15-16

menyuruh kepada kebaikan dan mencegah dari perbuatan buruk. Adapun alasan utama untuk menentukan hukum wajib adalah terletak pada kata *waltakun* yaitu *fi'im mudhari'* yang dimasuki lam 'amr. Dalam kaidah bahasa Arab, bentuk tersebut menunjukkan perintah. Dasar hukum dakwah juga terdapat dalam surat Ali Imran ayat 110, yaitu:

“kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar serta beriman kepada Allah.”

Hukum dakwah juga terdapat dalam Hadits Rasulullah yang telah diriwayatkan oleh H.R Muslim, yakni:

“Barang siapa diantara kamu melihat kemungkaran maka hendaklah ia mengubahnya dalam tangannya, apabila tidak mampu, maka dengan lisannya, apabila juga tidak mampu maka dengan hatinya dan itulah iman yang paling lemah.”<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Masdar Helmi, *Dakwah Dalam Alam Pembangunan* (Semarang: CV Toha Putra, 1973), hal 73.

Hadits tersebut menunjukkan hukum wajib dalam melaksanakan perintah Allah SWT. Adapun alasan penetapan wajib ialah terletak pada kata *falyughayyirhu* yaitu *fi'il mudahri'* yang dimasuki *fi'il 'amr* yang artinya mengubah.

Salah satu pendapat tentang kewajiban berdakwah yaitu *fardlu 'ain*. Pendapat ini menjelaskan bahwa kata *minkum* sebagai *lil bayaan* bermakna penegasan, atau *lit taukiid* berarti menguatkan terhadap kata *waltakun*. Sehingga ayat tersebut daitirkan dengan “hendaklah kamu menjadi suatu ummat”. Pendapat kedua diperkuat oleh Hadist Rasulullah SAW, yakni “*sampaikanlah dariku walaupun satu ayat*”. Sehingga kewajiban dakwah dibebankan kepada setiap muslim sesuai dengan kemampuan masing-masing, setiap muslim harus menyiarkan agama Islam, baik pengetahuannya sedikit ataupun sebaliknya kepada muslim yang belum mengetahui. Hal ini disebabkan karena roh kebenaran yang ada pada setiap diri seorang muslim tidak mungkin diam sehingga kebenaran itu terwujud dalam pikira, perkataan, dan perbuatannya. Demikian dalam sebuah praktik, seorang dokter dapat menjadi *da'i* terhadap

pasiennya, seorang guru dapat menjadi *da'i* terhadap muridnya, seorang pengusaha terhadap buruhnya, seorang jurnalis kepada para pembaca tulisannya. Pendek kata setiap orang dapat menjadi pelaku-pelaku dakwah dalam bidangnya masing-masing.<sup>15</sup>

## 2. Dakwah di media *Online*

Dalam kemajuan ilmu dan teknologi, muncul media baru yang dikenal sebagai media interaktif melalui komputer yang disebut dengan nama internet, yang merupakan akronim dari *international connection networking*. Dapat diartikan bahwa internet adalah jaringan internasional yang terhubung satu sama lainnya. Dengan jangkauan yang mencapai internasional maka berkaitan juga dengan istilah globalisasi. Dengan kata lain internet merupakan bagian dari era globalisasi sebagai akibat dari kemajuan teknologi informasi.

Internet adalah sistem jaringan dari jaringan komputer yang terhubung di seluruh dunia, dan dapat disebut sebagai gabungan teknologi antara komputer, telepon dan televisi. Arti penting dari

---

<sup>15</sup> Rosyid Ridla dkk, *Pengantar Ilmu Dakwah Sejarah, Perspektif dan Ruang Lingkup*, hal 30-31

penggunaan internet adalah sebagai inti dari revolusi teknologi informasi, yaitu untuk efisiensi waktu dan biaya. Dan bahkan penghematan energy transportasi karena komunikasi tidak lagi tergantung pada jarak, sehingga dunia dapat dipersatukan dalam waktu singkat dan terjadilah globalisasi.

Globalisasi berkaitan erat dengan lahirnya masyarakat baru yaitu masyarakat informasi, yang juga dikenal dengan istilah gelombang ketiga, revolusi industri kedua (*national academy of science*), atau masyarakat pascaindustri. Salah satu unsur yang penting dalam masyarakat informasi adalah komunikasi dan pemrosesan data informasi. Hal ini menimbulkan pengaruh yang besar terhadap kehidupan manusia yang meliputi 1) pengumpulan informasi, 2) penyimpanan informasi, 3) pengolahan informasi, 4) penyebaran informasi dan 5) umpan balik informasi.

Setiap perubahan dari lima komponen tersebut selalu mempengaruhi struktur dan sistem yang berjalan dalam kehidupan masyarakat. Arti penting dari dari revolusi informasi adalah manusia dapat melakukan kegiatan jarak jauh

seperti bekerja, belajar, dan kegiatan-kegiatan lainnya yang memerlukan interaksi dengan melalui jaringan komputer atau internet.

Berdasarkan hal tersebut terlihat jelas bahwa penggunaan internet dalam dakwah sangat memungkinkan bahkan urgen dan strategis dalam masyarakat informasi. Internet telah mengubah komunikasi dengan cara yang sangat mendasar, terutama melibatkan banyak interaktivitas antara komunikan dan komunikator. Melalui internet kegiatan dakwah dapat terlaksana dengan melibatkan jutaan orang diseluruh dunia tanpa adanya hubungan yang bersifat pribadi. Dengan itu maka terciptalah istilah dunia maya atau *cyberspace*, ruang dimana terjadinya interaksi antara pengguna internet yang terhubung dengan jaringan komputer, dan disitulah *da'i* dan *mad'u* berinteraksi dalam konteks dakwah Islam.

Dunia maya adalah realitas yang terhubung secara global di dukung oleh komputer, berakses komputer, multi dimensi, artifisial, dan virtual. Dalam realitas ini dimana setiap komputer adalah jendela dalam artian gerbang menuju dunia maya, bukan representasi objek fisik namun lebih

merupakan karakter dari aksi pembuatan data dan pembuatan informasi murni.

Istilah dunia maya mengacu pada dunia metaforis dengan menggunakan banyak bentuk komunikasi elektronik yang dipakai di dunia internet. Dunia maya menawarkan kesempatan membentuk komunitas yang sebenarnya dimana orang-orang memiliki ketertarikan yang sama dan dipertemukan oleh media elektronik, hingga kemudialah lahirlah media interaktif. Media interaktif atau media sosial itu kemudian melahirkan juga sebuah jurnalistik baru, yang disebut jurnalistik internet yang dikenal juga sebagai media *online*, *web site* atau situs dalam *cyberspace*. Jika penerbitan media konvensional dilengkapi dengan nama dan alamat penulisnya maka tidak selalu demikian dengan media online. Para pemilik situs dapat membuat situsnya bersifat anonim, disamping wartawan, penulis, dan fotografer yang juga bisa anonim, sehingga mirip dengan selebaran gelap.

Hal tersebut tentu memiliki implikasi sosial, politik dan hukum dengan segala dampak positif dan negatifnya. Oleh sebab itu tidak mengherankan jika ada sejumlah ulama yang



“melarang/mengharamkan” anak-anak muda menggunakan internet karena dapat mendatangkan banyak *mudharat* disamping manfaatnya, karena arus pesan tidak hanya dari orang muslim. Hal ini merupakan tantangan bagi para *da'i* atau mubalig untuk merespon secara positif penggunaan media *online* yang sedang trend di kalangan masyarakat.<sup>16</sup>

### 3. Media Siber

Media siber atau *cybermedia* adalah media atau tempat dimana terjadinya interaksi dari para pengguna jaringan internet dengan berbagai keperluan yang berbeda-beda. Hal itu bisa berupa keperluan pekerjaan, pendidikan atau sekedar hiburan saja, karena media siber menyajikan segala jenis konten secara lengkap dan terbaru, dengan hanya mengetikkan kata kunci yang ingin kita cari di mesin pencarian sehingga sangat mudah untuk digunakan.

Istilah media siber tidak terlepas dari fenomena konvergensi media yang merujuk pada terbentuknya *new media* atau media baru. Menurut Johan Vivian keberadaan media baru

---

<sup>16</sup> Anwar Arifin. *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*. (Yogyakarta: Graha Ilmu. 2011), Hal. 91.

seperti internet bisa melampaui pola-pola penyebaran pesan media tradisional, sifat internet yang bisa berinteraksi, mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi dan yang penting dapat dilakukan secara real time. Nicholas Gane dan David Beer memaparkan karakteristik media baru dengan *term network, interactivity, information, interface, archieve, dan simulations.*

Beranjak dari definisi atau lebih tepatnya karakter media baru, Meyovirtz mengungkapkan bahwa lingkungan media baru atau yang dikenal dengan *cyberspace* telah membawa tawaran pemikiran baru terhadap riset-riset media yang tidak hanya berfokus pada pesan semata, melainkan mulai melibatkan teknologi komunikasi itu sendiri yang secara langsung maupun tidak memberikan fakta bahwa perangkat komunikasi berteknologi tersebut merupakan salah satu bentuk atau tipe dari lingkungan sosial. Tidak hanya bisa dilihat sebagai media dalam makna teknologi saja, melainkan juga makna-makna lain yang muncul seperti budaya, politik, ekonomi dan sebagainya.

Gibson memperkenalkan istilah "*cyberspace*" untuk menjelaskan bahwa ada

tempat dimana ia tidak nyata tetapi keberadaannya dapat dirasakan bahkan menjadi kenyataan dalam benak. pengertian *cyberspace* atau ruang siber menurut Gibson adalah sekumpulan data, representasi grafik demi grafik. Dan hanya bisa diakses melalui komputer. Ruang siber digambarkan oleh Gibson jauh sebelum teknologi internet berkembang dan untuk menjelaskan gambaran "*consesal hallucination*" atau seolah-olah ruang atau sesuatu itu ada. Contohnya adalah ketika kita menggunakan *mouse* yang tersambung dengan komputer dan *mouse* itu bergerak sesuai keinginan kita, maka *mouse* tersebut merepresentasikan diri kita di dalam komputer.

Definisi tersebut menjelaskan bagaimana realitas di dunia siber tersebut pada dasarnya adalah nyata di benak individu. Shawn Wilbur menjelaskan bahwa melalui fasilitas *web* memungkinkan adanya kontak halus, bahwa seseorang akan menemukan efek dalam kehidupan mereka ketika ketika berhubungan dengan ruang siber sebab, karakter dunia virtual

bisa menghasilkan efek dan di sisi lain dia juga menjadikan dirinya sebagai sebuah efek.<sup>17</sup>

#### **a. Khalayak Media Siber**

Khalayak di media siber adalah semua orang yang menikmati informasi dari media siber dan memilih informasi atau berita yang mereka inginkan atau orang-orang kini biasa menyebutnya dengan istilah “warganet” atau “netizen”. Khalayak sendiri ada yang sekedar membaca informasi di media siber dan ada juga yang berpartisipasi aktif dalam memberikan komentar terhadap informasi atau berita yang disajikan oleh penyaji informasi di media online.

Windahl dan Signitzer mendefinisikan khalayak sebagai individu dengan kesadarannya akan memilih media dan pesan yang ingin diakses. Khalayak juga dapat didefinisikan sesuai dengan keinginan pengirim pesan dan sesuai dengan keanggotaan peserta tersebut. Misalnya khalayak dapat didefinisikan sebagai target pemasaran, sebagaimana dijelaskan oleh Mc.Quail, bahwa khalayak berpotensi menjadi

---

<sup>17</sup> Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)* Hal. 16-24.

konsumen terhadap medium dan sebagai target dari pesan-pesan atau iklan perusahaan, dan pada tahap selanjutnya diharapkan menjadi konsumen dari produk-produk yang diiklankan.

Sedangkan Hiebert menjelaskan pengertian khalayak dan karakteristiknya, antar lain: 1) khalayak cenderung berisi individu yang condong untuk berbagi pengalaman dan dipengaruhi oleh hubungan sosial di antara mereka serta pemilihan produk media berdasarkan seleksi kesadaran; 2) khalayak cenderung tersebar di beberapa wilayah sasaran; 3) khalayak bersifat heterogen yakni berasal dan terdiri dari berbagai lapisan dan kategori sosial; 4) khalayak cenderung *anonym*, tidak mengenal khalayak lainnya yang juga mengakses media; 5) posisi khalayak di media massa pada dasarnya dipisahkan oleh komunikator/*sender*. penjelasan ini membawa sebuah kesimpulan bahwa di era media tradisional posisi khalayak hanya ditempatkan sebagai objek atau konsumen.

White & Le Cornu membagi para pengguna internet sebagai penunjang, dan

sebagai penetap, sebagai penunjang pengguna menyambangi situs-situs tertentu karena dilandasi minat mereka, sementara di sisi lain sebagai penetap, pengguna dengan sadar menghabiskan waktu daring mereka untuk melakukan interaksi sosial dan bukan untuk mengumpulkan informasi semata, namun keberadaan pengunjung tersebut bisa diketahui.<sup>18</sup>

#### **b. Budaya di Media Siber**

Budaya pada dasarnya adalah nilai-nilai yang muncul dari proses interaksi antar individu; dalam konteks ini adalah pengalaman individu atau antar individu dalam menggunakan serta terkait dengan media. Nilai-nilai ini diakui baik secara langsung maupun tidak, seiring dengan waktu yang dilalui dalam interaksi tersebut.

Melalui medium internet, pembentukan budaya siber berlangsung secara global dan universal. Budaya siber bagi penulis bisa dipandang sebagai objek sekaligus subjek dalam kajian antropologi, sosiologi, maupun sebagai kajian dalam media

---

<sup>18</sup> Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)* Hal. 65

dan studi kultural.

Berkembangnya media komunikasi baru terutama internet menurut Rheingold telah mentransformasikan pula bagaimana interaksi diantara individu sebagai entitas yang pada kenyataannya membawa fenomena sosial yang baru dan berbeda dari yang selama ini dipahami. Internet menjadi tempat virtual dimana para individu bekerjasama dan berinteraksi sampai pada keterlibatan emosi secara virtual. Rheingold juga menegaskan bahwa sistem komunikasi di komputer pada dasarnya adalah sekedar perangkat atau alat. karena itu komunitas yang muncul di dunia siber merupakan tahapan berikutnya dari penggunaan alat tersebut.

Durkheim menjelaskan bahwa komunitas itu bisa terbentuk dari adanya kesadaran kolektif diantara anggota komunitas sehingga ia akan menciptakan semacam ikatan kepercayaan yang hanya dimiliki oleh para anggota komunitas itu sendiri, kesadaran kolektif ini salah satunya adalah nilai-nilai yang berlaku secara tradisional dalam masyarakat.

Terkait dengan hal tersebut, Cantoni dan Tardini menyebutkan setidaknya ada beberapa syarat yang diperlukan untuk sebuah komunitas virtual, yaitu 1) lingkungan atau tempat terjadinya komunikasi-interaksi; 2) relasi diantara anggota terjadi dan dikelola secara elektronik atau *online*; 3) rasa kepemilikan atau kesadaran anggota sebagai bagian dari komunitas tersebut; 4) struktur internal yang ada di dalam komunitas; 5) ruang simbolik yang direpresentasikan dengan adanya aturan, nilai, norma, sampai pada ketertarikan.<sup>19</sup>

#### **4. Perkembangan Bahasa di Media Baru**

Perkembangan teknologi yang semakin mutakhir tidak hanya berdampak terhadap ilmu pengetahuan saja namun juga perkembangan media dan telekomunikasi yang semakin hari semakin pesat perkembangannya, dengan semakin menjamurnya aplikasi sosial media dan portal media online tidak menutup kemungkinan terciptanya sebuah budaya baru di dunia maya, contohnya saja istilah-istilah

---

<sup>19</sup> Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)* Hal. 167-182.



atau bahasa gaul yang hanya dimengerti oleh komunitas-komunitas tertentu atau bahkan tersebar luar di seluruh kalangan masyarakat, dengan cepatnya arus informasi yang tersebar terciptanya istilah-istilah baru akibat pertukaran budaya di dunia maya tidak bisa terhindarkan lagi.

Terkait dengan perkembangan bahasa di media siber, Lorenzo dan Stefano memberikan beberapa point untuk melihat hal tersebut. Point-point itu adalah:

- a. Teks di media siber tidak bisa dijangkau oleh indera manusia.
- b. Bentuk teks di media siber adalah abstrak.
- c. Teks di media siber bisa diproduksi kembali bahkan berulang-ulang.
- d. Teks di media siber tidak dibatasi oleh ukuran-ukuran seperti waktu dan ruang.
- e. Modifikasi terhadap teks bisa terjadi di media siber.
- f. Tidak hanya satu bentuk, teks di media siber bisa multimedia.
- g. Teks di media siber berlangsung terus-menerus.

- h. Teks merupakan hasil yang interaktif di media siber.
- i. Komunikasi di internet bisa disesuaikan dengan kebutuhan.<sup>20</sup>

Meningkatkannya jumlah pengelola *web* atau *blog* juga berimplikasi terhadap penggunaa ragam bahasa di media internet sebagai sarana untuk berekspresi. Bahasa tak semata-mata dimanfaatkan sebatas untuk menyampaikan informasi, tetapi juga digunakan sebagai media memberikan hiburan dan memengaruhi publik. Melalui *web* atau *blog*, seorang pemegang akun *web* atau *blog* bisa memanfaatkan bahasa untuk berbagai macam kepentingan ssesuai dengan tujuan yang diinginkannya. Secara umum ada dua kecenderungan pengguna *web* atau *blog* dari media internet. Pertama, *web* ata *blog* yang digunakan untuk kepentingan ekspresi pribadi. Kedua, *web* atau *blog* yang digunakan untuk kepentingan ekspresi organisasi atau institusi.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)*, Hal. 103-106.

<sup>21</sup> Achsinul Arfin, Afid ridho dkk. *Media Dengarkan*. (Malang:KAKI-KOE dan Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang, 2010) hal 12.

## 5. Media Sosial

Salah satu media yang telah digandrungi oleh masyarakat saat ini adalah media sosial. Media sosial merupakan salah satu produk *cyberspace*, yaitu tempat kita berada saat menyelami dunia virtual yang kita sebut dengan internet.

Berikut adalah definisi media sosial menurut para ahli:

- a. Mandibergh menyatakan bahwa media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan sebuah konten (*user generated content*)
  - b. Shirky media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*sharing*), bekerja sama (*to corporate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun oraganisasional.
  - c. Boyd mengemukakan bahwa media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan dalam kasus tertentu
-

saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user generated content* dimana konten dihasilkan oleh pengguna bukan oleh editor sebagaimana media masa.

Dari sejumlah pengertian tersebut Rulli Nasrullah menyimpulkan bahwa media sosial adalah medium internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara individual<sup>22</sup>

Karakteristik media sosial diantaranya adalah :

- a. Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Ia terbangun dari struktur sosial yang terbentuk pada jaringan internet, yang berdasar pada jaringan teknologi informasi, mikro elektronik. Jaringan tersebut terbentuk antar pengguna yang secara teknologis di mediasi oleh perangkat teknologi seperti komputer, telepon genggam atau tablet. Media sosial membentuk jaringan antarpenggunanya walaupun dalam kehidupan nyata mereka tidak saling mengenal. Jaringan yang terbentuk antar pengguna kemudian

---

<sup>22</sup> Rulli Nasrullah. Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi.(Bandung :Simbiosis Rektama Media. 2016), Hal. 11.

membentuk nilai-nilai sebagaimana masyarakat dalam kehidupan sosial.

b. Karakter Informasi

Informasi merupakan aspek penting dari media sosial. Ia diproduksi, dipertukaran dan dikonsumsi sehingga menjadi komoditas yang sangat bernilai. Informasi bagi pengguna media sosial menjadi alasan mereka untuk saling berinteraksi dan membentuk masyarakat jejaring dalam internet. Bagi seseorang yang hendak melibatkan diri di media sosial dia harus menyertakan informasi pribadinya. Data tersebut menjadi representasi identitas pengguna yang juga sering menjadi alasan terbentuknya komunitas di media sosial berdasarkan asal daerah, pendidikan, kegemaran, dan identitas lainnya yang dikonsumsi antarpengguna.

c. Karakter Arsip

Informasi yang diunggah di media sosial tersimpan dan dapat di akses kapan pun. Ia tidak akan hilang begitu saja karena pergantian jam, hari atau minggu bahkan bulan maupun tahun jika tidak ada yang menghapusnya. Dengan demikian media sosial tidak hanya memiliki kekuatan jaringan, tetapi juga memiliki kekuatan

pengarsipan. Tidak berlebihan jika media sosial disebut sebagai medium pustaka digital dan menjadi semacam portal untuk mengakses arsip-arsip yang ada di dalamnya. Jika seseorang memiliki akun media sosial maka secara otomatis dia telah membangun sebuah ruang data yang dapat diakses kapan saja.

d. Karakter Interaksi

Jaringan media sosial tidak hanya memperluas pertemanan atau kepengikutan, namun juga membangun interaksi, di dalamnya terjadi saling mengomnetari, dan memberi tanda saling mempromosikan bahkan berbagi perasaan dan saling memberi informasi.

e. Karakter Simulasi Sosial

Layaknya masyarakat di dalam suatu negara, dalam media sosial pun terdapat hubungan antarmasyarakat ada aturan dan etika yang mengikat penggunaannya. Pada saat yang sama keadaan yang nyata di benak khalayak semakin berkurang dan seakan tergantikan dengan realitas yang semu di dunia maya. Kondisi ini disebabkan oleh imaji yang disajikan media massa terus menerus. Khalayak seakan ada di antara realitas dan ilusi. Interaksi di media sosial memang mirip

dengan di dunia nyata tapi interaksi tersebut hanya simulasi dan bahkan terkadang berbeda dengan kenyataan.

f. Karakter Konten Oleh Pengguna

Pada media sosial, konten sepenuhnya milik dan berdasarkan pada kontribusi pengguna atau pemilik akun. Ini merupakan relasi simbolis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pada pengguna untuk berpartisipasi.

g. Karakter Penyebaran

Media sosial tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan serta sekaligus dikembangkan oleh penggunanya. Ini menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus.

Alasan penyebara informasi di media sosial menjadi penting antara lain bahwa upaya membagi informasi pada anggota komunitas menunjukkan keberpihakannya pada isu atau informasi yang disebarkan. Selain itu ada semacam kesadaran bahwa konten yang disebar

tersebut patut atau layak diketahui oleh pengguna lainnya.<sup>23</sup>

Seiring dengan kehadirannya yang diminati banyak kalangan, media sosial juga mengalami perkembangan yang pesat, antara lain munculnya beragam jenis media sosial dengan karakteristiknya masing-masing yang semakin bertambah seiring dengan perkembangan pola kehidupan masyarakat.

Menurut Rulli Nasrullah setidaknya terdapat lima kategori media sosial, yaitu:

**a. Jejaring Sosial**

Jejaring sosial adalah media sosial yang paling populer dalam kategori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual. Contohnya adalah *Facebook*, *Instagram*, *Line*, *Whatsapp*, *Line*, *Kakaotalk*, dsb.

Karakter utama dari jaringan sosial adalah setiap pengguna membentuk jejaring

---

<sup>23</sup> Asep. S. Muhtadi. *Tehnik Menulis Dakwah*. (Bandung: Simbiosis Rektama Media. 2016). Hal. 208-210.



pertemanan. Dalam banyak kasus, pembentukan pertemanan ini biasanya berdasarkan pada suatu hal yang sama, misalnya hobi, pandangan politik, organisasi, pendidikan, profesi, dsb.

**b. Jurnal *Online (Blog)***

*Blog* merupakan media sosial yang dapat digunakan untuk menunggang aktivitas keseharian, saling mengomentari dan saling berbagi. Pada awalnya, *blog* merupakan suatu bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbarui setiap harinya. Berikutnya *blog* memuat kolom komentar yang bisa dilihat oleh pengunjungnya.

Karakter *blog* antara lain bahwa penggunaannya adalah pribadi dan konten yang dipublikasikan pun terkait dengan pengguna itu sendiri, namun pada perkembangannya *blog* kini juga digunakan oleh lembaga atau institusi untuk memperkenalkan lembaganya. Jenis *blog* ini ada personal *homepages*, seperti .com atau .net. selain itu ada pula *weblog* gratis, seperti wordpress

([www.wordpress.com](http://www.wordpress.com)) dan *blogspot* ([www.blogspot.com](http://www.blogspot.com)).

**c. Jurnal Online Sederhana (*Microbloging*)**

*Microbloging* adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas serta pendapat para penggunanya.

**d. Berbagi Media (*Media Sharing*)**

Situs berbagi media (*media sharing*) merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media, seperti dokumen, video, gambar, dan audio misalnya *Youtube*, *Flickr*, *Photibucket*, *Snapfish* dan *Instagram*.

**e. Penanda Sosial (*Social Bookmarking*)**

Penanda sosial merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara online. Informasi yang diberikan di media sosial bukanlah informasi yang utuh. Pengguna hanya disediakan informasi berupa teks, video atau foto yang singkat sebagai pengantar, kemudian pengguna diarahkan kepada tautan sumber informasi tersebut.

Cara kerjanya seperti lemari katalog di perpustakaan. Beberapa yang termasuk situs bookmarking diantaranya adalah *delicious.com*, *StambleUpon.com*, *dig.com*, dan *LintasMe*.

**f. Media Konten Bersama (Wiki)**

Media konten bersama merupakan situs yang kontennya berasal dari kolaborasi para penggunanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedia, *wiki* menghadirkan beberapa pengertian, sejarah hingga rujukan buku atau tautan satu kata. Dalam praktiknya penjelasan-penjelasan tersebut dikerjakan oleh pengunjung. Artinya ada kolaborasi dari semua pengunjung untuk mengisi situs ini.

Dengan demikian situs *wiki* hanya menyediakan perangkat lunak yang bisa dimasuki oleh siapa saja untuk mengisi, menyunting bahkan mengomentari sebuah tema yang dijelaskan. Setiap pengguna yang memberikan kontribusi dapat melihat kronologi perubahan-perubahan yang terjadi. Dapat melihat data terakhir, valid tidaknya

referensi yang berkembang, hingga foto-foto terkait.<sup>24</sup>

## H. Metode Penelitian

### 1. Penjelasan Metode

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif, Penelitian kualitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, tehnik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian lebih menekankan pada makna daripada generalisasi.<sup>25</sup>

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan etnografi virtual, dimana dalam meneliti peneliti tidak hanya menjadi pengamat saja namun juga ikut serta dalam fenomena yang ditelitinya. Maka dari itu dalam menganalisis hasil temuan peneliti tidak

---

<sup>24</sup> Nasrullah. Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi, Hal. 40-47.

<sup>25</sup> Dewi Sadiah, *Metode Penelitian Dakwah.*( Bandung: Remaja Rosda Karya, 2015), Hal. 19

hanya memposisikan diri sebagai pengamat saja namun juga turut serta sebagai pengunjung *Blog* dan pembaca artikel-artikel yang di unggah dalam *Blog* tersebut.

Etnografi virtual adalah metode etnografi yang dilakukan untuk melihat fenomena sosial ataupun kultur yang ada di ruang siber. Bell mengatakan, bahwa metode etnografi ini merupakan metode utama dan penting untuk melihat fenomena budaya siber yang ada di internet. Maka dari itu dalam kajian etnografi virtual pola pendekatan penelitian terhadap internet bisa dilakukan tergantung dari bagaimana individu memandang internet. Hine mencontohkan, peneliti etnografi di media siber bisa melihat bagaimana kebiasaan konsumen perangkat lunak internet yang bersumber pada bagaimana strategi yang dilakukan oleh produsen perangkat lunak itu sendiri. Bahkan Grint dan Woolgar melihat konstruksi budaya komputer melalui produsen perangkat itu menjadi lebih mudah untuk memahami etnografi komputer dibandingkan harus secara langsung melihat perangkat keras itu sendiri. Teknologi berupa teks hanya bisa dijangkau secara terbatas

dibandingkan dengan teknologi itu sendiri. Dengan demikian budaya yang terkandung dalam internet bisa diteliti dengan menggunakan persepektif etnografi melalui konstruksi teknologi beserta fenomena sosial yang ada di dalamnya.

Hine menjabarkan beberapa prinsip dalam melakukan penelitian etnografi virtual diantaranya adalah:

- a. Etnografi virtual mempertanyakan asumsi yang sudah berlaku secara umum tentang internet.
- b. Perbedaan dengan kehidupan nyata dan fenomena yang muncul dari interaksi face to face, internet merupakan media yang sangat kompleks dan relasi yang terjadi berdasarkan pada konteks apa yang digunakan termasuk pada penggunaan teknologi.
- c. Internet mengubah pemahaman tentang “lokasi” penelitian karena internet merupakan tempat yang aktif dan selalu bergerak.
- d. Konsepsi dari gagasan mengenai lokasi tersebut memunculkan pertanyaan yang serius sebab dalam etnografi kultur serta komunitas bisa diidentifikasi dalam lapangan

atau lokasi yang nyata. Hine menawarkan solusi bahwa penelitian dipisahkan dari pemahaman umum terhadap lokasi dan batas-batas sehingga difokuskan pada arus dan konektivitas antar user di internet.

- e. Etnografi virtual pada dasarnya juga mengangkat persoalan batas-batas, akan tetapi konteks ini untuk melihat kenyataan antara yang “nyata” dengan yang “maya”
- f. Etnografi virtual merupakan persinggahan sementara, dimana kehidupan dunia internet tidak terjadi selama 24 jam yang sesungguhnya, pengguna internet tidak dapat dipastikan kapan mereka berada di “internet” .
- g. Dalam etnografi virtual fenomena yang diangkat merupakan bagian kecil semata, tidak menggambarkan bagaimana sesungguhnya kehidupan di internet itu berlangsung.
- h. Etnografi hendaknya juga mereka apa yang juga menjadi bagian dalam cyberspace.
- i. Etnografer maupun informasi (penelitian) haruslah dirasakan kehadiran antara keduanya meskipun tidak secara face to face

namun media siber memungkinkan komunikasi terjadi di antara keduanya.

- j. Beberapa terminologi, prinsip maupun aturan yang selama ini dipahami dalam etografi, pada dasarnya tidak bisa diterapkan dalam etnografi virtual.<sup>26</sup>

## 2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah *blog leendashinhyunjae.wordpress.com* yang dimiliki oleh Aminah Linda Wardhani. Sedangkan objek penelitiannya adalah fenomena dakwah di kalangan penggemar K-Pop pada *blog leendashinhyunjae.wordpress.com* yang dikaji menggunakan analisis media siber.

Terdapat empat level dalam metode analisis media siber yaitu:

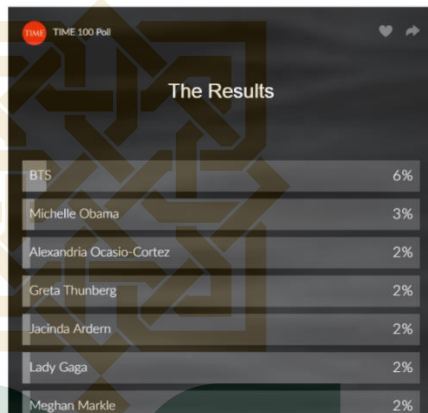
- a. *Ruang media*, untuk mengkaji aspek-aspek yang ada di dalam media. Pada level ini, peneliti mengkaji tentang prosedur instal aplikasi wordpress, pembuatan akun wordpress, mempublikasikan konten dan juga aspek grafis dari tampilan media.
- b. *Dokumen media*, untuk mengkaji pesan-pesan dakwah yang ada di dalam *blog*. Pada level

---

<sup>26</sup> Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)* Hal. 205.



penelitian ini, peneliti tidak mengkaji semua artikel unggahan yang ada pada *blog* tersebut, namun peneliti hanya membatasi pada unggahan-unggahan tentang grup K-Pop BTS yang mengandung pesan dakwah, dikarenakan BTS merupakan grup K-Pop paling berpengaruh saat ini menurut majalah *times*.



27

Karya-karya BTS juga sangat inspiratif dan sarat akan nilai-nilai kehidupan karena diadaptasi dari buku-buku sastra dan psikologi terkenal, dengan demikian dampak popularitasnya sangat besar terhadap para penikmat musik di seluruh dunia. Selain itu tidak semua unggahan di *blog* tersebut mengandung pesan dakwah yang mendalam,

<sup>27</sup> Mahita Gajanan, Times Magazine, *K-Pop Group BTS Wins 2019 TIME 100 Reader Poll*, <https://time.com/5570948/bts-time-100-2019-reader-poll-winner/>, 16 April 2019.

setidaknya terdapat 11 dari 1038 artikel unggahan di *blog Leendashinhyunjae.wordpress.com*. yang akan peneliti kaji pada penelitian ini.

- c. *Objek media* untuk mengkaji khalayak media dari komentar-komentar yang ada di dalam *blog*. Pada level ini peneliti akan mengkaji beberapa komentar yang terdapat pada 11 artikel di level dokumen media dan komentar yang ada pada halaman *sharing corner* dimana komentar-komentar tersebut akan menunjukkan interaksi yang ada di dalam *blog*.
- d. *Pengalaman*, untuk melihat pengaruh postingan-postingan di dalam *blog* terhadap kehidupan nyata khalayak. Pada level ini peneliti menentukan informan penelitian dengan menggunakan tehnik *purposive*, dimana kriteria narasumber yang peneliti wawancara diantaranya adalah: telah mengunjungi *blog leendashinhyunjae.wordpress.com*, telah membaca artikel yang peneliti kaji, telah berkomentar di *blog leendashinhyunjae.wordpress.com*, memiliki akun media sosial yang dapat dihubungi, dan bersedia menjadi narasumber penelitian ini.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara pengumpulan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian<sup>28</sup>. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah, *pertama*, teknik dokumentasi, dokumentasi merupakan teknik yang melakukan studi pada dokumen, dokumen merupakan cerita peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dimana pada teknik dokumentasi peneliti akan mengambil beberapa *screenshot* penampakan halaman *blog leendashinhynjae.wordpress.com* untuk mengutip naskah postingan dan beberapa konten lain yang berkaitan dengan penelitian.<sup>29</sup> dan yang *kedua* yaitu teknik wawancara, menurut Setyadin dalam buku Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Praktik wawancara merupakan suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan dimana dua

---

<sup>28</sup> Juliansyah Noor. Metode Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, & Karya Ilmiah. (Jakarta :Kencana Prenada Media Grup. 2011), Hal. 138.

<sup>29</sup> Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. (Bandung: CV. Alfabeta. 2013), Hal. 240.

orang atau lebih berhadapan secara fisik.<sup>30</sup> Dalam penelitian ini peneliti melakukan tehnik wawancara secara *online* dimana peneliti akan menghubungi beberapa pembaca *blog* melalui media *online* seperti *e-mail*, *instagram* dan *whatsapp*.

#### 4. Metode Analisis Media Siber

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis media siber, yaitu sebuah metode yang digagas oleh Dr. Rulli Nasrullah, M.Si, metode ini digunakan untuk menalisis ruang fenomena yang terjadi di dalam ruang media siber. Dalam metode ini terdapat empat level yaitu ruang media yaitu, dokumen media, objek media, dan pengalaman media.

---

<sup>30</sup> Gunawan. Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Praktik. (Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2013), Hal. 160.

**Tabel 1**  
**Analisis Media Siber**

Level	Objek
Ruang media ( <i>media space</i> )	Struktur perangkat media dan penampilan
Dokumen media ( <i>media archive</i> )	Isi/aspek pemaknaan teks/grafis
Objek media ( <i>media object</i> )	Interaksi yang terjadi di media siber
Pengalaman ( <i>experimental stories</i> )	Motif, efek, manfaat atau realitas yang terhubung secara <i>offline</i> maupun <i>online</i>

**a. Ruang Media**

Di dalam ruang media, level ini bisa mengungkapkan bagaimana struktur media jurnalisme warga, mulai dari bagaimana membuat akun, prosedur mempublikasikan konten, maupun aspek grafis dari tampilan media. Agar peneliti bisa mendapatkan data pada level ini, maka

peneliti perlu menggunakan metode etnografi virtual yaitu dengan memposisikan diri sebagai pengunjung *blog leendahsinhyunjae.wordpress.com*, sama seperti subjek penelitian dengan membaca artikel-artikel yang di unggah pada *blog* tersebut.

#### **b. Dokumen Media**

Level dokumen media ini dipakai untuk melihat bagaimana isi sebagai sebuah teks dan makna apa yang terkandung di dalam teks yang dipublikasikan melalui media siber tersebut. Teks yang dibangun pengguna akan menjadi sorotan penting pada level ini untuk diterjemahkan. Karena pada level ini peneliti media siber akan mengetahui bagaimana representasi dari pengguna itu sendiri. Teks tidak hanya mewakili pendapat namun juga menunjukkan ideologi, latar belakang, pandangan politik, keunikan budaya hingga merepresentasikan identitas dari khalayak. Maka pada level ini peneliti melihat bagaimana teks dipublikasikan melalui media siber tersebut dan menjadi pusat perhatian yang terfokus pada satu hal baik itu kalimat, gambar, video dan lain sebagainya.

### **c. Objek media**

Pada level ini objek media adalah unit spesifik yang bisa dilihat oleh peneliti sebagai interaksi ataupun aktivitas yang terjadi dalam dunia siber, baik itu aktivitas pribadi maupun interaksi antar pengguna. Dalam level ini juga data penelitian bisa berasal dari teks yang ada di media siber ataupun konteks yang ada di sekitar teks tersebut. Dalam level ini peneliti diibaratkan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai praktik etnografi komunikasi yang mana peneliti akan memfokuskan pada riset di lapangan, observasi, wawancara dan ikut berpartisipasi dalam aktivitas komunitas, dan melakukan pengujian terhadap persepsi institusi warga setempat, hanya saja hal ini dilakukan di media siber, intinya pada level ini peneliti melihat bagaimana teks itu ditanggapi atau berinteraksi dengan pengguna lainnya.

### **d. Pengalaman**

Pada level ini media akan menjembatani antara dunia virtual dan dunia nyata, karena pada level ini akan mengungkapkan bagaimana motif yang melandasi pengguna dalam memanfaatkan dan mempublikasikan isi media tersebut. Selain

itu pada level ini peneliti juga akan melihat apakah yang terjadi dalam dunia siber akan memberikan pengaruh terhadap dunia nyata. Dengan kata lain peneliti akan mencari bagaimana teks media tersebut memberikan dampak pada kehidupan nyata khalayak.<sup>31</sup>

## I. Sistematika Pembahasan

BAB I berisikan mengenai pendahuluan yang terdiri dari beberapa point. Yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II berisikan mengenai gambaran umum dari objek yang di teliti, dalam hal ini objek yang dikaji peneliti adalah fenomena dakwah di kalangan penggemar K-Pop pada *blog leendashinhyunjae.wordpress.com*. pada BAB II ini terdapat beberapa point pembahasan yaitu, yang pertama tentang *blog leendashinhyunjae.com* yang memuat tentang latar belakang pemilik *blog*, sejarah pembuatannya dan proses pembuatan konten di dalamnya terutama konten dakwah. Point kedua adalah *trend* Korean pop dan perkembangannya yang menjelaskan tentang bagaimana sejarah Korean pop

---

<sup>31</sup> Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)* Hal. 244.



dan perkembangannya sampai bagaimana bisa masuk di Indonesia serta bagaimana pandangan masyarakat tentang K-Pop dan point yang terakhir adalah penjelasan tentang Wordpress.

BAB III berisikan mengenai pembahasan dakwah di kalangan penggemar K-Pop berupa pemaparan data penelitian analisis data dan hasil penelitian. Pada bab ini terdapat beberapa point pembahasan yaitu, media online sebagai sarana dakwah, dakwah di kalangan penggemar K-Pop, pesan dakwah pada postingan di *blog leendashinhyunjae.wordpess.com*, etnografi virtual, dan metode analisis media siber.

BAB 1V adalah penutup, yang berisikan dua point yaitu kesimpulan dari hasil penelitian dan saran bagi pembaca baik kalangan akademika maupun kalangan umum.



## BAB IV PENUTUP

### A. KESIMPULAN

*Blog* Wordpress Leendashinhyunjae.wordpress.com berisi tentang informasi-informasi yang membahas tentang K-Pop, seperti *review* lagu-lagu K-Pop, fakta-fakta menarik tentang anggota grup K-Pop, *review* acara ragam K-Pop dan berbagai hal lain tentang K-Pop. *Blog* ini ditulis oleh seorang penggemar K-Pop yang bernama Aminah Linda Wardhani, dimana dalam menulis konten-konten K-Pop terutama tentang grup boyband BTS, Linda hampir selalu menyelipkan konten-konten dakwah Islam di dalamnya, sehingga artikel-artikel di *blog* tersebut berbeda dengan artikel K-Pop biasa yang ditulis di media-media lain.

Teknik analisis yang peneliti gunakan adalah teknik analisis media siber yang digagas oleh Rulli Nasrullah, dimana teknik ini dibagi menjadi empat level tahapan penelitian, yaitu : ruang media, dokumen media, objek media, dan pengalaman media. Pada *level ruang media*, berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan Linda menggunakan namanya sendiri yang telah dirubah menjadi nama Korea sebagai nama *blog* dan beberapa hal lain terkait dengan tema dan

*tagline* yang juga merepresentasikan diri Linda sendiri. Berdasarkan statistik *blog* terdapat 8.467.252 pengunjung yang telah mengunjungi *blog* tersebut dan juga 718 pengguna Wordpress yang mengikuti, selain itu pada *blog* tersebut juga terdapat berbagai fitur seperti kalender, *search* dan *chatting* yang dapat digunakan oleh para pengunjung *blog*.

Pada level *dokumen media*, artikel yang peneliti teliti adalah artikel-artikel mengenai grup boyband BTS. Terdapat 1034 artikel yang diunggah pada *blog* tersebut sejak tahun 2011, sedangkan 280 diantaranya adalah tentang BTS. Artikel-artikel dalam *blog* *Leendahsinhyunjae.wordpress.com* juga di sertai dengan foto-foto hasil tangkapan layar dari video-video dan buku yang dijadikan sumber penulisan artikel, selain itu artikel juga selalu disertai dengan sumber penulisan.

Linda mulai menyelipkan konten dakwah dalam artikel sejak menulis artikel tentang *boyband* BTS, artikel-artikel yang memuat konten dakwah pada *blog* Linda diantaranya adalah tentang hijab, mencintai diri sendiri, menghargai orang lain, saling tolong menolong, bekerja keras, dan lain sebagainya. Dalam menulis artikel Linda seringkali menggunakan beberapa kosakata dalam bahasa Korea dan juga istilah-istilah

yang hanya dimengerti oleh para penggemar K-Pop karena artikel-artikel yang ditulis adalah tentang K-Pop, untuk konten dakwahnya pun Linda kerap mengutip hadits-Hadits dan ayat-ayat Al-Qur'an beserta penjelasannya.

Pada *level objek media*, setiap artikel yang membahas tentang BTS hampir selalu mendapat komentar positif dari para pembacanya dimana pada komentar-komentar tersebut Linda hampir selalu memberikan tanggapan, selain di kolom komentar pada bagian bawah halaman artikel pengunjung juga bisa memberikan tanggapannya pada halaman *sharing corner* yang merupakan halaman khusus untuk berkomentar.

Sedangkan *level terakhir* adalah *level pengalaman*, pada kolom komentar di *blog* terdapat beberapa komentar yang mengatakan bahwa artikel-artikel di *blog* Linda berpengaruh terhadap kehidupan mereka seperti awalnya tidak suka mejadi suka BTS, menyadari bahwa menyukai idola tidak boleh berlebihan, dan menyadari bahwa dalam menyukai sesuatu juga harus tahu makna dan manfaatnya. Selain dari komentar-komentara di *blog* peneliti juga menanyai langsung sebanyak lima orang narasumber yang pernah membaca *blog* Linda, rata-rata

mengatakan bahwa setelah membaca artikel-artikel Linda mereka menjadi lebih positif bisa mencintai dan menghargai diri sendiri serta orang lain. Dari hasil penelitian peneliti juga menemukan beberapa *blog* yang mengunggah ulang artikel-artikel dari *blog* Linda dan juga membuat artikel-artikel serupa dengan Linda.

Melalui penelitian ini peneliti menyimpulkan bahwa memasukkan konten dakwah pada artikel K-Pop di media sosial seperti *blog* dapat menjadi sarana dakwah yang efektif di kalangan penggemar K-Pop itu sendiri tanpa menyinggung hal-hal negatif dalam K-Pop yang memang berbeda dengan budaya Islam khususnya di Indonesia. Karena basis penggemar K-Pop yang besar dan loyalitas mereka yang tinggi pada idolanya apalagi grup boyband BTS yang saat ini sedang mendapatkan perhatian besar di seluruh dunia, hal itu membuat K-Pop memiliki pengaruh yang besar terhadap beberapa aspek, begitu juga perihal tentang konten dakwah pada artikel K-Pop ini. Banyak penggemar yang menyadari bahwa K-Pop itu tidak hanya tentang bersenang-senang dengan mengagumi idolanya saja namun juga mereka dapat melihat sisi positif dan mengambil manfaat dari apa yang mereka gemari.

## B. SARAN

1. Bagi para mahasiswa khususnya mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam, dapat termotivasi untuk berdakwah melalui media sosial seperti *blog*, serta bagi para mahasiswa yang sedang melakukan penelitian dapat juga menjadikan skripsi ini sebagai bahan rujukan dalam penelitiannya.
2. Bagi Para *da'i* yang ingin berdakwah dengan cara efektif dan terfokus pada suatu kelompok sosial dapat melakukan pendekatan dakwah dengan cara seperti yang dilakukan Linda pada *blog Leendashinhyunjae.wordpress.com*.
3. Bagi para penggemar K-Pop agar dapat mengambil sisi positif dan manfaat dari K-Pop seperti yang dilakukan Linda serta tidak menyukai K-Pop secara berlebihan agar tidak merugikan baik bagi diri sendiri maupun orang lain.
4. Bagi para pembaca skripsi secara umum, agar tidak beranggapan bahwa K-Pop dan penggemarnya sepenuhnya adalah negatif, dan melihat bahwa K-pop juga bisa bermanfaat tidak hanya untuk artis dan penggemarnya saja namun juga orang-orang yang mengambil keuntungan dari dampak K-Pop itu sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Arfin,Achsinul, Afid ridho dkk. *Media Dengarkan Aku* (Malang:KAKI-KOE dan Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang, 2010)

Arifin, Anwar, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*. (Yogyakarta: Graha Ilmu. 2011)

Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Praktik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2013)

Helmi Masdar, *Dakwah Dalam Alam Pembangunan* (Semarang: CV Toha Putra, 1973)

Kholili. HM, *Komunikasi Untuk Dakwah Suatu Pengantar*. (Yogyakarta: Bidang Akademik UIN Sunan Kalijaga. 2008)

Muhtadi, Asep. S, *Tehnik Menulis Dakwah*, (Bandung: Simbiosis Rektama Media. 2016)

Nasrullah, Rulli, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*, (Bandung :Simbiosis Rektama Media. 2016), Hal. 11.

Nasrullah, Rulli, *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)* (Jakarta: Penada Media Grup, 2014)

Noor, Juliansyah, *Metode Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, & Karya Ilmiah*. (Jakarta :Kencana Prenada Media Grup. 2011)

Rahmat Jalaludin, *Wilayah dan Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah* (Bandung, IAIN Sunan Gunung Djati, tt)



Ridla M. Rosyid dkk, *Pengantar Ilmu Dakwah Sejarah, Perspektif dan Ruang Lingkup*, (Yogyakarta: Samudra Biru, 2017)

Russel Mark James. *K-Pop Now: The Korean Music Revolution*. (Singapore: Tuttle Publishing. 2014).

Sadiyah, Dewi, *Metode Penelitian Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2015)

Storey John. Rahmawati laily (pen.).2006. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop: Pengantar Komprehensif Teori dan Metode*. (Yogyakarta: Jalasutra,2006)

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. (Bandung: CV. Alfabeta. 2013)

### Skripsi

Hakiki, Rizki, *Dakwah di Media Sosial(Etnografi Virtual pada Fanpage Facebook KH. Abdullah Gymnastiar*, (Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Tahun 2016)

Ricky Rio dkk, *Pola Komunikasi Kelompok Game Online (Studi Virtual Etnografi Pada Pengguna Agame "Clash of Clans" Komunitas I-Ron*, (Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, 2006)

### Jurnal

Howard Keith, *Korean Pop Music: Riding the Wave*, (Kent: Global Orietal, 2006).

Jung Sun Park. (*K-Pop, Indonesian Fandom, and Social Media in Race and Ethnicity in Fandom*.( Melbourne: Victoria University, 2011).

KOCIS, (*Korean Culture No.2. K-Pop: A New Force in Pop Music*. (Korea: Korean Culture and Information Service, 2011).

Puspitasari Wulan dan Yosafat Hermawan, *Gaya Hidup Penggemar K-Pop (Budaya Korea) Dalam*

*Mengekspresikan Kehidupannya Studi Kasus K-Pop Lovers Di Surakarta* (Jurusan Pendidikan Sosiologi Antropologi, FKIP, Universitas Negeri Sebelas Maret, Surakarta)

Rachmaniar, *Studi Etnografi Virtual Tentang Belajar Bisnis Untuk Ibu Rumah Tangga Di Saluran Youtube Belajar Berbisnis*, (Fakultas Komunikasi, Universitas Padjajaran Bandung, 2017).

Santoso Agustinus, *PANDUAN PEMBUATAN WEB BLOG WORDPRESS.COM*, 2008 (Jakarta: Yayasan Bunda Hati Kudus)

Zaini, *Dinamika Perkembangan Musik K-Pop dalam Perspektif Industri Budaya*, (Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia, Seminar Nasional Budaya Urban Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora: Tantangan dan Perubahan, 2017).

### **Internet**

*BTS Speech at United Nations (UNICEF)*,  
<http://youtu.br/oTe4f-bBEKg>, Diakses pada 13 Juni 2019.

CNN Indonesia, *BTS Sukses Gebrak Wembley Stadium di Inggris*,  
<https://m.cnnindonesia.com/hiburan/20190602151539-227-400459/bts-su>

CNN Indonesia, *Konser BTS Gaet 320 Ribu Orang di AS*,  
<https://m.cnnindonesia.com/hiburan/20190520180419-227-396572/konser-bts-gaet-320-ribu-orang-di-as>,  
 Diakses pada 13 Juni 2019.

CNN Indonesia, *UNICEF Ungkap Alasan Memiliih BTS Pidato di PBB*,  
<https://m.cnnindonesia.com/hiburan/20180925161956->

234-333050/unicef-ungkap-alasan-memilih-bts-pidato-di-pbb, Diakses pada 13 Juni 2019.

Herawati Maimoon, *Hentikan Iklan Blackpink Shopee!!*, <https://www.change.org/p/komisi-penyiaran-indonesia-hentikan-iklan-blackpink-shopee> 7 Desember 2018. Diakses pada Senin, 11 Maret 2019.

J.K, *BTS Wins Top Social Artist Award at Billboard Music Awards for 3 rd year in A Row*, <https://www.soompi.com/article/1321468wpp/>, 1 Mei 2019 , Diakses pada 13 Juni 2019.

Jimin Hong, *More Than 89 Million “Hallyu” Fans Around the World*, [http://www.koreatimes.co.kr/www/nation/2019/01/113\\_262193.html](http://www.koreatimes.co.kr/www/nation/2019/01/113_262193.html), 12 januari 2019, Diakses pada. Senin, 11 Maret 2019.

Leendashin, *Fakta-Fakta BTS Part 259 BTS X Personnes X Omelas X Sepatu*, <https://leendashinhyunjae.wordpress.com/2017/05/02/fakta-fakta-bts-part-259-bts-x-personnes-x-omelas-x-sepatu/>, Diakses pada 20 Juni 2019.

Lindashin, *Fakta-fakta BTS part 167 X Hijab*, <https://leendashinhyunjae.wordpress.com/2015/11/03/fakta-fakta-bts-part-167-bts-x-hijab/> Diakses pada 20 Juni 2019.

Lindashin, *Fakta-Fakta BTS Part 183 Crow Tit Lagu BTS Tentang Kritik Sosial*, <https://leendashinhyunjae.wordpress.com/2015/12/10/fakta-fakta-bts-part-183-crow-tit-lagu-bts-tentang-kritik-sosial/>, Diakses pada 20 Juni 2019.

Lindashin, *Fakta-Fakta BTS Part 236 BTS X Lost X Semut*,

<https://leendashinhyunjae.wordpress.com/2016/10/25/fakta-fakta-bts-part-236-bts-x-lost-x-semut/>, Diakses pada 20 Juni 2019.

Lindashin, *Fakta-Fakta BTS Part 272 BTS X Ambigram X Love Yourself X Samaritans of Singapore*, <https://leendashinhyunjae.wordpress.com/2017/08/19/fakta-fakta-bts-part-272-bts-x-ambigram-x-love-yourself-x-samaritans-of-singapore/>, Diakses pada 20 Juni 2019.

Lindashin, *Fakta-Fakta BTS part 281 DNA Member-Member*, <https://leendashinhyunjae.wordpress.com/2017/10/11/fakta-fakta-bts-part-281-dna-member2-bts/>, Diakses pada 20 Juni 2019.

Lindashin, *Fakta-Fakta BTS Part 283 BTS X Love Myself Love Yourself End Violence*, <https://leendashinhyunjae.wordpress.com/2017/12/01/fakta-fakta-bts-part-283-bts-x-lovemyself-loveyourself-endviolence/>, Diakses pada 20 Juni 2019.

Lindashin, *Fakta-Fakta BTS Part 286 BTS X Anpanman*, <https://leendashinhyunjae.wordpress.com/2018/05/28/fakta-fakta-bts-part-286-bts-x-anpanman/>, Diakses pada 20 Juni 2019.

Lindashin, *Fakta-Fakta BTS Part 287 BTS X Magic Shop X Love Yourself*, <https://leendashinhyunjae.wordpress.com/2018/06/16/fakta-fakta-bts-part-287-bts-x-magic-shop-x-loveyourself/>, Diakses pada 20 Juni 2019.

Lindashin, *Fakta-Fakta BTS Part 288 You Love Yourself or Love BTS*, <https://leendashinhyunjae.wordpress.com/2018/06/21/fakta-fakta-bts-part-288-you-love-yourself-or-love-bts/>

a-fakta-bts-part-288-you-loveyourself-or-lovebts/, Diakses pada 20 Juni 2019.

Lindasin, *Fakta-Fakta BTS Part 274 Serendipity X Smemesta X Cinta*, <https://leendashinhyunjae.wordpress.com/2017/09/19/fakta-fakta-bts-part-274-serendipity-x-semesta-x-cinta/>, Diakses pada 20 Juni 2019.

Sa'id Ummu, *Pesan Taqwa dalam Khutbahtul Hajah Rasulallah Shalallahu 'alaihi Wasallam*, <https://muslimah.or.id/4098-pesan-taqwa-dalam-khutbatul-hajah-rasulullah-shalallahu-alaihi-wasallam.html>, 15 Agustus 2013, Diakses pada 17 Juli 2019.

Shihab Quraish, Tafsir Al-Misbah Surah An-Naml ayat 18, <http://risalahmuslim.id/quran/an-naml/27/18>, Diakses pada 18 Juli 2019.



## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### PROFIL PEMILIK BLOG

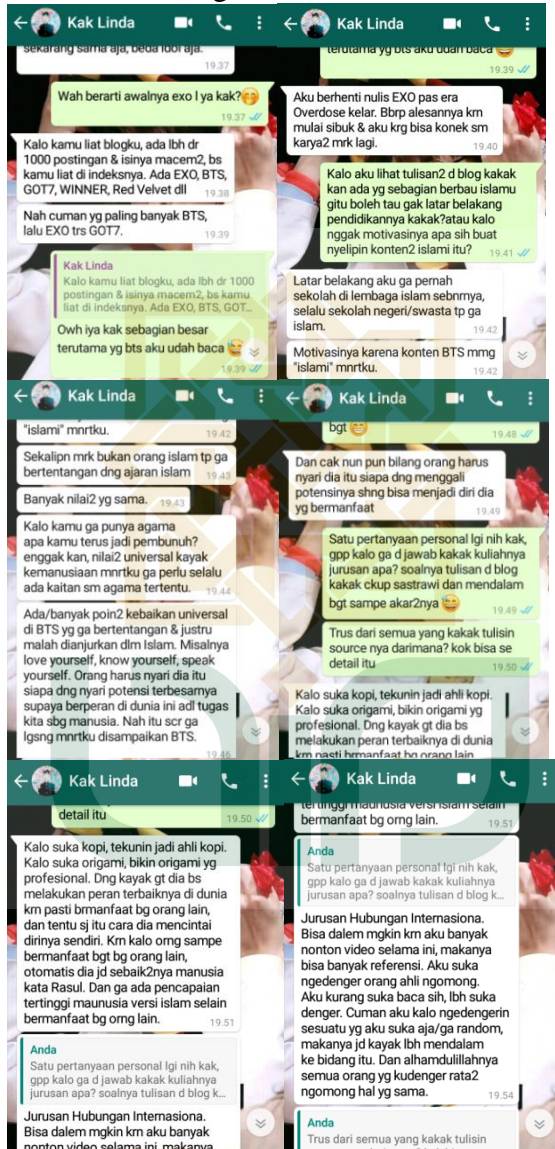
*leendashinyunjae.wordpress.com*

NAMA : Aminah Linda Wardhani  
TTL : Karanganyar, 30 Maret 1992  
Pendidikan terakhir : S1 Prodi Hubungan Internasional  
Universitas Slamet Riyadi Surakarta  
Pekerjaan : Jurnalis Solotrust.com

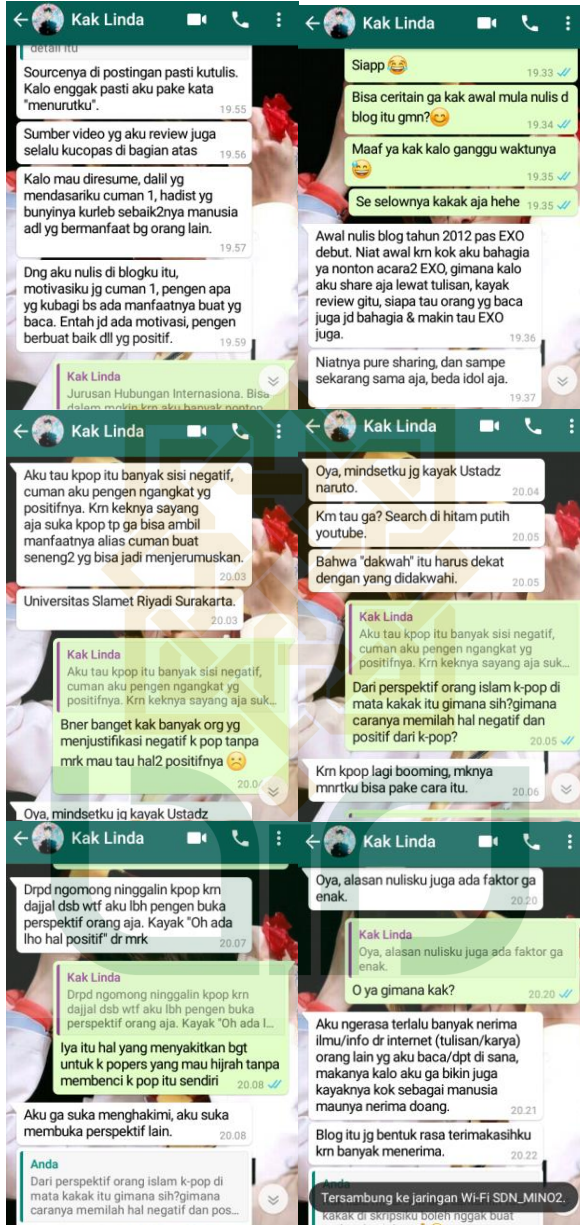


## LAMPIRAN HASIL WAWANCARA

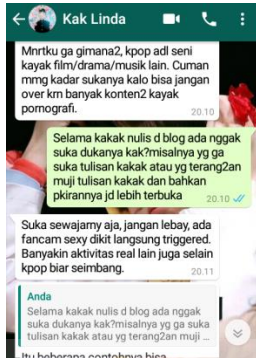
### 1. Wawancara dengan Aminah Linda Wardhani



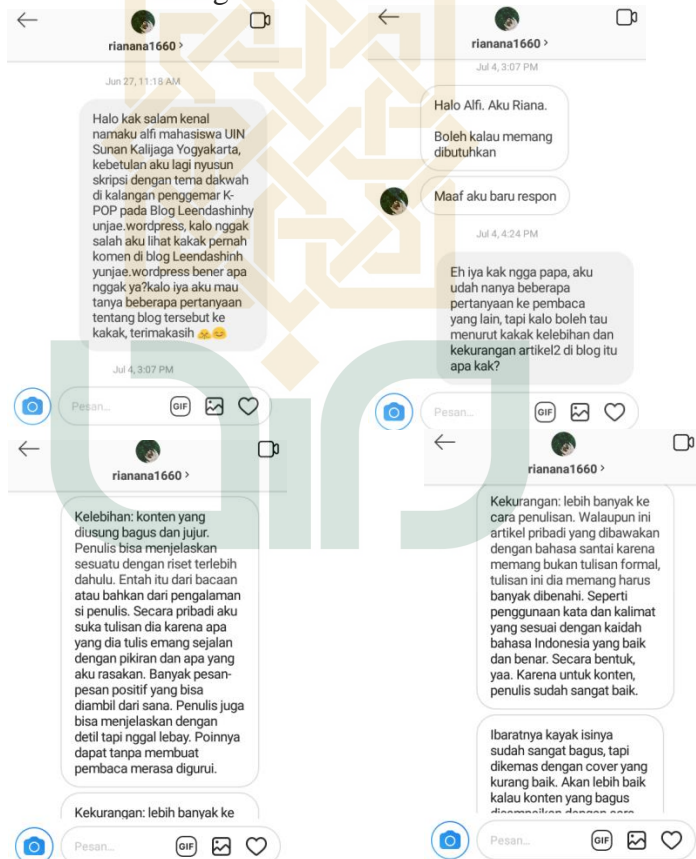


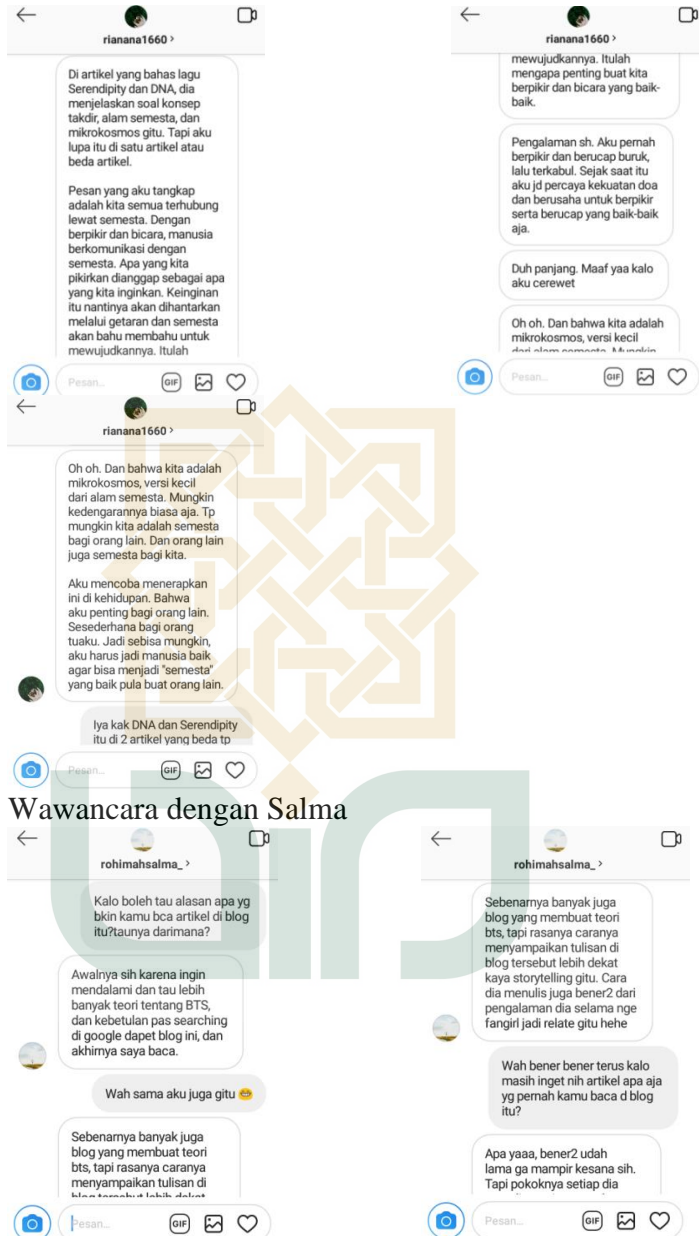






## 2. Wawancara dengan Riana





### 3. Wawancara dengan Salma

rohimahsalma\_ >

Wah bener bener terus kalo masih inget nih artikel apa aja yg pernah kamu baca d blog itu?

Apa yaaa, bener2 udah lama ga mampir kesana sih. Tapi pokoknya setiap dia menulis teori tentang bts pasti disambungkan dengan kehidupan nyata juga jadi bisa relate juga. Mungkin yang masih agak saya ingat tentang lagu anpanman, dia pernah bikin tulisan disana. Bagaimana seorang superhero yang sebenarnya tidak terlalu populer bahkan punya kekurangan tapi ternyata mempunyai niat ingin menjadi superhero dalam hal ini ingin membantu orang lain, hal tersebut kan relate juga dengan bts yang dulu tidak terlalu terkenal bahkan dipandang sebelah mata tapi karena niat mereka baik untuk membuat dunia menjadi lebih baik akhirnya terlihat hasilnya sekarang 🤔

Pesan... GIF 🗨️ ❤️

rohimahsalma\_ >

bisa relate juga. Mungkin yang masih agak saya ingat tentang lagu anpanman, dia pernah bikin tulisan disana. Bagaimana seorang superhero yang sebenarnya tidak terlalu populer bahkan punya kekurangan tapi ternyata mempunyai niat ingin menjadi superhero dalam hal ini ingin membantu orang lain, hal tersebut kan relate juga dengan bts yang dulu tidak terlalu terkenal bahkan dipandang sebelah mata tapi karena niat mereka baik untuk membuat dunia menjadi lebih baik akhirnya terlihat hasilnya sekarang 🤔

Pesan... GIF 🗨️ ❤️

rohimahsalma\_ >

pasti disambungkan dengan kehidupan nyata juga jadi bisa relate juga. Mungkin yang masih agak saya ingat tentang lagu anpanman, dia pernah bikin tulisan disana. Bagaimana seorang superhero yang sebenarnya tidak terlalu populer bahkan punya kekurangan tapi ternyata mempunyai niat ingin menjadi superhero dalam hal ini ingin membantu orang lain, hal tersebut kan relate juga dengan bts yang dulu tidak terlalu terkenal bahkan dipandang sebelah mata tapi karena niat mereka baik untuk membuat dunia menjadi lebih baik akhirnya terlihat hasilnya sekarang 🤔

Pesan... GIF 🗨️ ❤️

rohimahsalma\_ >

kan, menurut kamu gimana konten Islam di artikel itu, relate dan bisa diterima apa nggak?

Kalau untuk sampai disangkutpautin dengan Islam sangat relate sebenarnya, cuma saya terlalu takut bahkan masih tidak mudah untuk mengambil dakwah2 yang sekiranya di internet karena belum pasti dan lebih baik ditanyakan langsung pada ahlinya. Tapi secara garis besar Islam kan mengajarkan kebaikan maka jelas ini relate sekali, niat yang BTS sampaikan untuk mencintai diri sendiri,

Pesan... GIF 🗨️ ❤️

rohimahsalma\_ >

saya pernah denger juga hal tersebut diajarkan oleh Rasulullah SAW. Intinya sih tergantung niat kalo memang berguna untuk orang lain itu jelas Islam juga mengajarkan

Nah setelah baca artikel d blog itu kira2 pandangan kamu tentang BTS jadi seperti apa?

Pandangan tentang Bts sebenarnya sesimpel mengambil yang baik buang yang buruk sih. Kalo sekiranya itu tidak sesuai dengan norma ataupun agama ya kita ga boleh denial dalam hal ini

Pesan... GIF 🗨️ ❤️

rohimahsalma\_ >

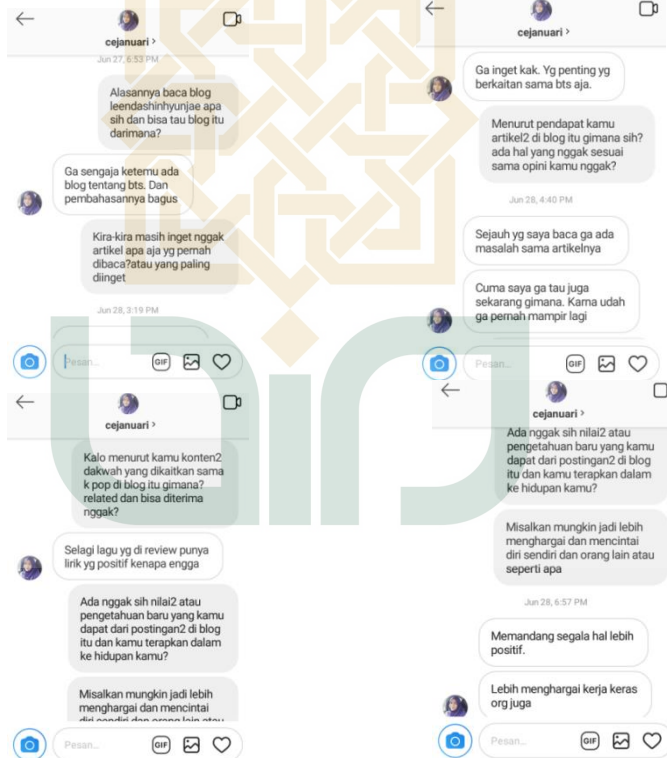
boleh denial dalam hal ini menganggap mereka selalu bener. Pasti ada beberapa hal dari mereka yang tidak sesuai dengan agama kita khususnya, maka ya jangan diikuti. Seperti tadi saya bilang sya hanya ingin mengambil hal baik dari mereka aja yang memang relate dengan kehidupan saya juga

Menurut kamu hal positif apa saja yang bisa di ambil dari artikel2 yang pernah kamu baca di blog itu dan kamu terapkan dalam kehidupan sehari2?

Pesan... GIF 🗨️ ❤️

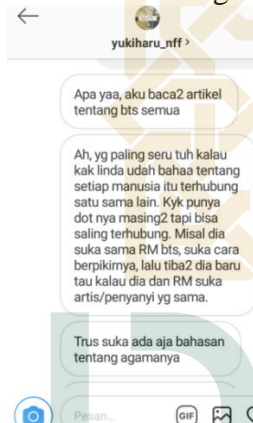


#### 4. Wawancara dengan Cejanuari

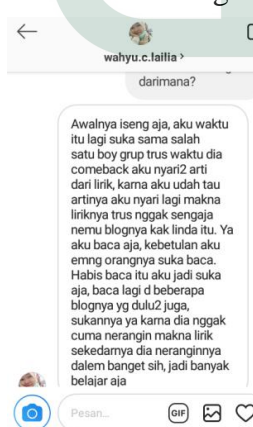




## 5. Wawancara dengan Yukiharu



## 6. Wawancara dengan Wahyu



← wahyu.c.lailia >

Intinya bagaimana pendapat kamu tentang konten Islam yang ada di blog itu?

Ya menurut q sih bagus2 aja sih, soalnya dia kan bahasanya tentang lirik atau perkataan orang. Sama kehidupan kita ya bisa aja d terima sama aja kita mengaji tapi dengan cara yang beda, sama kyk dia mencari objek untuk berdakwah gitu. Orang dakwah kan beda2 ya, jadi menurut aku seru aja. Emang sih kita tau apa yg kita idolakan nnti d akhirnya juga akan di kumpulkan sama mereka yg kita idolkan, dan aku tau mereka idola2 kpop

← wahyu.c.lailia >

biognya yg dulu2 juga, sukannya ya kama dia nggak cuma nerangin makna lirik sekedarnya dia neranginnya dalam banget sih, jadi banyak belajar aja

Artikel yang pernah dibaca apa aja sih?

Aku lupa sih, kebetulan kak linda kan army, jadi aku juga baca2 tentang BTS, ada yg lain juga sih EXO juga aku sedikit baca. Kebanyakan sih yg aku suka makna2 lirik lagu. Soalnya dia jelasinnya nyambung dengan apa yg ada di al-quran.

← wahyu.c.lailia >

itu non muslim, tapi aku pribadi nggak mengidolkan mereka sampek segitunya sih, jadi aku ambil pelajaran dari mereka kyk kak linda itu, dia ambil pelajaran buat kita si pembaca blognya. Aku pribadi mendapatkan manfaat banyak banget dari artikelnya. Dari artikelnya itu aku kyk belajar mendalami agamaku dari mereka yang non muslim.

← wahyu.c.lailia >

sih yang kamu dapatkan dan kamu terapkan dalam kehidupan?

Kyk bilang ini loh ilmu, dia bisa datang dari mana saja

Setelah baca artikel2 di blog kak linda bagaimana pandangan kamu terhadap

Setelah baca aja biasa aja sih, soalnya aku emng bukan suka sama orangnya, tapi suka sama kampanya aja. Ya suka sama oranya tapi ya cuma sekedar suka biasa aja.

Banyak sih, dari artikelnya aja aku juga nambah ilmu gitu, ada beberapa dalil2 yg dia tulis aku udah tau ada beberapa juga yang belum, jadi nambah aja. Trus jadi lebih wah aja, Ya Allah engkau sampai seperti

← wahyu.c.lailia >

itu menciptakan alam ini. Jadi lebih bersyukur aja sudah di ciptakan seperti ini. Kehidupan q sendiri jadi banyak berubah seperti cara pandang ku atau aku menyikapi orang. Jadi banyak aja pelajaran.

Ada artikelnya yg lengket banget ke aku. Soal mencintai diri sendiri. Aku lupa dia nulisnya gimana tapi sepaham q, mencintai diri sendiri itu di mulai dari kita peduli pada lingkungan, jika kita peduli sama lingkungan maka lingkungan akan peduli sama kita.

← wahyu.c.lailia >

## PROFIL BTS

BTS merupakan *boyband* asal Korea Selatan yang berhasil menarik hati jutaan penggemar di seluruh dunia. Nama BTS sendiri adalah kepanjangan dari *Bangtan Sonyeondan* yang berarti anti peluru atau *Beyond the Scene* yang merupakan akronim BTS dalam bahasa Inggris. Anggotanya adalah RM sebagai ketua grup, Jin vokalis, SUGA *rapper*, J-Hope *rapper*, Jimin vokalis, V vokalis, dan Jungkook anggota termuda sebagai vokalis utama. Mereka berhasil menarik perhatian karena kemampuan mereka dalam memproduksi musik sendiri dan penampilan mereka di atas panggung yang juga interaktif dengan para penggemar.

BTS debut pada tahun 2013 dan perlahan menjadi ikon global karena berhasil memberikan pengaruhnya yang positif terhadap generasi muda dengan karya-karya mereka dan juga kampanye yang mereka canangkan seperti kampanye "*love myself*" dan pidato legendaris dalam sidang majelis PBB tentang "*speak yourself*". BTS berhasil menggerakkan jutaan penggemar di seluruh dunia untuk membuat musik mereka selalu berada di puncak peringkat musik global maupun Korea, dan juga selalu berhasil menjual



habis semua tiket konser yang di adakan di stadion-stadion kenamaan dunia. Mereka bahkan berhasil memenangkan berbagai piala di ajang penghargaan bergengsi tingkat global seperti *Billboard Music Awards* dan *American Music Awards*.







*Sumber : <https://www.ibighit.com/bts/eng/profile/index.php>,  
diakses pada 19 Juli 2019*



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Data Pribadi

Nama : Alfiyah Darajat  
Tempat, Tanggal lahir : Pacitan, 14 Juni 1997  
Agama : Islam  
Alamat rumah : Dsn. Krajan Ds. Jetis Lor RT  
01 RW 01 Kec. Nawangan  
Kab. Pacitan  
Nomer telepon : 083105891079  
Email : alfiyahblv@gmail.com

### Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal:

2003 sampai 2009 : SDN Nawangan 1  
2009 sampai 2012 : MTsN Kebonagung / MTsN 2 Pacitan  
2012 sampai 2015 : SMAN 1 Pacitan  
2015: S1 Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta (belum lulus)

### Riwayat Organisasi

2015 sampai 2018 : Anggota Komunitas SUKA TV UIN  
Sunan Kalijaga Yogyakarta

### Pengalaman

September 2018 - November 2018 : Mahasiswa magang di  
RBTV Yogyakarta

### **Keahlian Komputer**

Microsoft Office (MS. Word, MS. Excel, MS. PowerPoint)  
dan Internet.

Demikian Curriculum Vitae ini saya buat dengan sebenar-  
benarnya, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Hormat saya,

Alfiyah Darajat





Nomor: UIN.02/R.3/PM.03.2/4397/2015



**UIN**  
ISLAM UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA

**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN KALIJAGA**

*Sertifikat*

diberikan kepada:

Nama : ALFIYAH DARQJAT  
NIM : 15210034  
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Pendidikan Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Sebagai Peserta

atas keberhasilannya mengikuti seluruh kegiatan  
**SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI**  
Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2015/2016  
Tanggal 24 s.d. 26 Agustus 2015 (24 jam pelajaran)

Yogyakarta, 1 September 2015  
a.n. Rektor

*[Signature]*  
Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama



*[Signature]*  
Dr-Siti Ruhaini Dzuhayatin, M.A.  
NIP:19630517 199003 2 002

39


**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**  
**LEMBAGA PENELITIAN DAN**  
**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)**

  
**SERTIFIKAT**  
 Nomor: B-350.3/Un.02/L.3/PM.03.2/P3.596/10/2018

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga memberikan sertifikat kepada:

Nama	: Alfiah Darajat
Tempat, dan Tanggal Lahir	: Pacitan, 14 Juni 1997
Nomor Induk Mahasiswa	: 15210034
Fakultas	: Dakwah dan Komunikasi

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Semester Pendek, Tahun Akademik 2017/2018 (Angkatan ke-96), di:

Lokasi	: Semarang, Hargotirto
Kecamatan	: Kokap
Kabupaten/Kota	: Kab. Kulonprogo
Propinsi	: D.I. Yogyakarta

dari tanggal 04 Juli s.d. 31 Agustus 2018 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 92,37 (A-). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status mata kuliah intra kurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munaqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 02 Oktober 2018  
Ketua



**Prof. Dr. Ph.D. Aj Makin, S.Ag., M.A.**  
NIP. : 19720912 200112 1 002



**TRAINING TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI**

diberikan kepada

Nama : Alfiyah Darajat  
 NIM : 15210034  
 Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi  
 Jurusan/Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam  
 Dengan Nilai :

No.	Materi	Angka	Nilai	Huruf
1.	Microsoft Word	90		A
2.	Microsoft Excel	80		B
3.	Microsoft Power Point	95		A
4.	Internet	80		B
5.	Total Nilai	86,25		A
Predikat Kelulusan		Sangat Memuaskan		

Yogyakarta, 18 Desember 2015

Kepala PTIPD



Agung Fatwanto, S.Si, M.Kom.  
 NIP. 19770103 200501 1 003

Standar Nilai:

Angka	Nilai	Huruf	Predikat
86 - 100	A	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	B	B	Memuaskan
56 - 70	C	C	Cukup
41 - 55	D	D	Agung
0 - 40	E	E	Sangat Kurang





KEMENTERIAN AGAMA

UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta Telp: 0274-515856 Email: fd@uin-suka.ac.id

SERTIFIKAT

NO : B-1191/Um.02/DD/PP01.2/06/2016

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga dengan ini menyatakan bahwa :

ALFIYAH DAROJAT

15210034

LULUS dengan Nilai 94 ( A )

Ujian sertifikasi Baca Tulis Al-Qur'an yang diselenggarakan oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Dekan



D. Nurjannah, M.Si.

NIP. 19600310 198703 2 001

Yogyakarta, 01 Juni 2016  
Ketua

Alimatul Qibtiyah, S.Ag, MSI., MA., Ph.D  
NIP. 19710919 199603 2 001

INTEGRATIF-INTERKONEKTIF



PEDIKATIF-INOVATIF



INKLUSIF-CONTINUOUS IMPROVEMENT





MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS  
STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
CENTER FOR LANGUAGE DEVELOPMENT

## TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.21.13.47/2019

This is to certify that:

Name : **Alfiah Darajat**  
Date of Birth : **June 14, 1997**  
Sex : **Female**

achieved the following scores on the Test of English Competence (TOEC) held on **March 20, 2019** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	42
Structure & Written Expression	42
Reading Comprehension	50
<b>Total Score</b>	<b>447</b>

*Validity: 2 years since the certificate's issued*



Yogyakarta, March 20, 2019  
Director,



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.  
NIP. 19680915 199803 1 005





**PT REKSA BIRAMA MEDIA**

Graha Universitas Amikom Unit 1 Lantai 3, Jalan Ring Road Utara, Condong Catur, Sleman, Yogyakarta

# **SERTIFIKAT**

Dibemikan Kepada:

**Alfiyah Darajat**

Telah melaksanakan kegiatan Magang Profesi pada

(RBTV) Reksa Birama Media, mulai dari 01 Oktober-01 Desember 2018.

Sertifikat ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana semestinya

Yogyakarta, 04 Desember 2018

Pemimpin Redaksi



S. L Harjanta



PUSAT PENGEMBANGAN  
TEKNOLOGI DAKWAH

**PUSAT PENGEMBANGAN TEKNOLOGI DAKWAH**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**SUNAN KALIJAGA TELEVISI (SUKATV)**



# SERTIFIKAT

No. 012/ID/SUKATV/XI/2018

Diberikan kepada

*Affiyah Darajat*

Atas kontribusinya sebagai "Anggota Div. Kepelatihan dan Event" dalam  
kepengurusan SUKATV periode 2018.

Mengetahui,  
Dekan FDK



*D. H. Murjanah, M.Si.*

NIP. 19600310 198703 2 001

Yogyakarta, 18 November 2018



Ketua PPTD

*[Signature]*

Dra. Hj. Evi Septiani-T. H., M.Si

NIP. 19640923 199203 2 001