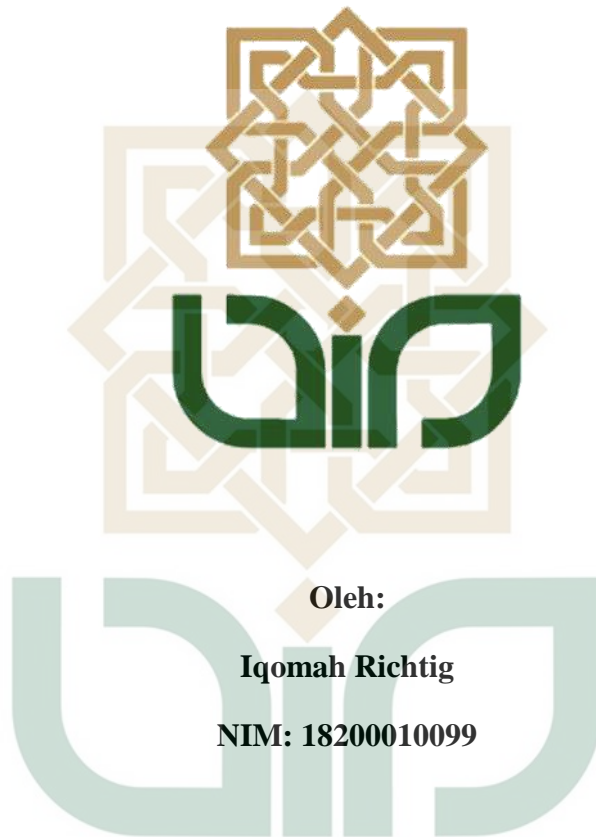


SARANGHAE FILLAH!
FANDOM HIJRAH DALAM LANSKAP DAKWAH ISLAM DI KALANGAN
ANAK MUDA INDONESIA



Oleh:

Iqomah Richtig

NIM: 18200010099

TESIS

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

Diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Master of Arts (M.A.)

Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi Kajian Timur Tengah

YOGYAKARTA

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Iqomah Richtig, S.Hum

NIM : 18200010099

Jenjang : Magister (S2)

Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies

Konsentrasi : Kajian Timur Tengah

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 8 Agustus 2021

Saya yang menyatakan



Iqomah Richtig, S.Hum

NIM:18200010099

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Iqomah Richtig, S.Hum**

NIM : 18200010099

Jenjang : Magister (S2)

Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies

Konsentrasi : Kajian Timur Tengah

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 8 Agustus 2021

Saya yang menyatakan



Iqomah Richtig, S.Hum

NIM:18200010099



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PASCASARJANA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 519709 Fax. (0274) 557978 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-471/Un.02/DPPs/PP.00.9/08/2021

Tugas Akhir dengan judul : *SARANGHAE FILLAH!*
FANDOM HIJRAH DALAM LANSKAP DAKWAH ISLAM DI KALANGAN ANAK
MUDA INDONESIA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : IQOMAH RICHTIG, S.Hum
Nomor Induk Mahasiswa : 18200010099
Telah diujikan pada : Jumat, 13 Agustus 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Subi Nur Isnaini
SIGNED



Penguji II

Najib Kailani, S.Fil.I., M.A., Ph.D.
SIGNED

Valid ID: 6122ffa55a63c



Penguji III

Dr. Sunarwoto, S.Ag., M.A.
SIGNED

Valid ID: 612305f701255



Yogyakarta, 13 Agustus 2021
UIN Sunan Kalijaga
Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S.Ag., M.Ag. SIGNED

Valid ID: 61231548adb42

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

SARANGHAE FILLAH!

FANDOM HIJRAH DALAM LANSKAP DAKWAH ISLAM DI KALANGAN ANAK MUDA INDONESIA

Yang ditulis oleh:

Nama : Iqomah Richtig
NIM : 18200010099
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi : Kajian Timur Tengah

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Master of Arts (M.A.).

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 8 Agustus 2021

Pembimbing,



Najib Kailani, S.Fil.I., M.A., Ph.D.

KATA PENGANTAR

Puji syukur *Alhamdulillah*. Ialah satu kalimat yang pantas terucap saat merampungkan tesis ini. Tesis ini tidak akan selesai tanpa keterlibatan banyak pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu saya ucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada Bapak Najib Kailani, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah membantu mengurai ‘benang kusut’, saat saya mengalami *writer’s block* (kebuntuan penulis) pada tema tesis sebelumnya. Berkat dukungan, arahan dan masukkannya saya yakin dan memantapkan diri untuk menulis tema yang sedikit berbeda dengan konsentrasi studi saya. Tema serupa yang sudah pernah saya teliti selama kurang lebih selama setahun untuk keperluan artikel ilmiah yang saya garap bersama seorang kawan. Bapak Najib adalah orang yang juga banyak mempengaruhi ketertarikan saya pada isu-isu kontemporer terkait budaya pop dan anak muda muslim. Beragam artikel ilmiah menarik sering kali beliau bagikan kepada saya dan teman-teman lainnya. Selain itu, beliau juga adalah sosok yang mendorong saya untuk mengikuti *joint conference* yang diselenggarakan atas kerjasama Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga dengan National Cheng Kung University (NCKU) di Taiwan pada akhir 2019 lalu. Acara yang membuahkan sebuah publikasi buku ilmiah ini memacu semangat saya untuk terus belajar menulis dan memperbanyak bacaan literatur ilmiah.

Selanjutnya, saya ucapkan terima kasih kepada dosen-dosen yang telah membimbing dan menemani proses perkuliahan sejak awal hingga akhir, antara lain: Prof. Dr. Ibnu Burdah, M.A., Dr. Sunarwoto, M.A., Dr. Phil. Munirul Ikhwan, M.A.,

Prof. Magdy Bahig Behman, Dicky Sofjan, Ph.D, Dr. Ahmad Sahide, M.A, Dr. Ahmad Bunyan Wahib, Prof. Dr. Faisal Ismail, Dr. Ramadhanita, Dr. Muhammad Yunus, Lc., M.A., Prof. Al Makin. Selain itu, saya juga menyampaikan terima kasih banyak kepada Prof. Noorhaidi Hasan atas segala bimbingan, arahan dan kesempatan yang pernah beliau berikan kepada saya. Dari beliau saya belajar akan pentingnya keseriusan dan dedikasi dalam menulis serta mengasah kemampuan membaca literatur berbahasa asing.

Tak lupa saya ucapkan terima kasih kepada keluarga perpustakaan UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan kesempatan kepada saya bekerja paruh waktu sembari berjibaku dengan tugas kuliah. Tak ketinggalan untuk teman-temanku sahabat perpustakaan 2019, Vita, Bella, Mbak Is, Adik Miska, Adik Yati, Mas Ofi, Om Ridho, Darti, Ilham, Mangsur, Dila, Dhani, Dirham, Ica, Anida dan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih telah mewarnai hari-hari saya selama berproses di UIN Sunan Kalijaga.

Untuk keenam teman-teman KTT 2018, Indah, Ipit, Joko, Wildan, Zainal, As'ad, terima kasih telah menemani perjuangan saya selama mengarungi liku-liku perkuliahan. Juga untuk kakak-kakak dan teman-teman Keluarga Mahasiswa Pascasajana (KMP) periode 2019 dan 2020 yang tidak hanya menjadi rekan organisasi, tetapi juga kawan diskusi terkait artikel jurnal dan isu-isu Islam kontemporer. Terkhusus untuk Kak Ipung dan Kak Misbah yang telah membuka cakrawala mengenai dunia kepenulisan ilmiah dan mengenalkan literatur-literatur ilmiah kepada adik-adiknya. Tidak lupa untuk teman-teman seperjuangan saya sejak tiba di Kota Pelajar, Afifah, Adel, Devi, Elvani dan Selly yang telah menghadirkan

gelak tawa di tengah penatnya perkuliahan. Terima kasih juga saya ucapkan kepada Mbak Istikonah, Kak Katz, Kak Ismi, Ara, Nana dan lainnya yang bersedia menjadi interlokutor dalam penelitian ini.

Ucapan terima kasih juga untuk keluarga besar Bani Mahfud, Mbah Puk, Tante, Om dan saudara-saudara di desa karena mengizinkan saya tinggal bersama mereka selama proses penulisan tesis ini guna mendapatkan suasana baru. Terakhir, saya sangat berterima kasih kepada Ayah dan Ibu yang selalu mendukung studi saya, baik dukungan moril maupun materiil. Adik-adik saya, Jaddid yang juga sedang menulis tesis, Tietoja yang sibuk dengan kegiatannya dan si bontot Zuanshi dengan tingkah lucunya yang selalu ampuh mengobati kepenatan selama proses penyusunan tesis ini.

Pada kesempatan ini saya juga ingin menyampaikan bahwa saya menyadari karya ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya, segala kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan. Semoga karya ini dapat bermanfaat khususnya bagi saya pribadi dan para pembaca. *Gomawo.*

Kediri, 9 Agustus 2021
Penulis,

Iqomah Richtig

ABSTRAK

Tesis ini mengkaji fenomena anak muda muslim keranjingan *hallyu* (gelombang Korea) yang berupaya menjadi saleh dengan tidak menanggalkan kegemaran mereka. Elemen budaya pop Korea seperti foto *idol* K-Pop, lagu K-Pop atau cuplikan drama Korea ialah wasilah mereka mempelajari Islam. Kondisi ini bisa dijumpai pada gerakan dakwah K-Popers Hijrah dan komunitas dakwah X-Kwavers yang diteliti dalam tesis ini. Penelitian ini berkontribusi terhadap kajian anak muda muslim dan budaya pop. Khususnya, mengembangkan pandangan Asef Bayat terkait anak muda yang berupaya mengakomodasi aspek hiburan dengan aspek kesalehan secara inovatif serta menjadi agen yang aktif memproduksi budaya pop. Penelitian ini adalah studi kualitatif dengan menerapkan metode netnografi selama kurang lebih tujuh bulan dengan melakukan serangkaian wawancara mendalam kepada tokoh penting dan para anggota, baik K-Popers Hijrah dan X-Kwavers. Selain itu, pengumpulan data juga dilakukan melalui observasi partisipan dengan mengikuti ragam kegiatan yang diadakan keduanya secara daring serta melampirkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan topik pembahasan.

Tesis ini menunjukkan bahwa anak muda muslim keranjingan *hallyu* saat ini mengalami ambiguitas. Di satu sisi, mereka dihadapkan pada tuntutan sebagai muslim yang saleh, tetapi juga tetap ingin mengonsumsi hiburan di sisi lainnya. Untuk mencapai hal itu mereka kerap kali dihadapkan dengan serentetan negosiasi yang terus menerus terjadi di dalam diri mereka. Namun, kehadiran K-Popers Hijrah dan X-Kwavers berhasil menjawab kekhawatiran itu. Dua ruang baru ini mampu mengakomodir kesenangan mereka dan mengajak untuk menjadi saleh. Mereka tidak hanya dibiarkan menjadi konsumen yang pasif terhadap budaya pop Korea, bahkan kini mereka menjadi agen yang aktif menyebarkan narasi-narasi dakwah melalui elemen-elemen *hallyu*.

Kata Kunci: *Hallyu*, K-Pop, Saleh, Dakwah, Budaya Pop Islam, Anak Muda Muslim

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya:

Ibunda Nufi Wikhdatusa'biyah dan Ayahanda Moh. Imron yang selalu mendukung putra-putrinya untuk melanjutkan pendidikan tinggi.

Terima kasih atas doa-doa yang selalu mengiringi ☺

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO



“ANY REJECTION IS REDIRECTION”

The logo of the State Islamic University Sunan Kalijaga Yogyakarta is centered on the page. It features a large, intricate geometric pattern in a light beige color, resembling a stylized star or a complex knot. Below this pattern is a green emblem consisting of a stylized 'U' and 'K' shape, with a small diamond shape above the 'i' in 'K'.

“ANY REJECTION IS REDIRECTION”

-anonymous-

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
MOTTO	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR SINGKATAN.....	xvii
GLOSARIUM.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Kajian Pustaka.....	9
E. Kerangka Teoritis.....	12
F. Metode Penelitian.....	16
G. Sistematika Pembahasan	18
BAB II	19
SIRKULASI GELOMBANG KOREA DAN PERAN K-POPERS DI INDONESIA DALAM KONTEKS POLITIK, SOSIAL DAN BUDAYA.....	19
A. Pendahuluan	19
B. Hiburan Layar Kaca Asal Asia Timur di Indonesia: Sebuah Awal dan Kini ..	20
C. Resistansi K-Popers Terhadap Psikolog, Aktivis Hingga <i>Production House</i> : 32	
1) Pernyataan Elly Risman terkait kedatangan SNSD (29 Juli 2017)	32

2) Bintang Korea dalam penayangan Iklan <i>e-Commerce</i> di Stasiun Televisi Indonesia: Ragam Tuduhan dari Maemun Herawati, LAKSI dan KPI	34
3) Kritik K-Popers terhadap Sinetron “Bagaimana menyadarkan istriku yang terlalu terobesasi K-Pop”	38
D. Dukungan Ma’ruf Amin terhadap Budaya Populer Korea	42
E. Kepedulian K-Popers Terhadap Isu Sosial dan Politik: Penggalangan Dana untuk Korban Covid-19 dan Penolakan UU Cipta Kerja	43
F. Gerakan Dakwah Islam di Indonesia: Dari Masa Orde Baru Hingga Kini	47
G. Persuaan Gerakan Islam dengan Fenomena <i>Hallyu</i> di Indonesia	53
H. Kesimpulan	56
BAB III	58
KPOPERS HIJRAH: ARENA DAKWAH DAN NEGOSIASI KESALEHAN..	58
A. Pendahuluan	58
B. Istikonah dan Lahirnya K-Popers Hijrah	59
C. K-Popers Hijrah: Media Sosial dan Kegiatannya	65
D. Toriwika: Tahfidz Online Ramadhan with Kpopers Hijrah	73
E. Potret Kesalehan ala Mantan K-Popers pada gerakan K-Popers Hijrah	77
1) Elsa: “K-Drama merusak hafalanku”	77
2) Andin: “Sebagai Hafizah tidak menghalangiku menyukai K-Pop”	79
F. Kesimpulan	82
BAB IV	84
X-KWAVERS: RUANG EKSPRESI KESALEHAN ANAK MUDA MUSLIM K-POPERS	84
A. Pendahuluan	84
B. Fuadh Naim ‘ <i>Sajangnim</i> ’: Panutan Baru Anak Muda Hijrah K-Pop	84
C. X-Kwavers: <i>a Warm and Happy Place for X-Traordinary Korean Wavers</i> .	103
D. X-School: Mendefinisikan kembali Islam ala K-Wavers (Propaganda HTI)	109
1) Materi-Materi X-School: Propaganda HTI di Balik <i>Hallyu</i>	114
2) Sub-unit dan <i>Hangout</i> : Membangun Intimasi	134
3) <i>Promnite</i> : Malam Pelepasan Alumni X-School	137
4) Potret Kesalehan ala <i>trainee</i> X-School	141
E. Media Sosial: Ruang Interaksi dan Membangun Intimasi	156

1) Telegram: XK-Wavers	159
2) Instagram: @xkwavers	162
3) Twitter: @xkwavers	165
F. Sub-unit Fandom: Ruang Ekspresi Sesama Fandom	169
G. Kesimpulan	180
BAB V.....	186
PENUTUP.....	186
A. Kesimpulan	186
B. Saran.....	189
DAFTAR PUSTAKA.....	190
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	194

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Salah satu <i>snack</i> yang dibagikan ARMY kepada ojol yang mengantri di sebuah gerai McD. Sumber: Twitter.	5
Gambar 2 Seorang ojol mendapat paket sembako selepas mengantarkan pesanan BTS Meal.....	6
Gambar 3 Dua Poster K-Drama yang pertama kali tayang di televisi Indonesia berjudul "Autumn in my Heart" dan "Winter Sonata".	26
Gambar 4 Setelah K-Drama ini viral melalui layanan streaming. K-Drama ini tayang kembali di TRANS TV.	28
Gambar 5 Grup K-Pop “Super Junior” (SUJU) dan "Girl's Generation” (SNSD). Dua generasi grup K-Pop Hallyu 2.0.....	29
Gambar 6 Kiri: Lee Min Ho membintangi iklan "Luwak White Coffe". Kanan: Siwon Choi (SUJU) membintangi “Mie Sedaap”.	31
Gambar 7 BTS dan Blackpink membintangi <i>e-commerce</i>	31
Gambar 8 Tuntutan Permintaan Maaf Elly Risman untuk SNSD.....	34
Gambar 9 Petisi Maimon Herawati dikabulkan oleh KPL.....	35
Gambar 10 Petisi kepada Maimon Herawati.	36
Gambar 11 Sinetron FTV Indosiar yang mendapat kritikan dari K-Popers Indonesia.	38
Gambar 12 Demonstrasi K-Popers Tolak UU Cipta Kerja.....	44
Gambar 13 K-POP4PLANET Galang Donasi Korban Banjir dan Gempa.....	46
Gambar 14 Unggahan awal @kpopers.hijrah.	67

Gambar 15 Unggahan pada September 2020. Salah satu unggahan ini menampilkan seorang <i>idol</i> Korea.	67
Gambar 16 Unggahan mengenai masa keranjingan <i>hallyu</i> dengan ilustrasi ava Korea.	69
Gambar 17 Unggahan terkait pengalaman bergabung ke fandom.	70
Gambar 18 Sampul buku "Hello Good Bye Oppa".	72
Gambar 19 Poster acara K-Popers Hijrah dengan Rumi Foundation Training membahas tentang kesehatan mental dari sudut pandang Islam.	73
Gambar 20 Sebuah komunitas hijrah ibu-ibu bernama "Mamamia" (Mama-mama Ingat Akhirat) mengadakan kajian terkait <i>hallyu</i> secara berseri. Tema yang dibahas berbeda tiap minggu.	73
Gambar 21 Poster Toriwika 2021.	74
Gambar 22 Kesaksian Elan, teman Fuadh Naim saat masa-masa tenggelam dalam <i>hallyu</i>	87
Gambar 23 Catatan kuliah Fuadh Naim beraksara Hangeul.	87
Gambar 24 Bendera Korea Selatan yang terpasang di layar ponsel milik Fuadh.	88
Gambar 25 Penampilan Fuadh Naim semasa menggemari <i>hallyu</i>	89
Gambar 26 Buku Fuadh Naim yang merekam perjalanan hijrahnya dari K-Pop.	89
Gambar 27 Sebagian kecil pasangan Bromance. Kiri: Pasangan Bromance Chanyeol dan Baekhyun (Chanbaek). Keduanya merupakan idol K-Pop dari boy band EXO. Kanan: Eunhae dan Donghae (Eunhae) adalah idol K-Pop dari boy band Super Junior (SUJU).	92
Gambar 28 Ilustrasi Fuadh saat memaparkan proses berpikir.	121
Gambar 29 Logo Y.N Entertainment selalu disertakan di latar gambar X-School.	122
Gambar 30 Fuadh saat menjelaskan syariat Islam dan memutarkan lagu Indonesia Pusaka.	124
Gambar 31 Ilustrasi Sub-unit dalam Dunia K-Pop.	134
Gambar 32 Permainan daring 'Kahoot' saat HO akbar.	136
Gambar 33 Setiap alumni mendapat sertifikat kelulusan.	140
Gambar 34 Salah satu Staffnim mengumumkan bahwa boy band EXO akan segera kembali membawa karya barunya. Para EXO-L diminta untuk tetap tenang dan tidak bertindak berlebihan.	162
Gambar 35 Salah satu konten promosi X-School <i>Season 3</i>	164
Gambar 36 Foto Na Jaemin, salah satu anggota boyband NCT yang diunggah di akun X-Kwavers.	165
Gambar 37 Cuitan X-Kwavers di Twitter.	167
Gambar 38 Project HT X-wavers trending 5 besar.	169
Gambar 39 Ilustrasi sub-unit di bawah X-Kwavers yang mengadopsi konsep sub-unit agensi K-Pop.	173
Gambar 40 Peraturan Grup Telegram X-ARMY.	174

Gambar 41 Logo X-ARMY dan Makna Filosofisnya. Diadaptasi dari logo ARMY dan warna yang digunakan khas warna ungu BTS.	176
Gambar 42 Sebagian kecil tampilan feed Instagram X-ARMY.	179

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Ideal VS Realita Persinggungan antara dunia <i>hallyu</i> dan Islam dalam buku #Pernah Tenggelam.....	99
Tabel 2 Harga tiket X-School beserta fasilitasnya.....	111
Tabel 3 Kategori Tiket X-School <i>Season</i> 1 dan 2.....	111
Tabel 4 Daftar kurikulum X-School.	116
Tabel 5 Jadwal "Unlock Ramadhan".	133
Tabel 6 Jadwal Unlock 1442 juga boleh diikuti oleh alumni.....	133
Tabel 7 Daftar Sub-unit Fandom resmi di bawah naungan X-Kwavers.	171

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR SINGKATAN

AADK	: Ada Apa Dengan Korea
BTS	: Singkatan dari <i>Bangtan Boys</i> . Sebuah <i>boy band</i> asal Korea Selatan yang beranggotakan tujuh orang.
DDII	: Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia
FTV	: Film Televisi
HO	: <i>Hangout</i>
HT	: <i>Hashtag Trending</i> (tagar populer)
HT	: Hizbut Tahrir
ICMI	: Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia
IM	: Ikhwanul Muslimin
K-Drama	: <i>Korean Drama</i>
KEY	: Kajian Eksekutif YukNgaji
K-Pop	: <i>Korean Music Pop</i>
KsH	: K-Popers Hijrah
K-Wavers	: <i>Korean Wavers</i>
LDK	: Lembaga Dakwah Kampus
LGBT	: <i>Lesbian, Guy, Biseksual dan Transgender</i>
LMD	: Latihan Mujahid Dakwah
MASYUMI	: Majelis Syuro Muslimin Indonesia
MULFAN	: Multi Fandom
MV	: <i>Music Video</i>
NASAKOM	: Nasionalisme, Agama dan Komunisme
NCT	: Singkatan dari <i>Neo Culture Technology</i> . <i>Boy band</i> asal Korea Selatan di bawah naungan SM Entertainment.
NKK/ BKK	: Normalisasi Kehidupan Kampus atau Badan Koordinasi Kampus
OECD	: Organisation for Economic Co-operation and Development
PARMUSI	: Partai Muslimin Indonesia
PNI	: Partai Nasional Indonesia
PRRI	: Pemerintahan Revolusioner Republik Indonesia
SNSD	: Nama lain dari <i>girl band</i> “Girl’s Generation”.
SUJU	: Singkatan dari <i>Super Junior</i> . Sebuah <i>boy band</i> asal Korea Selatan.
X-Kwavers	: <i>Xtraordinary Korean Wavers</i>

GLOSARIUM

2NE1	: <i>Girl band</i> Korea Selatan.
Akhwat	: Berasal dari bahasa Arab yang berarti perempuan. Biasa digunakan kalangan aktivis dakwah.
Annyeong	: Sapaan bahasa Korea yang berarti “hai” atau “halo”.
Bias	: Sebutan untuk seorang idola favorit dalam suatu grup.
Blackjack	: Nama fandom <i>girl band</i> “2NE1”.
Blockbuster	: Istilah untuk produksi film dengan anggaran tinggi yang diperankan oleh aktor dan aktris papan atas.
Boy Band	: Sekumpulan penyanyi laki-laki.
Bromance	: Berasal dari dua kata bahasa Inggris yakni, “Brother” (saudara laki-laki) dan “Romance” (romantis) yang memiliki arti hubungan dekat antara dua pria atau lebih.
Chaebol	: Istilah untuk menyebut perusahaan keluarga di Korea Selatan.
Chingu Fillah	: Istilah Korea - Arab yang memiliki arti yang sama dengan “ <i>Akhwat fillah</i> ”, yakni ‘saudari seiman karena Allah.’
Chingu	: Kata Korea yang berarti “Teman Perempuan”.
Comeback	: Istilah <i>idol</i> atau grup K-Pop tertentu yang merilis lagu baru.
Dance cover	: Tarian tiruan.
Daurah	: Program pengenalan agama Islam yang dikemas dengan berbagai nama dan bentuk ditujukan untuk kalangan yang dianggap sudah mengenal Islam dengan baik.
Debut	: Istilah <i>idol</i> atau grup K-Pop siap tampil di dunia <i>entertainment</i> se usai melewati masa <i>trainee</i> .
e-commerce	: Dalam bahasa Indonesia bermakna “Perdagangan Elektronik”.
Fan Fiction	: Cerita fiksi yang ditulis oleh penggemar tentang bintang Korea.
Fan Service	: Tindakan bintang Korea dalam menghibur penggemar berbentuk memeluk, mengedipkan mata, cium jauh dan semacamnya.
Fanboy	: Penggemar laki-laki yang mengidolakan bintang Korea.
Fandom	: Kumpulan penggemar.
Fanchant	: Yel-yel yang diteriakkan para penggemar secara bersama. Sebagian lirik lagu saat idola mereka tampil di atas panggung. <i>Fanchant</i> menjadi salah satu elemen penting setiap kali grup idol melakukan <i>comeback</i> .
Fangirl	: Penggemar perempuan yang mengidolakan bintang Korea.
Fangirling	: Aktivitas <i>fangirl</i>

Fanwar	: Berasal dari dua kata bahasa Inggris “Fan” dan “War” yakni perang antarfandom.
FLP	: Forum Lingkar Pena.
<i>Futur</i>	: Rasa malas beribadah.
<i>Gharizah At-Tadayyun</i>	: Kata bahasa Arab yang berarti Naluri mengkultuskan sesuatu.
<i>Girl Band</i>	: Sekumpulan penyanyi perempuan.
<i>Hājat al-‘udwiyah</i>	: Kebutuhan jasmani.
<i>Hajima</i>	: Bahasa Korea berarti “Jangan Lakukan!”.
<i>Halaqah</i>	: Suatu pertemuan terbatas untuk mempelajari agama Islam.
<i>Hallyu</i>	: Istilah yang bermakna ‘Gelombang Korea’.
<i>Hashtag Trending</i> (HT)	: Istilah yang digunakan X-Kwavers untuk mempopulerkan tagar di Twitter.
Hijrah	: Merupakan istilah populer di lingkungan aktivis dakwah kampus. Istilah ini merujuk pada pengalaman Nabi Muhammad yang pergi meninggalkan Mekkah menuju Madinah karena diancam untuk dibunuh oleh para petinggi suku Quraisy yang tidak setuju dengan penyebaran agama Islam di Mekkah. Setelah pindah ke Madinah, Nabi kemudian menyusun kekuatan sehingga pada gilirannya dapat menguasai Mekkah kembali. Dalam perkembangannya, istilah tersebut kemudian dipopulerkan kembali oleh para aktivis <i>Ikhwanul Muslimin</i> seperti Sayyid Qutb yang dimaknai sebagai upaya meninggalkan kehidupan tidak ‘Islami’ karena akibat pengaruh budaya non-Islami untuk kembali menerapkan ajaran dan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.
Hizbut Tahrir	: Gerakan Islam politik yang berideologi khilafah Islam atau negara slam.
<i>Hyung</i>	: Panggilan pria kepada pria yang lebih tua.
<i>Idol</i>	: Sebutan bintang idola di industri musik Korsel baik solo maupun grup.
<i>Ikhwanul Muslimin</i>	: Secara literal berarti “Persaudaraan sesama muslim”. Istilah ini merujuk pada gerakan Islam yang didirikan oleh Hasan al-Bana di Mesir.
JYP stan	: Istilah penggemar yang fanatik terhadap agensi JYP Entertainment.
K-Dreamers	: Sebutan untuk pecinta drama Korea.
K-Popers	: Sebutan untuk pecinta K-Pop.
<i>Lightstick</i>	: Sebuah tongkat pendek yang digunakan penggemar saat konser atau <i>fanmeeting</i> (jumpa fans) sebagai bentuk dukungan penggemar kepada idolanya. Setiap fandom memiliki <i>lightstick</i> dengan bentuk yang

	beragam memrepresentasikan makna dari grup idola atau fandom terkait.
Mulfan	: Singkatan dari “multi” dan “fandom”. Seorang penggemar yang tergabung atau menyukai lebih dari satu fandom.
Ngabuburit	: Asal kata ‘mengabuburit’, yakni menunggu azan maghrib menjelang berbuka puasa pada bulan Ramadhan.
Ngehalu	: Bahasa gaul berarti berhalusinasi
Oppa	: Panggilan wanita kepada pria yang lebih tua atau teman yang sangat dekat meski tidak memiliki hubungan.
Photocard	: Kartu foto bintang Korea.
Playlist	: Secara harfiah bermakna daftar main. Istilah ini biasa digunakan untuk memutar lagu yang juga disebut daftar lagu atau daftar putar.
Polling	: Jajak pendapat.
Rohis	: Singkatan dari Kerohanian Islam. Salah satu unit kegiatan siswa-siswi di lingkungan kampus dan sekolah. Sesuai dengan namanya yang berlabel Islam, unit ini berhubungan dengan aktivis keislaman mahasiswa-mahasiswa di kampus dan siswa-siswi di sekolah.
Role Player	: Istilah bermain peran yang juga disingkat RP adalah kegiatan memainkan suatu peran menjadi seorang bintang Korea.
Sajangnim	: Bahasa Korea yang berarti “bos” atau “pimpinan”.
Salafi	: Sebuah gerakan yang menyeru pemurnian Islam dan kembali kepada pemahaman tiga generasi awal Islam, yaitu sahabat Rasul, <i>tabi’in</i> (pengikut sahabat Rasul) dan <i>tabi’ut tabi’in</i> (pengikut dari pengikutnya sahabat Rasul). Kini Salafi lebih ditujukan kepada gerakan yang terinspirasi dari sosok Muhammad bin Abdul Wahab, sebuah gerakan yang menolak bidah dan kesyirikan.
Saranghae	: Kata bahasa Korea berarti “Aku Cinta Kamu”.
Shawol	: Singkatan dari “Shinee” and “World”. Nama fandom dari grup K-Pop Shinee.
Shinee	: Nama <i>boy band</i> Korea Selatan.
Showcase	: Sebuah kegiatan grup K-Pop yang mempromosikan album yang baru didebutkan.
Skinship	: Membentuk ikatan melalui kontak fisik.
Sone	: Nama fandom <i>girl band</i> SNSD atau juga dikenal dengan Girl’s Generation.
Staffnim	: Sebutan untuk pengurus inti X-Kwavers.
Streaming Party	: Budaya para penggemar berbondong-bondong menonton MV rilisan terbaru. Tujuannya untuk

	meningkatkan jumlah tayangan agar video sang idola menjadi <i>trending</i> . Hal ini dapat membantu mereka menerima penghargaan musik atau memecahkan rekor.
Sub-unit	: Grup kecil yang ada pada grup tertentu. Sub-unit dibuat untuk memberi ruang bagi idol tertentu untuk menampilkan bakat atau mencoba genre musik yang berbeda.
Tarbiyah	: Secara hafiah istilah “Tarbiyah” bermakna pendidikan. Tarbiyah dalam konteks ini merujuk pada gerakan dakwah Islam yang diperkenalkan oleh Hassan al-Banna di Mesir.
Trainee	: Dalam bahasa Inggris berarti “seseorang yang dilatih”. Dalam tulisan ini, istilah tersebut ditujukan kepada peserta program X-School. Istilah ini diadaptasi dalam konsep masa latihan <i>idol</i> K-Pop sebelum mereka debut.
Trending Topic	: Istilah bahasa Inggris yang biasanya digunakan untuk menyebut topik yang sedang ramai diperbincangkan di dunia maya.
Variety Show	: Sebuah program hiburan televisi Korea yang diadaptasi dari program TV Eropa. Program dengan ragam pertunjukkan, utamanya pertunjukkan musik dan komedi sketsa yang dipandu oleh pembawa acara.
VIP	: Singkatan dari Very Important Person. Fandom <i>boy band</i> “BigBang”.
Vlive	: Layanan siaran <i>live</i> video asal Korsel yang memungkinkan selebriti dari negara tersebut melakukan panggilan video di internet dan mengobrol dengan para penggemar secara langsung.
Voting	: Kata bahasa Inggris yang berarti pemungutan suara. Dalam konteks ini adalah aktivitas pemungutan suara oleh K-Popers untuk membantu grup yang idolakannya memenangkan suatu nominasi dalam ajang penghargaan.
Warganet	: Sebutan untuk pengguna media sosial.
Weverse	: Aplikasi dan platform web Korea yang dibuat oleh agensi hiburan Korsel “Hybe Corporation”. Tujuannya agar para penggemar dapat menikmati konten sekaligus berkomunikasi dengan artis idola.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di suatu pagi, ketika Ji Sun Woo bersiap-siap pergi bekerja, tanpa sengaja ia menemukan sebuah pelembab bibir wanita berwarna merah yang terjatuh dari jaket suaminya, Tae Oh. Jaket itu adalah jaket yang dikenakan Tae Oh sekembalinya pulang dari luar negeri. Mendapati hal ini, Sun Woo memungut pelembab tersebut dan mengeceknya. Sang suami yang berada di hadapannya berdalih membeli itu agar bibirnya tidak kering saat di pesawat dan beralasan membeli warna merah karena tidak memahami bahasa Mandarin. Sun Woo menggelengkan kepala dan tertawa kecil lantaran tak menyangka suaminya membeli barang itu.

Karena bangun kesiangkan dan hampir telat, Sun Woo pun bergegas berangkat menuju rumah sakit tempat ia bekerja. Ia merupakan seorang dokter wanita yang masuk dalam jajaran orang penting direksi rumah sakit. Setibanya di ruang praktek, Sun Woo melepaskan syal biru yang dikenakannya. Ia menemukan sehelai rambut panjang berwarna coklat kemerah-merahan pada syal yang digunakan Tae Oh untuk menyelimuti dirinya semalam. Ini jelas bukan rambut Sun Woo ataupun Tae Oh karena keduanya berambut hitam pendek. Sun Woo pun mulai merasa cemas, pikirannya tak karuan hingga membuatnya tak fokus dan tak dapat melayani pasien dengan baik.

Singkat cerita, Sun Woo bertemu dengan salah satu pasiennya saat ia membuntuti suaminya. Namun, berkali-kali ia belum mendapat bukti apapun dengan

siapa suaminya berselingkuh. Akhirnya, ia bekerjasama dengan seorang pasiennya itu untuk menjadi mata-mata suaminya. Hari demi hari, sedikit demi sedikit kecurigaannya pun mulai terjawab.

Tepat pada momen ulang tahun Tae Oh, Sun Woo yang datang sendirian dengan mobil pribadinya ke tempat pesta ulang tahun itu digelar, langsung bergegas mengecek isi mobil suaminya. Setelah hampir pasrah karena tidak menemukan bukti apapun, ia teringat dengan jok mobil belakang bagian bawah. Ia pun membukanya dan menemukan sebuah ponsel di dalam tas ransel. Seseegera ia menyalakan ponsel tersebut. Alangkah terkejutnya, ia mendapati foto seorang wanita terpampang jelas pada layar utama ponsel tersebut. Foto itu menggambarkan jelas seorang wanita muda dengan rambut panjang berwarna coklat kemerah-merahan persis dengan yang ditemukannya beberapa waktu lalu.

Sun Woo mengenal wanita itu. Ia tak lain adalah Da Kyung yang beberapa waktu lalu baru sekali ditemuinya di sebuah acara. Da Kyung merupakan seorang anak dari salah satu pasiennya, istri seorang tokoh penting di kota tersebut. Setelah menemukan fakta ini, ia mengecek galeri foto dan histori pesan singkat. Sun Woo kembali dibuat syok dan tak menyangka bahwa selama ini pengkhianatan suaminya itu telah diketahui orang-orang terdekatnya. Bahkan mereka terlibat bekerjasama untuk membungkam perselingkuhan ini. Hati Sun Woo merasa tercabik-cabik. Ia menangis sembari memandang dari kejauhan pengkhianatan orang-orang terdekatnya dan orang ketiga perebut suaminya yang juga hadir dalam acara tersebut.

Setelah itu, Sun Woo bergegas mengambil gunting bedah dari kotak P3K yang tersimpan di dalam mobilnya. Dengan amarah yang membuncah, ia berjalan cepat menuju Tae Oh sembari menyembunyikan gunting tersebut di balik punggungnya. Saat ia tepat berdiri di hadapan Tae Oh, ia langsung menancapkan gunting tersebut ke dada sebelah kiri. *Jreet*. Tepat di posisi jantung. Darah bercucuran mengalir deras. Pria itu pun jatuh terduduk memegang dadanya dan memandang wajah istri yang dikhianatinya. Para hadirin terkejut melihat peristiwa ini. Namun, tak lama kemudian bayangan itu pun buyar saat anak laki-laki satu-satunya memanggilnya. Sun Woo tersadar. Ia membatalkan niat buruknya dan memasukkan gunting tersebut ke dalam saku jaketnya.

Kisah di atas saya kutip dari sebuah serial K-Drama “The World of the Married” (TWOTM) yang sempat viral tahun lalu. Viralnya drama ini bertepatan dengan masa karantina pandemi Covid-19 kuartal pertama di tahun 2020. Drama ini mengisahkan kerumitan dan kompleksitas dalam rumah tangga. Sebelum kehadiran orang ketiga, keluarga Sun Woo dikisahkan sebagai keluarga yang harmonis dan sempurna. Ekonomi yang mapan, karir yang baik, dan seorang anak laki-laki yang mewarnai kehidupan rumah tangga mereka.

Drama ini menjadi perbincangan publik tidak hanya disebabkan momennya yang pas. Melainkan juga kisahnya yang beririsan dengan kehidupan sehari-hari. Selain itu, alur cerita yang tidak berbelit-belit, sangat cepat dan tidak mudah ditebak. Karakter tokoh yang diciptakan pun menarik. Jika pada kisah umumnya, wanita sering digambarkan rentan sebagai korban perselingkuhan yang tidak berdaya. Dalam kisah ini karakter Sun Woo tampil sebagai wanita kuat, mandiri yang juga berperan

sebagai pencari nafkah utama sekaligus penyandang dana perusahaan hiburan milik Tae Oh. Pada gilirannya, karakter ini mampu menyuguhkan kepada penonton sosok perempuan kuat yang jarang ditemui pada kisah lain bertema perselingkuhan. Popularitas drama ini sempat menjadi *top trending* di Twitter Indonesia dengan tagar #TheWorldoftheMarried, saat penayangan episode terakhir pada tanggal 16 Mei 2020.

Popularitas K-Drama TWOTM ini adalah sebagian kecil fenomena *hallyu* dalam setahun terakhir. Selang beberapa bulan kemudian, masyarakat Indonesia kembali disuguhkan dengan hadirnya K-Drama “Start Up”. K-Drama ini memunculkan duo kubu: tim “Nam Do San” VS tim “Han Ji-pyeong” di jagat maya. K-Drama ini menceritakan kisah tentang perusahaan rintisan yang didirikan oleh anak muda. Soe Dal Mi dan Nam Do San memiliki seorang mentor bernama Han Ji-pyeong yang kemudian ketiganya terlibat cinta segitiga.

Tak ketinggalan, fenomena berkaitan dengan grup K-Pop juga turut mewarnai popularitas *hallyu* belakangan ini. Pada bulan Juni 2021, resto makanan siap saji McDonald’s (McD) menggandeng *boy band* BTS¹ untuk mempromosikan menu “BTS Meal”. Menu tersebut dijual secara terbatas hingga membuat para ARMY – sebutan fandom BTS- di Indonesia saling berebut mendapatkannya. Kondisi ini membuat pesanan membeludak dan menciptakan kerumunan. Lantaran menu yang hanya bisa dipesan melalui lantatur (drive thru) dan aplikasi pesan antar tersebut

¹ BTS (Bangtan Boys) adalah sebuah *boy band* beranggotakan tujuh pria. Band ini dibentuk oleh Big Hit Entertainment. Grup ini banyak disebut sebagai grup K-Pop paling terkenal di dunia saat ini.

menimbulkan antrian yang tidak kondusif. Walhasil, beberapa gerai di sejumlah wilayah ditutup oleh aparat.

Sehari sebelumnya, para ARMY telah memprediksi kondisi ini. Di jagat Twitter mereka saling berkoordinasi dan saling mengingatkan untuk mengapresiasi ojol atau ojek *online*² yang telah berjuang mendapatkan makanan itu. Apresiasi tersebut berupa upah tambahan, sembako, dan lain-lain. Bahkan secara terstruktur ARMY Indonesia menghimpun donasi melalui platform kitabisa.com. Dana yang terkumpul dipergunakan untuk memberi paket makanan, sembako dan tes usap antigen kepada ratusan ojol secara langsung. Pihak ARMY Indonesia juga bekerjasama dengan pihak Gojek selaku mitra dalam donasi ini.³



Gambar 1 Salah satu *snack* yang dibagikan ARMY kepada ojol yang mengantri di sebuah gerai McD. Sumber: Twitter.

² Istilah yang dipakai untuk menyebut orang yang bekerja pada sektor jasa antar orang dan barang secara daring.

³ <https://www.pramborsfm.com/news/gojek-gandakan-tip-apresiasi-bts-army-kepada-35-ribu-driver-gojek-yang-antar-bts-meal>. Diakses pada 6 Agustus 2021.



Gambar 2 Seorang ojol mendapat paket sembako selepas mengantarkan pesanan BTS Meal.

Tiga fenomena di atas secara tidak langsung memotret derasnya gelombang Korea di Indonesia. Melihat hal ini, para aktivis dakwah yang juga pernah tenggelam di lautan yang sama, berupaya menghadang laju gelombang Korea dengan menciptakan gerakan dakwah yang ramah dan nyaman bagi anak muda muslim keranjingan *hallyu*. Ihwal ini dilakukan lantaran mereka khawatir semakin derasnya gelombang Korea, semakin deras pula anak muda muslim mengonsumsi hiburan yang jauh dari nilai Islam. Selain itu, hal tersebut dilakukan karena belum pernah ada gerakan dakwah atau figur ustaz tertentu yang berusaha merangkul mereka. Pada akhirnya, kekosongan ini diisi oleh Istikonah dan Fuadh Naim serta beberapa aktivis dakwah lainnya. Mereka menciptakan ruang baru tidak hanya untuk mempertemukan anak muda muslim keranjingan *hallyu* satu sama lain. Namun juga memberikan mereka keleluasaan untuk menuangkan kreativitas dan kesenangan mereka dalam lanskap dakwah. Melalui gerakan dakwah K-Popers Hijrah yang didirikan Istikonah dan komunitas dakwah X-Kwavers yang dibentuk Fuadh. Anak muda muslim kini

memiliki cara baru untuk merespons kesenangannya. Mereka memadukan aspek kesalehan dengan aspek kesenangannya mengonsumsi produk budaya pop Korea.

Tesis ini mengkaji tentang perjumpaan anak muda muslim dengan budaya pop, khususnya budaya pop Korea melalui dua studi kasus yakni, K-Popers Hijrah dan X-Kwavers. Sejauh ini studi-studi terdahulu yang berkaitan dengan anak muda muslim dengan budaya pop meletakkannya ke dalam dua hal, yakni sebagai bentuk hibriditas dan sebagai agen *consumers* (konsumen) dan *makers* (pembuat) produk budaya pop.

Saya berargumen bahwa anak muda muslim keranjingan *hallyu* saat ini mengalami ambiguitas. Di satu sisi, mereka dihadapkan pada tuntutan sebagai muslim yang saleh, tetapi juga tetap ingin mengonsumsi hiburan di sisi lainnya. Untuk mencapai hal itu mereka kerap kali dihadapkan dengan serentetan negosiasi yang terus menerus terjadi di dalam diri mereka. Namun, kehadiran K-Popers Hijrah dan X-Kwavers berhasil menjawab kekhawatiran itu. Dua ruang baru ini mampu mengakomodir kesenangan mereka dan mengajak untuk menjadi saleh. Mereka tidak hanya dibiarkan menjadi konsumen yang pasif terhadap budaya pop Korea, bahkan kini mereka menjadi agen yang aktif menyebarkan narasi-narasi dakwah melalui elemen-elemen *hallyu*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini berupaya menjawab beberapa pertanyaan berikut:

1. Mengapa anak muda muslim keranjingan *hallyu* perlu berhijrah?
2. Bagaimana pendekatan dakwah ala budaya pop Korea diterapkan?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan menguraikan fenomena anak muda muslim penggemar *hallyu* yang ingin tetap menikmati hiburan dan menjadi saleh sekaligus. Beberapa isu yang menjadi fokus kajian dalam penelitian ini mulai dari masuknya produk *hallyu* dan sirkulasinya di Indonesia, peran K-Popers terhadap isu politik, sosial dan budaya di Indonesia hingga konteks yang melatar belakangi perjumpaan Islam dengan budaya pop. Selain itu, penelitian ini juga berupaya mendeskripsikan secara mendalam mengenai pendekatan dakwah yang dilakukan K-Popers Hijrah dan X-Kwavers serta strateginya melebarkan sayap dakwah. Di samping itu, studi ini juga menghadirkan respons peserta dan anggota untuk melihat pengaruh kedua gerakan dakwah tersebut dalam proses negosiasi kesalehan, juga tanggapan mereka terkait wacana ideologi tahriri yang tersemai pada salah satu studi kasus.

Dalam ranah akademik, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada diskusi mengenai anak muda muslim sebagai *consumers* (konsumen) sekaligus sebagai *makers* (pembuat) budaya pop. Pembahasan mengenai anak muda muslim keranjingan budaya pop tertentu, khususnya budaya pop Korea kebanyakan memandang mereka sebagai konsumen pasif semata. Selain itu, mereka sering menjadi bulan-bulanan gerakan dakwah terkait aktivitas keranjingan *hallyu*. Padahal mereka memiliki potensi besar yang dapat disalurkan atau diterapkan pada aktivitas dakwah. Pada akhirnya, mereka juga dapat menjadi agen yang aktif menciptakan ‘budaya pop Korea yang Islami’.

D. Kajian Pustaka

Studi mengenai perjumpaan anak muda muslim dengan budaya pop dapat dipetakan dalam dua kecenderungan. Kecenderungan pertama menganggap perjumpaan Islam dengan budaya pop sebagai hibriditas dan kecenderungan kedua melihatnya sebagai bentuk Pop-Islamisme.

Kecenderungan pertama, studi mengenai anak muda muslim dari aspek perpaduan antara nilai Islam dan budaya pop terdapat pada tulisan Kamaludeen Mohamed Nasir terhadap anak muda muslim Singapura dan Sydney. Pengadopsian budaya pop seperti musik hip-hop dan tato adalah bentuk strategi perlawanan anak muda muslim dalam menegosiasikan antara identitas etnis, agama, sekuler, nasionalisme dan lain-lain. Melalui cara tersebut, anak muda muslim tidak lagi dianggap asing, kini mereka turut masuk menikmati budaya populer.⁴

Sejalan dengan itu, Najib Kailani mendapati perkawinan Islam dan budaya pop pada gerakan dakwah Forum Lingkar Pena (FLP). Dengan mengemas dakwah dan budaya populer seperti majalah dan novel, gerakan ini berhasil membangun wacana kesalehan di kalangan anak muda muslim. Ihwal ini dapat dilihat dari keragaman otoritas keagamaan di kalangan anak muda. Dalam tulisannya, ia menyimpulkan bahwa menjadi saleh tidak terbatas pada keterlibatan dalam organisasi Islam. Namun juga berkaitan dengan negosiasi diri, ambivalensi, fragmentasi dan ambiguitas.⁵

Selanjutnya, terdapat dua literatur ihwal hibriditas yang berkaitan dengan konsumerisme duniawi, dapat dilihat pada tulisan Claudia Nef Saluz dan Ariel

⁴ Kamaludeen Mohamed Nasir, *Globalized Muslim Youth in the Asia Pacific: Popular Culture in Singapore and Sydney*, The Modern Muslim World (Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2016), 191–94.

⁵ Najib Kailani, “Forum Lingkar Pena and Muslim Youth in Contemporary Indonesia,” *RIMA: Review of Indonesian and Malaysian Affairs*, Januari 2012, 48–49.

Heryanto. Nef Saluz mengkaji fenomena maraknya pemakaian jilbab trendi di kalangan mahasiswi UGM. Dalam tulisannya, Nef Saluz memandang bagaimana muslimah muda mengenakan jilbab sebagai persinggungan antara menjadi muslim di satu sisi dan praktik konsumerisme budaya Barat di sisi lainnya. Ia juga berpendapat bahwa persinggungan ini melahirkan budaya pop Islam sebagai bagian hibridisasi antara perpaduan budaya lokal dan global.⁶

Tidak jauh berbeda, Heryanto yang mengamati fenomena K-Pop di kalangan remaja muslim berpendapat bahwa mereka memiliki dua identitas yang bertolak belakang. Untuk dapat menikmati budaya pop, mereka dituntut untuk mendamaikan dua hal, yakni ketakwaan beragama dan merayakan konsumerisme duniawi. Ia juga menyebutkan upaya pendamaian dua hal itu terjadi lantaran anak muda muslim penggemar K-Pop lahir dan dibesarkan di masa puncak Islamisasi. Hal tersebut membuat mereka tampil sebagai sosok muslim yang trendi dan terkomodifikasi ala Barat. Meskipun kalangan anak muda ini mengklaim menyukai budaya populer Asia Timur, tetapi bagaimanapun budaya tersebut telah mengadopsi dan mengadaptasi unsur-unsur budaya populer Barat dalam jumlah yang besar.⁷

Kecenderungan kedua, yakni melihat perkawinan budaya pop dengan anak muda muslim sebagai bentuk pop-Islamisme. Salah satunya dapat dilihat pada hasil riset Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga yang mengkaji tentang perkembangan literatur Islamisme populer di Indonesia. Dalam bab yang ditulis oleh Kailani mengkaji varian bacaan anak muda muslim dari berbagai latar belakang ideologi Islam, yakni Tahriri,

⁶ Claudia Nef Saluz, "Islamic Pop Culture in Indonesia: an Anthropological Field Study on Veiling Practice among Students of Gajah Mada University of Yogyakarta" (Universität Bern, 2007).

⁷ Ariel Heryanto, *IDENTITAS DAN KENIKMATAN Politik Budaya Layar Indonesia* (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2015), 253.

Tarbawi dan Salafi. Ia mendapati bahwa bacaan anak muda muslim hari ini tidak lagi merujuk pada tokoh atau figur utama dari gerakan-gerakan tersebut. Mereka cenderung menyukai karya-karya yang ditulis oleh penulis-penulis baru yang mengapropriasi pesan-pesan ideologis dengan menyesuaikan konteks dan aspirasi anak muda muslim Indonesia. Karya-karya tersebut berhasil mengemas kembali ide-ide Islamis yang kaku dengan kemasan yang menarik dan erat dengan budaya pop. Pada gilirannya hal ini menunjukkan ambivalensi, inkonsistensi dan paradoks lantaran mereka menyampaikan narasi islam dan meminjam unsur Barat, tetapi kerap kali mendeskreditkan budaya pop Barat. Literatur-literatur tersebut didominasi oleh isu kepanikan moral sebagai fokus isu utama. Meski demikian, Kailani menemukan perbedaan kemasan literatur dari masing-masing ideologi. Literatur Islamis beraliran Tahriri dan Tarbawi lebih sering mengadopsi budaya pop, sedangkan literatur Salafi sedikit kaku, tidak kebarat-baratan dan tetap saleh. Misalnya, jika majalah Annida yang diterbitkan aktivis Tarbiyah menggunakan ilustrasi manusia dan bahasa-bahasa gaul. Maka, ini tidak berlaku dalam majalah Elfata yang diterbitkan kelompok Salafi. Majalah Elfata mengangkat tema-tema populer yang syarat akan rujukan Al-Qur'an dan Hadis serta pandangan figur-figur Salafi. Majalah Elfata tidak pernah menampilkan model laki-laki atau perempuan pada sampulnya. Hal ini karena adanya keyakinan larangan menggambar makhluk hidup dalam kelompok ini.⁸

Selain itu, perjumpaan anak muda dengan gerakan Islamis juga terpotret dalam tulisan Hasan. Ia melaporkan bahwa anak muda muslim saat ini tidak merasa apabila

⁸ Najib Kailani, "Perkembangan Literatur Islamisme Populer di Indonesia. Apropriasi, Adaptasi dan Genre," dalam *Literatur keislaman generasi milenial: transmisi, apropirasi, dan kontestasi*, ed. oleh Noorhaidi Hasan, Cetakan I (Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Press, 2018), 143–73.

memegang teguh identitas Islam berarti menolak partisipasi dalam masyarakat modern atau identitas modern. Sebaliknya, mereka berhasil memadukan Islam dengan nilai-nilai global. Di samping itu, mereka juga berperan sebagai wasilah penting dalam mempromosikan ide-ide kebangkitan Islam. Dengan cara kreatif mereka mampu menerjemahkan pesan-pesan ideologis ke dalam gaya hidup, mode, seni, musik, novel, institusi dan organisasi. Tidak hanya itu, mereka juga mampu mengklaim ruangnya dan menegosiasikan identitas mereka pada kepentingan publik.⁹

Sejauh penelusuran saya terhadap studi-studi yang memfokuskan perjumpaan anak muda muslim dengan budaya pop, belum ada yang secara khusus mengkaji keterkaitan mereka dengan budaya pop tertentu. Penelitian ini berusaha mengisi kekosongan dan lebih berfokus pada anak muda muslim yang mengonsumsi *hallyu* yang tidak hanya sebagai konsumen aktif, tetapi juga aktif memproduksi budaya pop. Meski demikian, studi-studi di atas telah membantu melihat posisi penelitian ini.

E. Kerangka Teoritis

Penelitian ini berusaha melihat apakah kemunculan K-Popers Hijrah dan X-Kwavers di permukaan bagian dari fenomena budaya pop Islam atau Pop Islamisme. Asumsi ini berangkat dari kondisi anak muda muslim yang tengah berada di suatu ambiguitas. Mereka adalah kalangan yang aktif mengonsumsi hiburan budaya pop, tetapi sering kali terbebani dengan tuntutan menjadi muslim yang baik. Keadaan ini mendorong lahirnya perkawinan antara budaya pop dan Islam atau oleh kalangan

⁹ Noorhaidi Hasan, “‘Funky Teenagers Love God’: Islam and Youth Activism in Post-Suharto Indonesia,” dalam *Muslim Youth and the 9/11 Generation*, ed. oleh Adeline Marie Masquelier dan Benjamin F. Soares, School for Advanced Research Advanced Seminar Series (Santa Fe Albuquerque: School for Advanced Research press University of New Mexico press, 2016), 167.

sarjana disebut dengan hibridisasi. Hibridisasi merupakan proses interaksi sosial budaya antara dua kutub budaya yang saling berlawanan, yakni antara budaya lokal dan global, antara yang bersifat hegemonik dan *subaltern*, serta antara yang dipandang sebagai pusat dan pinggiran.¹⁰

Melalui cara ini, anak muda muslim berupaya menegosiasikan identitas kesalehan mereka. Mereka menganggap dirinya sebagai bagian dari kultur modern yang global. Namun secara fundamental menafikan diri sebagai bagian dari budaya Barat lantaran tetap teguh memegang nilai-nilai normatif agama dalam praktik keseharian. Pada gilirannya, mereka membentuk identitas mereka sendiri dengan melakukan negosiasi secara selektif, menyaring produk-produk budaya pop yang sesuai dengan nilai-nilai normatif Islam dengan meminggirkan produk budaya yang dianggap bertentangan dengan nilai budaya lokal dan agama.¹¹

Anak muda muslim penikmat *hallyu* adalah generasi yang lahir dan dibesarkan di saat budaya pop Korea masif menyebar di Indonesia bersamaan pula dengan maraknya proses Islamisme. Hal ini memunculkan ekspresi dan artikulasi yang mereka alami. Sebagai contoh penggunaan istilah-istilah lokal Korea yang tersirkulasi di lingkungan “X-Kwavers”. Mereka memilih menggunakan kalimat “Saranghae Fillah” daripada menggunakan kata “Uhibbuka/ki Fillah”. Kedua kalimat tersebut memiliki arti yang sama. Sama-sama berarti “Aku mencintaimu”, tetapi kata “Saranghae Fillah” (Korea+Arab) dipakai karena lebih sesuai dengan konteks mereka dibandingkan dengan kalimat asalnya yang berbahasa Arab. Kalimat kedua ini kurang familiar di lingkungan mereka.

¹⁰ Pam Nilan dan Carles Feixa, ed., *Global Youth? Hybrid Identities, Plural Worlds* (London ; New York: Routledge, 2006), 2.

¹¹ Nilan dan Feixa, 93–94.

Selain itu, hibriditas juga dinilai Appadurai sebagai pengaruh dari globalisasi. Pengaruh itu disebabkan oleh lima dimensi arus kebudayaan global yaitu *ethnoscapes*, *technoscapes*, *financescapes*, *mediascapes*, dan *ideoscapes*. Lima dimensi ini membuat kebudayaan dunia tampak seperti lanskap yang cair dan tidak stabil.¹² Kondisi ini membuat orang seperti yang diistilahkan Appadurai dengan “No Sense of Place”.¹³ Kondisi ini menuntut seseorang akan kebutuhan identitas agama sebagai sumber makna yang penting.

Pada gilirannya, arus globalisasi dan derasanya budaya pop yang menerjang anak muda muslim mendorong mereka menciptakan caranya sendiri dalam merespons budaya pop. Mereka berusaha mengartikulasikan keislaman mereka dengan cara yang mampu mengakomodasi habitus mereka sebagai anak muda.¹⁴ Mereka menciptakan ruang-ruang baru yang dapat mengakomodasi kesenangan mereka. Hal ini terlihat pada kasus Forum Lingkar Pena (FLP) yang menggunakan budaya pop sebagai medium dakwah Islam menargetkan para remaja muslim Indonesia.¹⁵ Budaya pop kini menjadi medium penting dalam penyebaran wacana dakwah di kalangan anak muda muslim. Budaya pop yang bersifat adaptif yang selalu menyesuaikan model dakwah dan target dakwahnya. Misalnya, pada gerakan dakwah

¹² Arjun Appadurai, *Modernity at large: cultural dimensions of globalization*, Public worlds, v. 1 (Minneapolis, Minn: University of Minnesota Press, 1996), 33–43..

¹³ *Ibid*, 29.

¹⁴ Asef Bayat, “Muslim Youth and the Claim of Youthfulness,” dalam *Being young and Muslim: new cultural politics in the global south and north*, ed. oleh Asef Bayat dan Linda Herrera (New York ; Oxford: Oxford University Press, 2010), 19.

¹⁵ Najib Kailani, “‘Kami Adalah Mujahidin Berpedang Pena’: Studi Gerakan Dakwah Forum Lingkar Pena Yogyakarta” (Universitas Gajah Mada, 2009), 24.

Shift yang menyasar anak main kota Bandung menggandeng penggiat subkultur anak muda.¹⁶

Namun, perjumpaan budaya pop dan Islam terjadi bukanlah semata-mata bagian dari hibriditas kultural. Muller yang menginvestigasi kemunculan organisasi partai Islam di Malaysia (PAS) mendapati adanya unsur Islamisme yang kemudian disebutnya dengan “Pop Islamisme”.¹⁷ Pop Islamisme merupakan sebuah konsep yang menggambarkan usaha dari aktivis muda di sebuah gerakan Islam dalam memadukan budaya populer dengan gagasan Islamisme. Dalam temuannya, Muller menyebutkan bahwa aktivis muda PAS menggunakan musik bergenre *rock* dalam dakwahnya dengan syarat-syarat tertentu yang kemudian melahirkan istilah ‘hiburan Islami’. Untuk melegitimasi perubahan strategi ini, dukungan dari seorang figur keagamaan diperlukan. Sementara dari segi kebolehan musik, mereka menarik figur artis dan musisi untuk bergabung ke dalam kelompok tersebut. Tujuannya untuk mengumpulkan massa yang banyak guna mendukung partai politik tersebut. Agenda Islamisme itu disisipkan oleh para aktivis melalui musik populer yang dimainkan.

Sementara Suzanne Naafs dan Ben White membagi anak muda muslim Indonesia menjadi tiga kategori, yakni “*Youth as Generation*”; “*Youth as Transition*”; “*Youth as Makers and Consumer of Culture*”. Anak muda tidak sekedar mengenai batasan usia ataupun peralihan status dari sekolah-kerja. Namun, anak muda juga kalangan yang tidak hanya aktif mencoba menghubungkan diri mereka

¹⁶ Muhamad Ibtissam Han, “Anak Muda, Dakwah Jalanan dan Fragmentasi Otoritas Keagamaan: Studi Atas Gerakan Dakwah Pemuda Hijrah dan Pemuda Hidayah” (UIN Sunan Kalijaga, 2018), 24.

¹⁷ Dominik M. Müller, “POST-ISLAMISM OR POP-ISLAMISM? Ethnographic observations of Muslim youth politics in Malaysia,” *Paideuma: Mitteilungen zur Kulturkunde* 59 (2013): 280.

dengan tren global budaya populer. Mereka juga mengambil inspirasi dari perkembangan terbaru dalam bahasa, fesyen, musik dan gaya hidup.¹⁸

Anak muda menegosiasikan hasrat kepemudaan dan mengupayakan aspirasi mereka dengan strategi akomodasi, baik secara subversif atau inovatif. Dalam akomodasi subversif, anak muda cenderung memanfaatkan ritual keagamaan untuk mengakomodasi hasrat kepemudaan mereka dengan cara membentuk ulang norma-norma yang ada secara kreatif. Sementara dalam akomodasi inovatif, anak muda akan cenderung mengambil keuntungan dari aturan-aturan tradisional keagamaan untuk mengejar hasrat kepemudaan mereka.¹⁹

Dari uraian di atas, saya berpendapat bahwa anak muda muslim cenderung menegosiasikan dua identitasnya, sebagai muslim dan sebagai kalangan yang konsumtif terhadap budaya pop. Mereka akan terus mencari cara untuk tetap mendamaikan keduanya. Bahkan mereka juga mampu menyeleksi budaya pop yang tidak sesuai dengan norma-norma Islam menjadi kemasan baru yang ramah, sesuai dengan norma-norma Islam.

F. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menerapkan metode netnografi. Saya memulai penggalan data secara intens sejak Desember 2020 sampai Juli 2021. Adapun penghimpunan data dilakukan dalam tiga cara; *pertama*, dengan mewawancarai aktor penting K-Popers Hijrah dan X-Kwavers secara mendalam. Dalam hal ini adalah pendiri K-Popers Hijrah dan pengurus inti X-Kwavers. Perjumpaan awal saya

¹⁸ Suzanne Naafs dan Ben White, "Intermediate Generations: Reflections on Indonesian Youth Studies," *The Asia Pacific Journal of Anthropology* 13, no. 1 (Februari 2012): 16–17.

¹⁹ Bayat, "Muslim Youth and the Claim of Youthfulness," 18–19.

dengan pendiri K-Popers Hijrah pada akhir 2019 secara luring. Kami bertemu kembali di komunitas X-Kwavers yang ia juga terlibat aktif. Sedangkan dengan pengurus inti X-Kwavers, saya adalah salah satu peserta yang tergabung dalam kelompok yang dibimbingnya.

Untuk menggambarkan sejauh mana keberadaan K-Popers Hijrah dan X-Kwavers dalam mewadahi penikmat *hallyu*. Saya mewawancarai tujuh orang lainnya. Terdiri dari anggota, pengikut dan peserta yang tergabung dalam grup Telegram masing-masing. Dalam kesempatan ini saya menanyakan tentang pengalaman dan motivasi mereka mengenai hijrah dari *hallyu*. Selain itu, juga tanggapan mereka terkait ajaran penegakan syariah dan khilafah yang terdapat pada salah satu studi kasus. Informan yang saya wawancarai kebanyakan berstatus pelajar dan mahasiswa serta sebagian kecilnya sudah bekerja. Dari keseluruhan, hanya terdapat dua informan laki-laki dan sisanya adalah perempuan. Melalui aplikasi Telegram, saya mewawancarai mereka dengan model wawancara semi terstruktur dan mendalam. Tujuannya agar dapat mengumpulkan informasi yang spesifik dan terarah. Namun tetap fleksibel.

Kedua, informasi saya himpun melalui observasi partisipan dengan menjadi anggota grup, baik Telegram K-Popers Hijrah dan X-Kwavers serta mengikuti ragam kegiatan yang diadakan keduanya secara daring. Di samping itu, saya juga melakukan pengamatan terhadap media sosial yang mereka kelola. *Ketiga*, informasi melalui dokumentasi berupa buku, berita, poster, *audiobook* dan modul X-School juga saya gunakan dalam tesis ini. Dokumen berbentuk daring juga tak luput saya himpun dari

berbagai sumber seperti YouTube dan *website* selama masih relevan dengan topik pembahasan.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapat pemahaman yang komprehensif dan logis, saya menyusun pembahasan tesis ini dalam lima bab yang setiap bab terdiri dari beberapa subbab. Bab pertama berisi pendahuluan yang tersusun dengan tujuh sub bahasan, yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan terakhir sistematika pembahasan.

Selanjutnya, bab kedua mengurai tentang perkembangan dan popularitas produk hiburan Korea Selatan di Indonesia beserta peran-peran penggemarnya. Bab ini diawali dengan penjelasan mengenai masuknya produk hiburan asing melalui stasiun-stasiun televisi swasta. Kemudian dilanjutkan dengan menunjukkan fenomena-fenomena terkait budaya pop Korea yang terjadi di Indonesia. Pembahasan ini penting untuk mengetahui dinamika dan sirkulasi produk *hallyu* di Indonesia.

Bab ketiga membahas gerakan dakwah K-Popers Hijrah yang berfokus mengajak hijrah dari *hallyu*. Bab ini diawali pembahasan mengenai pengalaman Istikonah saat keranjingan *hallyu* hingga proses dirinya membentuk gerakan dakwah khusus K-Popers. Selanjutnya, dilanjutkan dengan pembahasan tentang bagaimana K-Popers Hijrah menyebarkan dakwah dan membangun citra melalui media sosial serta kegiatan yang diadakannya. Terakhir, bab ini ditutup dengan pembahasan mengenai pengalaman anggota grup K-Popers Hijrah, guna memahami sejauh mana keberadaan gerakan ini berpengaruh terhadap proses hijrah mereka.

Bab keempat mengeksplorasi pembahasan mengenai X-Kwavers sebagai ruang baru yang nyaman dan ramah bagi penikmat *hallyu* untuk mempelajari Islam. Uraian dimulai dengan bahasan mengenai Fuadh Naim sebagai panutan di kalangan K-Popers. Kemudian diikuti dengan pembahasan mengenai komunitas dakwah X-Kwavers yang didirikan oleh Fuadh. Komunitas ini merupakan kepanjangan tangan dari komunitas YukNgaji dan kelahirannya melibatkan gerakan dakwah K-Popers Hijrah. Pembahasan selanjutnya mengulas tentang salah satu program utama, yakni “X-School” yang terdapat ide-ide khilafah dan penerapan syariah dikemas dengan budaya pop Korea. Selain itu, pembahasan ini mencakup kegiatan-kegiatan lain dan mewawancarai anggotanya. Kemudian dilanjutkan uraian terakhir mengenai media sosial X-Kwavers dan sub-unit turunannya.

Bab kelima berisi kesimpulan secara keseluruhan dari semua bab untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan pada bab pertama. Bab ini juga menyertakan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Popularitas budaya pop Korea di Indonesia hari ini tidak lepas dari konteks politik, sosial dan budaya di akhir tahun 90-an. Saat itu, negara-negara di kawasan Asia sedang mengalami krisis ekonomi yang mendesak mereka mencari jalan keluar untuk menghadapinya. Berangkat dari kondisi krisis dan kesadaran bahwa pemerintah tidak dapat terus bergantung pada *Chaebol* (perusahaan keluarga), Korea memfokuskan industri hiburan setelah terinspirasi kesuksesan film *hollywood* “Jurassic Park”. Kesuksesan film tersebut berhasil memperoleh keuntungan yang nilainya setara dengan ekspor 1,5 juta unit mobil Hyundai. Dari sini inspirasi untuk mengembangkan sektor hiburan pun muncul. Pemerintah Korea mengucurkan anggaran besar untuk pegiat seni hiburan guna melakukan terobosan-terobosan baru. Berkat strategi yang pas, akuntabilitas dan dukungan pemerintah, upaya tersebut membuahkan hasil dengan suksesnya film “Shiri” di tahun 1999. Film tersebut ditonton oleh 5,8 juta orang di tahun 2000. Jumlah ini lebih unggul 1,1 juta dari jumlah penonton film “Titanic” yang tayang pada tahun 1997. Momen ini menjadi pijakan awal Korea Selatan mengembangkan sektor industri hiburan lainnya.

Sementara merebaknya popularitas *hallyu* di Indonesia dimulai saat televisi swasta menayangkan drama Korea di awal tahun 2000-an. K-Drama berjudul “Endless Love” dan “Winter Sonata” adalah penanda awal datangnya *Korean Wave*

(gelombang Korea) yang memungkinkan masyarakat Indonesia mengenal lebih dekat dengan budaya populer Korea.

Meski budaya pop Korea berasal dari Asia Timur, nyatanya produk tersebut mengandung nilai-nilai yang tak jauh berbeda dengan budaya pop Barat. Walhasil, kehadiran budaya pop Korea juga mendapat penolakan sebagian kalangan aktivis dan gerakan dakwah. Namun, sebagian lainnya berpandangan kebolehan mengonsumsi *hallyu*, bahkan mengakomodasinya. Ihwal ini merupakan wujud persuaan gerakan dakwah dengan budaya pop yang bisa terlihat pada K-Popers Hijrah dan X-Kwavers.

Kehadiran K-Popers Hijrah dan X-Kwavers berhasil mengisi kekosongan gerakan dakwah yang belum menyentuh segmen penikmat budaya pop tertentu. Padahal, kalangan penikmat *hallyu* ini sering kali mendapatkan stereotip buruk di kalangan masyarakat. Pada gilirannya, gerakan dan komunitas dakwah tersebut mampu menciptakan ruang baru secara kolektif yang dapat mengajak anak muda muslim menikmati produk *hallyu* dan mempelajari Islam secara bersamaan. Meskipun memiliki tujuan yang sama, K-Popers Hijrah dan X-Kwavers memiliki perbedaan karaktersitik yang mempengaruhi popularitasnya masing-masing.

K-Popers Hijrah lahir sebagai gerakan dakwah tunggal yang tidak terikat oleh komunitas atau gerakan dakwah tertentu. Gerakan ini didirikan secara personal oleh Istikonah dengan menyebarkan konten-konten dakwah di media sosial, yang kemudian berkembang secara perlahan selepas ia merekrut anggota-anggota baru. Sejauh ini gerakan dakwah ini belum memiliki kegiatan rutin tertentu, kecuali pelaksanaan “Toriwika” di momen bulan Ramadhan.

Sementara, X-Kwavers dibawahhi oleh sebuah komunitas dakwah, yakni YukNgaji yang sudah cukup populer dengan model dakwah anak muda. Meskipun K-Popers Hijrah dan X-Kwavers sama-sama didirikan oleh mantan pelaku keranjingan *hallyu*, popularitas keduanya berbeda jauh. Istikonah yang memilih jalan dakwah melalui konten dakwah di media sosial kurang familiar dibandingkan dengan Fuadh Naim. Sebelum mendirikan X-Kwavers, Fuadh telah memiliki jam terbang mengisi tur kajian AADK dan K-Illuminati di berbagai kota di Indonesia. Selain itu, Fuadh juga membentuk citra dirinya dari media sosial pribadinya. Kondisi ini menjadikan Fuadh sebagai figur baru anak muda hijrah K-Pop.

Selain itu, sejak X-Kwavers berubah status menjadi komunitas dan mengadakan program X-School, komunitas ini mengalami perkembangan pesat. Jumlah anggota yang bergabung ke grup selalu bertambah dan peminat program X-School tidak pernah sepi. Hal ini berkat X-Kwavers yang memadukan suasana belajar Islam dengan nuansa budaya Korea yang tidak ditemui di K-Popers Hijrah. Di samping itu, sumber daya manusia dan kompetensi para pengurus X-Kwavers dalam mengemas dakwah juga menjadi faktor penting di balik kesuksesan ini. Mereka didominasi oleh pembuat konten yang juga menggemari *hallyu* sehingga mereka berupaya memposisikan diri sebagai target dakwah. Dalam produksi konten dakwah, X-Kwavers selalu berpatokan pada daftar ‘Dakwah Guide for X-Kwavers’, disusun berdasarkan riset sederhana yang dilakukan para pengurus. Pedoman tersebut berisi ketentuan-ketentuan yang harus diikuti oleh pembuat konten baik X-Wavers dan grup sub-unit turunannya.

Baik K-Popers Hijrah dan X-Kwavers sama-sama mengadopsi elemen budaya pop Korea dalam konten dakwahnya. Namun, K-Popers Hijrah lebih sedikit kaku ketimbang X-Kwavers. Hal ini membuat X-Kwavers lebih diminati karena para anggota diberi keleluasaan dalam mengekspresikan keranjingan *hallyu*. Meski demikian, para anggota memanfaatkan kesempatan ini tidak hanya sebagai konsumen pasif, tetapi mereka juga menjadi agen aktif yang menciptakan ruang baru mendefinisikan kembali identitas mereka sebagai penikmat *hallyu* di satu sisi dan identitas sebagai muslim di sisi lainnya. Pada akhirnya, hal ini memunculkan kreatifitas-kreatifitas baru. Salah satunya kehadiran sub-unit fandom yang didasari inisiatif para anggota sendiri. Di ruang ini mereka dipertemukan dengan latar belakang kegemaran yang sama sehingga hal ini memudahkan mereka dalam proses negosiasi kesalehan.

B. Saran

Potensi besar yang dimiliki X-Kwavers pada gilirannya akan membuat suatu perubahan terkait persepsi publik terhadap anak muda keranjingan *hallyu* dan memungkinkan peneliti selanjutnya mengembangkan topik ini. Selain itu, mengingat K-Popers Hijrah dan X-Kwavers saling berkelindan dan berafiliasi dengan komunitas YukNgaji. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menelisik lebih dalam seberapa ideologis dua gerakan ini. Melalui latar belakang dua figur utama hijrah K-Pop terkait organisasi Islam mainstream seperti NU dan Muhammadiyah sebelum mereka bergabung ke dalam gerakan dakwah. Hal ini penting untuk mempertimbangkan apakah K-Popers Hijrah dan X-Kwavers memang gerakan dakwah besar yang berideologi islamis atau sekadar ruang jumpa penggemar *hallyu* muslim.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Artikel Jurnal

- Agung Nugroho, Suray. "Apresiasi K-Pop di Kalangan Generasi Muda Yogyakarta: Studi Kasus Pengunjung K-Pop Festival UKDW 2010," 2010.
- . "Hallyu 'Gelombang Korea'di Asia dan Indonesia: Trend Merebaknya Budaya Pop Korea," 2004. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=bJzqehEAAAAJ&citation_for_view=bJzqehEAAAAJ:u5HHmVD_uO8C.
- Akmaliah Muhammad, Wahyudi. "Fenomena Hallyu (Gelombang Korean-Pop/ K-POP) dan Dampaknya di Indonesia." *Jurnal Masyarakat & Budaya* 14, no. 1 (2012): 201–12. <https://doi.org/10.14203/jmb.v15i1.147>.
- Akmaliah, Wahyudi. *Politik Sirkulasi Budaya Pop: Media Baru, Pelintiran Agama, dan Pergeseran Otoritas*. Cetakan pertama. Ngaglik, Sleman, D.I. Yogyakarta: Buku Mojok, 2019.
- Andini, Keumala Fauzan. "Interpretasi Penggemar Mengenai Skinship Yang Dilakukan Boyband K-Pop" 4, no. 1 (2015): 10.
- Appadurai, Arjun. *Modernity at large: cultural dimensions of globalization*. Public worlds, v. 1. Minneapolis, Minn: University of Minnesota Press, 1996.
- Bayat, Asef. "Muslim Youth and the Claim of Youthfulness." Dalam *Being young and Muslim: new cultural politics in the global south and north*, disunting oleh Asef Bayat dan Linda Herrera. New York ; Oxford: Oxford University Press, 2010.
- Brenner, Joanna, dan Maeve Duggan. "The Demographics of Social Media Users — 2012," 2013. <https://www.pewresearch.org/internet/2013/02/14/the-demographics-of-social-media-users-2012/>.
- Brough, Melissa M., dan Sangita Shresthova. "Fandom Meets Activism: Rethinking Civic and Political Participation." *Transformative Works and Cultures* 10 (15 Juni 2012). <https://doi.org/10.3983/twc.2012.0303>.
- Bruinessen, Martin van. "Genealogies of Islamic Radicalism in Post-Suharto Indonesia." *South East Asia Research* 10, no. 2 (Juli 2002): 117–54. <https://doi.org/10.5367/000000002101297035>.
- Elaskary, Mohamed. "The Korean Wave in the Middle East: Past and Present." *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 4, no. 4 (25 Oktober 2018): 51. <https://doi.org/10.3390/joitmc4040051>.
- Hasan, Noorhaidi. "'Funky Teenagers Love God': Islam and Youth Activism in Post-Suharto Indonesia." Dalam *Muslim Youth and the 9/11 Generation*, disunting oleh Adeline Marie Masquelier dan Benjamin F. Soares. School for Advanced Research Advanced Seminar Series. Santa Fe Albuquerque: School for Advanced Research press University of New Mexico press, 2016.
- , ed. *Literatur keislaman generasi milenial: transmisi, apropriasi, dan kontestasi*. Cetakan I. Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Press, 2018.
- Heryanto, Ariel. *IDENTITAS DAN KENIKMATAN Politik Budaya Layar Indonesia*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2015.

- Ibtissam Han, Muhamad. "Anak Muda, Dakwah Jalanan dan Fragmentasi Otoritas Keagamaan: Studi Atas Gerakan Dakwah Pemuda Hijrah dan Pemuda Hidayah." UIN Sunan Kalijaga, 2018.
- Ida, Rachma. "Consuming Taiwanese boys culture: watching Meteor Garden with urban Kampung women in Indonesia." Dalam *Popular culture in Indonesia: fluid identities in post-authoritarian politics*, disunting oleh Ariel Heryanto. Routledge media, culture, and social change in Asia 15. London ; New York: Routledge, 2008.
- Jung, Sun, dan Doobo Shim. "Social Distribution: K-Pop Fan Practices in Indonesia and the 'Gangnam Style' Phenomenon." *International Journal of Cultural Studies* 17, no. 5 (September 2014): 485–501. <https://doi.org/10.1177/1367877913505173>.
- Kailani, Najib. "Forum Lingkar Pena and Muslim Youth in Contemporary Indonesia." *RIMA: Review of Indonesian and Malaysian Affairs*, Januari 2012. <https://search.informit.org/doi/abs/10.3316/informit.984332214396280>.
- . "'Kami Adalah Mujahidin Berpedang Pena': Studi Gerakan Dakwah Forum Lingkar Pena Yogyakarta." Universitas Gajah Mada, 2009.
- . "Perkembangan Literatur Islamisme Populer di Indonesia. Apropriasi, Adaptasi dan Genre." Dalam *Literatur keislaman generasi milenial: transmisi, apopirasi, dan kontestasi*, disunting oleh Noorhaidi Hasan, Cetakan I. Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Press, 2018.
- Kamaludeen Mohamed Nasir. *Globalized Muslim Youth in the Asia Pacific: Popular Culture in Singapore and Sydney*. The Modern Muslim World. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2016.
- Karim, Abdul Gaffar. "Islamic Student Organisation in Indonesia's New Order" 23 (2006): 24.
- Kim, Jungwon. "K- Popping: Korean Women, K-Pop, and Fandom." UNIVERSITY OF CALIFORNIA RIVERSIDE, 2017. <https://escholarship.org/uc/item/5pj4n52q>.
- Kuwahara, Yasue. *The Korean Wave: Korean Popular Culture in Global Context*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014.
- Lee, Eunbyul. "When Korean Wave Flows into the Islamic World A Study of Hallyu in Tunisia." Dalam *The Korean Wave: evolution, fandom, and transnationality*, disunting oleh Tae-Jin Yoon dan Dal Yong Jin. Lanham, Maryland: Lexington Books, 2017.
- Liddle, R. William. "The Islamic Turn in Indonesia: A Political Explanation." *The Journal of Asian Studies* 55, no. 3 (Agustus 1996): 613–34. <https://doi.org/10.2307/2646448>.
- Mahya Nadila, Syarfina, Ranny Rastati, Annisa Meutia Ratri, dan Wahyudi Akmaliah. "Survey Result: K-Drama Consumption Amidst COVID-19 pandemic in Indonesia." *Jurnal Masyarakat & Budaya* 11, no. 16 (28 Agustus 2020).
- Muhsin, Illya. "Gerakan penegakan syariah: studi gerakan sosial Hizbut Tahrir Indonesia di DIY." *Ijtihad: Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan* 12, no. 1 (30 Juni 2012): 43. <https://doi.org/10.18326/ijtihad.v12i1.43-61>.

- Müller, Dominik M. "POST-ISLAMISM OR POP-ISLAMISM? Ethnographic observations of Muslim youth politics in Malaysia." *Paideuma: Mitteilungen zur Kulturkunde* 59 (2013): 261–84.
- Naafs, Suzanne, dan Ben White. "Intermediate Generations: Reflections on Indonesian Youth Studies." *The Asia Pacific Journal of Anthropology* 13, no. 1 (Februari 2012): 3–20. <https://doi.org/10.1080/14442213.2012.645796>.
- Naim, Fuadh. *#Pernah tenggelam*, 2019.
- Nef Saluz, Claudia. "Islamic Pop Culture in Indonesia: an Anthropological Field Study on Veiling Practice among Students of Gajah Mada University of Yogyakarta." Universität Bern, 2007.
- Nilan, Pam, dan Carles Feixa, ed. *Global Youth? Hybrid Identities, Plural Worlds*. London ; New York: Routledge, 2006.
- Nisa, Eva F. "Creative and Lucrative Da'wa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia." *Asiascape: Digital Asia* 5, no. 1–2 (14 Februari 2018): 68–99. <https://doi.org/10.1163/22142312-12340085>.
- Noh, Sween. "Unveiling the Korean Wave in the Middle East." Dalam *Hallyu: Influence of Korean popular culture in Asia and Beyond*, disunting oleh Do kyun Kim dan Min-Sun Kim. Seoul: Seoul National University Press, 2011.
- Rastati, Ranny. "20 Years of K-Drama in Indonesia, No Sign of Slowing Down." *Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya - LIPI* 14, no. 4 (24 Februari 2021). <https://pmb.lipi.go.id/20-years-of-k-drama-in-indonesia-no-sign-of-slowing-down/>.
- . "Pengaruh K-Pop bagi Saya dan Gerakan Sosial di Dunia" 11, no. 20 (Oktober 2020).
- Richtig, Iqomah. "Healthy Inside and Syar'i Outside: Practising Da'wa through Religious Commodities." Dalam *Commerce, Knowledge, and Faith: Islamization of the Modern Indonesian and Han-Speaking Muslim Ummahs*, disunting oleh Nabil Chang-kuan Lin. Tainan, Taiwan, 2020.
- Rosyad, Rifiki. *A Quest for True Islam*. Canberra: ANU E Press, 2007. <http://www.jstor.org/stable/10.2307/j.ctt24h949>.
- Sen, Krishna, dan David T. Hill. *Media, Culture, and Politics in Indonesia*. 1st Equinox ed. Jakarta: Equinox Pub, 2007.
- SHIM, Doobo. "the Growth of Korean Cultural Industries and the Korean Wave." Dalam *East Asian pop culture: analysing the Korean wave*, disunting oleh Beng Huat Chua dan Kōichi Iwabuchi. Hong Kong : London: Hong Kong University Press ; Eurospan [distributor], 2008.
- Triantoro, Dony Arung. "Dakwah dan Kesalehan: Studi tentang Gerakan Teras Dakwah di Kalangan Remaja Yogyakarta." *Jurnal Masyarakat dan Budaya* 20, no. 2 (31 Oktober 2018): 273. <https://doi.org/10.14203/jmb.v20i2.624>.
- Yazid, Ahmad. "Politik Hijrah Anak Muda di Komunitas YukNgaji Yogyakarta." UIN Sunan Kalijaga, 2019.
- Yoon, Sunny. "K-Pop Fandom in Veil: Religious Reception and Adaptation to Popular Culture." *JOURNAL OF INDONESIAN ISLAM* 13, no. 1 (2 Juni 2019): 1. <https://doi.org/10.15642/JIIS.2019.13.1.1-20>.

Sumber Internet

- “Fan K-pop Dulang Donasi Rp1,4 M untuk Bencana Indonesia.” Diakses 7 Agustus 2021. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20210126205838-248-598773/fan-k-pop-dulang-donasi-rp14-m-untuk-bencana-indonesia>.
- Brenner, Joanna, dan Maeve Duggan. “The Demographics of Social Media Users — 2012,” 2013. <https://www.pewresearch.org/internet/2013/02/14/the-demographics-of-social-media-users-2012/>.
- Fahmi, Ismail. (2016). Drone Emprit: Software for media monitoring and analytics. Available at <http://pers.droneemprit.id>.
- Lee, Katze, dan Kakmals. “Rewind X-Kwavers.” Diakses 1 April 2021. <https://open.spotify.com/episode/6k4cqZG6oHHCm51SuT9tR5>.
- M., Rakhmat, dan Tarahita D. “K-Pop Wave Storms Indonesia | The ASEAN Post,” 13 Juni 2020. <https://theaseanpost.com/article/k-pop-wave-storms-indonesia>.
- R.G. “Petisi · Elly Risman: Permintaan Maaf Ibu Elly Risman untuk SNSD · Change.org.” Diakses 7 Agustus 2021. <https://www.change.org/p/elly-risman-permintaan-maaf-ibu-elly-risman-untuk-snsd>.
- Service (KOCIS), Korean Culture and Information. “Map showing K-pop’s popularity by global region released : Korea.net : The official website of the Republic of Korea.” Diakses 7 Agustus 2021. <https://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=174587>.
- Seung-hyun, Song. “Government’s Hallyu department announces plans to support Hallyu expansion,” 16 Juli 2020. <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20200716000681>.

Sumber Wawancara

- Aldebaran, Peserta X-School. 18 Mei 2021.
- Andin, Peserta X-School dan Peserta Toriwika. 13 Mei 2021.
- Ara, peserta X-School. 10 Mei 2021.
- Elsa, anggota grup K-Popers Hijrah. 12 Mei 2021.
- Fandy, Peserta X-School. 18 Mei 2021.
- Ismi, Pengurus sub-unit X-ARMY, 15 Juni 2021.
- Istikonah, Pendiri Gerakan K-Popers Hijrah. 12 Mei 2021.
- Katze Lee, Pengurus Komunitas Dakwah X-Kwavers, 1 Juni 2021.
- Nana, peserta X-School. 10 Mei 2021.