

**ETIKA KOMUNIKASI ISLAM DALAM DAKWAH FUADH NAIM
PADA TAYANGAN YOUTUBE “K-POP DAN KONSPIRASI”**



SKRIPSI

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

**Oleh:
Anggita Anggraini
16210092**

**Pembimbing:
Seiren Ikhtiara, M.A.**

NIP. 19910611 201903 2 027

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2022**



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-1314/Un.02//PP.00.9/08/2022

Tugas Akhir dengan judul : ETIKA KOMUNIKASI ISLAM DALAM DAKWAH FUADH NAIM PADA
TAYANGAN YOUTUBE "K-POP DAN KONSPIRASI"

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ANGGITA ANGGRAINI
Nomor Induk Mahasiswa : 16210092
Telah diujikan pada : Selasa, 16 Agustus 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Seiren Ikhtiar, M.A.
SIGNED

Valid ID: 63030f5c40ce



Penguji I

Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 63032b060d177



Penguji II

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
SIGNED

Valid ID: 62fb6fde48862



Yogyakarta, 16 Agustus 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 6303379f56945



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552280
Email info@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Assalamua'alaikum.wr.wb.

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

Nama : Anggita Anggraini
NIM : 16210092
Judul Skripsi : **Etika Komunikasi Islam dalam Dakwah Fuadh Naim pada Tayangan Youtube "K-pop dan Konspirasi"**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum.wr.wb.

Yogyakarta, 20 Mei 2022

Mengetahui

Ketua Program Studi

Pembimbing Skripsi

Nanang Mizwar H. S.Sos., M.Si.
NIP. 19840307 201101 1 01

Seiren Ikhtira., M.A.
NIP. 19910611 201903 2 027

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anggita Anggraini
NIM : 16210092
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

menyatakan bahwa sesungguhnya saya tidak menuntut kepada Jurusan/Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (atas pemakaian jilbab dalam ijazah Strata Satu saya). Seandainya suatu hari terdapat instansi yang menolak ijazah tersebut karena penggunaan jilbab.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh penuh kesadaran dan ridho Allah SWT.

Yogyakarta, 20 Mei 2022

Yang menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Anggita Anggraini

NIM: 16210092

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anggita Anggraini
NIM : 16210092
Program Studi : pKomunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul :**ETIKA KOMUNIKASI ISLAM DALAM DAKWAH FUADH NAIM PADA KONTEN YOUTUBE "K-POP DAN KONSPIRASI"**, adalah asli hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penulis siap mempertanggung jawabkannya sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 20 Mei 2022

Yang menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Anggita Anggraini

NIM: 16210092

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua tercinta, Bapak dan Almarhumah Ibu serta adik saya yang telah mendoakan, mendukung dan memberikan motivasi penuh agar saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga Allah senantiasa memberikan kesehatan, keberkahan, kebahagiaan dan perlindungan kepada orangtua dan adik saya.

Tidak lupa skripsi ini juga saya persembahkan untuk almamater saya, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Terimakasih telah menjadi wadah untuk saya menimba ilmu dan berusaha menjadi lebih baik di setiap waktunya



MOTTO

“La Tahzan Innallahha Ma’ana”

Jangan Bersedih Sesungguhnya Allah Bersama Kita.

At-Taubah.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Etika Komunikasi Islam dalam Dakwah Fuadh Naim pada Tayangan Youtube K-pop dan Konspirasi" untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana Sosial Strata-I Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tidak lupa shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan ummat Nya

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Maka dari itu dengan penuh rasa hormat peneliti mengungkapkan terimakasih kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Phill. Al Makin, S.Ag., M.A. SUNAN KALIJAGA
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si. yang senantiasa memberikan dukungan pada mahasiswanya.
4. Dosen Pembimbing Akademik Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si. yang telah memberikan arahan kepada peneliti dalam proses perkuliahan dan pengajuan judul skripsi.
5. Dosen Pembimbing Skripsi Ibu Seiren Ikhtira, M.A. yang telah meluangkan waktu, memberikan motivasi, mendukung penuh serta bimbingan dari awal pengerjaan hingga selesainya skripsi ini.

6. Dosen Pembimbing Akademik Ibu Hj Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si yang sekaligus menjadi pendamping semasa berorganisasi di SUKA TV.
7. Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah mencurahkan seluruh ilmunya dedikasinya selama masa perkuliahan. Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.sos., M.Si. Sebagai kepala jurusan yang selalu sigap membalas pesan whatsapp terkait kendala perkuliahan dan selalu cepat memberikan solusi.
8. Dosen Penguji Munaqosyah saya Bapak Dr. Hamdan Daulay, M.Si. M.A dan Ibu Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si.
9. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Dakwah dan Komunikasi khususnya Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
10. Teristimewa untuk kedua orangtua saya Almarhumah Ibu Purwanti dan Bapak Wachid Nur Salim yang telah berkenan memberikan kasih sayang, waktu, dan pengorbanan baik moril maupun materil secara tulus dan ikhlas. Selalu mengajarkan makna sabar, pasrah dan ikhlas untuk menyikapi segala hal yang Allah berikan kepada saya. Serta senantiasa selalu memberikan dukungan dan motivasi melalui doa doa yang dipanjatkan.
11. Spesial untuk adik saya Biggita Berliana yang selalu memotivasi saya untuk lebih giat belajar walaupun sedang sakit dan tidak bersemangat untuk mengerjakan skripsi.
12. Keluarga Bapak saya yang terus membantu mendukung dan mengurus saya dalam segala hal sedari saya masih kecil sampai sekarang (Bude Nur Wanita, Pakde Sugeng Sanyoto, Mbak Cintya, Tante Tarni, Om Arif, Mbak Nisa, Lusy, Bibi Sunnah, Adik Sarah, Mamas Fatur, Adik Hubaib.
13. Untuk teman baik saya YH yang membuat saya termotivasi untuk lebih mendekatkan diri kepada sang pencipta dan membuat hubungan saya dengan Allah semakin dekat.
14. Teman-teman saya, alumni Pondok Pesantren pabelan (Ummi Salamah, Harisa Ulfa, Meutia Azra, Addin Solihah) dan teman-teman KPI 2016 (Nur Hidayanti dkk) yang telah berjuang bersama semasa kuliah.

15. Keluarga besar Sunan Kalijaga Televisi (Suka Tv) terimakasih atas pengalaman dan ilmunya seputar dunia broadcasting yang diajarkan selama ini, terutama untuk teman-teman seperjuangan Generasi 9 yang telah berproses bersama di PPTD, semoga kedepannya kita tetap bisa menjaga silaturahmi dengan baik. Terkhusus untuk Dimas dan Kikuk yang selalu sabar menghadapi saya ketika bekerja sama sebagai Badan Pengurus Harian SUKA TV.
16. Skripsi ini tentu masih ada banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu kritik dan saran sangat diharapkan untuk perbaikan kedepannya. Hanya kepada Allah kami memohon ampun dan kepada-Nya kami memohon petunjuk dan pertolongan. Semoga bermanfaat, aamiin.

Yogyakarta, 20 Mei 2022

Peneliti,

Anggita Anggraini

16210092

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Anggita Anggraini (16210092), Etika Komunikasi Islam dalam Dakwah Fuadh Naim pada Tayangan Youtube “K-pop dan Konspirasi,” Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Penelitian ini menganalisis etika dakwah Fuadh Naim dalam konten Youtube K-pop dan Konspirasi. K-pop menjadi tren di masyarakat, namun juga berdampak negative terhadap budaya baru K-pop pada kalangan remaja yang mengancam Islam. Objek penelitian ini berupa konten Youtube Fuadh Naim yang berjudul “K-pop dan Konspirasi” menjadi perhatian masyarakat dan menarik untuk dianalisis. K-pop merupakan salah satu produk dari *Korean wave* yang saat ini menjadi tren di masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder. *Korean Wave* merupakan istilah untuk menyebut fenomena tersebarnya budaya pop modern Korea di berbagai negara khususnya di Indonesia. *Korean pop (K-pop)* menjadi sangat populer di masyarakat, khususnya pada kalangan remaja. Budaya yang di hadirkan oleh K-pop memberikan pengaruh pada masyarakat Indonesia, diantaranya dalam hal berpakaian, makanan, produk kecantikan, bahkan hingga berdampak pada perilaku yang menyerupai dengan idol grup K-pop. Perubahan perilaku menjadi bahaya laten dari hadirnya budaya baru. Berbagai budaya baru yang di kemas dalam musik K-pop dapat merubah perilaku seseorang. Bahkan terdapat doktrin yang berbahaya terhadap pemikiran remaja yang di kemas dalam musik maupun film. Sehingga cendekiawan muslim seringkali memberikan dakwah terkait dengan bahaya K-pop dan kebudayaan yang mengancam karakter umat islam. Dakwah menjadi media penyebaran informasi terkait dengan ajaran islam. Dakwah yang disampaikan oleh Fuadh Naim telah memenuhi etika komunikasi dakwah dalam islam sehingga dakwah tersebut dapat tersampaikan dengan baik.

Kata Kunci: Etika Komunikasi, Dakwah, Islam, Fuadh Naim, K-Pop, Konspirasi

ABSTRACT

Anggita Anggraini (16210092), Ethics of Islamic Communication in Fuadh Naim's Da'wah on Youtube Show "K-pop and Conspiracy," Department of Islamic Communication and Broadcasting, Faculty of Da'wah and Communication, State Islamic University Sunan Kalijaga Yogyakarta

This study analyzes Fuadh Naim's da'wah ethics in K-pop and Conspiracy Youtube content. K-pop is a trend in society, but it also has a negative impact on the new culture of K-pop among teenagers who threaten Islam. The object of this research is Fuadh Naim's Youtube content entitled "K-pop and Conspiracy" which attracts public attention and is interesting to analyze. K-pop is one of the products of the Korean wave which is currently a trend in society. This study uses qualitative research methods using primary and secondary data sources. Korean Wave is a term to describe the phenomenon of the spread of modern Korean pop culture in various countries, especially in Indonesia. Korean pop (K-pop) is becoming very popular in society, especially among teenagers. The culture presented by K-pop has an influence on Indonesian society, including in terms of clothing, food, beauty products, and even has an impact on behavior that is like K-pop idol groups. Changes in behavior become a latent danger of the presence of a new culture. Various new cultures that are packaged in K-pop music can change a person's behavior. There are even dangerous doctrines against adolescent thinking that are packaged in music and films. So that Muslim scholars often give da'wah related to the dangers of K-pop and culture that threatens the character of Muslims. Da'wah is a medium for disseminating information related to Islamic teachings. The da'wah delivered by Fuadh Naim has fulfilled the ethics of da'wah communication in Islam so that the da'wah can be conveyed properly.

Keywords: Communication Ethics, Da'wah, Islam, Fuadh Naim, K-Pop, Conspiracy

DAFTAR ISI

SURAT PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PUSTAKA.....	iv
SURAT MEMAKAI JILBAB.....	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
MOTTO.....	viii
KATA PENGANTAR	ixx
ABSTRAK.....	xiii
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan & Manfaat Penelitian.....	8
D. Kajian Pustaka.....	9
E. Kerangka Teori.....	17
F. Metode Penelitian	39
G. Sistematika Pembahasan.....	46
BAB II.....	48
GAMBARAN UMUM.....	48
A. Gambaran Umum Akun Youtube Fuad Naim.....	48
B. Korean Wave	53
BAB III	59
PEMBAHASAN.....	59
A. Dampak Tren K-Pop Terhadap Terbentuknya Budaya Baru di Indonesia	59
B. Etika komunikasi dakwah Islam dalam konten dakwah Fuadh Naim “K-pop dan Konspirasi	74
BAB IV	85
PENUTUP	85
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tampilan menu "About" pada akun Youtube Fuadh Naim	49
Gambar 2 Tampilan Halaman Utama Akun Youtube Fuadh Naim	50
Gambar 3 Tampilan Program/Konten Youtube Fuadh Naim.....	51
Gambar 4 Tampilan Utama Konten Youtube “K-pop dan Conspiracy” Fuadh Naim	52
Gambar 5 Tampilan Episode #PernahTenggelam Fuadh Naim.....	52
Gambar 6 Video Fuadh Naim tentang K-Pop dan Konspirasi.....	75
Gambar 7 Video K-Pop dan Konspirasi Fuadh Naim menit 0;56.....	77
Gambar 8 Tayangan video youtube Fuadh Naim “K-Pop dan Konspirasi” menit ke 08;57.....	81
Gambar 9 Cuplikan Video dalam Tayanagn Youtube Fuadh Naim K-Pop dan Konspirasi	83
Gambar 10 Cuplikan Video dalam Tayangan Youtube Fuadh Naim K-Pop dan Konspirasi	83

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Memasuki era digitalisasi, dimana perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi yang semakin berkembang pesat, memudahkan dalam akses informasi di seluruh dunia. Akses informasi dan komunikasi yang terjadi melalui perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) tidak hanya menghubungkan satu individu dengan individu lainnya, namun juga dapat dari individu kepada kelompok bahkan sebaliknya¹. Pesatnya perkembangan teknologi, informasi membuat akses informasi menjadi semakin mudah. Berbagai informasi bisa di dapatkan melalui akses internet, sehingga berbagai informasi yang ada di seluruh dunia dapat ditemukan². Sehingga pesatnya perkembangan teknologi informasi memberikan dampak signifikan terhadap pandangan atau opini publik terhadap suatu hal/isu yang sedang menjadi topik perbincangan atau tren di kalangan masyarakat.

Teknologi telah menjadi ideologi, yang mempengaruhi gaya hidup manusia, tidak lagi menjadi fenomena yang berdiri sendiri sebagai salah satu hasil kebudayaan³. Modernisasi teknologi dan akselerasi kemajuannya menjadikan

¹ Imam Muslim, 'Peran Teknologi Dalam Pembentukan Hegemoni Global Dan Implikasinya Terhadap Etika Islam: Perspektif Teori Hegemoni Antonio Gramsci' (UIN Walisongo Semarang, 2018).

² Baharudin Noveriyanto and others, 'E-GOVERNMENT SEBAGAI LAYANAN KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA SURABAYA (Studi Kematangan e-Government Sebagai Layanan Komunikasi Government to Government, Government to Citizen, Government to Business)', *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 11.1 (2018), 37 <<https://doi.org/10.14421/pjk.v11i1.1371>>.

³ Imam Muslim, 'Peran Teknologi Dalam Pembentukan Hegemoni Global Dan Implikasinya Terhadap Etika Islam (Prespektif Teori Hegemoni Antonio Gramsci)', 2018.

manusia setiap bangsa beradu cepat dalam mengangkat modernisasi teknologi menjadi sebuah kultur global⁴. Karena menurutnya, kemajuan teknologi mampu memberikan dan membantu umat manusia dalam kehidupannya, adanya alat komunikasi, transportasi, alat-alat kerja, bahkan hampir di segala aspek kehidupan manusia dapat ditangani secara mekanik. Di satu sisi pembaruan mentalitas dan laju begitu cepat dan dominan, justru modernisasi teknologi malah memperbudak mental suatu bangsa. Manusia menjadikan peradaban teknologi sebagai seolah-olah tujuan hidup. Kemajuan teknologi sepantasnya hanya dijadikan sekadar alat untuk menanggapi desakan-desakan alam yang telah menjadi ajang hidup sehari-hari.

Teknologi saat ini, menjadi otonom dan mendominasi hidup manusia dengan menenggelamkan manusia dalam cara berpikir yang instrumental. Manusia dikondisikan dalam pemikiran instrumental dimana semua, termasuk manusia, dilihat sebagai sarana. Teknologi menjadi sarana dan tujuan sekaligus. Perkembangan teknologi merambah pada semua sendi-sendi kehidupan termasuk gaya bisnis, gaya piknik, gaya belajar, gaya hiburan, gaya berpakaian, gaya makan dan lainnya. Berbagai informasi yang bisa didapatkan melalui kemudahan akses seperti informasi politik, ekonomi, sosial, budaya, dan lain sebagainya. Kemudahan akses informasi menjadi alat baik digunakan oleh sektor pemerintah, swasta, bahkan masyarakat sebagai sarana informasi publik⁵. Salah satu kemudahan akses

⁴ Muslim, 'Peran Teknologi Dalam Pembentukan Hegemoni Global Dan Implikasinya Terhadap Etika Islam (Prespektif Teori Hegemoni Antonio Gramsci)'.

⁵ Alfi Novriando and Eko Priyo Purnomo, 'Penetrasi Digital Untuk Pembangunan Berkelanjutan: Keberhasilan Pelayanan E-Government Kota Yogyakarta', *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Hummanioramania*, 4.2 (2020), 97
<<https://doi.org/10.31604/jim.v4i2.2020.97-108>>.

teknologi informasi, segala bentuk tren yang ada di masyarakat dapat memberikan dampak baik maupun dampak *negative* bahkan dapat memberikan dampak terhadap budaya baru. Salah satu tren yang sedang hangat di masyarakat saat ini dengan adanya budaya K-pop.

K-pop merupakan salah satu produk dari *Korean wave* yang saat ini menjadi tren di masyarakat⁶. *Korean Wave* merupakan istilah untuk menyebut fenomena tersebarnya budaya pop modern Korea di berbagai negara khususnya di Indonesia. *Korean pop (K-pop)* menjadi sangat populer di masyarakat, khususnya pada kalangan remaja. Berbagai macam K-pop seperti BTS, EXO, Black Pink, dan lainnya populer di masyarakat. Hadirnya K-pop membawa budaya baru untuk masyarakat Indonesia. Budaya yang di hadirkan oleh K-pop memberikan pengaruh pada masyarakat Indonesia, diantaranya dalam hal berpakaian, makanan, produk kecantikan, bahkan hingga berdampak pada perilaku yang menyerupai dengan idol grup K-pop⁷. Perubahan perilaku menjadi bahaya laten dari hadirnya budaya baru K-pop di Indonesia. Hal ini disebabkan pada rasa kekaguman yang berlebih atau sehingga dapat mempengaruhi sikap seseorang. Al-Qur'an Q.S Al-A'raf: Ayat 31 yang berbunyi;

إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ...

Artinya: “.....sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan”

⁶ Beatrix E D Sendow, Michael Mamentu, and F R D Rengkung, 'Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Diplomasi Kebudayaan Korean Selatan Di Indonesia', *Jurnal Politico*, 7.4 (2019).

⁷ Auriza Safitri, 'Pengaruh Korean POP Terhadap Perubahan Nilai Spiritual Pada Penggemar Komunitas ARMY Banda Aceh', 2020.

Berdasarkan pada ayat 31 Al-Qur'an Q.S Al-A'raf menunjukkan bahwasanya Islam beranggapan bahwa segala sesuatu yang berlebih tidak diperbolehkan atau tidak dianjurkan dalam islam. Sikap berlebihan dalam mengagumi K-pop di kalangan remaja muslim menjadi latar belakang permasalahan penelitian ini dilakukan. Berbagai budaya baru yang di kemas dalam musik K-pop dapat merubah perilaku seseorang. Bahkan terdapat doktrin yang berbahaya terhadap pemikiran remaja yang di kemas dalam musik maupun film. Sehingga cendikiawan muslim sering kali memberikan dakwah terkait dengan bahaya K-pop dan kebudayaan yang mengancam karakter umat islam. Dakwah menjadi media penyebaran informasi terkait dengan ajaran islam⁸. Dalam berdakwah, seseorang perlu memperhatikan etika dakwah dalam menyampaikan pesan-pesan moral kepada masyarakat.

Etika dakwah pada masyarakat global, menemukan persoalan globalisasi terhadap pada makin menipisnya ruang religiusitas manusia. Di satu sisi, dakwah Islam sebagai sebuah proses internalisasi Nilai-Nilai agama ke dalam sistem keyakinan manusia, menjadi satu instrument yang sangat penting. Dakwah Islam di era globalisasi harus dihadirkan secara utuh. Tidak mempertentangkan antar ilmu dan agama. Islam menjadi motivasi dan penyeimbang pengembangan ilmu, kerja keras, hingga amal saleh⁹. Oleh karena itu, penting dalam memperhatikan etika dakwah, yang berdasarkan pada sebuah asumsi bahwa dakwah Islam harus disampaikan secara baik dan benar, sukses, dengan mematuhi nilai-nilai yang ada. Karena dakwah mempunyai aturan tersendiri, memperhatikan situasi dan

⁸ Safitri.

⁹ Shofia Nurwahidah and others, 'Dai Komunitas Remaja Islam Dalam Menghadapi Budaya Korean Wave Melalui Pendekatan Komunikasi Antar Budaya Dan Agama', 2020.

kondisi terutama kondisi mad'u atau jamaah. Sehingga dakwah dengan pesan yang baik adalah pesan yang sampai kepada pendengarnya.

Di era perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, keberadaan media sosial. Media sosial menjadi tantangan dan berkah tersendiri bagi dakwah Islam. Media sosial mengharuskan dai untuk menyampaikan dakwah secara variatif, tidak monoton dan disesuaikan dengan konteks kekinian¹⁰. Karena sifat media sosial yang universal, maka siapa pun dapat mengakses dan menyebarluaskan informasi tersebut. Media sosial juga menyebabkan munculnya kelompok-kelompok masyarakat yang memiliki arah gerak tertentu, sehingga menimbulkan kelompok pro dan kontra.¹¹ Apalagi dengan adanya kebebasan berekspresi di media sosial, seolah-olah siapa pun dapat menyampaikan secara bebas terkait informasi dengan berkomentar, menulis status dan menyebarkan. Hal tersebut menjadi salah satu penyebab suatu informasi menjadi viral hingga menimbulkan kerusuhan antar kubu karena adanya pengulangan informasi yang sama dan dilakukan secara terus-menerus oleh kelompok yang memiliki arah gerak tertentu.

Berdakwah di era perkembangan teknologi informasi menjadi tantangan bagi para pendakwah untuk tetap melakukan dakwah sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan zaman. Pendakwah memiliki tantangan dalam memodifikasi konsep dakwah dengan yang dapat tersampaikan dengan baik oleh pendengarnya,

¹⁰ Mokhammad Abdul Aziz, 'Netizen Jurnalisme Dan Tantangan Dakwah Di Media Baru', *Islamic Communication*, 3.2 (2018), 121–40.

¹¹ Ashilawati Ayu, 'KONTEN AKUN INSTAGRAM@ XKWAVERS TENTANG HIJRAH DARI DUNIA HALLYU DALAM ANALISIS PESAN DAKWAH' (UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG, 2021).

menggunakan media sosial dan media digital dalam berdakwah harus dilakukan mengingat perkembangan zaman yang mulai merubah kebiasaan manusia.

Penelitian ini menarik untuk dilakukan, dimana perkembangan teknologi yang semakin canggih memberikan dampak positif maupun negative dalam kehidupan manusia. Dampak negative dari berkembangnya teknologi digitalisasi pada case penelitian ini yaitu dengan berkembangnya budaya baru terhadap hallyu atau Korean wave yang telah banyak mempengaruhi etika masyarakat terutama remaja islam. Sikap berlebihan dalam mengagumi K-pop di kalangan remaja muslim menjadi latar belakang permasalahan penelitian ini dilakukan. Berbagai budaya baru yang di kemas dalam musik K-pop dapat merubah perilaku seseorang. K-pop dan kebudayaan Hallayu mengancam karakter umat islam. Di sisi lain, perkembangan teknologi digitalisasi telah mengubah gaya komunikasi manusia. Dimana perkembangan teknologi memberikan dampak positif terhadap penyebaran dakwah sebagai gaya komunikasi modern di era digitalisasi.

Penelitian ini menganalisis etika dakwah Fuadh Naim dalam konten Youtube K-pop dan Konspirasi. K-pop menjadi tren di masyarakat, namun juga berdampak negative terhadap budaya baru K-pop pada kalangan remaja yang mengancam Islam. Objek penelitian ini berupa konten Youtube Fuadh Naim yang berjudul “K-pop dan Konspirasi” menjadi perhatian masyarakat dan menarik untuk dianalisis. Fuadh Naim merupakan salah satu tokoh pemuda islam yang aktif dalam berdakwah, selain itu konten Fuadh Naim mengangkat isu-isu dakwah yang memiliki metode penyampaian yang berpengaruh terhadap remaja islam.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah di jelaskan penulis terkait dengan tren Korean pop (K-pop), maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana K-pop berdampak pada kehidupan dan menjadi ancaman bagi kehidupan remaja Islam di Indonesia?
2. Bagaimana Etika Komunikasi Islam dalam Dakwah Fuadh Naim pada Tayangan Youtube “K-pop dan Konspirasi”?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan permasalahan, adapun tujuan penelitian ini dilakukan yaitu

1. Untuk menganalisis dampak K-pop dan ancaman K-pop terhadap kehidupan remaja islam di Indonesia?
2. Untuk menganalisis Etika Komunikasi Islam dalam penyampaian Dakwah Fuadh Naim pada Tayangan Youtube “K-pop dan Konspirasi.”

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memiliki manfaat secara teoritis dapat memberikan wawasan terhadap kajian keilmuan dalam bidang komunikasi penyiaran islam terkait dengan etika komunikasi islam dalam dakwah pada media sosial, salah satunya adalah youtube.

b. Manfaat Akademis

Penelitian ini memberikan manfaat akademis bagi para akademisi di antaranya mahasiswa khususnya jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta serta masyarakat pada umumnya sebagai rujukan dan bahan referensi sehingga penelitian ini dapat dikembangkan.

D. Kajian Pustaka

Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel penelitian yang membahas terkait dengan etika komunikasi islam. Dalam penelitian ini meninjau informasi terkait penelitian-penelitian serupa sebagai bahan pertimbangan, perbandingan, dan sebagai sarana guna membantu peneliti dalam melakukan penelitian. Adapun beberapa tinjauan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian sebagai berikut.

Penelitian berjudul Pengaruh Budaya Korean Popular di Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan Islam Remaja Kota Tangerang Selatan yang di tulis oleh Siti Aisyah pada tahun 2018 menggunakan metode kuantitatif¹². Penelitian ini menjelaskan bagaimana pengaruh budaya Korean populer di media sosial terhadap perilaku Islam remaja di Kota Tangerang Selatan. Jika ada pengaruh kemudian seberapa besar pengaruh budaya Korean Populer di media sosial terhadap perilaku keagamaan Islam remaja di Kota Tangerang Selatan? Penelitian ini menggunakan teori Efek Media, yang menyebutkan suatu unsur dalam pesan media massa dapat memfasilitasi, memperkuat ataupun mencegah perubahan atau pengaruh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh budaya Korean Populer di media sosial (X) terhadap perilaku keagamaan Islam (Y) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang berarti H_a diterima dan H_0 ditolak dan nilai determinasi atau besar pengaruh 22,1%, yang berarti perilaku keagamaan remaja dipengaruhi salah satunya oleh budaya Korean populer di media sosial sedangkan 77,9% dipengaruhi

¹² Siti Aisyah, 'Pengaruh Budaya Korean Populer Di Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan Islam Remaja Kota Tangerang Selatan' (Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ...).

oleh hal lain. Kata Kunci: Budaya, Korean Popular, Media Sosial, Perilaku, Keagamaan, Remaja.

Penelitian kedua di tulis oleh Muh. Rais Haris dengan judul Resepsi Komunitas K-pop Makassar terhadap Budaya Korea dalam Channel Youtube yang di lakukan pada tahun 2019¹³. Penelitian ini berkaitan dengan Proses terjadinya resepsi pada Komunitas K-pop Makassar terhadap budaya Korea dalam channel youtube didasari oleh beberapa faktor yaitu: 1. Posisi Hegemoni Dominan Hegemoni terjadi pada Komunitas K-pop Makassar karena beberapa faktor yaitu persamaan kultur, Gender dan Lingkungan. Dari keempat informan ditambah pakar budaya Korea sebagai verifikator dapat disimpulkan bahwa hegemoni didasari karena berbagai faktor yang mendasari namun dalam praktiknya semua orang punya pemaknaan tersendiri dan hegemoni yang terjadi pada anggota komunitas K-pop memiliki perbedaan. Hegemoni terdapat pada tiga informan yang mana mereka menerima budaya Korea dengan tidak paksaan yang artinya apa yang disajikan media juga diharapkan oleh khalayak. 2. Posisi Negosiasi terjadi pada komunitas K-pop Makassar karena beberapa faktor Entertainer dan kode etik. Budaya Korea dianggap sebagai hiburan semata tetapi mereka tidak menerima segala sesuatu yang melanggar kode etik dan norma-norma. Dari keempat Informan hanya Anisa yang berada pada posisi negosiasi yang mana setuju dengan pesan pada budaya Korea asalkan tidak terdapat hal-hal yang berkonotasi negatif. 3. Posisi Oposisi Dari keempat informan tidak ditemukan pada posisi oposisi. Posisi oposisi didasari

¹³ Muh Haris, 'Resepsi Komunitas K-pop Makassar Terhadap Budaya Korea Dalam Channel Youtube' (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2019).

berbagai faktor yaitu ketidaksukaan dan bertentangan dengan agama. Ketidaksukaan karena mereka bukan pecinta K-pop dan oposisi karena memang bertentangan dengan agama yang dianut. Jadi dapat dikatakan bahwa khalayak memiliki kewenangan apakah akan menerima gagasan pokok atau ideologi yang ditawarkan oleh media atau menolak, atau melakukan negosiasi. Sehingga bukan persoalan puas atau tidak puas, melainkan apakah dia menerima atau tidak menerima. Proses penerimaan (atau penolakan itu), terdapat kaitan antara penggemar Korea antara *background* dengan konstruksi makna itu, adakah faktor dominansi “lingkungan sosio kultural” yang turut memengaruhinya.

Penelitian ketiga, berjudul Konten Akun Instagram @XKWAVERS Tentang Hijrah dari Dunia Hallyu dalam Analisis Pesan Dakwah di tulis oleh Ayu Ashilawati.¹⁴ Penelitian ini dilakukan pada tahun 2021, dimana tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pesan dakwah pada akun tersebut sudah dapat dimengerti oleh masyarakat muslim di Indonesia. Dalam pengumpulan dan olah data nya penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, dengan sifat penelitian nya adalah deskriptif analisis karena penulis meneliti analisis tentang isi konten-konten video dan foto yang di dalamnya terkandung pesan dakwah. Sumber data primer yang penulis ambil adalah unggahan yang terdapat dalam akun @xkwavers, sedangkan sumber data sekunder menggunakan komentar yang di tinggalkan pada postingan di akun @xkwavers serta mengambil dari artikel/jurnal, buku-buku, dan situs internet. Hasil dari penelitian ini adalah konten pesan dakwah pada akun

¹⁴ FITRI NURUL, 'DINAMIKA DRAMA KOREA ITAEWON CLASS KORELASI DENGAN PESAN-PESAN DAKWAH' (UIN Raden Intan Lampung, 2021).Ayu.

@xkwavers dapat mempengaruhi seseorang untuk berhijrah dari dunia hallyu yang disebarkan oleh akun @xkwavers dalam bentuk konten-konten dakwah yang menarik pengikutnya serta banyak mendapat respons positif dari pengikutnya untuk hijrah secara sukarela atau atas kemauan sendiri tanpa harus memaksa dan menggurui.

Penelitian Keempat di tulis oleh Shofia Nurwahidah dengan judul Dai Komunitas Remaja Dalam Menghadapi Budaya Korean Wave Melalui Pendekatan Komunikasi Antarbudaya dan Agama (Studi Kasus Ustadz Fuadh Naim Pada Komunitas K-Wavers), di mana penelitian ini di lakukan pada tahun 2019¹⁵. Korean wave adalah fenomena mengalirnya budaya populer Korea Selatan termasuk industri kreatif, Fashion dan kecantikan, masakan dan gaya hidup mereka ke dunia. Budaya K-wave membawa dampak positif maupun negatif yang mempengaruhi remaja di Indonesia. Dakwah hadir dengan mengajak kepada kebaikan sesuai dengan Al-Quran dan Hadis. Disinilah perlu adanya metode dakwah yang dimiliki seorang da'i untuk menyampaikan pesan dakwah terhadap mad'unya. Begitulah yang ustaz Fuadh Naim lakukan dalam dakwahnya memiliki metode dan materi dakwah yang disampaikan kepada mad'unya yaitu komunitas remaja muslim yang mencintai budaya K-wave. Dari masalah tersebut maka penulis memaparkan pertanyaan apa saja unsur budaya K-wave pada dakwah yang disampaikan ustadz Fuadh Naim melalui pendekatan komunikasi antarbudaya dan agama? Apa saja

¹⁵ Shofia Nurwahidah, 'Dai Komunitas Remaja Dalam Menghadapi Budaya Korean Wave Melalui Pendekatan Komunikasi Antarbudaya Dan Agama (Studi Kasus Ustadz Fuadh Naim Pada Komunitas k-Wavers)' (Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ...).

metode, materi dan media dakwah yang digunakan ustadz Fuadh Naim dalam menghadapi unsur budaya K-wave pada komunitas remaja K-wavers? Pendekatan teori yang digunakan dalam penelitian ini melalui komunikasi antarbudaya dan agama. Yaitu bagaimana cara pandang agama Islam melihat budaya K-wave.

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif. Dalam memperoleh data dilakukan dengan wawancara dan observasi langsung pada kegiatan dakwah ustadz Fuadh dan didukung dengan data melalui media dakwah yang digunakan ustadz Fuadh. Temuan hasil penelitian bahwa unsur budaya negatif yang disampaikan ustadz Fuadh dalam komunikasi antarbudaya dan agama adalah adanya Kampanye LGBT, pergaulan bebas, pemakluman barang haram, standar kebahagiaan hidup di dunia, penyimpangan Aqidah, hallyusinasi, kebermanfaatan harta dan barang. Sedangkan positifnya adalah tepat waktu, kerja keras, dan bahasa yang digunakan untuk berdakwah. Hal ini disampaikan melalui metode dakwah bil hikmah, mauidzatul hasanah, dan mujaadalah dengan materi dakwah yang mengandung unsur budaya K-wave melalui berbagai media yaitu buku #PernahTenggelam, Instagram, Youtube, Podcast, Telegram dan kajian konser AADK (Ada Apa Dengan Korea) yang sesuai pada komunitas remaja k-wavers. Kata kunci: Metode Dakwah, Budaya, Komunikasi Antarbudaya dan Agama, Korean Wave (K-Wave), Remaja

Artikel dengan judul Pengaruh Intensitas Menonton Drama Korea Terhadap Kualitas Ubudiyah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, di tulis oleh Ar'rahmah dan Fathiyah

Khasanah pada tahun 2021¹⁶. Terdapat dua persoalan yang dikaji dalam penelitian ini, yakni: (1) Adakah pengaruh intensitas menonton drama Korea terhadap kualitas ubudiyah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. (2) Sejauh mana signifikansi pengaruh intensitas menonton drama Korea terhadap kualitas ubudiyah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh serta tingkat signifikansi pengaruh intensitas menonton drama Korea terhadap kualitas ubudiyah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif korelatif. Hasil penelitian ini adalah $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ ($0,710 > 0,290$). Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas menonton drama Korea terhadap kualitas ubudiyah Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam dan memiliki signifikansi hubungan kuat.

Penelitian dengan judul *Dinamika Drama Korea Itaewon Class Korelasi Dengan pesan-pesan Dakwah* yang di tulis oleh Nurul Fitri pada tahun 2021¹⁷. Fokus penelitian pada penelitian ini adalah pada dinamika Itaewon Class yaitu pada penggambaran tingkah laku dalam drama Itaewon class yang bisa disenadakan dengan pesan dakwah. Jenis penelitian ini adalah penelitian pustaka (Library Research) yang bersifat deskriptif kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk

¹⁶ Fathiyah Khasanah Ar'rahmah, 'Pengaruh Intensitas Menonton Drama Korea Terhadap Kualitas Ubudiyah Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.' (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021).

¹⁷ NURUL.

mencari tahu bagaimana dinamika Itaewon Class korelasi dengan pesan-pesan dakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa termuat beberapa adegan dalam Itaewon Class yang bisa disenadakan dengan pesan dakwah yaitu pada kategori pesan dakwah akhlak yang tergambar pada episode 1 saat Park Sae Roy menunjukkan sikap optimisnya yang yakin dapat menyelesaikan tes fisiknya dengan terus berlari meskipun dengan keadaan kaki yang diperban karena luka, dan pada episode ke tiga yang tergambar pada saat Park Sae roy mencoba menahan amarahnya dengan mendudukkan kepala adegan tersebut tergolong dalam pesan dakwah akhlak terhadap diri sendiri.

Pesan Akhlak terhadap orang lain tergambar pada saat Park Sae roy bersedia menerima sanksi karena telah melanggar norma yang ada dimasyarakat. Dan pada adegan di episode 1 yaitu pada saat Park sae roy menolong seorang pengemis yang terjatuh, dan pada episode 7 saat Seung Kwon memberikan pertolongan kepada Kim Tony yang telah terkena rasis oleh seseorang. Terakhir yaitu akhlak terhadap lingkungan tergambar pada saat Seung Kwon memberikan makan pada kucing jalanan yang kelaparan. Dengan demikian drama Itaewon class ada korelasinya dengan pesan-pesan dakwah yakni pada pada kategori akhlak yang mana sama-sama mengajarkan dan mengajak untuk beramar ma'ruf. Jika pesan tersebut diamalkan dan dikerjakan dengan baik oleh seseorang di kehidupannya maka akan lahirnya sebuah perubahan perilaku sesuai dengan apa yang menjadi tujuan dan efek dari pesan dakwah itu sendiri.

Artikel dengan judul Etika Komunikasi Dakwah: Studi terhadap video Kajian Ustaz Abdul Somad tentang K-pop dan Salib yang di tulis oleh Amrina Rosyada

pada tahun 2020. Artikel tersebut menjelaskan terkait dengan etika komunikasi dakwah ustaz Abdul Somad terhadap tayangan dakwah K-pop dan Salib. Penelitian ini fokus pada bagaimana etika komunikasi dakwah Ustaz Abdul Somad yang dibangun berdasarkan perspektif Al Quran. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif. Subjek penelitiannya adalah dua video ceramah Ustaz Abdul Somad yang berjudul “Hukum menonton Film Korea” dan “Hukum Melihat Salib”. Sementara objek penelitian ini ialah retorika Ustaz Abdul Somad dalam video-video tersebut. Hasilnya, ceramah dalam kedua video tersebut mengandung prinsip etika komunikasi dalam Al Quran, dengan catatan ceramah tersebut dilakukan pada kelompok terbatas. Etika Al Quran yang dimaksud adalah prinsip bicara tegas dan jujur. Namun, jika dalam konteks media sosial yang bersifat general atau umum, maka pesan dakwahnya tidak sesuai dengan salah satu kode etik dakwah serta dinilai tidak efektif.

Berdasarkan pada hasil tinjauan dan pengkajian yang telah dilakukan oleh penulis, dapat ditarik kesimpulan bahwasanya penelitian yang berkaitan dengan etika dakwah Islam terhadap tren K-POP dalam konten Youtube Fuadh Naim “K-POP dan Konspirasi” belum ada yang berkaitan dengan judul tersebut. Penelitian ini menganalisis penyampaian etika komunikasi dakwah Fuadh Naim terhadap Tren K-POP dalam Konten Youtube “K-POP” dan Konspirasi yang dianalisis dengan metode kualitatif deskriptif. Penelitian-penelitian terdahulu lebih banyak membahas terkait dengan strategi dakwah Islam, dan dampak tren K-POP.

E. Kerangka Teori

1. Tren K-pop

Korean pop (K-pop) merupakan sebuah genre music yang berasal dari negara Korea, sumber aliran K-pop adalah musik pop, R&B (Rhythm & Blues), Dance pop, musik Korea, New Jack Swing atau hip-hop¹⁸. K-pop berciri khas lagu-lagu ceria dengan tempo cepat dengan lirik bahasa Inggris dengan diiringi modern dance. Selain itu personil dari grup K-pop adalah orang Korea yang memiliki tampang yang cantik maupun tampan, modis dan performa yang maksimal.

K-pop merupakan salah satu produk dari Korean wave yang saat ini menjadi tren di masyarakat. Korean Wave atau di kenal dengan Hallayu merupakan suatu fenomena budaya pop Korea yang disebarkan melalui media masa dan media sosial, kemudian popularitasnya sampai ke wilayah Asia, terutama China, Taiwan, Hongkong, Jepang, Thailand, Indonesia, Vietnam dan negara-negara di Asia Tenggara lainnya¹⁹. Munculnya Korean Wave berasal dari pesatnya perkembangan teknologi dan penyebaran informasi melalui media televisi maupun media online. Komunikasi melalui media, memiliki peran penting dalam memengaruhi budaya populer melalui penyebaran atau diseminasi informasi. Media memiliki kedudukan sangat penting karena secara langsung menyajikan suatu cara dalam memandang realitas. Media

¹⁸ Md Azalanshah Md Syed, 'K-pop, Aspirasi Kemodenan Dan Ketidakpatuhan Strategik Dalam Kalangan Wanita Melayu', *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35.2 (2019).

¹⁹ Isnri Rahmawati, 'Pengaruh Tayangan Korean Wave Di Internet Terhadap Perilaku Komunitas Korean Beloved Addict (KBA)', 2014.

massa berperan besar dalam membentuk makna budaya, dan media dapat dipandang sebagai teknologi pembawa budaya²⁰.

Penyebaran budaya pop Korea ini melalui musik (K-pop), drama televisi (K-drama) dan film (K-movies). Produk Korean Wave selanjutnya adalah Korean Food atau K-Food dengan ramyeon, bulgogi, dan kimchi yang sering ditayangkan melalui tayangan hiburan Korea Selatan. Selanjutnya adalah produk kecantikan Korea Selatan yang booming di berbagai negara²¹. Kepopuleran produk kecantikan Korea Selatan di latar belakang skin care make up yang digunakan artis Korea Selatan yang membuat wajahnya tampak sehat dan bersih. Selain produk kecantikan, produk Korean Wave lainnya adalah Korean Pop atau K-pop. K-pop identik dengan penyanyi, boy band group dan girl band group Korea Selatan yang disertai dengan tarian kompak menjadi ciri khas dan daya tarik²².

Dalam musik K-pop, pendengar juga akan mengenal istilah boygrup (grup laki-laki) atau girl grup (grup perempuan). Boygrup ataupun girlgrup adalah grup musiknya, sedangkan K-pop adalah jenis aliran atau tipe musik serta gayanya. Istilah boy grup atau girl grup adalah grup vokal/musik yang memadukan lebih dari satu suara menjadi sebuah

²⁰ Yu Lim Lee and others, 'Cross-National Study on the Perception of the Korean Wave and Cultural Hybridity in Indonesia and Malaysia Using Discourse on Social Media', *Sustainability (Switzerland)*, 12.15 (2020) <<https://doi.org/10.3390/su12156072>>.

²¹ Program Studi and others, 'POP CULTURE SEBAGAI SIMBOL KOMUNIKASI GENERASI MILENIAL DI SURABAYA (Studi Pada Penggemar Korean Wave) SKRIPSI', 2019.

²² Lee Geun, 'A Soft Power Approach to the "Korean Wave"'. *The Review of Korean Studies*, 12.2 (2009), 123–37.

harmoni musik/nyanyian.²³ K-pop dikenal dengan kualitas menari (dance) dengan diiringi suara yang bagus, K-pop tidak mengedepankan tampilan luar saja, untuk menjadi artis K-pop mereka dilatih mulai dari umur yang masih belia (sekitar 12-17 tahun), diseleksi dengan ketat dan diajari bagaimana seharusnya etika seorang artis di depan publik untuk menjaga nama baik perusahaan (agensi) yang menaungi mereka.

Keberhasilan musik Korea saat ini dikarenakan adanya sekelompok remaja yang memiliki ketertarikan positif terhadap video musik Korea tersebut. Musik populer Korea banyak diminati dikarenakan mereka mengadaptasi musik barat yang digabungkan dengan musik Korea. Kemudian pada tahun 2000-an pemerintah Korea mulai memberikan target ekspor budaya populer Korea sebagai satu inisiatif untuk memperbaiki ekonomi negara. Grup pop Korea juga memiliki busana yang modis hingga menjadi tren berpakaian ala Korea saat ini yang menjadi panutan bagi para remaja. Ada beberapa hal yang menjadi ciri khas dari busana Korea ini adalah pemakaian warna yang mencolok, motif yang bertabrakan, gaya yang feminisme dan modifikasi yang unik²⁴. Grup pop Korea juga dikenal sering memakai aksesoris unik, baju dengan model garis-garis, kaos dengan ukuran besar, model rambut lurus Panjang berponi, rambut panjang bergelombang.

²³ Studi and others.

²⁴ Muh Haras Rasyid, 'Dinamika Hukum Islam Dan Aktualisasi Teori-Teori Berlakunya Hukum Islam Di Indonesia', *DIKTUM: Jurnal Syariah Dan Hukum*, 11.1 (2013), 15–23.

2. Tinjauan terkait Pandangan Islam terhadap Etika Komunikasi

Dalam Islam tidak memberikan teori atau ajaran yang terperinci mengenai seni dan juga estetika, beda halnya dengan etika. Islam adalah agama fitrah, agama yang cocok dengan fitrah kejadian manusia²⁵. Adapun kesenian bagi manusia termasuk fitrahnya pula. Kesanggupan berseni juga yang membedakan manusia dengan makhluk Tuhan yang lainnya.

Islam, Agama yang sempurna dengan Hukum-Hukum yang telah ditetapkan oleh Syari`at (Hukum Islam) yang Sempurna dan Adil, menjadi Pedoman dan Pegangan dalam kehidupan kepada pemeluknya dan kepada semua Manusia, yaitu sesuai dengan petunjuk Al-Quran dan Al-Hadits (Sunnah-Sunnah Nabi Muhammad Shallallahu `alaihi wasallam)²⁶. Islam telah menetapkan pula Muamalat (Hubungan Sosial), yang kesemuanya dalam Islam hanyalah Keadilan dan Kebaikan Semata karena mencari Ridha Allah apa yang telah ditetapkan-Nya maupun oleh Rasul-Nya agar selalu dalam Ketakwaan (perintah-perintah Allah) maupun Rasul-Nya²⁷.

²⁵ Dwiwana, 'Implementasi Nilai Filosofis Pancasila Dan Agama Islam Dalam Menangkal Paham Radikalisme Di Indonesia Dwiwana', معرفت/ادیان, 4.3 (1392), 57–71
<<http://marefateadyan.nashriyat.ir/node/150>>.

²⁶ Fera Andriani, 'Teori Belajar Behavioristik Dan Pandangan Islam Tentang Behavioristik', *Syaikhuna: Jurnal Pendidikan Dan Pranata Islam*, 6.2 (2015), 165–80.

²⁷ Muhammad Iqbal Hakim bin Ismail, 'Muzium Islam Sarawak: Sejarah Dan Perannya Dalam Menyebarkan Informasi Tentang Islam Di Sarawak Tahun 1992-2018' (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018).

Islam menyeru perbuatan baik dan apa yang dikerjakan oleh seorang yang berbuat demikian maka ia akan melihat Balasannya (Pahalanya), dan Islam melarang perbuatan Dzhalim (Aniaya) yang perbuatan tersebut dapat merugikan dirinya sendiri maupun orang lain²⁸. Dan segala apa yang di Perintahkan maupun yang di Larang oleh Ketentuan-ketentuan Islam (Hukum/Ketetapan Islam) maka janganlah Berburuk Sangka, setiap perbuatan akan di balas setimpal dan adapun kebaikan maka orang-orang yang berbuat baik serta Beriman kepada Allah dan Rasul-Nya maka akan mendapat Pahala yang tiada Putus-Putusnya, dan adapun yang di Larang oleh Agama (Syari'at Islam) maka bagi yang melanggar dan mengerjakannya akan membawa Mudhorot (Bahaya/Kerugian) bagi dirinya yang melakukan apa yang telah di Larangnya dalam Islam (Syari'at), dan perbuatan Dzhalim (Aniaya) yang dapat merugikan diri sendiri maupun orang lain, yaitu perbuatan Dosa²⁹.

Islam dalam hal ini, dimaksudkan sebagai agama yang ajaran-ajarannya diwahyukan Allah SWT kepada manusia melalui Nabi Muhammad SAW. Sebagai nabi dan rasul terakhir penyempurna ajaran-ajaran sebelumnya. Islam pada hakekatnya membawa ajaran-ajaran tentang seluruh aspek kehidupan manusia, sehingga Islam dinyatakan sebagai agama rahmat bagi seluruh alam. Hal itu

²⁸ Khoiruddin Buzama, 'Pemberlakuan Teori-Teori Hukum Islam Di Indonesia', *Al-'Adalah*, 10.2 (2012), 467–72.

²⁹ Rasyid.

menunjukkan bahwa Islam tidak hanya sekedar bicara tentang hubungan transenden antara manusia dengan sang pencipta (Allah SWT) lewat perilaku ritual dan ibadah formal. Namun lebih dari itu Islam merupakan ajaran moral yang menekankan tentang bagaimana mewujudkan keadilan, kejujuran, kebersamaan, kedamaian dan sebagainya yang menunjukkan penekanannya pada hubungan sesama manusia (*hablum minanas.*). Yaitu bagaimana manusia saling berinteraksi dan berkomunikasi sesamanya dalam membangun hubungan sosial, ekonomi, politik dan sebagainya. Yang dengan tegas memberi petunjuk dan rambu-rambu kehidupan bagi manusia. Tentang, mana yang boleh dan mana yang tidak, mana yang baik dan mana yang buruk. Seperti halnya rambu-rambu lalu lintas di jalan yang memberikan panduan bagi seluruh pengguna jalan dengan tujuan untuk keselamatan pengguna jalan dan kemudahan berlalu lintas secara keseluruhan.

Dengan demikian maka setiap pemeluk islam harus menyadari bahwa Al-Quran dan Sunnah Nabi SAW adalah pedoman utama bagi mereka dan tidak menjadikan yang lain sebagai pedoman maupun tuntunan dalam kehidupan sebagai seorang muslim. Lebih dari itu, bahwa setiap sikap dan perilaku dalam kehidupan pribadi dan kehidupan sosialnya harus senantiasa berdasarkan pada Al-Quran dan sunnah Nabi SAW. Konsekuensi ini merupakan tuntunan Allah SWT kepada manusia agar dapat mencapai kualitas hidup bahagia di

dunia dan akhirat. Dalam Islam, komunikasi dianggap sebagai fitrah manusia. Manusia telah Allah lebihkan dari makhluk lainnya dalam segi komunikasi, dalam Al-Quran hal itu dijelaskan dengan kata “Albayan” (pandai berbicara) yang terdapat pada surah Ar-Rahman ayat 1-4. Asy-Syaukani dalam tafsir Fath Al-Qodir mengartikan al-bayan sebagai kemampuan berkomunikasi, dengan kemampuan tersebut manusia menjadi makhluk yang dinamis dan terus berkembang berdasarkan kemampuan dan kebutuhannya dalam berkomunikasi. Sehingga sangat tepat kiranya ungkapan bahwa manusia tidak bisa tidak berkomunikasi, dan 75 % waktu yang dimiliki manusia telah dihabiskan untuk berkomunikasi.

3. Tinjauan tentang Etika Komunikasi Dakwah dalam Islam

Kata etika berasal dari kata “ethos” (bahasa Yunani), dalam bahasa Inggris “ethics” yang berarti karakter, watak kesusilaan atau adat (costum). Ethic (bahasa Inggris) berarti etika, tata susila, ethical berarti etis, pantas, layak, beradab, susila. Sebagai suatu subyek etika akan berkaitan dengan konsep yang dimiliki oleh individu ataupun kelompok untuk menilai apakah tindakan-tindakan yang telah dikerjakannya salah atau benar, buruk atau baik.

Secara terminologi, menurut Mastori³⁰, etika berarti ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang

³⁰ Mastori Mastori and Athoillah Islamy, ‘Menggagas Etika Dakwah Di Ruang Media Sosial’, *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 1.1 (2021), 1–18.

seharusnya dilakukan oleh manusia, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia di dalam perbuatan mereka, dan menunjukkan jalan yang seharusnya diperbuat. Secara lebih spesifik, Ki Hajar Dewantara mengartikan etika, sebagai ilmu yang mempelajari soal kebaikan dan keburukan dalam kehidupan manusia, terutama yang berkaitan dengan gerak-gerik pikiran dan rasa yang merupakan pertimbangan dan perasaan, sehingga dapat mencapai tujuannya dalam bentuk perbuatan”.

Fran Magnis Suseno, mengatakan terdapat sekurang-kurangnya empat alasan mengapa etika diperlukan, yaitu: a) Kita hidup dalam masyarakat yang semakin pluralistik, juga dalam bidang moral dan untuk mencapai suatu pendirian dalam pergolakan pandangan-pandangan moral maka refleksi kritis etika diperlukan. b) Kita hidup dalam masa transformasi masyarakat yang tanpa tanding. Perubahan itu dibawa hantaman kekuatan yang mengenai semua segi kehidupan kita, yaitu gelombang modernisasi. Dalam kondisi seperti ini etika mau membantu agar kita jangan kehilangan orientasi, dapat membedakan antara apa yang hakiki dan apa saja yang boleh berubah, dan dengan demikian tetap sanggup untuk mengambil sikap yang dapat kita pertanggungjawabkan. c) Tidak mengherankan bahwa proses perubahan sosial budaya dan moral yang kita alami ini dipergunakan oleh pelbagai pihak untuk memancing di air keruh. Etika dapat membuat kita sanggup untuk

membentuk penilaian sendiri, agar kita tidak terlalu mudah terpancing. d) Etika juga diperlukan oleh kaum agamawan yang disatu pihak menemukan dasar kemantapan mereka dalam iman kepercayaan mereka, dipihak lain sekaligus mau berpartisipasi tanpa takut-takut dan dengan tidak menutup diri dalam semua dimensi kehidupan masyarakat yang sedang berubah³¹.

Dalam konteks masyarakat multikultural, etika komunikasi dakwah harus mendapat perhatian sungguh-sungguh dan serius jika ingin pesan dakwah yang disampaikan mendapatkan respon positif dari khalayak. Oleh karena itu, dalam berdakwah da'i harus memperhatikan nilai-nilai yang hidup dan berlaku di tengah masyarakat atau komunitas tertentu serta mengetahui mana perilaku yang dibenarkan dan yang tidak dibenarkan, yang pantas dan tercela menurut ukuran masyarakat dimana dakwah itu disampaikan. Seperti dikatakan Ismail³², dalam masyarakat pluralistik (seperti masyarakat Indonesia) perlu dihindari penyajian materi, tema atau pesan-pesan dakwah yang dapat menimbulkan terjadinya gangguan SARA (suku, agama, ras dan antar golongan).

Menurut Amir³³, “etika komunikasi mengacu pada pengertian bagaimana berkomunikasi yang sesuai dengan nilai-nilai

³¹ Enjang dan Aliyudin, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Widya Padjadjaran, 2009), h. 134.

³² Faisal Ismail, *op.cit.*, h. 5.

³³ Enjang dan Hajir Tajiri, *Etika Dakwah: Suatu Pendekatan Teologis dan Filosofis*, (Bandung: Widya Padjadjaran, 2012), Cet. Ke-2, h. 127

yang berlaku di tengah masyarakat atau golongan tertentu. Pengertian seperti ini tentu tidak saja diukur dari nilai keyakinan atau agama masyarakat itu sendiri, tetapi juga diukur dari nilai-nilai adat – istiadat yang berlaku dalam masyarakat”. Dakwah hendaklah disampaikan dengan cara yang baik, bijak, penuh hikmah dan bermuatan pelajaran yang berharga. Dakwah akan sampai kepada jama’ah manakala penyampaian materi dakwah dikemas dengan seni dan teknik berkomunikasi yang cerdas dan bisa memikat jama’ah. Da’i sejatinya adalah seorang komunikolog yang membawa pesan-pesan Ilahiah untuk disampaikan kepada umat (jama’ah). Pemahaman dan pengetahuan akan etika komunikasi dakwah bagi seorang da’i menjadi sesuatu yang penting dan mutlak dimiliki, terlebih pada masyarakat multikultural yang dinamis dan terbuka.

Dalam perspektif Islam, komunikasi dilakukan sebagai upaya mewujudkan hubungan secara vertikal dengan Allah swt, melalui ibadah-ibadah fardhu (sholat, puasa, zakat dan haji, dsb). Dan disisi yang lain komunikasi dilakukan untuk membangun hubungan horizontal yaitu hubungan dengan sesama manusia, yaitu dalam rangka melakukan kegiatan muamalah dalam bidang-bidang ekonomi, sosial, budaya, politik dan sebagainya. Dan hubungan yang dibangun tersebut secara vertikal dan horizontal adalah sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan manusia secara lahir dan batin. Sehingga komunikasi dalam Islam sebagai upaya

untuk mewujudkan keseimbangan dan kebaikan dalam hidup manusia.

Keberhasilan dakwah yang dilakukan oleh Rasul SAW, jika dikaitkan dengan komunikasi maka Rasul Muhammad SAW adalah seorang komunikator yang handal dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan (Islam) melalui berbagai pendekatan yang efektif sehingga agama Islam selama 23 tahun, melalui dakwah nabi telah mampu menyebarkan Islam ke berbagai penjuru dunia, dan sampai sekarang ajarannya tetap dijaga dan diamalkan dalam kehidupan pribadi dan kehidupan sosial. Sehingga, Rasul Muhammad SAW senantiasa menjadi contoh (uswah)umat dalam segala hal, termasuk juga kita mencontoh Rasul SAW dalam berkomunikasi. Sehingga telah jelas bagi kita bahwa Komunikasi dalam Islam merupakan suatu aktivitas yang sangat sentral dan penting untuk diperhatikan sesuai petunjuk alquran maupun sunnah Nabi SAW. Hal tersebut mengisyaratkan bahwa berkomunikasi dengan baik, bermanfaat, didasarkan pada etika yang baik, untuk kebaikan pribadi dan masyarakat.

Etika merupakan nilai baik dan buruk seseorang baik dalam pengertian susila (moral) dan tidak Susila (immoral)³⁴. Terdapat

³⁴ Siti Rohmatul Fatimah, 'Konsep Etika Dalam Dakwah', *Jurnal Ilmu Dakwah*, 38.2 (2019), 241–49.

empat hal yang berhubungan dengan etika³⁵: Pertama dilihat dari objeknya, etika membahas alasan rasional berkenaan dengan perbuatan manusia. Kedua, dilihat dari segi sumbernya, etika bersumber dari akal pikiran dan filsafat. Ketiga, dilihat dari segi fungsinya, etika berfungsi sebagai penilai, penentu, dan penetap terhadap suatu perbuatan yang dilakukan manusia. Keempat, dilihat dari segi sifatnya, etika bersifat relatif yaitu dapat berubah-ubah sesuai dengan tuntutan ruang dan waktu.

Dalam Islam, Etika merupakan bagian yang sangat penting, sebab islam menjunjung tinggi terkait dengan moral. Sedangkan dalam berdakwah tentunya terdapat etika atau kode etik dakwah yang sangat dibutuhkan dalam penyampaian pesan kepada jamaah. Sehingga dalam melakukan dakwah islam perlu adanya etika komunikasi yang berdasarkan pada nilai islam sebagai pedoman terhadap etika dakwah islam. Adapun etika komunikasi islam berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadist, sebab di dalamnya mengandung ajaran etika dan moral baik³⁶. Islam sebagai agama yang damai, mengajarkan kepada umatnya untuk senantiasa berbuat

³⁵ M G Nashrillah, 'Aktualisasi Dakwah Dai Millennial Di Ruang Maya: Perspektif Etika Dakwah Dengan Studi Kasus Di Kota Medan', *Jurnal Ilmiah Islam Futura*, 18.1 (2019), 105–26.

³⁶ Anita Ariani, 'Etika Komunikasi Dakwah Menurut Al-Quran', *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 11.21 (2017).

ataupun berperilaku baik terhadap sesama makhluk hidup. Adapun terdapat enam prinsip komunikasi dalam perspektif Al-Quran³⁷.

a. Qawlan Syadidan

Qawlan Syadidan memiliki makna berupa perkataan benar, lurus, jujur, tidak bohong, dan tidak berbelit-belit. Dalam Al-Quran Qawlan Syadidan di sebut sebanyak 2 kali; terdapat pada surat Q.S An-Nisa: 9 tentang perkataan yang benar dalam urusan anak yatim yang berbunyi;

... فَلْيَقُولُوا لِلَّهِ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya; ... hendaklah mereka bertakwa kepada Allah, dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar.

Sedangkan dalam Q.S Al-ahzab:70 berkenaan dengan seruan untuk bertakwa dan berkata benar,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya; ... "Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar,"

Berkata benar berarti berkata jujur, apa adanya, jauh dari kebohongan. Orang yang jujur adalah orang yang dapat dipercaya. Setiap perkataan yang keluar dari mulutnya selalu mengandung kebenaran. Berkata benar memberikan efek psikologis yang positif

³⁷ Ariani.

terhadap jiwa seseorang. Orang yang selalu berkata benar adalah orang yang sehat jiwanya. Perasaannya tenang, senang dan bahagia, jauh dari resah dan gelisah sebab ia tidak pernah menzholimi orang lain dengan kedustaan. Siapapun menyukai orang yang jujur, karena ia dapat dipercaya untuk mengemban amanah yang diberikan. Jalaluddin Rakhmat (1998, 78-79) mengungkapkan pendapatnya bahwa kata benar itu mempunyai beberapa makna yakni sesuai dengan kriteria kebenaran dan kejujuran (tidak bohong).

b. Qawlan Balighan

Kata Baligh dalam Al-Quran memiliki makna sampai, tepat sasaran, atau mencapai tujuan. Sehingga Qawlan Balighan memiliki makna sebagai komunikasi yang efektif. Makna Qawlan Balighan terdapat pada Q.S An-Nisa ayat 63 yang berbunyi;

فِي لَهُمْ وَقُلْ وَعَظُهُمْ عَنْهُمْ فَأَعْرِضْ قُلُوبَهُمْ فِي مَا اللَّهُ يَعْلَمُ الَّذِينَ أُولَٰئِكَ
بَلِيغٌ ۖ قَوْلًا أَنْفُسِهِمْ

artinya “Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang ada di dalam hati mereka, karena itu berpalinglah kamu dari mereka dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka.” Berdasarkan pada ayat 63 Q.S An-Nisa tersebut menjelaskan bahwasanya komunikasi di katakana efektif ketika tepat sasaran, terus terang, jelas, dan tidak bertele-tele.

Ayat di atas memberikan isyarat bahwa komunikasi itu efektif bila perkataan yang disampaikan itu berbekas pada jiwa seseorang. Dalam keluarga, komunikasi yang berbekas di jiwa itu penting. Komunikasi ini hanya terjadi bila komunikasi yang berlangsung itu efektif mengenai sasaran. Artinya apa yang dikomunikasikan itu secara terus terang, tidak bertele-tele, sehingga tepat mengenai sasaran yang dituju. Menurut Jalaluddin Rakhmat (1998: 85), ada dua hal yang patut diperhatikan supaya komunikasi itu efektif: pertama, apa yang dibicarakan sesuai dengan sifat-sifat pendengar; kedua, isi pembicaraan menyentuh hati dan otak pendengar.

Apabila dihubungkan dengan dakwah, maka istilah *frame of reference* dan *field of experience* ini haruslah diperhatikan oleh da'i sebelum menyampaikan pesan kepada sasarannya. Dengan demikian seorang da'i harus memiliki banyak perbendaharaan kata, bahasa dan sikap dalam berdakwah. Hal tersebut menunjukkan adanya hubungan yang sangat erat dengan keahlian da'i dalam mengolah isi pesannya agar mudah dipahami, karena kondisi kepribadian da'i itu turut pula mempengaruhi efektifitas dakwah dan secara realitas psikologis, pesan yang disampaikan da'i itu tidak secara otomatis diserap oleh sasarannya.

Pembentukan citra atau atribut terhadap diri da'i merupakan pertimbangan sasaran dakwah dalam menerima dan mengambil

sikap terhadap isi pesan yang disampaikan da'i tersebut. Aristoteles, sebagaimana yang dikutip Jalaluddin Rakhmat (1998, 79), berpendapat ada tiga cara persuasi untuk mempengaruhi manusia yang efektif, yaitu ethos, phatos, dan logos. Ethos terdiri dari pikiran baik, akhlak yang baik, dan maksud baik (good sense, good moral character, dan good will). Hal tersebut menunjukkan kualitas komunikator yang tinggi dan ini akan sangat efektif untuk mempengaruhi komunikannya. Dalam teori modern, menurut Jalaluddin Rakhmat (1998, 85) ada istilah *trustworthiness* dan *expertness*.

c. Qawlan Ma'rufa

Qaulan ma'rufa dapat diterjemahkan dengan ungkapan yang pantas. Kata ma'rufa berbentuk isim maf'ul yang berasal dari madhinya, arafa. Salah satu pengertian ma'rufa secara etimologis adalah al-khair atau al-ihsan, yang berarti yang baik-baik. Jadi qaulan ma'rufa mengandung pengertian perkataan atau ungkapan yang baik dan pantas (Amir 1999, 85). Dalam Alquran ungkapan qaulan ma'rufa ditemukan dalam surah Al-Baqarah; 235, Al-Ahzab; 32, Al-Baqarah; 263, AnNisaa; 5 dan 8. Dalam surah Al-Baqarah ayat 263 tersebut Allah berfirman:

قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِّنْ صَدَقَةٍ يَتَّبِعُهَا أَذًى ۖ وَاللَّهُ

عَلِيمٌ

Artinya: “Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik dari sedekah yang diiringi dengan sesuatu yang menyakitkan (perasaan si penerima). Allah Maha Kaya lagi Maha Penyantun” (QS. Al-Baqarah (2: 263)).

Dalam ayat ini Allah memperingatkan bahwa perkataan yang baik atau pantas dan pemberian maaf lebih baik daripada pemberian sedekah yang diiringi dengan perkataan yang menyakitkan hati penerima. Islam mengajarkan agar ketika memberi orang lain yang minta sedekah disertai dengan perkataan yang baik, bukan diiringi dengan perkataan yang kasar. Sebab perkataan yang kasar dapat menyakiti perasaan orang lain. Jika tidak mampu memberi harus ditolak dengan perkataan yang baik dan sopan sehingga orang yang minta sedekah itu senang mendengarnya. Islam juga mengajarkan memberi maaf itu lebih baik daripada meminta maaf. Oleh karena itu, jika seseorang telah melakukan kesalahan kepada orang lain, karena salah bicara misalnya, lebih baik saling memaafkan dari pada memendam kesalahan. Saling mencari-cari kesalahan orang lain bukanlah jalan keluarnya, malahan menumpuk-numpuk kesalahan. Sebab orang yang gemar mencari kesalahan orang lain cenderung menjelekkan orang itu dengan menggunakan seburuk-buruk perkataan. Orang seperti ini dapat dinilai sebagai orang yang tidak memiliki etika dalam komunikasi.

Dalam konteks komunikasi inilah para da'ii harus cermat dalam melihat bahkan dalam membaca situasi dan kondisi mad'unya. Muballig yang cerdas, apabila menyampaikan materi kepada mad'u sesuai dengan apa yang dibutuhkan mereka menyangkut permasalahan yang mereka hadapi, serta bagaimana cara menanggulangnya. Dakwah seperti ini disampaikan dengan cara-cara santun, beradab, dan menjunjung tinggi martabat manusia sebagai makhluk yang dimuliakan. Dakwah semacam ini sangat diperlukan, karena secara faktual kondisi objek dakwah sangat heterogen tingkat pendidikannya, sosial, ekonomi, lingkungan kerja dan tempat tinggalnya. Semuanya mempunyai pola pikir dan perilaku mereka, termasuk dalam merespon dakwah yang dilakukan oleh para juru dakwah.

Etika dakwah yang diajarkan di sini lebih menekankan budi pekerti yang baik seperti dakwah yang dilakukan oleh Rasulullah Saw, beliau datang untuk menyempurnakan akhlak, walaupun pada zaman Rasulullah tidak ada istilah seperti itu, dengan situasi dan kondisi berbeda, latar belakang berbeda, tetapi pada prinsip dan tujuannya sama. Kesuksesan Rasulullah Saw dalam dakwah, beliau mengetahui dan memahami psikologi dari mad'u yang dihadapinya sehingga beliau tahu kapan dan saat di mana ia harus bicara dan saat di mana ia harus diam, kapan harus bersikap keras dan kapan harus bersikap lemah lembut. Keberhasilan dakwah Rasulullah Saw dalam

membina masyarakat ditandai dengan empat hal, dan di antaranya adalah argumen yang kuat, susunan kata yang seksama, dan akhlak yang mulia.

d. Qawlan Layyina

Islam mengajarkan agar menggunakan komunikasi yang lemah lembut kepada siapapun. Dalam keluarga, orang tua sebaiknya berkomunikasi pada anak dengan cara lemah lembut, jauh dari kekerasan dan permusuhan. Dengan menggunakan komunikasi lemah lembut, selain ada perasaan bersahabat yang menyusup ke dalam relung hati anak, ia juga berusaha menjadi pendengar yang baik. Qawlan Layyina memiliki makna perkataan yang lemah lembut atau tidak berkata kasar. Makna Qawlan Layyina terdapat pada Al-Quran Surah Thaha ayat 44 yang menjelaskan tentang perintah Allah SWT kepada Nabi Musa Harun untuk berbicara lemah lembut, tidak kasar kepada fir'aun.

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Artinya: maka berbicaralah kamu berdua kepadanya (Fir'aun) dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan dia sadar atau takut.

Kata “layyina” memiliki maksud ialah tidak berkata kasar, enak di dengar, tidak meninggikan suara, dan membentak, sehingga membuat jamaah mudah untuk menerima pesan yang disampaikan pendakwah. Qawlan layyina ini adalah etika komunikasi yang

diimbangi dengan sikap dan perilaku yang baik, lemah lembut, tanpa emosi dan caci maki, atau dalam bahasa komunikasi antara pesan verbal dan non verbal harus seimbang. Bila dihubungkan dengan dakwah, qawlan layyina ini dapat dilakukan da'‘i dengan sikap lemah lembut ketika menghadapi mad'‘u atau sasarannya, agar pesan yang disampaikan cepat dipahami.

e. Qawlan Karima

Qawlan Karima merupakan perkataan yang mulia. Kata Qawlan Karima dapat dijumpai pada Q.S Al-Isra ayat 23:

...إِنَّمَا يَبْلُغَنَّ عِنْدَكَ

الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلٌ

كَرِيمًا

Ayat tersebut menjelaskan tentang perintah tidak menyembah Tuhan selain Allah, berbakti kepada orang tua, dan mengucapkan perkataan yang baik. Adapun perkataan baik yang disematkan dalam qawlan karima antara lain perkataan yang sopan, bertata krama, bukan berupa ujaran kebencian, menjelek-jelekkan, merendahkan, kasar, dan memperharikan perasaan komunikan.

f. Qawlan Maisura

Dalam komunikasi, baik lisan maupun tulisan, dianjurkan untuk mempergunakan bahasa yang mudah, ringkas, dan tepat sehingga mudah dicerna dan dimengerti. Dalam Alquran ditemukan

istilah qawlan maisura yang merupakan salah satu tuntunan untuk melakukan komunikasi dengan mempergunakan bahasa yang mudah dimengerti dan melegakan perasaan. Misalnya, dalam surah Al-Isra ayat 28 yang berbunyi:

وَأَمَّا تُعْرَضْنَ عَنْهُمْ ابْتَغَاءَ رَحْمَةٍ مِنْ رَبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ
قَوْلًا مَيْسُورًا

Artinya: “Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka Katakan-lah kepada mereka ucapan yang pantas” (QS. Al-Isra (17: 28)). Maisura seperti yang terlihat pada ayat di atas sebenarnya berakar pada kata yasara, yang secara etimologi berarti mudah atau pantas. Sedangkan qawlan maisura, menurut Jalaluddin Rakhmat (1998), sebenarnya lebih tepat diartikan ucapan yang menyenangkan lawannya adalah ucapan yang menyulitkan. Bila qawlan maa“rufa berisi petunjuk lewat perkataan yang baik, qawlan maisura berisi hal-hal yang menggembirakan lewat perkataan yang mudah atau pantas. Para ahli komunikasi menyebutkan dua dimensi komunikasi. Ketika berkomunikasi komunikator tidak hanya menyampaikan isi (content), tetapi juga mendefinisikan hubungan sosial (relation). Isi yang sama dapat meng-akrabkan para komunikator atau menjauhkannya, menimbulkan persahabatan atau permusuhan.

Dalam konteks qaulan maisura ini pada hakikatnya berhubungan dengan isi pesan yang disampaikan oleh komunikator

atau dengan kata lain cara bagaimana menyampaikan pesan agar mudah dipahami dan dimengerti secara spontan tanpa harus berpikir dua kali sehingga diperlukan bahasa komunikasi yang gampang, mudah, ringan, pantas dan berisi hal-hal yang menggembirakan. Dengan demikian terjadilah komunikasi yang efektif yang dapat menumbuhkan kesenangan dan terciptanya hubungan sosial yang baik. Di dalam dakwah qaulan maisura dapat digunakan oleh da'i sebagai teknik dalam berdakwah agar pesan yang disampaikan mudah diterima, ringan, dan pantas, serta tidak berlikuliku, yakni dengan cara mempertimbangkan dan memperhatikan mad'u yang akan dijadikan sasaran sebelum menyampaikan pesan-pesan dakwahnya.

Selain itu etika komunikasi dalam islam sebelumnya telah dijelaskan, prinsip komunikasi pada umumnya memiliki lima prinsip yang efektif diantaranya meliputi respect (menghormati), Empati, Audible (dapat didengar), Clarity (jelas), dan Humble (rendah hati). Kelima prinsip ini dapat menjadi komunikasi efektif yang terjadi ketika komunikator dan komunikan mencapai kesamaan makna.

Prinsip paling utama dalam pengembangan komunikasi efektif ialah bentuk sikap saling menghargai antarindividu. Karena pada dasarnya, manusia ingin dihargai, dihormati, serta dianggap penting oleh orang lain. Sedangkan empati merupakan penempatan diri individu pada situasi atau kondisi yang sedang dihadapi orang

lain. Kata lainnya, seseorang memiliki kemampuan untuk bisa merasakan apa yang dirasakan orang lain. Saat menerapkan prinsip empati dalam berkomunikasi, individu harus bisa menempatkan diri sebagai pendengar yang baik. Di sisi lain dalam penyampaian komunikasi harus dapat di dengar (audible), artinya pesan yang disampaikan dalam komunikasi harus mampu didengarkan dan dimengerti dengan mudah. Selain itu, harus memiliki sifat humble, artinya pesan yang disampaikan harus jelas, supaya tidak menimbulkan kesalahpahaman antara komunikator dan komunikan. Supaya mencapai kesamaan makna dalam komunikasi efektif, ada baiknya untuk menanyakan dan memastikan tujuan serta pesan yang jelas

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh objek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah³⁸.

Penelitian kualitatif atau *qualitative research* merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat

³⁸ Tjipto Subadi, 'Metode Penelitian Kualitatif' (Muhammadiyah University Press, 2006).

dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantitatif lainnya. Tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah untuk memahami kondisi suatu konteks dengan mengarahkan pada pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai potret kondisi dalam suatu konteks yang alami (natural setting), tentang apa yang sebenarnya terjadi menurut apa adanya di lapangan studi. Metode kualitatif ini juga dapat memberikan rincian yang kompleks tentang fenomena yang sulit ditangkap dan diungkapkan melalui metode kuantitatif.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk menemukan kategori-kategori dan hubungan yang relevan antar kategori, bukan menguji hubungan antar variabel. Oleh sebab itu, dalam penelitian kualitatif, peneliti berkepentingan untuk menyusun kategori dengan cara-cara baru, ketimbang cara-cara baku. Jika peneliti memulainya dengan sederet variabel (kategori) yang teridentifikasi, peneliti dapat memasuki tahap penemuan dengan menggunakan berbagai literatur bukan sebagai dasar interpretasi temuannya, namun sebagai bahan pertimbangan atau rujukan dalam analisisnya. Dalam penelitian kualitatif, peneliti perlu menjelaskan terjadinya suatu fenomena atas dasar kerangka teoritik yang tersusun selama penelitian berlangsung.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Dalam ilmu komunikasi, pendekatan penelitian kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang bertujuan untuk

mengangkat fakta, keadaan, variabel, dan fenomena-fenomena yang terjadi ketika penelitian berlangsung dan menyajikan apa adanya.

Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian analisis text, dimana data yang dikumpulkan dan digunakan dalam penelitian ini berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka yang bersumber dari hasil wawancara, studi pustaka/literature, catatan lapangan, dokumen resmi, laporan, artikel jurnal, dan lain sebagainya³⁹. Jenis penelitian deskriptif analisis digunakan untuk memberikan gambaran terkait persoalan etika komunikasi yang terdapat pada video Youtube Fuadh Naim “K-pop dan Konspirasi.”

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah akun Youtube Fuadh Naim. Objek penelitian ini merupakan etika komunikasi islam yang disampaikan Fuadh Naim dalam Youtube “K-pop dan Konspirasi.” Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan. Penulis memilih teknik purposive sampling karena penulis merasa sampel yang akan diambil paling mengetahui tentang masalah yang akan diteliti oleh penulis. Penggunaan purposive sampling dalam

³⁹ Farida Nugrahani and M Hum, ‘Metode Penelitian Kualitatif’, Solo: Cakra Books, 2014.

penelitian ini yaitu bertujuan untuk dapat mengetahui etika komunikasi dalam dakwah Fuad Naim pada tayangan Youtube K-pop dan Konspirasi.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini merupakan konten youtube Fuadh Naim dengan judul tema “K-pop dan Konspirasi.” Data atau informasi harus ditelusuri seluas-luasnya sesuai dengan keadaan yang ada. Hanya dengan demikian, peneliti mampu mendeskripsikan fenomena yang diteliti secara utuh.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini merupakan data studi literature yang berkaitan dengan variabel penelitian. Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa artikel jurnal nasional sebanyak 35 artikel yang berkaitan dengan etika komunikasi islam terhadap analisis konten youtube dan tren Korean pop (K-pop). Artikel berjumlah 35 diambil dari jurnal nasional bereputasi yang diperoleh melalui *google scholar* dari tahun 2018-2021 yang diambil secara acak berdasarkan variabel penelitian. Adapun 35 artikel tersebut berkaitan dengan variabel penelitian yang menjelaskan tentang etika komonukasi dakwah islam serta terkait dengan K-Pop dan konspirasi.

4. Pengumpulan Data

a. Studi Pustaka / Studi Literatur

Studi pustaka dilakukan untuk mencari informasi penelitian yang berkaitan dengan teori, metode, dan konsep yang relevan dengan permasalahan penelitian. sehingga informasi yang diperoleh dapat digunakan sebagai acuan dalam penyelesaian masalah⁴⁰. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data studi pustaka yang digunakan untuk mengumpulkan data pendukung penelitian dengan mencari berbagai sumber referensi yang bersumber dari jurnal, yang berkaitan dengan variabel penelitian.⁴¹ Studi Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat dan menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek⁴². Dokumen dapat artikel jurnal, buku, dan lain sebagainya. Penelitian ini menggunakan artikel jurnal nasional terindex sebanyak 35 artikel yang berkaitan dengan variabel penelitian.

b. Studi Dokumentasi

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data studi dokumentasi untuk mengumpulkan data berupa Video, Text,

⁴⁰ Wahyudin Darmalaksana, 'Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka Dan Studi Lapangan', *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 2020.

⁴¹ Darmalaksana, Wahyudin, 'Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka Dan Studi Lapangan', *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 2020

⁴² Jozef Raco, 'Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya', 2018.

berbentuk tulisan, gambar, catatan harian, sejarah kehidupan, peraturan, kebijakan, atau karya-karya monumental seseorang.

5. Teknik Analisa Data

Analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah analisis isi (Content Analysis). Analisis isi (Content Analysis) secara umum diartikan sebagai metode yang meliputi semua analisis mengenai isi teks, tetapi disisi lain analisis isi juga digunakan untuk mendeskripsikan pendekatan analisis yang khusus⁴³. Analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi, baik surat kabar, berita radio, iklan televisi maupun semua bahan-bahan dokumentasi yang lain. Menurut Arikunto⁴⁴, metode analisis isi adalah suatu teknik untuk mengambil kesimpulan dengan mengidentifikasi berbagai karakteristik khusus suatu pesan secara objektif, sistematis, dan generalis.

Dalam meneliti etika komunikasi yang terdapat dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis isi dengan memfokuskan pada analisis isi deskriptif. Analisis isi deskriptif adalah analisis isi yang dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan, atau suatu teks tertentu. Desain analisis isi ini tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu, atau menguji hubungan diantara variabel, analisis isi semata untuk

⁴³ Gunawan, Imam, 'Metode Penelitian Kualitatif', Jakarta: Bumi Aksara, 143. 2013

⁴⁴ Suharsimi Arikunto, 'Metode Penelitian', Jakarta: Rineka Cipta, 2010.

deskripsi, menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik dari suatu pesan. Tahapan analisis isi deskriptif terbagi menjadi:

a. Reduksi Data

Reduksi data sebagai teknik analisa untuk merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, mencari tema dan polanya, serta mengelompokkan berdasarkan pada variabel penelitian, dan membuang hal-hal yang tidak penting dan tidak diperlukan dalam penelitian⁴⁵. Melalui teknik reduksi data dapat memudahkan penulis dalam melakukan penelitian dan pengumpulan data selanjutnya. Pada penelitian ini penulis melakukan reduksi data yang diperoleh dari sumber data primer dan data sekunder yang berkaitan dengan etika komunikasi dakwah islam.

b. Penyajian Data

Pada tahapan penyajian data, yaitu dengan menyajikan data yang akan memberikan kemudahan peneliti dalam memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan pada apa yang telah dipahami⁴⁶. Penyajian data dari penelitian ini dilakukan setelah melakukan reduksi data dari data yang telah dikumpulkan melalui data primer dan data sekunder yang berkaitan dengan objek penelitian yaitu etika komunikasi dakwah islam. Dari data yang

⁴⁵ Gunawan, Imam, 'Metode Penelitian Kualitatif', Jakarta: Bumi Aksara, 143. 2013

⁴⁶ Nugrahani and Hum.

telah diperoleh selanjutnya dipilih mana yang akurat dan diolah. Hal ini bersifat sementara, sehingga apabila ditemukan data baru yang lebih akurat maka data sebelumnya akan di hapus.

c. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Tahapan verifikasi dan penarikan kesimpulan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dari konfigurasi yang utuh, membuat rumusan proposisi yang terkait dan mengangkatnya sebagai temuan penelitian, Peneliti mencari arti atau makna dari data yang terkumpul sebagai tahapan verifikasi data sehingga dapat menjadi bahan diskusi dan selanjutnya dapat diperoleh sebuah kesimpulan penelitian⁴⁷. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Penelitian ini menggunakan teknik analisis semiotika lingustik dimana metode semiotika terbagi menjadi dua bagian yaitu, bagian fisik yang disebut penanda (*signifier*) dan bagian konseptual yang disebut dengan (*signified*)⁴⁸.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penyusunan naskah skripsi dengan judul “Etika Komunikasi Islam dalam Dakwah Fuadh Naim pada Tayangan Youtube “K-pop dan Konspirasi.” dibagi menjadi tiga bagian. Bagian awal terdiri dari halaman judul, halaman surat pernyataan keaslian, halaman

⁴⁷ Gunawan.

⁴⁸ Sugiyono. Metode Penelitian Kualitatif. 2016

persetujuan skripsi, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstrak, dan daftar isi, dan daftar lampiran. Adapun pada bagian inti terdiri dari empat bab diantaranya;

BAB 1: berisi pendahuluan yang merupakan pengantar untuk mengetahui latar belakang dan masalah dalam penelitian. Gambaran keseluruhan penelitian dipaparkan dalam bab ini, yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan

BAB 2: berisi gambaran umum yang mendeskripsikan subjek penelitian, yang dalam penelitian ini adalah akun Youtube Fuadh Naim . Gambaran umum yang dipaparkan berupa profil umum, visi dan misi, dan program yang ada pada akun Youtube Fuadh Naim .

BAB 3: Pada bagian bab ini membahas terkait dengan hasil temuan penelitian dan diskusi dari temuan penelitian yang dianalisa secara mendalam terkait etika dakwah islam yang disampaikan Fuadh Naim dalam konten youtube “K-pop dan Konspirasi.” Penulis menjelaskan temuan penelitian berupa;

- a. Dampak tren K-pop terhadap terbentuknya budaya baru
- b. Analisis isi terkait dengan etika komunikasi dakwah Islam dalam konten dakwah Fuadh Naim “K-pop dan Konspirasi”

BAB 4: Bab ini berisikan penutup yang meliputi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB IV

PENUTUP

Pada bab ini penulis menyimpulkan hasil analisa yang dilakukan dengan menganalisis temuan penelitian. Selain itu penulis juga memberikan saran untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan variabel penelitian, yaitu terkait dengan etika komunikasi dakwah islam. Adapun kesimpulan dan saran dalam penelitian ini sebagai berikut;

A. Kesimpulan

Budaya Korea melalui Korean wave menjadi populer di masyarakat Indonesia, khususnya pada kalangan remaja. Mudahnya akulturasi budaya melalui Korean wave salah satunya melalui K-Pop menimbulkan berbagai dampak yang mengkhawatirkan. Korean Pop (K-Pop) dapat merubah karakter seseorang dengan mempengaruhinya melalui akulturasi budaya. Selain itu K-Pop dan budaya Korean wave sangat bertentangan dengan budaya Islam. Hal inilah yang melatarbelakangi Fuadh Naim untuk menyampaikan dakwahnya terkait dengan ancaman budaya Korea yang mempengaruhi masyarakat Indonesia yang di dominasi oleh masyarakat islam. Salah satu dakwah Fuadh Naim yaitu episode ketiga #pernahtenggelam yaitu K-Pop dan Konspirasi yang di unggah pada akun youtube miliknya. Berdasarkan pada hasil analisis yang dilakukan oleh penulis, bahwasannya Fuadh Naim telah dengan baik menggunakan etika dakwah menurut islam. Hal ini telah sesuai dengan enam prinsip komunikasi dalam perspektif Al-Quran yang diambil dari kata kunci “qaul” dalam konteks perintah (amar) yaitu qawlan syadida(Q.S.4:9 , 33:70), qawlan baligha(Q.S.4:63), qawlan maysuran

(Q.S.17:28), qawlan layyina (Q.S.20:44), qawlan kariman (Q.S.17:23), qawlan ma'rufa (Q.S. 4:5).

B. Saran

Dalam kesempatan ini, peneliti mengemukakan beberapa saran yang berhubungan dengan metode dakwah ustad Fuadh Naim dalam menghadapi budaya Korean wave pada remaja melalui komunikasi antarbudaya:

1. Penulis berharap semoga media dakwah yang digunakan oleh ustadz Fuadh Naim dapat terus berkembang sehingga dapat terus menyampaikan pesan dakwah yang dapat diterima dengan mudah, mengajak dan merangkul remaja k-wavers di seluruh Indonesia.
2. Melihat semakin berkembangnya budaya Korean wave maka penting seharusnya remaja memperhatikan apa yang baik dan buruk dari budaya tersebut, maka penting pula ustadz Fuadh Naim untuk terus mengembangkan dan melebarkan dakwah juga pesan dakwah yang disampaikan kepada seluruh remaja di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Siti, 'Pengaruh Budaya Korean Populer Di Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan Islam Remaja Kota Tangerang Selatan' (Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ...)
- Andriani, Fera, 'Teori Belajar Behavioristik Dan Pandangan Islam Tentang Behavioristik', *Syaikhuna: Jurnal Pendidikan Dan Pranata Islam*, 6.2 (2015), 165–80
- Ar'rahmah, Fathiyah Khasanah, 'Pengaruh Intensitas Menonton Drama Korea Terhadap Kualitas Ubudiyah Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.' (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021)
- Ariani, Anita, 'Etika Komunikasi Dakwah Menurut Al-Quran', *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 11.21 (2017)
- Arikunto, Suharsimi, 'Metode Penelitian', *Jakarta: Rineka Cipta*, 2010
- Arsyad, Sri Nurindah Sari, 'Sinergitas Pemerintah Korea Selatan Dan Bts Dalam Diplomasi Budaya Menggunakan Korean Wave Pada Sektor Pariwisata 2017-2020', 2021
- Ayu, Ashilawati, 'KONTEN AKUN INSTAGRAM@ XKWAVERS TENTANG HIJRAH DARI DUNIA HALLYU DALAM ANALISIS PESAN DAKWAH' (UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG, 2021)

Aziz, Mokhammad Abdul, 'Netizen Jurnalisme Dan Tantangan Dakwah Di Media Baru', *Islamic Communication*, 3.2 (2018), 121–40

Buzama, Khoiruddin, 'Pemberlakuan Teori-Teori Hukum Islam Di Indonesia', *Al-Adalah*, 10.2 (2012), 467–72

Darmalaksana, Wahyudin, 'Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka Dan Studi Lapangan', *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 2020

Dwiyana, 'Implementasi Nilai Filosofis Pancasila Dan Agama Islam Dalam Menangkal Paham Radikalisme Di Indonesia Dwiyana', *معرفت ادیان*, 4.3 (1392), 57–71 <<http://marefateadyan.nashriyat.ir/node/150>>

Fatihah, Siti Rohmatul, 'Konsep Etika Dalam Dakwah', *Jurnal Ilmu Dakwah*, 38.2 (2019), 241–49

Fildzah, Amalia Putri Herdina, *Proses Komunikasi Antarbudaya Dalam Diplomasi Budaya Duta Pemuda Global*, 2015

Geun, Lee, 'A Soft Power Approach to the "Korean Wave". The Review of Korean Studies,' 12.2 (2009), 123–37

Gunawan, Imam, 'Metode Penelitian Kualitatif', *Jakarta: Bumi Aksara*, 143 (2013)

Haris, Muh, 'Resepsi Komunitas KPop Makassar Terhadap Budaya Korea Dalam Channel Youtube' (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2019)

Ismail, Muhammad Iqbal Hakim bin, 'Muzium Islam Sarawak: Sejarah Dan

Perannya Dalam Menyebarkan Informasi Tentang Islam Di Sarawak Tahun 1992-2018' (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018)

Jang, Gunjoo, and Won K. Paik, 'Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural Diplomacy', *Advances in Applied Sociology*, 02.03 (2012), 196–202
<<https://doi.org/10.4236/aasoci.2012.23026>>

Kim, Hun Shik, 'When Public Diplomacy Faces Trade Barriers and Diplomatic Frictions: The Case of the Korean Wave', *Place Branding and Public Diplomacy*, 14.4 (2018), 234–44 <<https://doi.org/10.1057/s41254-017-0076-4>>

Korea, Facts About, 'Korean Culture and Information Service Ministry of Culture, Sports and Tourism', *Facts About Korea*, 2018

Kumalaningrum, Widya Sari, 'Strategi Diplomasi Publik Pemerintah Korea Selatan Terhadap Indonesia Melalui Hallyu', *Indonesia Berdaya*, 2.2 (2021), 141–48 <<https://doi.org/10.47679/ib.2021128>>

Lee, Yu Lim, Minji Jung, Robert Jeyakumar Nathan, and Jae Eun Chung, 'Cross-National Study on the Perception of the Korean Wave and Cultural Hybridity in Indonesia and Malaysia Using Discourse on Social Media', *Sustainability (Switzerland)*, 12.15 (2020) <<https://doi.org/10.3390/su12156072>>

Management, Jurnal Ilmiah Hospitality, 'Wisata Drama Sebagai Keunggulan Daya Tarik Wisata: Perpaduan Alam Dan Kreativitas Di Korea Selatan', *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 5.(1) (2014), 67–76

Mastori, Mastori, and Athoillah Islamy, 'Menggagas Etika Dakwah Di Ruang Media Sosial', *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 1.1 (2021), 1–18

Muslim, Imam, 'Peran Teknologi Dalam Pembentukan Hegemoni Global Dan Implikasinya Terhadap Etika Islam: Perspektif Teori Hegemoni Antonio Gramsci' (UIN Walisongo Semarang, 2018)

———, 'Peran Teknologi Dalam Pembentukan Hegemoni Global Dan Implikasinya Terhadap Etika Islam (Prespektif Teori Hegemoni Antonio Gramsci)', 2018

Nashrillah, M G, 'Aktualisasi Dakwah Dai Millennial Di Ruang Maya: Perspektif Etika Dakwah Dengan Studi Kasus Di Kota Medan', *Jurnal Ilmiah Islam Futura*, 18.1 (2019), 105–26

Noveriyanto, Baharudin, Laila Chairun Nisa, Achmad Sofian Bahtiar, Sahri Sahri, and Irwansyah Irwansyah, 'E-GOVERNMENT SEBAGAI LAYANAN KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA SURABAYA (Studi Kematangan e-Government Sebagai Layanan Komunikasi Government to Government, Government to Citizen, Government to Business)', *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 11.1 (2018), 37 <<https://doi.org/10.14421/pjk.v11i1.1371>>

Novriando, Alfi, and Eko Priyo Purnomo, 'Penetrasi Digital Untuk Pembangunan Berkelanjutan: Keberhasilan Pelayanan E-Government Kota Yogyakarta', *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Hummanioramaniora*, 4.2 (2020), 97

<<https://doi.org/10.31604/jim.v4i2.2020.97-108>>

Nugrahani, Farida, and M Hum, 'Metode Penelitian Kualitatif', *Solo: Cakra Books*, 2014

Nugroho, S. A., 'Hallyu Di Indonesia: Selama Dekade Pertama Di Abad Ke-21', (2010) (2010)

NURUL, FITRI, 'DINAMIKA DRAMA KOREA ITAEWON CLASS KORELASI DENGAN PESAN-PESAN DAKWAH' (UIN Raden Intan Lampung, 2021)

Nurwahidah, Shofia, 'Dai Komunitas Remaja Dalam Menghadapi Budaya Korean Wave Melalui Pendekatan Komunikasi Antarbudaya Dan Agama (Studi Kasus Ustadz Fuadh Naim Pada Komunitas k-Wavers)' (Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ...)

Nurwahidah, Shofia, Program Studi, Komunikasi Dan, Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu, Dakwah Dan, and others, 'Dai Komunitas Remaja Islam Dalam Menghadapi Budaya Korean Wave Melalui Pendekatan Komunikasi Antar Budaya Dan Agama', 2020

Parc, Jimmyn, 'Business Integration and Its Impact on Film Industry: The Case of Korean Film Policies from the 1960s until the Present', *Business History*, 63.5 (2021), 850–67 <<https://doi.org/10.1080/00076791.2019.1676234>>

Pujayanti, Adirini, and Myanmar Dari, 'INTERFAITH DIALOGUE SOFT POWER DIPLOMASI INDONESIA DALAM ISU ROHINGYA (

INTERFAITH DIALOGUE INDONESIAN SOFT POWER DIPLOMACY
ON ROHINGYA ISSUES) Majemuk , Sekaligus Negara Terbesar Ketiga Di
Dunia , Bagian Dari Solusi Permasalahan Global . 1 Kekuatan Dipl’, 2018,
295–309

Raco, Jozef, ‘Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan
Keunggulannya’, 2018

Rahmat, Angga Nurdin, ‘Diplomasi Publik Korea Selatan Terhadap Indonesia’,
Jurnal Dinamika Global, 3.01 (2018), 68–93
<<https://doi.org/10.36859/jdg.v3i01.57>>

Rahmawati, Isni, ‘Pengaruh Tayangan Korean Wave Di Internet Terhadap
Perilaku Komunitas Korean Beloved Addict (KBA)’, 2014

Rasyid, Muh Haras, ‘Dinamika Hukum Islam Dan Aktualisasi Teori-Teori
Berlakunya Hukum Islam Di Indonesia’, *DIKTUM: Jurnal Syariah Dan
Hukum*, 11.1 (2013), 15–23

Safitri, Auriza, ‘Pengaruh Korean POP Terhadap Perubahan Nilai Spiritual Pada
Penggemar Komunitas ARMY Banda Aceh’, 2020

Sendow, Beatrix E D, Michael Mamentu, and F R D Rengkung, ‘Korean Wave
Sebagai Instrumen Soft Power Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan Di
Indonesia’, *Jurnal Politico*, 7.4 (2019)

Setyanti, C. A., ‘Mengintip Isi Rumah Kuno Korea Di Bukchon Hanok Village.
Retrieved April 10, 2019’, 2012

Studi, Program, Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah, Dan Komunikasi,
Universitas Islam, and Negeri Sunan, 'POP CULTURE SEBAGAI SIMBOL
KOMUNIKASI GENERASI MILENIAL DI SURABAYA (Studi Pada
Penggemar Korean Wave) SKRIPSI', 2019

Subadi, Tjipto, 'Metode Penelitian Kualitatif' (Muhammadiyah University Press,
2006)

Sugiyono, Dr, 'Memahami Penelitian Kualitatif', 2010

Syed, Md Azalanshah Md, 'K-Pop, Aspirasi Kemodenan Dan Ketidakpatuhan
Strategik Dalam Kalangan Wanita Melayu', *Jurnal Komunikasi: Malaysian
Journal of Communication*, 35.2 (2019)

Trolan, Joe, 'A Look into Korean Popular Culture and Its Tourism Benefits',
International Journal of Educational Policy Research and Review, 4.9
(2017), 203–9 <<https://doi.org/https://doi.org/10.15739/IJEPRR.17.022>>

Warsito, Tulus, and Wahyuni Kartikasari, 'Diplomasi Kebudayaan', 2007, p. 4