

**ETIKA KOMUNIKASI DAKWAH *KOREAN WAVE* FUADH NAIM
DALAM KONTEN YOUTUBE MILIK ALPHIANDI**



**HALAMAN JUDUL
SKRIPSI**

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

Oleh:

Khayla Diva Bian Azzahra

NIM : 19102010054

Pembimbing:

Muhammad Diak Udin, M.Sos.

NIP : 198812242020121004

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

2023



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-1501/Un.02/DD/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : ETIKA KOMUNIKASI DAKWAH *KOREAN WAVE* FUADH NAIM DALAM KONTEN YOUTUBE MILIK ALPHIANDI

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : KHAYLA DIVA BIAN AZZAHRA
Nomor Induk Mahasiswa : 19102010054
Telah diujikan pada : Rabu, 16 Agustus 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Muhammad Diak Udin, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 64ef005f6e029



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

Valid ID: 64efaa2c856a



Penguji II
Nitra Galih Imansari, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 64ed526ebe48b



Yogyakarta, 16 Agustus 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 64ef015ebba0f



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Assalamualaikum Wr.Wb.

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

Nama : Khayla Diva Bian Azzahra
NIM : 19102010054
Judul Skripsi : Etika Komunikasi Dakwah *Korean Wave* Fuadh Naim Dalam Konten Youtube Milik Alphiandi

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 sosial.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.
Wassalamualaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 18 Agustus 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing Skripsi


Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.

NIP. 19840307 201101 1 013


Muhammad Diak Udin, M.Sos.

NIP. 19881224 202012 1 004

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khayla Diva Bian Azzahra
NIM : 19102010054
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan bahwa saya menyerahkan diri dengan mengenakan jilbab untuk dipasang pada ijazah saya. Atas segala konsekuensi yang timbul di kemudian hari sehubungan dengan pemasangan pasfoto berjilbab pada ijazah saya tersebut adalah menjadi tanggung jawab saya sepenuhnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 18 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Khayla Diva Bian Azzahra
NIM. 19102010054

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khayla Diva Bian Azzahra
NIM : 19102010054
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul "Etika Komunikasi Dakwah *Korean Wave* Fuadh Naim Dalam Konten Youtube Milik Alphiandi: adalah 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 penyusun siap mempertanggung jawabkannya sesuai hukum yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 18 Agustus 2023
Yang menyatakan,



Khayla Diva Bian Azzahra
NIM. 19102010054

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Rasa syukur kepada Allah SWT.

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Orang tua yang dicintai

Almamater

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu. Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya. Dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

(Qs. An-Nahl [16]: 125)¹



¹ “Etika Berdakwah Penuh Hikmah,” Mi’raj News Agency, 2017, <https://minanews.net/etika-berdakwah-penuh-hikmah/>. Diakses pada tanggal 28 Agustus 2023

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT. Yang Maha Penyayang atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan yakni skripsi dengan judul “Etika Komunikasi Dakwah *Korean Wave* Fuadh Naim Dalam Konten Youtube Milik Alphiandi”.

Shalawat serta salam tersanjung pada Baginda Nabi Muhammad SAW. Yang telah membimbing umat manusia menuju jalan kebenaran dan menantikan syafaat di hari akhir.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat akhir dalam memperoleh gelar strata satu pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta. Penelitian skripsi ini diharapkan menjadi rujukan dan mampu memberikan manfaat baik bagi para akademisi hingga masyarakat umum. Peneliti mengucapkan terima kasih terhadap beberapa pihak yang telah mendukung dalam penulisan skripsi ini, diantaranya:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Phil. Al-Makin, S.Ag., M.A.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.

4. Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Mochammad Sinung Restendy, M.Sos.
5. Dosen pembimbing skripsi Muhammad Diak Udin, M.Sos. yang senantiasa membimbing dan memberikan, arahan, saran, masukan, nasihat serta motivasi sepanjang penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas ilmu serta semangat yang telah diberikan sejak hari pertama bertemu hingga berada dititik ini.
6. Dosen pembimbing akademik, Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si. yang senantiasa memberikan nasihan, kritik, dan saran kepada peneliti dari semester awal hingga akhir dari perkuliahan.
7. Bapak, Ibu dosen, dan civitas akademika Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan ilmu dan dedikasi kepada mahasiswa selama belajar di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Ayah Petrus Budhiyanto dan Ibu Srie Andaluciana serta Tante Veni dan Tante Vera yang selalu memberikan dukungan dan doa-doa sepenuh hati dan selalu memberikan yang terbaik kepada peneliti.
9. Keluarga besar Sunan Kalijaga Televisi khususnya generasi 12 yang menjadi tempat peneliti untuk berkembang dalam meningkatkan *soft skill* maupun *hard skill* serta pengalaman yang tak terlupakan lainnya.
10. Terima kasih kepada Laela Hanifi teman seperbimbingan yang selalu memberikan motivasi, dukungan, teman saling curhat akan skripsi dan tumpangan kos hingga berada dititik penyusunan skripsi ini.

11. Teman-teman KPI angkatan 19 yang tidak bisa disebutkan satu-satu yang selalu support dan membantu. Terima kasih telah memberikan banyak pelajaran dan *moment* yang tidak terlupakan.
 12. Mereka yang selalu menyemangati dan memberikan motivasi melalui lagu, karya, dan saran dalam proses perkuliahan dari awal hingga akhir, NCT Dream yakni Mark Lee, Hwang Renjun, Lee Jeno, Lee Haechan, Na Jaemin, Zhong Chenle dan Park Jisung. Serta Aespa yakni Yoo Karina, Aeri Uchinaga, Winter Kim dan Yizhuo Ningning, EXO dan Taylor Swift.
 13. Seluruh pihak terkait yang selalu memberikan dukungan dan arahan sehingga perjalanan kuliah peneliti berada dititik ini.
 14. Tak terkecuali diri sendiri yang sudah berjuang dari titik awal perkuliahan hingga penyelesaian tugas akhir skripsi. Terima kasih untuk Khayla Diva dan egichick yang sudah bekerja keras.
- Peneliti mengucapkan banyak terima kasih atas kebaikan yang telah diberikan baik doa, dukungan, motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga Allah memberikan balasan atas segala kebaikan yang diberikan.

Yogyakarta, 19 Agustus 2023

Khayla Diva Bian Azzahra

NIM:19102010054

ABSTRAK

Khayla Diva Bian Azzahra, 19102010054, *Etika Komunikasi Dakwah Korean Wave Fuadh Naim Dalam Konten Youtube Milik Alphiandi. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023.*

Dakwah tidak berjalan efektif jika da'i tidak memperhatikan maupun observasi mendalam terkait latar belakang mad'u. Hal ini perlu dilakukan supaya pesan dakwah yang ingin disampaikan bisa tersampaikan dengan baik. Maka perlu adanya sebuah etika dakwah yang diterapkan. Fuadh Naim merupakan *influencer* dakwah yang menggunakan *Korean Wave* sebagai topik dakwah dan melakukan inovasi untuk menarik anak muda. Pada penelitian ini, akan menganalisa bagaimana etika komunikasi dakwah *Korean Wave* yang diterapkan oleh Fuadh Naim melalui tayangan youtube milik Alphiandi? Metode penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif dengan teori *ta'lif*: teori etika dan estetika dakwah yang dipopulerkan oleh Dindin Sholahudin. Teknik pengumpulan data melakukan studi pustaka dan dokumentasi yang akan menggunakan teknik analisis data model Roland Barthes. Hasil penelitian ini adalah Fuadh Naim menerapkan pada etika dakwahnya yang sesuai dengan teori *ta'lif* yakni Aspek Prinsipil, Aspek Empati, Aspek Lisan dan Tindakan yang Lemah Lembut, Aspek Hubungan Da'i dan Mad'u, Aspek Pehatian, Aspek Kesetaraan, Aspek Rahasia, Aspek Penghargaan, Aspek Terbuka akan Kebenaran, dan Aspek Menghindari Perselisihan. Namun ada beberapa aspek yang bertolak belakang dengan apa yang diterapkan oleh Fuadh Naim yakni pada Aspek Rahasia.

Kata Kunci : Etika Dakwah, *Korean Wave*, Fuadh Naim, Konten Youtube

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

Khayla Diva Bian Azzahra, 19102010054, Ethics of Korean Wave Da'wah Fuadh Naim on Youtube Content's Alphiandi, Department of Islamic Communication and Broadcasting, Faculty of Da'wah and Communication. State Islamic University Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Da'wah is not effective if the da'i does not pay attention or in-depth observations regarding background of mad'u. This needs to be done so that the da'wah message you want to convey can be conveyed properly. There's da'wah ethics that should da'i apply. Fuadh Naim is a da'wah influencer who uses the Korean Wave as a da'wah topic and innovates to attract young people. In this study, we will analyze how the communication ethics of Korean Wave da'wah are applied by Fuadh Naim through Alphiandi's YouTube shows? The method of this research is to use a qualitative approach with ta'lif theory: the ethical and aesthetic theory of da'wah popularized by Dindin Sholahudin. Data collection techniques conducting literature and documentation studies which will be using the method of data analysis of Roland Barthes model. The results of this study are that Fuadh Naim applies his da'wah ethics in accordance with the theory of ta'lif namely Principle Aspects, Empathy Aspects, Verbal Aspects and Gentle Actions, Da'i and Mad'u Relationship Aspects, Caring Aspects, Equality Aspects, Secret Aspects, Aspects of Appreciation, Aspects of Being Open to the Truth, and Aspects of Avoiding Disputes. However, there are several aspects that are contrary to what Fuadh Naim applies, namely the secret aspect.

Keyword : Da'wah Ethics, Islam, Fuadh Naim, Youtube Content

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	i
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Kajian Pustaka	5
F. Kerangka Teori	7
G. Metode Penelitian.....	20
H. Sistematika Pembahasan.....	23
BAB II : GAMBARAN UMUM.....	24
A. Profil Fuadh Naim	24
B. Profil Alphiandi.....	27
C. Sinopsis Video Ustad Kpopers! Kpopers Hijrah? Ngobrol Baeng Fuadh Naim Part.1.....	29
D. Sinopsis Video Apakah Halu-In Idol K-Pop Haram Dalam Islam?!QnA With @FuadhNaimOfficial.....	30
BAB III : HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
A. ULASAN ETIKA DAKWAH KOREAN WAVE FUADH NAIM DALAM KONTEN YOUTUBE MILIK ALPHIANDI.....	31

1. Etika Dakwah <i>Korean Wave</i> Fuadh Naim dengan Makna Denotatif dan Konotatif pada Video Ustad Kpopers! Kpopers Hijrah? Ngobrol Bareng Fuadh Naim (Part.1).....	32
2. Etika Dakwah <i>Korean Wave</i> Fuadh Naim dengan Denotatif dan Konotatif pada Video Apakah Halu-in Idol Kpop Haram Dalam Islam?! QnA With @FuadhNaimOfficial.....	60
B. Pembahasan Etika Dakwah <i>Korean Wave</i> Fuadh Naim milik Alphiandi.....	84
BAB IV : PENUTUP	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	94



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Peta Tanda Roland Barthes	22
Gambar 2 : Fuadh Naim	24
Gambar 3 : Alphiandi.....	27
Gambar 4 : Thumbnail Ustad Kpopers! Kpopers Hijrah? Ngobrol Baeng Fuadh Naim Part.1.....	29
Gambar 5 : Thumbnail Apakah Halu-In Idol K-Pop Haram Dalam Islam?! QnA With @FuadhNaimOfficial.....	30
Gambar 6 :Scene ke-00.31-00.35 Video Bagian Satu.....	32
Gambar 7 :Aspek Empati Scene Video ke-00.31 Bagian Satu.....	33
Gambar 8 : Aspek Perhatian Scene ke-00.35 Video Bagian Satu.....	34
Gambar 9 : Scene ke-00.35-00.41 Video Bagian Satu.....	35
Gambar 10 : Scene ke-01.18 Video Bagian Satu	37
Gambar 11 : Scene ke-04.07 Video Bagian Satu	44
Gambar 12 : Scene ke-09.37 Video Bagian Satu	46
Gambar 13 : Scene ke-04:56 Video Bagian Dua	60
Gambar 13 : Scene ke-10.51 Video Bagian Dua.....	67
Gambar 14 :Aspek Terbuka akan Kebenaran Scene ke-10.51-11.20 Video Bagian Dua	68
Gambar 15 : Scene ke-14.11-14.14 Video Bagian Dua	69
Gambar 16 : Aspek Prinsipil Scene ke-14.11-14.14 Video Bagian Dua	70
Gambar 17 : Scene ke-15.27 Video Bagian Dua.....	70
Gambar 18 : Aspek Menghindari Perselisihan Scene ke-15.27 Video Bagian Dua	72
Gambar 19 : Scene ke-22.23 Video Bagian Dua.....	76
Gambar 20 : Aspek Empati Scene ke-22.23-23.22 Video Bagian Dua	77
Gambar 21 : Scene ke-26.22 Video Bagian Dua.....	78
Gambar 22 : Scene ke-26.23 Video Bagian Dua.....	78
Gambar 24 : Aspek Terbuka akan Kebenaran Scene ke-26.30 Video Bagian Dua	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Tabel Aspek Empati pada Scene ke-00.31	34
Tabel 2 : Tabel Aspek Perhatian pada Scene ke-00.35.....	34
Tabel 3 : Tabel Aspek Empati pada Scene ke-00.39	36
Tabel 4 : Tabel Aspek Hubungan Da'i dan Mad'u pada Scene ke-00.44.....	37
Tabel 5 : Tabel Aspek Empati pada Scene ke-01.18.....	38
Tabel 6 : Tabel Aspek Prinsipil pada Scene ke-01.51-02.21.....	40
Tabel 7 : Tabel Aspek Empati pada Scene ke-01.51-02.21.....	41
Tabel 8 : Tabel Aspek Prinsipil pada Scene ke-03.01-03.53.....	42
Tabel 9 : Tabel Aspek Empati pada Scene ke-03.01-03.53.....	43
Tabel 10 : Tabel Aspek Terbuka akan Kebenaran pada Scene ke-09.13-09.37	47
Tabel 11 : Tabel Aspek Empati pada Scene ke-11.25-12.10.....	49
Tabel 12 : Tabel Aspek Terbuka akan Kebenaran pada Scene ke-12.39-13.40	51
Tabel 13 : Tabel Aspek Hubungan Da'i dengan Mad'u pada Scene ke-12.39- 13.40.....	52
Tabel 14 : Tabel Aspek Empati pada Scene ke-13.42-15.31.....	54
Tabel 15 : Aspek Terbuka akan Kebenaran pada Scene ke-13.42-15.31.....	54
Tabel 16 : Tabel Aspek Empati pada Scene ke-16.05-17.14.....	56
Tabel 17 : Tabel Aspek Hubungan Da'i dengan Mad'u pada Scene ke-16.05- 17.14.....	57
Tabel 18 : Tabel Aspek Lisan dan Tindakan yang Lemah Lembut pada Scene ke-17.37-18.00	59
Tabel 19 : Tabel Aspek Kesetaraan pada Scene ke-06.54-07.02.....	63
Tabel 20 : Tabel Aspek Terbuka akan Kebenaram pada Scene ke-06.54-07.02	64
Tabel 21 : Tabel Aspek Prinsipil pada Scene ke-10.13-10.56.....	66
Tabel 22 : Tabel Aspek Terbuka akan Kebenaran pada Scene ke-10.51-11.20	68
Tabel 23 : Tabel Aspek Prinsipil pada Scene ke-14.11-14.14.....	70
Tabel 25 : Tabel Aspek Menghindari Perselisihan pada Scene ke-15.27	72
Tabel 26 :Tabel Aspek Prinsipil pada Scene ke-15.27-16.23.....	73

Tabel 27 : Tabel Aspek Penghargaan pada Scene ke-17:58-20.29	74
Tabel 28 : Tabel Aspek Empati pada Scene ke-22.23-23.22.....	77
Tabel 29 : Tabel Aspek Terbuka akan Kebenaran pada Scene ke-26.22-27.08	79
Tabel 30 : Tabel Aspek Empati pada Scene ke-28.24-30.46.....	81
Tabel 31 : Tabel Aspek Empati pada Scene ke-32.44-33.11.....	82
Tabel 32 : Tabel Aspek Empati pada Scene ke-35.21-35.37.....	84



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah semestinya disesuaikan dengan latar belakang masyarakat. Sebagaimana bibit bobot pesan dakwah yang ingin disampaikan, tidak akan sampai jika para da'i tidak menyesuaikan atau membaaur dengan latar belakang maupun kondisi masyarakat. Dakwah bukan sekedar menyampaikan ajaran-ajaran agama Islam namun juga seorang komunikator yang perlu melakukan observasi terhadap sasaran dakwahnya. Maka dari itu, perlunya inovasi yang dilakukan oleh para da'i dalam mempertahankan eksistensi dakwah di kalangan masyarakat.

Era teknologi komunikasi yang terus berkembang, metode dakwah pun juga perlu turut serta mengikuti dengan melalui media digital. Salah satunya dengan memanfaatkan *platfrom* Youtube sebagai media dakwah. Youtube merupakan media sosial dengan pengguna terbanyak kedua di dunia, mengalahkan aplikasi WhatsApp, Instagram, dan Tiktok. Menurut Databoks tercatat terdapat 2,51 miliar pengguna aktif pada Oktober 2022². Hal ini menunjukkan bahwa Youtube menjadi media sosial berbasis video yang digemari masyarakat baik dalam mengakses informasi ataupun memberikan informasi.

Dakwah tidak hanya dilakukan secara konvensional layaknya kajian di masjid atau forum pengajian, melainkan dapat dilakukan dengan membuat video dakwah yang kemudian dibagikan kepada masyarakat yang tidak memiliki waktu

²Cindy Mutia, "Media Sosial Dengan Jumlah Pengguna Aktif Terbanyak Global (Oktober 2022)", <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/23/ini-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-pada-oktober-2022#:~:text=>, diakses pada tanggal 2 April 2023

senggang untuk menghadiri kajian di forum pengajian³. Pemanfaatan Youtube sebagai media dakwah telah dilakukan oleh beberapa ustad kondang seperti Aa Gym, Adi Hidayat, Hanan Attaki, dan Abdul Somad⁴. Fuadh Naim turut hadir berpartisipasi dalam memberikan informasi dan pesan mengenai ajara-ajaran agama Islam kepada masyarakat khususnya pemuda-pemudi penggemar *Korean Wave* atau *Hallyu*.

Fuadh Naim merupakan seorang *influencer* dakwah yang memiliki keunikan sendiri dalam berdakwah terutama dalam topik bahasan yang beliau sampaikan. *Korean Wave* menjadi topik utama yang selalu beliau bahas disetiap tayangan video melalui akun youtube officalnya yakni @FuadhNaim Official dengan 101k jumlah *subscribers*⁵. Selain topik pembahasan yang unik, Fuadh Naim menerapkan etika berdakwah yang berbeda dari para da'i lainnya hingga mampu menarik perhatian masyarakat khususnya di kalangan anak muda K-Popers⁶. Hal ini dibuktikan dengan video setiap unggahannya menuai respon positif dari para netizen dengan total sebanyak 335 video.

Dalam berdakwah tentu etika merupakan hal yang terpenting sebelum menyampaikan pesan dakwah ke masyarakat. Hubungan etika dakwah dengan masyarakat memiliki sebuah arti yakni menegaskan bahwa keberadaan dakwah menjadi aktivitas yang memperhatikan aspek-aspek yang tumbuh dan berkembang

³ Hamdan Mahmuddin, "Youtube Sebagai Media Dakwah," *Journal of Social Religion Research* 6, no. 1 (2021): 2527–3752.

⁴ Clara Aprilia, "Dakwah Lewat Youtube, 4 Ustad Kondang Ini Dapat Penghasilan Sebesar...," <https://wartaekonomi.co.id/read257504/dakwah-lewat-youtube-4-ustad-kondang-ini-dapat-penghasilan-sebesar.html>, diakses pada tanggal 7 April 2023

⁵ Socialblade, "FuadhNaim@Official," n.d., <https://socialblade.com/youtube/c/fuadhnaimofficial>. Diakses pada tanggal 28 Agustus 2023

⁶ Alifya Aisya, *Analisis Isi Komunikasi Dakwah Pada Akun Instagram Xkwavers*, Skripsi (Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi, UII), hlm 11.

di masyarakat. Etika komunikasi dakwah memberikan sebuah tuntunan agar dakwah mampu memenuhi kebutuhan dasar manusia yang sesuai dengan fitrah mereka.

Perencanaan penelitian ini yakni pada aspek etika dakwah yang diterapkan pada objek penelitiannya. Menganalisa apakah objek penelitian tersebut telah menerapkan etika dalam berdakwah yang sesuai dengan perspektif teori *ta'lif* yakni sebuah teori yang berfokus pada etika dan estetika dalam melakukan proses dakwah yang dipoulerkan oleh Dindin Sholahudin. Didalamnya terdapat beberapa Aspek Prinsipil, Aspek Empati, Aspek Lisan dan Tindakan yang Lemah Lembut, Aspek Hubungan Da'i dan Mad'u, Aspek Pehatian, Aspek Kesetaraan, Aspek Rahasia, Aspek Penghargaan, Aspek Terbuka akan Kebenaran, dan Aspek Menghindari Perselisihan. Namun demikian, ada beberapa yang luput dari fokus penelitian adalah etika dakwah yang dilakukan Fuadh Naim yang diterapkan dalam video kolaborasi dakwah di channel Youtube Alphiandi dengan perspektif analisa semiotika Roland Barthes.

Fokus pada penelitian ini adalah mengenai etika dakwah yang diterapkan oleh Fuadh Naim pada tayangan video konten milik Alphiandi yang diunggah pada 3 dan 8 November 2022 yang terdiri dari dua episode. Video ini menjadi sebuah fokus penelitian dikarenakan gaya dakwah dari Fuadh Naim mampu menarik perhatian publik khususnya anak muda dan mudi Indonesia yang memiliki ketertarikan akan budaya Negara Gingseng atau K-Pop. Peneliti akan menganalisa etika dakwah Fuadh Naim melalui perspektif semiotika Roland Barthes. Semiotika merupakan ilmu yang menganggap bahwa bahasa, mimik wajah, gerak tubuh, dan

peristiwa adalah sebuah kumpulan tanda-tanda. Dalam semiotika model Barthers, bahasa merupakan sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari masyarakat tertentu dalam waktu tertentu; ekspresi mampu berkembang dan membentuk tanda baru sehingga terdapat lebih dari satu dengan isi yang sama⁷.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis memiliki fokus masalah yakni : Bagaimana Etika Komunikasi Dakwah *Korean Wave* yang diterapkan oleh Fuadh Naim Melalui Tayangan Youtube Milik Alphiandi?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui etika komunikasi dakwah *Korean Wave* yang diterapkan oleh Fuadh Naim Melalui Tayangan Youtube Milik Alphiandi.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian memiliki manfaat secara teoritis yakni memberikan wawasan terhadap kajian keilmuan dalam bidang Komunikasi Penyiaran Islam terkait etika komunikasi dakwah melalui youtube.

2. Manfaat Akademis

Penelitian dapat memberikan manfaat akademis bagi para akademisi yakni menjadikan penelitian ini sebagai penguatan pada penelitian dibidang etika

⁷ Panji Wibisono and Yunita Sari, "Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Film Bintang Ketjil Karya Wim Umboh Dan Misbach Yusa Bira," *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi* 1, no. 1 (2021): 30–43.

komunikasi dakwah di youtube dari penelitian sebelumnya. Selain itu, penelitian ini menjadi rujukan dan referensi khususnya mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam sehingga mampu dikembangkan.

E. Kajian Pustaka

Terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan tema penelitian yang membahas mengenai etika komunikasi dakwah. Dalam penelitian ini meninjau beberapa penelitian yang serupa sebagai bahan pertimbangan, perbandingan dan sebagai sarana dalam melakukan penelitian. Adapun beberapa tinjauan terdahulu sebagai berikut.

Pertama, skripsi dengan judul Etika Komunikasi Islam dalam Dakwah Fuadh Naim pada tayangan Youtube “K-Pop dan Konspirasi,”. Penelitian ini ditulis oleh Anggita Anggraini dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam 2022. Penelitian ini memiliki beberapa kesamaan yakni pada fokus penelitiannya menganalisis sebuah video Fuadh Naim dan menjabarkan apakah etika komunikasi dakwah yang diterapkan sesuai dengan pedoman yakni Al-Qur’an. Pada skripsi tersebut, peneliti menyebutkan tren *Korean Wave* menjadi sebuah dampak yang serius terlebih kepada pemuda-pemudi Indonesia. Perubahan perilaku akan budaya mampu dengan mudahnya masuk sebuah doktrin yang berbahaya bagi remaja. Menurutnya Fuadh Naim mampu memberikan pengajaran agama Islam dengan baik dengan memenuhi etika komunikasi dakwah dalam Islam sehingga dakwah mampu tersampaikan dengan baik. Persamaan dari kedua penelitian ini adalah menganalisa etika dakwah yang diterapkan Fuadh Naim sedangkan erbedaan dari penelitian ini terletak pada teknik

analisis data. Penelitian ini menggunakan analisis isi atau *content analysis* yang dimana analisa meliputi isi teks dan digunakan untuk mendeskripsikan analisis yang khusus.

Kedua, skripsi dengan judul Etika Komunikasi Dakwah Dalam Serial Nussa di Channel Youtube Nussa Official. Penelitian ini ditulis oleh Rika Ariani dari Universitas Islam Negeri Antasari Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi 2019. Serial Nussa tidak sekedar tontonan namun juga sebuah tuntunan sehingga ajaran agama Islam mampu tersampaikan dengan baik yang tentunya penerapan etika komunikasi dakwah sesuai dengan prinsip komunikasi Islam. Pada serial Nussa, penerapan etika dakwah lebih condong pada *qawlan ma'rufa*. Kesamaan antar penelitian ini adalah menganalisa etika komunikasi dakwah apakah sudah sesuai dengan *qawlan sadida, qawlan baligha, qawlan layyina, qawlan maisura, qawlan karima, dan qawlan ma'rufa*. Dengan perbedaan penelitian yakni subjek dan objek penelitian baik dan teknik analisi data.

Ketiga, jurnal yang berjudul Etika Komunikasi Dakwah: Studi terhadap video kajian Ustadz Abdul Somad tentang K-Pop dan Salib. Jurnal ini ditulis oleh Amrina Rosyada dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga 2020. Fokus penelitian ini adalah menganalisa etika komunikasi dakwah yang diterapkan Ustadz Abdul Somad pada video ceramah beliau yang berjudul “Hukum Melihat Salib” dan “Hukum Menonton Film Korea” yang menuai respon negatif dari netizen dari berbagai kalangan. Hasilnya, penerapan etika komunikasi pada video tersebut sesuai dengan prinsip etika komunikasi dalam Al-Qur'an. Dengan catatan, ceramah

tersebut dilakukan dengan sasaran pada kelompok tertentu. Sosial media bersifat general sehingga pesan dakwah tidak sesuai dengan kode etik dakwah serta dinilai tidak efektif. Kesamaan pada penelitian ini sama-sama menganalisis etika komunikasi dakwah yang diterapkan oleh pendakwah pada video pada objek penelitian dengan perbedaan penelitian yakni subjek dan objek penelitian serta analisis data.

Keempat, adalah jurnal yang berjudul Etika Komunikasi Dakwah menurut Al-Qur'an yang ditulis oleh Anita Ariani dari IAIN Antasari Fakultas Dakwah. Dakwah disampaikan oleh pendakwah maka hal ini etika menjadi sebuah faktor utama agar dakwah tersampaikan dengan baik kepada mad'u. Dalam penyampaian dakwah, pendakwah harus menyesuaikan dengan latar belakang dan kondisi mad'u. Etika menjadi sebuah kepentingan dalam proses dakwah. Seorang pendakwah terlebih dahulu memiliki etika dan komunikasi yang baik. Kesamaan pada penelitian ini adalah membahas etika komunikasi dakwah dengan perbedaan pada subjek dan objek penelitian.

F. Kerangka Teori

1. Etika

a. Definisi Etika

Etika berasal dari kata Yunani yakni "ethos" yang secara harfiah berarti "adat kebiasaan", "watak", atau "kelakuan manusia"⁸. Etika memiliki sebuah tiga arti. Arti pertama sebagai sistem nilai yang berarti nilai-nilai

⁸ J.Sudarminta. *Etika Umum* (Yogyakarta : Kanisius, 2013), hlm .3.

dan norma-norma moral yang menjadi pegangan hidup baik-buruknya perilaku baik secara personal maupun sosial dalam suatu masyarakat. Arti yang kedua adalah kode etik, sekumpulan norma yang perlu ditaati oleh pemegang profesi. Arti ketiga adalah sebuah ilmu yang melakukan refleksi kritis dan sistematis tentang moralitas. Etika memiliki keterkaitan erat dengan moral bahkan memiliki arti yang sama, etika kerap dipakai dalam penyebutan ilmu dan prinsip-prinsip dasar penilaian akan baik-buruk seseorang sebagai manusia. Sedangkan moral untuk menyebutkan aturan dan norma secara konkret terhadap baik-buruknya manusia.

Dalam kehidupan manusia menjunjung manusia moralitas. Tentu hal ini berkaitan erat dengan agama. Norma agama merupakan aturan yang bermacam-macam dan hukum yang berlaku pada suatu lingkungan agama tertentu. Setiap pemeluk agama memiliki norma-norma yang mengikat dan wajib untuk dilakukan dan dipatuhi. Seperti halnya dengan rukun iman, rukun Islam, pokok-pokok ajaran, peribadatan dan pengaturan hidup pada komunitas agama. Norma agama tidak hanya berlaku terhadap pemeluknya dengan contoh Allah menyeru untuk saling menghormati seperti hormat terhadap keluarga, teman, dan masyarakat baik sesama Islam maupun non Islam.

b. Definisi Dakwah

Dakwah secara semantik berarti memanggil, mempersilahkan, memohon, propaganda dan menyebarkan, baik ke arah baik maupun

ke arah yang buruk⁹. Dakwah merupakan sebuah aktivitas dengan tujuan untuk mengajak orang lain kepada ajaran Islam yang dilakukan secara damai dan lembut. Dakwah meliputi dakwah verbal (*da'wah bil-lisan*) dan dakwah nonverbal (*bil-hal*). Dakwah Islam meliputi seruan untuk melakukan tindakan yang baik bagi keselamatan dunia dan akhirat.

Berdasarkan ayat An-Nahl ayat 125 menyeru untuk kepada jalan Allah dengan hikmah. Hal ini menjadi landasan dakwah bagi para da'i untuk berdakwah secara bijaksana (*al-hikmah*), yakni perkataan yang tegas dan benar dan mampu membedakan hak dan batil. *Al-hikmah* merupakan kemampuan seorang da'i dalam memilih dan mencari jalan yang selaras dalam pemilihan teknik dakwah dengan didasari dengan kondisi mad'u. Sehingga dalam menjelaskan sebuah ajaran Islam serta realitas dengan didukung argumentasi yang kuat dalam bahasa yang komunikatif. Berdakwah haruslah dengan bijak dengan memperhatikan keadaan mad'u dan lingkungannya sehingga pesan dakwah yang ingin disampaikan tercapai.

c. Etika Komunikasi Dakwah

Komunikasi merupakan fitrah manusia sebagai makhluk sosial. Diberikan kemampuan berbicara oleh Allah SWT diharapkan mampu menyebarkan kebaikan dan mendapat pengajaran dari terjalannya komunikasi. Namun realitanya, tidak sedikit perselisihan, percekocokan,

⁹Bambang S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2010), hlm. 33

pertengkaran, dan permusuhan yang terjadi akibat dari bentuk komunikasi yang kurang baik bahkan terjadi antar umat muslim sendiri.

Agama Islam mengatur segala aspek kehidupan manusia. Salah satunya hubungan dengan manusia sebagai makhluk sosial. Dalam membangun hubungan baik dengan manusia tentu adanya sebuah komunikasi yang dikembangkan etika dan moral didalamnya. Dalam perspektif Islam, komunikasi yang baik adalah komunikasi yang berakhlak *al-karimah* artinya komunikasi yang bersumber Al-Qur'an dan Hadist. Komunikasi yang berakhlak *al-karimah* tentu menggunakan prinsip-prinsip komunikasi Islam. Pada prinsipnya, Islam menekankan komunikasi terdapat unsur pesan yang mengandung ajaran Islam meliputi akidah (*iman*), syariah (*Islam*), dan akhlak (*ihsan*) yang disampaikan dengan gaya bicara dan penggunaan bahasa yang baik¹⁰.

Mengenai gaya bicara dan penggunaan bahasa yang baik, Islam memberikan perhatian lebih terhadapnya. Islam memiliki pandangan dan konsep dari komunikasi yang baik. Etika komunikasi Islam adalah ilmu yang membahas tata cara berkomunikasi yang sesuai dengan nilai moral dalam menilai benar atau salah perilaku seseorang disampaikan dengan mengandung unsur Islami mengarahkan manusia kepada kemaslahatan dunia dan akhir dalam bentuk hubungan manusia dengan Tuhan (*iman*), sesama manusia dan alam semesta. Didalam etika

¹⁰ Herman Jamaluddin, Aguswandi, and Syahrul, "Komunikasi Profetik Islam (Nilai Dan Etika Komunikasi Perspektif Islam)," *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam* 1, no. 2 (2020): 39–43.

terdapat sebuah prinsip dari gaya bicara komunikasi Islam¹¹ yakni : *qaulan sadidan* (perkataan benar, lurus, jujur), *qaulan balighan* (perkataan yang membekas pada jiwa, komunikatif, mudah dimengerti), *qaulan masyural* (perkataan yang ringan), *qaulan layyina* (perkataan yang lemah lembut), *qaulan karima* (perkataan yang mulia), dan *qaulan ma'rufa* (perkataan yang baik).

Etika komunikasi dakwah merupakan tata krama, adab, dan kesopanan dalam berdakwah baik secara penampilan, tutur kata, maupun tindakan. Hal ini mampu disebutkan juga sebagai manifestasi dari *ethos* yakni ilmu yang mempelajari secara mendalam tentang aspek perbuatan dakwah dalam hal motivasi, keputusan dan tindakan dakwah, keharusan, pertanggung jawaban moral sehingga mampu melahirkan suatu pengetahuan yang bermanfaat bagi pengembangan kualitas dakwah.

Etika dakwah merupakan unsur penting dalam berdakwah. Pendakwah tidak sekedar bertugas dalam menyampaikan ajaran agama melainkan adanya riset dan observasi akan mad'u sehingga pesan yang disampaikan mampu tersampaikan dengan baik. Pendakwah bisa menjadi seorang yang bijak bila mampu melihat kondisi dan situasi setiap sarannya. Rasulullah SAW memberikan banyak contoh dan pengajaran melalui khotbah-khotbahnya. Secara empirik, dalam dakwah Rasulullah SAW adanya perilaku yang sangat santun, sejuk,

¹¹ Muslimah, "Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam," *Sosial Budaya* 13, no. 2 (2016): 115–25.

muhtadol hal wa muhtadol maqam (sangat mempertimbangkan situasi dan kondisi), arif dan bijaksana, bertahap dalam berdakwah, metodologis, penuh sabar, istiqomah, tidak putus asa atau menyerah dalam berdakwah¹².

2. Ta'lif: Teori Etika dan Estetika Dakwah

Dakwah merupakan sebuah aktivitas yang tidak mampu sembarangan seseorang melakukannya dengan asal-asalan. Tujuan dakwah mampu tidak tercapai dan bahkan sulit untuk dilakukan. Teori *ta'lif* hadir dan diperkenalkan pertama kali didalam bukunya *al-Da'wah : Qawa'id wa Ushul*. Buku tersebut berisikan tentang kaidah dan pokok-pokok dakwah yang perlu dipatuhi para da'i dalam berdakwah. Teori ini dipopulerkan oleh Dindin Sholahudin. Menurut Sholahudin, postulat-postulat yang diuraikan relevan dan bisa dijadikan sebagai pedoman teoritis dalam pelaksanaan dakwah¹³. Yakni terdapat Aspek Prinsipil, Aspek Empati, aspek lisan dan tindakan yang lemah lembut, aspek hubungan da'i dengan mad'u, Aspek Perhatian, aspek kesetaraan, Aspek Rahasia, Aspek Penghargaan, Aspek Terbuka akan Kebenaran, dan Aspek Menghindari Perselisihan. Keterangan lebih terinci tentang kesepuluh postulat dapat disimak pada penjelasan berikut:

- a. Postulat Pertama : Aspek Prinsipil

¹²Syamsudin RS, "Strategi Dan Etika Dakwah Rasulullah Saw,," *Jurnal Ilmu Dakwah* 4, no. 14 (2009): 793–808.

¹³Hajiri Tajrir, *Etika dan Estetika Dakwah*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2015), hlm. 151-158.

“Sasaran dakwah merasa bahwa Anda sedang menyerunya ke arah hal yang bersifat prinsipil, bukan ke arah keuntungan pribadi yang bersifat pragmatis”.

Dakwah semestisnya bertujuan untuk menyentuh hati dan jantung kepentingan manusia. Dakwah yang baik mengarah pada hal-hal pokok yang bersifat prinsipil dan strategis. Dakwah bukan dilakukan untuk memenuhi kepentingan dari seorang pendakwah. Secara ikhlas Da'i melakukan penyeruan ajaran agama dan terbebas dari sifat-sifat material dan pragmatis.

b. Postulat Kedua : Aspek Empati

“Mad'u merasa bahwa Anda memiliki empati dan sangat menginginkan kebaikan baginya”.

Seorang pendakwah mampu menunjukkan rasa altruisme dihadapan para sasaran dakwahnya. Kesan pertama yakni aura positif seorang pendakwah merupakan hal yang penting bagi para mad'u. Empati merupakan kemampuan seseorang 'menjadi' orang lain dalam mewujudkan kebaikan. Kebaikan umat merupakan impian tiap para da'i. Mengharapkan pengetahuan mengenai agama Islam yang kuat dan menjadi pribadi yang taat terhadap ajaran Allah. Empati da'i yang tinggi menjadikan langkah-langkah dakwah efektif untuk dilakukan .

c. Postulat Ketiga : Aspek Lisan dan Tindakan yang Lemah Lembut

“Tidak memperlakukan mad'u secara kasar meski sekedar dengan satu kasar”.

Salah satu tuntutan seorang da'i adalah menantang bentuk kemungkarannya dan tindakan-tindakan kasar dalam menghadapi sasaran dakwahnya. Perlunya bersikap manusiawi dan memanusiakan para sasaran dakwah sehingga tidak berada dititik dibawah tekanan mau merasa terhina. Kekerasan dalam bentuk lisan maupun tindakan mampu menjauhkan seseorang dari agama dikarenakan adanya rasa tersinggung dan antipati.

d. Postulat Keempat : Aspek Hubungan Da'i dan Mad'u

“Anda memosisikan diri sedekat mungkin dengan *mad'u*, bersikap lemah-lembut dan memahami rona wajah”.

Para da'i harus berupaya dalam mengkikis jarak antara da'i dengan mad'u-nya secara psikologis. Hendaknya komunikasi yang terjalin mengandung kemesraan. Hal ini dilakukan dengan cara membentuk aura menarik dari da'i dalam mendekatkan diri kepada mad'u. Jikalau para da'i mampu berada dititik atau fase tersebut maka semakin mudah mereka untuk memahami dan merasakan dengan baik batin dari mad'u-nya. Seperti yang dikatakan diawal sebelumnya penting kesan pertama pada diri seorang da'i dalam menarik perhatian mad'u. Postulat keempat ini merupakan postulat yang efektif dalam merebut hati dan mempengaruhi mad'u.

e. Postulat Kelima : Aspek Perhatian

“Anda menunjukkan perhatian penuh dan tidak memalingkan muka saat berkomunikasi dengannya.”

Dalam meraih kepercayaan seorang mad'u maka perlu seni berkomunikasi yang bermain. Untuk meraih kepercayaan, para da'i perlu memiliki atensi "wajah" saat berbincang. Atensi wajah merupakan sebuah bentuk simbol perhatian secara penuh dan fokus dalam memenuhi kepentingan dan kebutuhan seorang mad'u. Oleh karena itu kontak mata menjadi salah satu kunci *ta'lif* dalam membentuk komunikasi persuasif. Pada konteks relasi, sikap ini menjadi salah satu cara kesuksesan *ta'lif* dan bagian dari tata krama komunikasi persuasif yang efektif.

f. Postulat Keenam : Aspek Kesetaraan

"Anda bercakap-cakap dengannya tanpa merasa lebih tinggi darinya seraya memosisikan dia pada posisinya yang pas".

Islam mengajarkan kesetaraan antara manusia satu dengan yang lainnya. Dalam poin relasi, kesetaraan dan solidaritas dalam hubungan komunikasi kelompok maupun antarpribadi menciptakan kesejajaran atau kesetaraan sehingga mencapai tujuan dengan baik. Mengupayakan komunikasi persuasif yang efektif akan terjalan jikalau relasi mencapai titik kesetaraan. Perlu memberikan rasa hormat kepada setiap kondisi mad'u sehingga da'i akan diberikan pernghormatan yang setimpal.

g. Postulat Ketujuh : Aspek Rahasia

"Anda menasehatinya secara rahasia dan tidak membukanya menjadi konsumsi publik".

Tidak dipungkiri jika masih ada beberapa da'i yang terbesit rasa pamer dalam melakukan dakwahnya. Dorongan ini menonjol dengan da'i yang

memiliki masa mad'u yang besar. Melakukan upaya dakwah secara terbuka sehingga muncul efek malu terhadap mad'u dikarenakan merasa dipermalukan. Ada baiknya teori *ta'lif* menurut Jum'ah untuk dilakukan dilingkup kecil atau secara sembunyi dan rahasia. Sehingga sasaran dakwah merasa aman dan tidak dipermalukan. Maka dari itu perlu adanya pemilihan kata yang baik dari da'i dalam menyampaikan ajaran Islam.

h. Postulat Kedelapan : Aspek Penghargaan

“Perlunya juga memberinya suatu hadiah dan pemberian guna merebut hatinya.”

Penghargaan sebagai salah satu upaya dalam merebut hati mad'u dan menjadi penguatnya. Besar dan kecil tidak berarti namun memiliki dampak positif terhadap mad'u. Tingkah tersebut merupakan arti dari perhatian dan kepedulian da'i terhadap mad'u-nya.

i. Postulat Kesembilan : Aspek Terbuka akan Kebenaran

“Hendaknya anda menumbuhkan gairahnya dengan sesuatu yang dapat membuka hatinya bagi kebenaran”.

Bila mad'u berada dititik bahwa kesadaran untuk menerima kebenaran, da'i dapat kemudahan dalam melakukan persuasi secara mendalam. Salah satu upaya *ta'lif* adalah menggugah rasa gairah mad'u dalam merasakan getaran kebenaran. Pada tingkat ini, *mad'u* dibawa untuk melakukan refleksi dan intropeksi diri akan Allah terarahkan dengan kebenaran Islam, *risalah*, dan kebenaran Allah *al-Haqq*.

j. Postulat Kesepuluh : Aspek Menghindari Perselisihan

“Hendaknya anda menghindari perselisihan seputar fikih dengan mad’u anda sambil juga menghindari rasa pamer kemampuan.”

Perselisihan fikih memang berbeda-beda namun potensi dalam bersatu sangatlah besar. Dengan tidak perlu upaya keras dalam menyatukan paham namun mempererat tali solidaritas dan persaudaraan. Dalam konteks dakwah *ta’lif* adalah menerima perselisihan paham fikih dengan berpegang pada prinsip *agree in disagreement*.

3. *Korean Wave*

Korean Wave atau *Hallyu* merupakan sebuah budaya pop yang berasal dari Korea Selatan yang menyebar ke seluruh penjuru dunia meliputi *K-Pop*, *K-Drama*, *K-Fashion*, *K-Beauty*, dan lain-lain. Istilah *Korean Wave* pertama kali muncul saat budaya tersebut masuk ke Cina pada tahun 1990an oleh seorang jurnalis dimana budaya Korea Selatan ini berkembang pesat pada saat itu¹⁴. Korean Tourism Organization (2004) mendefinisikan *Hallyu* merupakan fenomena budaya terkini di Korea Selatan yang mulai merambah ke Cina, Jepang, Taiwan, Vietnam, Singapura, Thailand, Indonesia dan beberapa negara lain di Asia Tenggara dan mulai merambat ke belahan Negara Eropa dan Amerika.

Drama *Winter Sonata* menjadi drama Korea yang mampu banyak meraih perhatian penonton di Indonesia pada Juli 2022 dengan memperoleh rating 11 sejak awal ditayangkan¹⁵. Dengan pencapaian rating yang besar hal ini memberikan akses

¹⁴ Bonowati Azelia Putri Yuliawan and Ganjar Eka Subakti, “Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop Dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam,” *Jurnal Penelitian Keislaman* 18, no. 01 (2022): 35–48.

¹⁵Idola Perdini Putri, Farah Dhiba Putri Liany, and Reni Nuraeni, “K-Drama Dan Penyebaran Korean Wave Di Indonesia,” *ProTVF* 3, no. 1 (2019): 68.

kemudahan untuk penayangan drama Korea lainnya seperti *Boys Before Flowe*, *Endless Love* dan lainnya. Penikmat dari budaya Negeri Ginseng tersebut muncul dari berbagai kalangan mulai dari remaja, dewasa hingga lanjut usia.

Indonesia dikenal menjadi penikmat K-Pop terbanyak nomor satu di dunia dan mengalahkan negara asal Korean Wave, Korea Selatan. Pada tahun 2019, Twitter mengumumkan daftar negara palik banyak men-tweet terkait artis K-Pop sepanjang tahun dan Indonesia menjadi 3 peringkat setelah Thailand dan Korea Selatan. Sedangkan untuk tayangan K-Pop di Youtube, Indonesia menduduki posisi kedua.¹⁶ Indonesia dikenal sebagai negara yang loyal dalam dunia K-Pop sehingga terdapat potensi dalam perekonomian Korea Selatan. Di tahun 2023, tercatat ada lima artis K-Pop yang hadir untuk mengadakan konser seperti Itzy, Black Pink, Mamamoo, The Rose, Treasure, dan EXO-SC¹⁷.

Melebarnya globalisasi K-Pop di Indonesia mempengaruhi pada gaya kehidupan remaja di Indonesia. Mulai dari gaya bicara, gaya berpakaian dan dunia kuliner¹⁸. Tren K-Pop selalu menjadi sorotan terlebih pada tren busananya. Berikut penjelasan lebih rinci mengenai tren K-Pop pada gaya kehidupan

¹⁶ Mar'a Kamila Ardnai Sarajwati, "Fenomena Korean Wave di Indonesia", <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>, diakses pada 13 Maret 2023

¹⁷ Kezia Kevina Harmoko, 6 Konser Artis K-Pop di 2023, Ada Blackpink sampai Itzy", <https://www.mainmain.id/r/21015/6-konser-artis-k-pop-di-2023-ada-blackpink-sampai-itzy>, diakses pada 13 Maret 2023

¹⁸ Nur Magfirah Syahmar et al., "BUDAYA K-POP DAN KEHIDUPAN SOSIAL REMAJA (STUDI KOMUNITAS K-POP MAKASSAR: NCT-Zen MAKASSAR)," *Agustus* 3, no. 1 (2022): 52–59.

a. Gaya pakaian

Gaya pakaian ala Korea beragam bentuk gaya. Namun gaya pakaian yang menjadi sorotan adalah gaya kasual dan ala idola K-Pop yang mudah ditiru dan tidak sulit untuk mencari item yang sepadan atau sama¹⁹. Gaya ini lebih cenderung digunakan pada saat seorang idola berada di bandara yakni cenderung mengenakan pakaian kasual seperti mengenakan celana jeans, kaos, serta *outer* dengan ditambah aksesoris seperti topi, tas, dan kacamata yang menarik²⁰. Selain pada gaya pakaian ternyata hal ini juga berpengaruh pada gaya rambut yang cenderung model jamur dan mengembang bagian dahi hingga mata. Hal ini menjadi gaya yang populer hingga sekarang²¹.

b. Gaya Bahasa

Demam K-Pop tidak sekedar berpengaruh pada dunia pakaian, bahasa menjadi sebuah sorotan dan menjadi alat komunikasi antara idola dengan penggemar. Penggunaan kata '*annyeonghaseyo*' yang berarti kata sapaan sehari yakni halo ataupun '*saranghaeyo*' yang berarti aku cinta kamu merupakan bahasa yang sering ditiru atau diucapkan²².

c. Dunia Kuliner

¹⁹ Muhammad Alvin Wicaksono, Annisa Patricia W, dan Dita Maryana, "Pengaruh Fenomena Tren Korean Wave Dalam Perkembangan Fashion Style Di Indonesia," *Jurnal Sosial-Politika* 2, no. 2 (2021): 74–85.

²⁰ Shafa Nurnafisa, "7 Inspirasi Style Korea untuk Outfir Sehari-hari, Sempel dan Nyaman," theAsianparent, n.d., <https://id.theasianparent.com/style-korea>. Diakses pada tanggal 27 Agustus 2023.

²¹ C Prahasinta, "Pengaruh budaya hallyu terhadap gaya hidup remaja di Jakarta tahun 2009-2014," *Bakaba: Jurnal Sejarah ...* 10 (2022): 43–54.

²² Prahasinta, Yu, dan ..., "Pengaruh budaya hallyu terhadap gaya hidup remaja di Jakarta tahun 2009-2014."

Selain pada gaya hidup, nyatanya dunia kuliner juga turut terkena dampak akan fenomena *Hallyu*. Makanan *tteokbokki*, *ramyeon*, *rabokki*, *jajangmyeon*, dan kimchi menjadi salah satu menu yang selalu dipilih²³. Terdapat banyak kedai di Indonesia yang menyajikan makanan tersebut dan mampu menarik masyarakat untuk mencicipinya dan merasakan nuansa Korea. Tercatat di Yogyakarta ada 19 restoran Korea yang dikunjungi oleh anak muda dalam skala kecil maupun skala besar untuk menengah ke atas²⁴.

G. Metode Penelitian

Agar penelitian mampu dipertanggung jawabkan maka perlu adanya cara atau jalan yang ditempuh untuk melakukan penelitian secara ilmiah. Mengumpulkan tanda, menganalisis dan menyimpulkan hasil dilakukan dalam metode tersebut.

Metode penelitian yang digunakan pada kajian penelitian ini adalah:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dengan tujuan penelitian ini adalah memahami sebuah fenomena sosial yang menitikberatkan pada gambaran yang lengkap mengenai fenomena dengan detail menjadi sebuah variabel-variabel yang berkaitan secara menyeluruh, luas, dan mendalam²⁵.

2. Subjek dan Objek Penelitian

²³ Ibid., hlm. 49.

²⁴ Ummul - Hasanah dan Theresia Avila Rencidiptya, "Daya Tarik Menjamurnya Restoran Korea Di Yogyakarta," *Jurnal Sosiologi Reflektif* 14, no. 2 (2020): 255, <https://doi.org/10.14421/jsr.v14i2.1762>.

²⁵ Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*, Bandung: *Rosda Karya*, 2020, hlm 6.

Subjek pada penelitian ini adalah konten youtube pada akun youtube dari Alphiandi. Video ini adalah hasil kolaborasi antara Fuadh Naim dan Alphiandi. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah etika komunikasi dakwah yang diterapkan Fuadh Naim pada video tersebut.

3. Sumber Data

Pada penelitian ini, data yang digunakan dalam dua kategori yakni data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini terdapat dua video dengan judul “Ustad Kpopers! Kpopers Hijrah? Ngobrol Bareng Fuadh Naim (Part.1)” dan “Apakah Halu-In Idol K-Pop Haram Dalam Islam?! QnA With @FuadhNaimOfficial” yang diunggah pada 3 dan 8 November 2023. Sementara data sekunder, didapatkan dari beberapa jurnal dan karya ilmiah lainnya.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Studi Pustaka

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 masalah. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data studi pustaka yang digunakan untuk pendukung penelitian dengan mencari berbagai sumber referensi yang bersumber dari jurnal yang berkaitan dengan tema penelitian²⁶.

b. Studi Dokumentasi

²⁶ Miza Nina Adlini et al., “Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka,” *Edumaspul: Jurnal Pendidikan* 6, no. 1 (2022): 974–80, <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>.

Teknik yang digunakan yakni mengumpulkan dan observasi data berupa video, *text* berbentuk tulisan, gambar, catatan harian, sejarah kehidupan, peraturan, kebijakan atau karya-karya monumental seseorang²⁷.

5. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpulkan, maka peneliti akan melakukan analisis data dengan menggunakan analisis semiotika. Analisis semiotika digunakan untuk menganalisis sebuah tanda dan makna yang saling terhubung. Analisis yang digunakan oleh Roland Barthes adalah analisis yang digunakan untuk memaknai suatu tanda yang mana bahasa juga merupakan susunan atas tanda-tanda yang memiliki pesan tertentu dari masyarakat. Pada model semiotika Roland Barthes membahas pemaknaan pada tanda dengan menggunakan dua tahap signifikasi yaitu mencari makna denotasi dan konotasi yakni makna sesungguhnya dan makna kiasan.

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (Petanda)
3. Denotative Sign (Tanda Denotatif)	
4. Connotative Signifier (Penanda Konotatif)	5. Connotative Signified (Petanda Konotatif)
6. Connotative Sign (Tanda Konotatif)	

Gambar 1 : Peta Tanda Roland Barthes²⁸

Pada peta tanda Roland Barthes, terlihat denotatif (3) terdiri dari atas penanda (1) dan petanda(2). Dengan bersamaan, tanda denotasi juga merupakan

²⁷ Natalina Nilamsari, "Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif," *Wacana* 13, no. 2 (2014): 177–81.

²⁸ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), hlm, 69.

penanda konotasi(4). Konsep Roland Barthes memberikan sorot utama dalam pembentukan sebuah arti makna. Dengan memulai narasi akan tanda yang dipersepsikan dengan denotatif dan konsep konotatif. Denotasi merupakan sebuah makna yang pasti dan sebenar-sebenarnya dengan realita yang dibentuknya. Tataran konsep konotasi merupakan sebuah hal yang tidak mampu dilihat secara fisik namun mengarahkan pada arti yang dimaksud pada sebuah tanda. Dalam konsep Barthes konotasi identik dengan operasi ideologi atau biasa disebut mitos yang berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu.

H. Sistematika Pembahasan

BAB I : Berisi tentang penjelasan mengenai GAMBARAN UMUM masalah yang hendak diteliti dalam latar belakang untuk memperkuat pentingnya penelitian yang dilakukan. Dilanjutkan dengan uraian rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : Berisi penjelasan deskripsi terkait Fuadh Naim mengenai profil umum, visi misi, dan program yang ada pada akun Youtube Fuadh Naim.

BAB III : Berisi mengenai hasil penelitian yang dianalisis yakni mengenai etika komunikasi dakwah yang diterapkan pada segmen konten “Ustad Kpopers! Kpopers Hijrah? Ngobrol Bareng Fuadh Naim (Part.1)” dan “Apakah Halu-In Idol K-Pop Haram Dalam Islam?! QnA With @FuadhNaimOfficial”.

Bab IV : Berisi penutup yang meliputi kesimpulan dari hasil peneltiaan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa setelah melakukan analisis data menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, dapat disimpulkan bahwa etika dakwah *Korean Wave* Fuadh Naim Dalam Konten Youtube Miliki Alphiadi menerapkan dan sesuai pada teori *ta'lif* yang dipopulerkan oleh Dindin Sholahudin. Aspek yang diterapkan Fuadh Naim pada dakwahnya meliputi Aspek Prinsipil, Aspek Empati, aspek lisan dan tindakan yang lemah lembut, aspek hubungan da'i dengan mad'i, Aspek Perhatian, Aspek Kesetaraan, Aspek Penghargaan, Aspek Terbuka akan Kebenaran, dan Aspek Menghindari Perselisihan. Meskipun demikian, ada beberapa aspek yang bertolak belakang dengan apa yang diterapkan oleh Fuadh Naim, seperti pada Aspek Rahasia. Aspek Rahasia menekankan untuk menasehati seseorang tanpa dibuka secara publik dan dilakukan dengan sembunyi-sembunyi dan tidak memermalukannya.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian, terdapat beberapa saran yang ingin disampaikan yaitu:

1. Para Da'i

Penerapan teori *ta'lif* terhadap proses dakwah mampu menjadi sebuah rujukan dalam melakukan penyebaran agama, sehingga terciptanya komunikasi yang efektif antara da'i dengan mad'u.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini mampu menjadi bahan rujukan dalam melanjutkan penelitian dengan tema yang sama. Mengingat penggunaan teori *ta'lif* jarang ditemukan dikalangan tema penelitian dakwah.



DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, Miza Nina, Anisya Hanifa Dinda, Sarah Yulinda, Octavia Chotimah, dan Sauda Julia Merliyana. "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka." *Edumaspul: Jurnal Pendidikan* 6, no. 1 (2022): 974–80. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>.
- "Analisis Isi Komunikasi Dakwah Pada Akun Instagram Xkwavers Dosen Pengampu: Dr. Subhan Afifi, M. Si.," 2021.
- Annur, Cindy Mutia. "Media Sosial Dengan Jumlah Pengguna Aktif Terbanyak Global (Oktober 2022)." Databoks, 2022.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/23/ini-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-pada-oktober-2022#:~:text=Menurut laporan We Are Social,dengan pengguna terbanyak di dunia>.
- Arsyad, Junaidi. "Metode Perumpaan Dalam Praktik Mengajar Rasulullah." *Pendidikan Islam dan Teknologi Pendidikan* 7 (2017): hlm. 1–22.
- "Etika Berdakwah Penuh Hikmah." Mi'raj News Agency, 2017.
<https://minanews.net/etika-berdakwah-penuh-hikmah/>.
- Fajar, Rico. "Biodata Alphiandi Lengkap Agama dan Umur, Komika yang Kini Aktif Sebagai Youtuber KPop." Kuyou, 2021.
<https://kuyou.id/homepage/read/24950/biodata-alphiandi-lengkap-agama-dan-umur-komika-yang-kini-aktif-sebagai-youtuber-kpop>.
- Hasanah, Ummul -, dan Theresia Avila Rencidiptya. "Daya Tarik Menjamurnya Restoran Korea Di Yogyakarta." *Jurnal Sosiologi Reflektif* 14, no. 2 (2020): hlm. 255.
<https://doi.org/10.14421/jsr.v14i2.1762>.
- Jannah, Miftahul. "Konsep Altruisme dalam Perspektif Al-Quran (Kajian Integratif

Antara Islam dan Psikologi)." *Central Library of Maulana Malik Ibrahim State*, 2016, hlm. 1–112.

Magfirah Syahmar, Nur, Idham Irwansyah Idrus, M Ridwan, dan Said Ahmad.

"BUDAYA K-POP DAN KEHIDUPAN SOSIAL REMAJA (STUDI KOMUNITAS K-POP MAKASSAR: NCT-Zen MAKASSAR)." *Agustus* 3, no. 1 (2022): hlm. 52–59.

Murdiyanto, Eko. *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*.

Bandung: Rosda Karya, 2020.

http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITATIF.docx.

Nilamsari, Natalina. "Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif." *Wacana* 13, no. 2 (2014): hlm. 177–81.

Novriana, Rorien. "Review Drama: Little Women (2022)." *CNN Indonesia*, 2022.

[https://www.cnnindonesia.com/cdn.ampproject.org/v/s/www.cnnindonesia.com/hiburan/20221012174207-220-859709/review-drama-little-women-2022/amp?amp_gsa=1&_js_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#amp_tf=Dari %251%24s&aoh=16922368413473&referrer=https%3A%2F%2F](https://www.cnnindonesia.com/cdn.ampproject.org/v/s/www.cnnindonesia.com/hiburan/20221012174207-220-859709/review-drama-little-women-2022/amp?amp_gsa=1&_js_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#amp_tf=Dari%20%251%24s&aoh=16922368413473&referrer=https%3A%2F%2F)

Nurnafisa, Shafa. "7 Inspirasi Style Korea untuk Outfir Sehari-hari, Sempul dan Nyaman." *theAsianparent*, n.d. <https://id.theasianparent.com/style-korea>.

Prahasinta, C, Y Yu, dan ... "Pengaruh budaya hallyu terhadap gaya hidup remaja di Jakarta tahun 2009-2014." *Bakaba: Jurnal Sejarah ...* 10 (2022): 43–54.

<https://ejournal.upgrisba.ac.id/index.php/bakaba/article/view/6140>.

- Purwanto, Lanjar Joko. "Campur Kode dan Majas Sarkasme Pada Bahasa Dakwah K.H. Anwar Sahid." *Skripsi*, 2016.
- Rakhmawati, Istina. "PROBLEMATIKA UMAT ISLAM" 3, no. 2 (n.d.): hlm 405–26.
- Renel, Baiti. "Materi Dakwah dan Kebutuhan Mad'u (Studi Kasus pada Majelis Taklim Nurul Qutub di Kecamatan Baguala Kota Ambon)." *Tesis*, 2012.
- Senita Indah Maulani. "Strategi Komunikasi Persuasif Fuadh Naim Dalam Berdakwah Di Kalangan Kounitas Xk-wavers Pada Program X-school Melalui Zoom" 15, no. 2 (2022): hlm. 1–203.
- Sesuai, Proses Dakwah. "DAKWAH SMART : Proses Dakwah Sesuai Aspek Psikologis Mad ' u" 4, no. 12 (2008): hlm. 259–89.
- Socialblade. "FuadhNaim@Official," n.d.
<https://socialblade.com/youtube/c/fuadhnaimofficial>.
- Suhandra, Ika Rama. "Sapaan Dan Honorifik." *Society* 5, no. 1 (2014): hlm. 99–115.
<https://doi.org/10.20414/society.v5i1.1453>.
- Tahir, Aswar, dan Hafied Cangra Arianto. "Da ' i Sebagai Komunikator : Peranan dan Kredibilitas dalam Menyampaikan Pesan Dakwah pada Komunitas Muallaf di Kawasan Pegunungan Karomba," 2021,hlm. 65–74.
<https://doi.org/10.30818/jpkm.2021.2060107>.
- Utami, M. *Pengaruh Korean Pop(K-Pop) Terhadap Perilaku Remaja Di Desa Gumelar Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Skripsi*, 2021.
http://digilib.uinkhas.ac.id/6465/1/YUNITA_MULYA_UTAMI_D20163074.pdf.
- Wicaksono, Muhammad Alvin, Annisa Patricia W, dan Dita Maryana. "Pengaruh Fenomena Tren Korean Wave Dalam Perkembangan Fashion Style Di Indonesia."

Jurnal Sosial-Politika 2, no. 2 (2021): hlm. 74–85.

<https://doi.org/10.54144/jsp.v2i2.35>.

Yusuf. “Dakwah Khilafiyah.” *Jurnal Al-Bayan* 21, no. 32 (2015): hlm. 41–51.

