



Mendekati Penggemar K-Pop dengan Dakwah yang Santun: Etika Komunikasi Dakwah @FuadhNaim di Youtube



Muhammad Saepul Ulum¹, Nida Nurhidayati²

*Korespondensi :

Email :
m.saepululum24@gmail.com

Afiliasi Penulis :

¹² STAI Yapata Al – Jawami

Riwayat Artikel :

Penyerahan : 16 Oktober 2024
Revisi : 28 Desember 2024
Diterima : 29 Desember 2024
Diterbitkan : 31 Desember 2024

Kata Kunci :

Etika Komunikasi Dakwah,
Fuadh Naim, Penggemar K –
Pop, Prinsip, Qaulan, Tantangan

Keyword :

*Da'wah Communication Ethics,
Fuadh Naim, K-Pop Fans,
Principles, Qaulan, Challenges*

Abstrak

Artikel ini membahas etika komunikasi dakwah yang diterapkan Ustadz Fuadh Naim melalui channel YouTube @FuadhNaim kepada penggemar K – Pop. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teori tanggung jawab sosial, melalui analisis konten video dan studi literatur. Artikel ini menemukan bahwa Ustadz Fuadh Naim mampu menghadapi tantangan dakwah kepada penggemar K – Pop dengan menerapkan prinsip etika komunikasi dakwah sesuai ajaran Islam, seperti *Qaulan Karima*, *Qaulan Sadida*, *Qaulan Ma'rufa*, *Qaulan Baligha*, *Qaulan Layyina*, dan *Qaulan Maysura*. Pendekatan ini menekankan kesantunan, kejelasan, kelembutan, dan kemudahan dalam menyampaikan pesan, sehingga pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh *mad'u* yang memiliki minat dan budaya berbeda. Hasil penelitian memberikan wawasan mengenai strategi dakwah yang efektif dan etis di era digital, khususnya dalam menghadapi audiens dengan latar belakang budaya populer. Temuan ini diharapkan menjadi referensi dalam pengembangan metode dakwah yang relevan di lingkungan digital yang beragam dan dinamis.

This article discusses the da'wah communication ethics applied by Ustadz Fuadh Naim through the @FuadhNaim YouTube channel to K-Pop fans. This research uses descriptive qualitative method with social responsibility theory, through video content analysis and literature study. The research found that Ustadz Fuadh Naim was able to face the challenges of da'wah to K-Pop fans by applying the principles of da'wah communication ethics according to Islamic teachings, such as Qaulan Karima, Qaulan Sadida, Qaulan Ma'rufa, Qaulan Baligha, Qaulan Layyina, and Qaulan Maysura. This approach emphasizes politeness, clarity, gentleness, and ease in delivering messages, so that da'wah messages can be well received by mad'u who have different interests and cultures. The results of the study provide insight into effective and ethical da'wah strategies in the digital era, especially in dealing with audiences with popular cultural backgrounds. The findings are expected to be a reference in the development of relevant da'wah methods in a diverse and dynamic digital environment.

PENDAHULUAN

Seiring majunya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Hal tersebut dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat di seluruh dunia (Andika et al., 2020). Termasuk dapat menyampaikan pesan dakwah di platform media sosial seperti pada youtube (Sya'bani et al., 2024; Wibowo, 2019; Yusuf Afandi, 2023). Youtube adalah



situs media sosial yang menyediakan berbagai macam video mulai dari video musik, film, video game dan animasi. Video—video tersebut dapat di lihat dimanapun, siapapun dan kapanpun (Agung Prasongko et al., 2024; Efendi et al., 2024; Fitriyani et al., 2023). Youtube juga memiliki fitur merekam video yang bisa dibuat oleh pengguna yang kemudian dapat di unggah. Terdapat salah satu content creator Indonesia yang menggunakan platform youtube untuk menyampaikan dakwahnya. Dengan nama channel youtube @FuadhNaim, beliau memulai karirnya pada 2019.

Konten dakwah yang ditayangkan berhubungan dengan budaya Korean Pop atau K—Pop namun masih sesuai dengan syariat agama Islam (Rosmalina & Zulfikar, 2019). Sehingga dakwah yang disampaikan mampu sedikitnya untuk menyadarkan orang—orang yang terlalu fanatik pada budaya Korea. Budaya Korea atau Korean Wave adalah salah satu fenomena tersebar nya budaya Korea melalui berbagai media seperti drama, musik, film, fashion dan makanan. Budaya tersebut pada akhirnya berdampak di Indonesia yang mayoritas masyarakatnya Muslim (Nisa & Liddini, 2022). Termasuk di kalangan anak muda terutama perempuan yang mempunyai *hybrid identity* yaitu sembari menggunakan jilbab sebagai simbol Islam akan tetapi tetap mengindolakan artis K—Pop (Safitri et al., 2023). Kepopuleran budaya Korea di Indonesia memberikan dampak positif dan negatif. Dampak positifnya adalah anak muda bisa menjadi lebih kreatif. Namun dampak negatifnya adalah akan ada waktu yang terbuang, terlalu berlebihan dalam menyukai idola Korea dan meniru budaya juga gaya hidup yang sangat berbeda dengan ajaran Islam (Kustiawan et al., 2023; Sakinah et al., 2022; Wardani & Azwar, 2024).

Dakwah berbasis media digital telah menjadi fokus utama dalam berbagai studi komunikasi Islam terkhusus kajian tentang aktivitas yang dilaksanakan oleh Fuad Naim. Chamlatul Choeriyah dan Rodliyah Khuza'i (2023) mengeksplorasi strategi komunitas XK—Wavers dalam meningkatkan pemahaman keagamaan anggotanya. Penelitian ini menyoroti pendekatan berbasis komunitas sebagai medium yang efektif dalam menyampaikan nilai—nilai agama kepada audiens yang terpapar budaya populer seperti Hallyu (Chamlatul Choeriyah & Rodliyah Khuza'I, 2023). Waty et al. (2023) mendalami pengaruh program dakwah komunitas XK—Wavers terhadap religiusitas pelajar Muslim, menunjukkan relevansi pendekatan berbasis komunitas dalam menghadapi tantangan era digital (Waty et al., 2023). Dalam konteks penggemar K—Pop, Dewi (2023) dan Safitri & Efendi (2024) membahas strategi dakwah Ustadz Fuadh Naim melalui program X—School dan saluran YouTube—nya. Penelitian mereka menunjukkan bagaimana Ustadz Fuadh memanfaatkan pendekatan retorika yang strategis dan persuasif untuk menjangkau audiens muda yang akrab dengan budaya populer (Dewi, 2023; Safitri & Efendi, 2024). Strategi ini menekankan pentingnya dakwah digital yang relevan dengan kebutuhan dan karakteristik audiens masa kini. Pendekatan komunikasi dalam dakwah juga dikaji oleh Dwi Nurhayati & Suprabowo (2023), yang mengeksplorasi strategi komunikasi dakwah melalui akun Instagram @IpmJogja. Penelitian ini menyoroti pentingnya media sosial sebagai platform efektif untuk menyampaikan pesan dakwah kepada generasi muda (Dwi Nurhayati & Suprabowo, 2023). Sementara itu, Juhari (2022) membahas pendekatan pragmatik dalam buku karya Ustadz Fuadh Naim, "Pernah Tenggelam," yang relevan dengan penyampaian pesan yang sesuai dengan tantangan kehidupan modern (Irfan Juhari, 2022). Rohman et al. (2023) berfokus pada pendekatan dakwah kepada generasi stroberi melalui kanal Yuk Ngaji TV. Artikel ini menegaskan pentingnya empati dan kelembutan dalam menyampaikan dakwah, terutama kepada audiens muda yang rentan terhadap tekanan budaya dan sosial (Rohman et al., 2023). Saleh & Listia (2022) memberikan perspektif tambahan tentang urgensi retorika dalam

komunikasi Islami, yang relevan dengan pendekatan dakwah digital (Saleh & Listia, 2022).

Namun, meskipun literatur ini memberikan wawasan yang luas, ada kekosongan yang perlu dikembangkan dan dikaji secara komperhensif. Penelitian sebelumnya belum secara spesifik menghubungkan prinsip—prinsip etika komunikasi dakwah dalam Al—Qur'an, seperti *qaulan karima*, *sadida*, *ma'rufa*, *baligha*, *layyina*, dan *maysura*, dengan strategi dakwah terhadap audiens penggemar K—Pop. Kebaharuan penelitian ini terletak pada analisis integrasi prinsip—prinsip etika komunikasi dakwah Al—Qur'an dengan strategi dakwah digital kepada penggemar budaya populer. Perspektif ini memberikan pendekatan baru dalam memahami bagaimana dakwah dapat disesuaikan dengan audiens yang memiliki minat dan latar belakang budaya yang berbeda. Fokus penelitian adalah mengidentifikasi bagaimana Ustadz Fuadh Naim menerapkan prinsip etika komunikasi dakwah secara efektif di era digital untuk menyampaikan pesan kepada penggemar K—Pop. Artikel ini juga menyoroti implikasi pendekatan tersebut dalam mengembangkan strategi dakwah yang relevan, etis, dan efektif di lingkungan digital yang dinamis dan beragam.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis praktik etika komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Ustadz Fuadh Naim melalui channel YouTube @FuadhNaim. Metode deskriptif kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena secara mendalam dan menggambarkan bagaimana prinsip—prinsip etika komunikasi dakwah diaplikasikan dalam konteks dakwah kepada penggemar K—Pop. Data penelitian dikumpulkan melalui dua teknik utama, yaitu analisis konten video dan studi literatur. Analisis konten dilakukan dengan mengamati secara cermat beberapa video dakwah yang dipublikasikan di channel YouTube @FuadhNaim. Setiap video dianalisis untuk mengidentifikasi penggunaan prinsip etika komunikasi dakwah yang mencakup *Qaulan Karima*, *Qaulan Sadida*, *Qaulan Ma'rufa*, *Qaulan Baligha*, *Qaulan Layyina*, dan *Qaulan Maysura*. Setiap prinsip dianalisis berdasarkan bagaimana pesan dakwah disampaikan, termasuk penggunaan bahasa, nada suara, penyajian visual, dan strategi interaksi dengan audiens. Analisis ini juga mempertimbangkan konteks audiens, yaitu penggemar K—Pop yang memiliki minat dan budaya unik, serta bagaimana Ustadz Fuadh Naim beradaptasi dengan karakteristik tersebut untuk menyampaikan pesan dakwah secara efektif.

Selain analisis konten, studi literatur juga dilakukan untuk memperkuat kerangka teori dan analisis. Literatur yang dikaji mencakup teori tanggung jawab sosial, etika komunikasi dakwah dalam Islam, dan penelitian terkait pengaruh budaya populer terhadap audiens dakwah. Studi literatur ini memberikan dasar konseptual dan membantu peneliti memahami relevansi serta implikasi dari temuan penelitian. Penelitian ini berupaya untuk menjaga validitas data melalui triangulasi metode, yakni dengan membandingkan hasil analisis konten video dan literatur. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa kesimpulan yang dihasilkan benar—benar mencerminkan fenomena yang diteliti. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran komprehensif tentang strategi dakwah Ustadz Fuadh Naim, tetapi juga menawarkan wawasan praktis dalam mengembangkan pendekatan dakwah yang relevan di era digital, khususnya bagi audiens dengan latar belakang budaya populer seperti penggemar K—Pop.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Perjalanan Dakwah Fuadh Naim di Media Sosial

Fuadh Naim lahir di Makassar pada 5 Maret 1991. Fuadh Naim merupakan suami dari Vira Hardianti dan memiliki seorang anak yang bernama Hasan Muhammad. Beliau merupakan seorang penulis, *content creator* dan *influencer* dakwah. Fuadh Naim dulunya juga seorang pecinta Korean Wave yang kisahnya di mulai pada tahun 2007 ketika awal Sekolah Menengah Atas (SMA) karena sulit bergaul. Fuadh Naim pertama kali mengenali *Korean Wave* melalui K-Drama, sampai beliau membeli berbagai macam DVD K-Drama. tahun 2009 ketika beliau mulai kuliah di Yogyakarta, karena kehidupannya bebas beliau juga mulai mengenal K-Pop, beliau pun membeli beberapa album dan aksesoris K-Pop untuk di koleksi. Fuadh Naim juga menggunakan produk-produk Korea hingga mempelajari bahasa Korea yaitu *Hangeul*. Beliau pun mengaplikasikannya di kehidupan sehari-hari (Irfan Juhari, 2022).

Fuadh Naim juga bergabung dalam komunitas STUDIOTUJU (Studio *Editing Video* dan *Visual Effect*) sebagai ketua. Bahkan di AVIKOM menjadi bagian kepala dari Divisi Penelitian dan Pengembangan (LITBANG) tahun 2013 sampai 2015. Pada tahun 2019, Fuadh Naim menulis sebuah buku berjudul Pernah Tenggelam yang menceritakan mengenai pengalaman pribadinya yang merasakan efek dari *Korean Wave*. Fuadh Naim mencoba memberanikan diri untuk mengikuti kajian-kajian Islam di sekitar kampusnya. Hingga beliau menyadari ada hal yang janggal dalam budaya Korea. Yaitu dimana budaya Korea dan Islam memiliki dua persimpangan yang berbeda. Beliau juga berpikir 'apa salah Korea, sampai nggak bisa berjalan beriringan dengan Islam ?' Fuadh Naim memutuskan bahwa dirinya Muslim yang memiliki Tuhan dan itu sebaliknya dengan budaya Korea. Maka dari perjalanan itulah Fuadh Naim menyadari bahwa dirinya salah dan terlalu berlebihan dalam mencintai budaya Korea. Kemudian beliau mulai aktif dalam berbagai kegiatan dakwah bersama Komunitas YukNgajiID dengan Ustadz Felix Siaw. Menjadi salah satu mentor program ngeFAST (program training kepribadian Islam). Fuadh Naim juga membuat sebuah konser dakwah dengan nama AADK (Ada Apa Dengan Korea) yang sudah diadakan di berbagai daerah di Indonesia. Selain itu beliau membentuk sebuah komunitas yang bernama XK-Wavers (*Extraordinary Korean Wavers*). Yang berisikan remaja muslim penggemar Korea (*fanboys* dan *fangirls*) yang mempelajari lebih dalam mengenai Islam. Terdapat dua program kegiatan yaitu X-School dan XK-Wavers Playlist.

Program X-School ini adalah ruang belajar untuk semua K-Popers dan K-Dreamers Muslim di Indonesia yang akan belajar bersama-sama mengenai ajaran Islam. Program ini diadakan setiap 3 bulan sekali. Program ini awal mula di bentuk pada tanggal 25 Desember 2020. Program X-School sudah melewati banyak tahap program mulai dari X-School season 1, X-School season 2, X-School Akselerasi, X-School season 3 dan X-School season 4. Masing-masing dari keempat program tersebut memiliki kurikulum, kegiatan dan cara mempromosikan acara yang berbeda-beda. Sedangkan Program XK-Wavers Playlist adalah suatu podcast yang isinya mengenai pengalaman, kehidupan, pelajaran dan makna yang ada pada K-Pop dan K-Drama yang tetap dihubungkan dengan ajaran Al-Qur'an atau ajaran Islam lainnya. Komunitas XK-Wavers ini juga memiliki platform media sosial di Instagram dengan nama akun @xkwavers. Tujuannya adalah sebagai gerakan dakwah.

Fuadh Naim juga memiliki akun channel Youtube yang pertama kali dibuat pada 27 Oktober 2019. Namun video yang pertama kali di unggah pada 25 April 2020 dengan judul "Apa itu Korean Wave? | #PernahTenggelam Ep.1" dengan jumlah *viewers* 192

ribu. Saat ini terdapat 102 ribu subscriber dengan jumlah 382 video yang di unggah. Video yang paling banyak ditonton adalah "Penduduk Korea Selatan Akan Punah – Highlight #MembacaDalamGelap Episode: #SemalamDiGangnam" dengan jumlah viewers 574 ribu meskipun durasinya hanya 10 menit.

Etika Komunikasi Dakwah di Media Sosial

Jalaluddin Rakhmat menyebutkan terdapat enam prinsip etika komunikasi dakwah menurut Al-Qur'an yaitu prinsip *qaulan karima* (perkataan yang mulia), prinsip *qaulan sadida* (perkataan yang benar), prinsip *qaulan ma'rufa* (perkataan yang baik), prinsip *qaulan baligha* (perkataan yang efektif), prinsip *qaulan layyina* (perkataan yang lemah lembut) dan prinsip *qaulan maysura* (perkataan yang pantas). Adapun prinsip-prinsip etika komunikasi dakwah dalam channel youtube Fuadh Naim yang berkaitan dengan K-Pop terdapat dalam tabel sebagai berikut :

Durasi/Menit	Kalimat	Keterangan
2:36 – 2:45  "Diskusi Ma'ruf Amin berharap K – Pop dan K – Drama dapat Menginspirasi Reaction Video"	Gue minta temen – temen semua jangan sumbu pendek, pernyataan pak kyai emang agak sulit dimengerti tapi respon kita ga boleh langsung marah, langsung menghina.	Qaulan Karima
21:24 – 22:08  "Sisi Lain Bapak Kpopers Indonesia"	Banyak yang memandang kajian itu kayak terlalu <i>strict</i> , terlalu kayak mendiskreditkan kpopers itu sendiri. Mungkin mereka merasa terlalu di <i>judge</i> , di anggap sebagai kpopers itu kafir. Jadinya <i>stereotip</i> kajiannya dakwahnya secara terkesan jadi tidak baik. Kita tahu maksudnya baik tapi cara menyampaikannya.	Qaulan Sadida
11:33 – 11:46  "Aku dan K – Pop #PernahTenggelam Eps. 3"	Tiba – tiba ngatain banci, homo, plastik. Menghargai sesama itu kayanya <i>basic</i> yang harus dimiliki semua manusia selain bernafas dan kayanya ngga ada Agama apapun yang ngajarin kita dan ngebolehkan kita untuk menghina orang lain	Qaulan Ma'rufa
6:36 – 6:44  "Takdir Bertemu"	Kita ngga pernah tahu kapan orang yang hadir disini tuh mendapatkan hidayah, bisa lewat video yang ditonton ulang nanti atau bisa lewat apapun	Qaulan Ma'rufa

Kajian Hijrah K – Pop"

12:53 – 13:05  "Apa itu Korean Wave #PernahTenggelam Eps. 1"	Korea se – serius itu ngurusi dunia, dakwah mereka luar biasa bahkan membius jutaan manusia. Gimana dengan kita yang katanya punya Islam yang indah dan sempurna. Sudah serius apakah kita mengemas dakwah kita akan mampu di terima dunia.	Qaulan Baligha
11:51 – 12:05  "Belajar dari Dita 시그릿 넘버. Idol K – Pop asal Indonesia"	Apakah pilihan – pilihan hidup teman – teman hari ini, tontonan – tontonannya, bacaan – bacaannya teman – teman lingkungan – lingkungannya sudah sejalan dengan tujuan hidup teman – teman tadi?	Qaulan Baligha
7:15 – 7:26  "Diskusi K – Pop bersama UFS"	Yuk kalo kamu emang ngefans sama mereka, kamu lihat dong mereka tuh berjuang untuk tujuan mereka. Kamu juga punya tujuan, <i>do the best</i> untuk tujuan kamu, jangan malah halu	Qaulan Layyina
5:53 – 6:12  "Nostalgia Roadshow AADK (Ada Apa Dengan Korea)"	Kita punya daftar di dinding daftar kajian di Jogja sepekan penuh dari subuh sampe isya full. Kita berdua datengin pake motor keliling sampe akhirnya ketemu YukNgaji, kelas ngaji sampe jadi trainer. Itu memang sebuah skenario yang disiapkan oleh Allah untuk bekal kalian menginspirasi orang lain.	Qaulan Maysura

Gambar 1. Dakwah Fuadh Naim di Youtube

Pada video pertama dengan judul "Ma'ruf Amin berharap K – Pop dan K – Drama dapat Menginspirasi | Reaction Video" pada adegan 2:36 – 2:45, terdapat dalam kalimat sebagai berikut :

"Gue minta teman – teman semua jangan sumbu pendek, pernyataan pak kyai emang agak sulit di mengerti tapi respon kita ga boleh langsung marah, langsung menghina".

Qaulan karima yang dimaksud pada video tersebut adalah Fuadh Naim yang me – reaction video dari bapak Wakil Presiden Indonesia yaitu Bapak KH.

Ma'ruf Amin yang berharap bahwa pemuda Indonesia bisa terinspirasi dari K-Pop dan K-Drama. Dalam memberikan pendapatnya mengenai statement pak kyai tersebut terkandung kalimat *qaulan karima* yang mana perkataan Fuadh Naim penuh dengan rasa hormat dengan meminta maaf terlebih dahulu karena kurang setuju dengan pendapat pak kyai. Hal tersebut sesuai dengan prinsip *qaulan karima* yaitu perkataan yang mulia, penuh rasa hormat, nyaman didengar, baik, santun, tidak kasar dan bertatakrama.

Selanjutnya pada video kedua dengan judul "Sisi Lain Bapak Kpopers Indonesia" pada adegan 21:4 – 22:08. Terdapat kalimat sebagai berikut :

"Banyak yang memandang kajian itu kayak terlalu strict, terlalu kayak mendiskreditkan Kpopers itu sendiri. Mungkin mereka merasa terlalu di judge, dianggap sebagai kpopers itu kafir. Jadinya stereotip kajiannya, dakwahnya secara terkesan jadi tidak baik. Kita tahu maksudnya baik tapi cara menyampaikannya".

Qaulan sadida pada video tersebut adalah perkataan yang dijelaskan sesuai dengan realita yang ada. Karena kpopers sudah di cap jelek oleh orang-orang yang paham akan agama maka Kpopers pun seakan sudah kebal dengan komentar-komentar tersebut. Maka mereka pun menutup dan tidak menerima pendapat apapun. Seperti pada pernyataan Ustadz Abdul Shomad yang pernah viral yaitu

"orang Korea itu kafir, tidak disunat, tidak mandi wajib, suka berzina. Jangan suka pada orang kafir. Siapa yang suka pada orang kafir maka dia juga bagian dari kafir itu, karena hatinya condong pada orang kafir". Video tersebut sejalan dengan prinsip etika komunikasi dakwah *qaulan sadida* yaitu perkataan yang benar dan jujur. Dikarenakan sesuai fakta dan sesuai dengan dalil Al Qur'an.

Terdapat dua video pada prinsip *qaulan ma'rufa* dengan judul "Aku dan K-Pop | #PernahTenggelam Eps. 3" pada adegan 11:33 – 11:46, terdapat kalimat sebagai berikut :

"Tiba-tiba ngatain banci, homo, plastik. Menghargai sesama itu kayaknya basic yang harus dimiliki semua manusia selain bernafas dan kayaknya ngga ada agama apapun yang ngajarin kita dan ngebolehkan kita untuk menghina orang lain".

Kalimat yang diucapkan Fuadh Naim memberikan penjelasan yang bermanfaat, dengan bahasa yang baik dan pantas sehingga menimbulkan kebaikan. Meskipun orang lain mengatakan keburukan tentang Korea namun Fuadh Naim mencoba untuk memberikan penjelasan pada *mad'unya* untuk tidak mengatakan hal-hal yang buruk.

Selanjutnya di video kedua pada prinsip *qaulan ma'rufa* dengan judul "Takdir Bertemu Kajian Hijrah K-Pop" pada adegan 6:36 – 6:44, terdapat kalimat sebagai berikut :

"Kita ngga pernah tau kapan orang yang hadir disini tuh mendapatkan hidayah, bisa lewat video yang ditonton ulang nanti atau bisa lewat apapun". Kalimat tersebut dapat bermanfaat dan menimbulkan rasa semangat juga kepada da'i-da'i lain untuk selalu mensyiarkan ajaran Agama Islam".

Dalam video tersebut kalimat yang diucapkan oleh Fuadh Naim termasuk ke dalam *qaulan ma'rufa* yang mana dapat menimbulkan kebaikan. Di karenakan meskipun yang hadir dalam kajian dakwahnya hanya sedikit, namun setidaknya jika hanya ada 1 orang yang merasa tersadarkan. Maka hal tersebut yang makin membuat Fuadh Naim bersemangat untuk selalu menyampaikan ajaran agama

Islam yang benar. Kemudian terdapat dua video prinsip etika komunikasi dakwah *qaulan baligha* dengan yang judul pertama "Apa itu Korean Wave? | #PernahTenggalam Eps.1" pada adegan 12:53–13:05, terdapat kalimat sebagai berikut :

"Korea se—serius itu ngurusi dunia, dakwah mereka luar biasa bahkan membius jutaan manusia. Gimana dengan kita yang katanya punya Islam yang indah dan sempurna. Sudah serius apakah kita mengemas dakwah kita akan mampu di terima dunia".

Al Asfahani dalam Syifa menjelaskan bahwa *qaulan baligha* mengandung tiga unsur utama, yaitu bahasanya tepat, sesuai dengan yang dikehendaki dan isi perkataannya adalah suatu kebenaran. Sehingga perkataan yang baligh adalah perkataan yang merusak dan membekas dalam jiwa (Hamama, 2017). Dalam kalimat yang dijelaskan oleh Fuadh Naim mengandung *qaulan baligha* yang mana perkataannya jelas dan menusuk atau menyentuh ke hati. Seakan—akan kita jadi tersadar dan berpikir apakah dakwah kita bisa di terima di dunia sama hal nya seperti K—Pop.

Selanjutnya video kedua pada prinsip *qaulan baligha* yang berjudul "Belajar dari Dita 시그릿 넘버. Idol K—Pop asal Indonesia" pada adegan 11:51–12:05, terdapat kalimat sebagai berikut :

"Apakah pilihan—pilihan hidup teman—teman hari ini, tontonan—tontonannya, bacaan—bacaannya teman—teman, lingkungan—lingkungannya sudah sejalan dengan tujuan hidup teman—teman tadi ?".

Qaulan baligha pada video tersebut perkataan Fuadh Naim jelas, mudah di mengerti dan sangat memotivasi bagi *mad'unya* mengenai pilihan hidup yang sesuai dengan tujuan hidup. Jika tujuan hidupmya surga maka yang harus dilakukan adalah memilih jalan hidup yang baik dan menghindari keburukan.

Selanjutnya pada prinsip etika komunikasi dakwah *qaulan layyina* dengan video yang berjudul "Diskusi K—Pop bersama UFS" pada adegan 7:15–7:26, terdapat kalimat sebagai berikut :

"Yuk kalo kamu emang ngefans sama mereka, kamu lihat dong mereka tuh berjuang untuk tujuan mereka. Kamu juga punya tujuan, do the best untuk tujuan kamu, jangan malah malu".

Qaulan layyina ini adalah etika komunikasi dakwah yang diimbangi dengan sikap dan perilaku yang baik juga lemah lembut ketika menghadapi *mad'u*. Dalam Qs. Thaha ayat 44 dijelaskan yang artinya :

"Maka ucapkanlah kepadanya perkataan yang lembut, tidak kasar dan keras dengan harapan agar ia sadar dan takut kepada Allah, lalu bertobat kepada—Nya".

Dalam Tafsir Al Azhar, Hamka dalam Simamora menyatakan bahwa Allah telah memberikan suatu petunjuk dan arahan yang penting dalam memulai dakwah kepada orang yang keras, janganlah langsung menjawab dengan sikap yang keras juga namun harus dimulai dengan sikap lemah lembut dengan perkataan yang penuh dengan suasana kedamaian (Sulistia & Simamora, 2023).

Qaulan layyina pada kalimat di video tersebut Fuadh Naim mengajak para *mad'u* atau penontonnya dengan lemah lembut dan penuh kesabaran untuk bisa berjuang lebih keras lagi dalam mencapai tujuan hidup. Sama halnya seperti idol K—Pop yang berjuang untuk bisa menampilkan yang terbaik di setiap penampilannya.

Video terakhir prinsip *qaulan maysura* yang berjudul "Nostalgia Roadshow AADK (Ada Apa Dengan Korea)" pada adegan 5:53–6:12, terdapat kalimat atau dialog sebagai berikut :

"Kita punya daftar di dinding daftar kajian di Jogja sepekan penuh dari subuh sampe isya full. Kita berdua datengin pake motor keliling sampe akhirnya ketemu YukNgaji, kelas ngaji sampe jadi trainer. Itu memang sebuah scenario yang disiapkan oleh Allah untuk bekal kalian menginspirasi orang lain".

Pada prinsipnya, *qaulan maysura* adalah segala bentuk perkataan yang baik, lembut, dan melegakan. Seperti pada Qs. Al Isra ayat 28 yang artinya :

"Dan jika engkau berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang engkau harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang lemah lembut".

Dalam Tafsir Tahlili dijelaskan bagaimana sikap yang baik saat ada orang yang membutuhkan bantuan, namun orang yang dimintai tolong tidak memiliki kemampuan untuk menolong maka orang itu harus mengatakan dengan baik – baik, sopan dan lemah lembut. Namun jika sanggup untuk membantu maka hendaklah berjanji dengan janji yang bisa dilaksanakan dan menyenangkan hati mereka. Dalam video tersebut mengandung kalimat atau perkataan *qaulan maysura* yang mana perkataannya menyenangkan hati. Disitu dikatakan bahwa Fuadh dan temannya memang di ciptakan oleh Allah Swt untuk menginspirasi orang lain.

Etika Komunikasi Dakwah Fuadh Naim di Youtube

Etika komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Fuadh Naim menjadi salah satu contoh ideal dalam membangun hubungan yang positif dan efektif dengan khalayak. Dalam menyampaikan pesan – pesan Islam melalui media sosial dan komunitas, Fuadh senantiasa menggunakan bahasa yang baik, sopan, dan tidak kasar. Hal ini mencerminkan prinsip *qaulan layyina* yang diajarkan dalam Islam, yakni menyampaikan kebenaran dengan kelembutan. Ia juga menerapkan prinsip *tabayyun* dengan memastikan setiap informasi yang disampaikan akurat dan berdasarkan sumber yang dapat dipercaya, sehingga membangun kepercayaan dan kredibilitas di mata *mad'u*. Sebagai seorang da'i, Fuadh menghindari perilaku mengumpat atau menghujat dalam komunikasinya. Sikap ini sejalan dengan QS. Al – Hujurat ayat 11 yang melarang umat Islam untuk mencela, mengolok – olok, atau memanggil dengan gelar buruk.

Dalam era digital, di mana konten negatif mudah tersebar (Natsir et al., 2023) , pendekatan ini sangat relevan untuk menciptakan dakwah yang santun dan inklusif (Azmi Fauziah Suanda & Tajul Arifin, 2024). Fuadh juga menghindari penyebaran konten yang bersifat pornografi atau mengganggu SARA, sesuai dengan pedoman Majelis Ulama Indonesia (MUI), untuk memastikan dakwahnya tidak memicu konflik atau menurunkan martabatnya sebagai pemuka agama. Selain itu, Fuadh mengutamakan konten berkualitas, menarik, dan edukatif, yang mampu memenuhi kebutuhan *mad'u*, baik dalam hal inspirasi, hiburan, maupun pendidikan. Dengan gaya komunikasi yang relevan dan kontekstual, ia berhasil menyampaikan pesan – pesan Islam secara efektif kepada generasi muda. Dalam interaksi dengan *mad'u*, Fuadh memanfaatkan media sosial seperti YouTube untuk menjalin hubungan positif melalui fitur interaktif seperti kolom komentar. Pendekatan ini membuka ruang diskusi dan dialog yang konstruktif, sehingga menciptakan lingkungan dakwah yang lebih inklusif dan membangun pemahaman Islam secara mendalam. Etika komunikasi ini menunjukkan bagaimana Fuadh memadukan prinsip Islam dengan strategi komunikasi modern untuk mencapai dakwah yang lebih efektif dan bermakna.

Etika komunikasi dakwah mencakup mengenai nilai dan norma yang dapat membimbing seorang da'i saat sedang berdakwah. Maka dari itu terdapat beberapa etika komunikasi dakwah Fuadh Naim yaitu sebagai berikut :

1. Kejujuran dan Keterbukaan

Fuadh Naim menyampaikan pesan dakwah secara jujur sesuai dengan fakta dan secara terbuka memberikan informasi apa adanya. Penggunaan bahasa yang baik dan sopan adalah cerminan budaya dan nilai – nilai etika dalam suatu masyarakat. Dalam berkomunikasi terutama di media sosial apalagi bagi seorang da'i, pilihlah kata – kata yang bijaksana, pastikan untuk menggunakan bahasa yang sopan dan menghindari kata – kata yang kasar. Karena dikhawatirkan akan ada oknum yang memotong videonya sehingga orang akan berasumsi buruk terhadap da'i tersebut.

2. Bertanggung jawab

Sebagai wujud dari tanggung jawab komunikator atau da'i harus melakukan *check* dan *recheck* sehingga nantinya pesan yang disampaikan itu tepat. Sebelum menyampaikan dakwahnya Fuadh Naim pun melakukan riset terlebih dahulu supaya sesuai dengan data yang ada.

3. Adaptasi pesan sesuai dengan konteks media sosial

Mengadaptasi pesan sesuai konteks media sosial ini sangatlah penting karena media sosial bisa menyampaikan pesan secara cepat dan komunikasikan atau khalayak dapat langsung memberikan tanggapan. Seorang da'i harus mampu mengadaptasi pesan dakwah sesuai dengan pemahaman dan kebutuhan *mad'u* termasuk kepada penggemar K – Pop tanpa mengubah atau menghilangkan keberadaan ajaran agama Islam. Fuadh Naim dapat memahami minat dan kecintaan penggemar K – Pop atau *mad'unya*, kemudian mengadaptasi pesannya yang dihubungkan dengan ajaran Agama Islam. Meskipun kajian yang dilakukannya secara offline Fuadh Naim akan merekam juga meng – upload potongan – potongan videonya di Youtube yang di edit terlebih dahulu oleh Fuadh Naim sendiri.

4. Penggunaan bahasa yang bijak

Penggunaan bahasa harus bisa disesuaikan dengan keadaannya. Harus bijak dan bisa disesuaikan dengan konteksnya. Dalam dakwahnya Fuadh Naim sangat menjaga bahasanya dan menghindari bahasa yang merendahkan. Fuadh Naim juga menggunakan bahasa gaul yang merupakan kata serapan dari bahasa asing yaitu Bahasa Korea. Karena bahasa tersebut sesuai dengan karakter *mad'u* yaitu penggemar K – Pop.

5. Pemberdayaan dan edukasi

Menurut Wuradji yang dikutip oleh Aziz Muslim, pemberdayaan adalah sebuah proses penyadaran masyarakat yang dilakukan secara transformatif, partisipatif dan berkesinambungan melalui peningkatan kemampuan dalam menangani persoalan dasar yang dihadapi dan meningkatkan kondisi hidup sesuai dengan harapan. Sedangkan edukasi menurut Notoatmodjo adalah segala upaya yang direncanakan untuk mempengaruhi orang lain baik individu, kelompok atau masyarakat.

PEMBAHASAN

Fuadh Naim adalah salah satu figur yang berhasil mengintegrasikan dakwah Islam dengan pendekatan berbasis komunitas, khususnya di kalangan penggemar Korean Wave (K – Wave), melalui komunitas XK – Wavers. Pendekatan yang diterapkan

Fuadh, sebagaimana dijelaskan oleh Chamlatul Choeriyah dan Rodliyah Khuza'I (2023), mencakup strategi adaptif, edukatif, dan partisipatif untuk meningkatkan pemahaman keagamaan anggota komunitas dengan cara yang relevan dan kontekstual. Pendekatan adaptif yang dilakukan oleh Fuadh mencerminkan pemahaman mendalam terhadap budaya dan minat anggotanya, yaitu budaya K – Pop. Ia menggunakan referensi budaya Korea sebagai media untuk menyampaikan nilai – nilai Islam. Salah satu program unggulannya adalah X – School, yang dirancang khusus untuk penggemar K – Pop Muslim. Program ini menawarkan pembelajaran bertahap dengan tema seperti hijrah, manajemen waktu, dan hubungan sosial Islami. Tema – tema tersebut diselaraskan dengan nilai – nilai yang sering muncul dalam konten K – Pop atau K – Drama.

Fuadh secara konsisten menghubungkan nilai – nilai positif dalam budaya Korea dengan ajaran Islam, sebagaimana dicatat oleh Chamlatul Choeriyah dan Rodliyah Khuza'I (2023). Strategi edukatif menjadi inti dari dakwah Fuadh. Fuadh memanfaatkan media sosial seperti YouTube dan Instagram untuk menyediakan konten yang edukatif namun menarik. Podcast "XK – Wavers Playlist" menjadi salah satu program edukatif unggulan di mana ia membahas isu – isu terkait K – Pop dan K – Drama dari sudut pandang Islam. Selain itu, Fuadh juga menyelenggarakan acara seperti "Ada Apa Dengan Korea" (AADK), yang memadukan diskusi agama dengan hiburan. Menurut Dewi (2023), pendekatan ini efektif dalam menjangkau khalayak luas melalui cara kreatif dan inovatif. Fuadh juga menerapkan pendekatan partisipatif dalam strategi dakwahnya. Fuadh mendorong anggota komunitas untuk aktif terlibat dalam kegiatan dakwah, baik melalui diskusi, berbagi pengalaman, maupun penerapan nilai – nilai Islam dalam kehidupan sehari – hari. Program seperti X – School tidak hanya melibatkan peserta sebagai pendengar pasif, tetapi juga mengajak mereka untuk berpartisipasi aktif. Chamlatul Choeriyah dan Rodliyah Khuza'I (2023) mencatat bahwa partisipasi aktif anggota komunitas dalam kegiatan ini menjadi salah satu kunci keberhasilan dakwah Fuadh.

Lingkungan yang inklusif ini menciptakan rasa memiliki (*sense of belonging*) sekaligus meningkatkan pemahaman keagamaan mereka. Media sosial memainkan peran vital dalam memperluas jangkauan dakwah Fuadh. Dengan platform seperti YouTube, ia mampu menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk mereka yang tidak memiliki akses langsung ke kegiatan komunitas XK – Wavers. Salah satu video populernya adalah "Apa itu Korean Wave? | #PernahTenggelam Ep. 1," di mana ia mengajak penonton untuk merenungkan dampak budaya Korea terhadap kehidupan mereka sambil menekankan pentingnya menjaga keseimbangan antara kecintaan pada budaya dan identitas keislaman. Melalui konten seperti ini, Fuadh membuka ruang diskusi tentang cara menikmati budaya Korea tanpa melupakan nilai – nilai Islam, menjadikan media sosial sebagai alat yang efektif untuk membangun narasi positif tentang Islam di tengah maraknya konten hiburan global. Meskipun banyak keberhasilan dicapai, Fuadh juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satunya adalah stereotip negatif terhadap penggemar K – Pop yang dianggap tidak sesuai dengan nilai Islami. Untuk menghadapi tantangan ini, ia menekankan pentingnya pendekatan lemah lembut (*qaulan layyina*) sebagaimana diajarkan dalam QS. Thaha: 44. Selain itu, tantangan lain adalah menjaga relevansi pesan dakwah di tengah perubahan tren generasi muda. Dewi (2023) menegaskan pentingnya inovasi berkelanjutan dalam strategi komunikasi dan pembaruan metode dakwah. Melalui pendekatan yang adaptif, edukatif, dan partisipatif, Fuadh Naim mampu mengintegrasikan budaya populer seperti K – Pop dengan pesan – pesan Islam. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah yang efektif memerlukan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan konteks audiens agar

pesan agama dapat diterima dengan baik. Dengan memanfaatkan media sosial dan pendekatan berbasis komunitas, Fuadh telah menciptakan model dakwah yang relevan dan inspiratif.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Fuadh Naim melalui channel YouTube @FuadhNaim telah mengimplementasikan prinsip-prinsip etika komunikasi dakwah sebagaimana diajarkan dalam Al-Qur'an. Terdapat enam prinsip utama yang diterapkan, yaitu: *qaulan karima* (perkataan mulia), *qaulan sadida* (perkataan benar), *qaulan ma'rufa* (perkataan baik), *qaulan baligha* (perkataan efektif), *qaulan layyina* (perkataan lemah lembut), dan *qaulan maysura* (perkataan yang menyenangkan). Contohnya, terdapat dua video yang menunjukkan penggunaan perkataan mulia dan hormat (*qaulan karima*), serta dua video lain yang menampilkan kebenaran fakta sesuai *qaulan sadida*. Empat video lainnya menunjukkan penggunaan kata-kata bermanfaat dan memberikan pencerahan (*qaulan ma'rufa*), sementara empat video lagi memiliki pesan yang mudah dimengerti dan menyentuh hati (*qaulan baligha*). Selain itu, tiga video menggambarkan kelembutan dalam menyampaikan dakwah (*qaulan layyina*), dan tiga lainnya memperlihatkan penggunaan bahasa yang ringan dan menyenangkan (*qaulan maysura*). Dalam aspek personal, Ustadz Fuadh Naim berhasil menggunakan pendekatan komunikasi yang jujur, terbuka, bertanggung jawab, dan empatik. Gaya komunikasi ini membuat pesan dakwahnya relevan dengan konteks media sosial dan mudah diterima oleh audiens yang beragam, termasuk penggemar K-Pop. Strategi ini mencerminkan kepekaan beliau terhadap karakteristik audiens di era digital. Etika komunikasi dakwah di platform YouTube pada era digital menekankan pentingnya penggunaan bahasa yang sopan dan tidak kasar, prinsip *tabayyun* (memastikan kebenaran informasi), serta larangan mengumpat atau menyebarkan konten yang bersifat SARA dan pornografi. Selain itu, dakwah yang efektif membutuhkan konten yang berkualitas, menarik, dan edukatif, serta interaksi positif dengan *mad'u*. Temuan ini menunjukkan pentingnya integrasi nilai-nilai etika komunikasi dalam dakwah digital. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan tentang strategi dakwah yang etis dan efektif, yang relevan dengan perkembangan media sosial dan audiens yang dinamis.

REFERENSI

- Agung Prasongko, W., Aisyah, S., Arif Roziqin, M., & Furi Andriani, R. (2024). Evaluasi Komunikasi Publik dalam Dakwah. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 5(1), 69–88. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v5i1.963>
- Andika, R. M., Lufipah, H., & Lubis, A. R. (2020). The Impact of Information and Communication Technology on Adolescents in Social Life. *Ijobsor*, 8(2), 51–55. www.ijobsor.pelnus.ac.id
- Azmi Fauziah Suanda, & Tajul Arifin. (2024). Signifikansi Hadis Riwayat Dalam Menangani Konten Negatif Di Media Sosial. *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 4(2), 288–298. <https://doi.org/10.55606/khatulistiwa.v4i2.3576>
- Chamlatul Choeriyah, & Rodliyah Khuza'I. (2023). Strategi Dakwah Komunitas XK–Wavers untuk Meningkatkan Pemahaman Keagamaan pada Anggotanya. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 91–96. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v3i2.3016>
- Dewi, I. P. (2023). Peran Dakwah Fuadh Naim Pada Program X–School Dalam Menghadapi Fanatisme Pada Penggemar K–Pop . *Al-Qaul: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 2(2) SE – Articles). <https://ejurnal.iiq.ac.id/index.php/alqaul/article/view/995>
- Dwi Nurhayati, I., & Suprabowo, I. (2023). Strategi Komunikasi Dakwah Akun Instagram

- @IpmJogja. *RETORIKA : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 5(1), 30 – 43. <https://doi.org/10.47435/retorika.v5i1.1275>
- Efendi, E., Nasution, N., & Azza Mifta Rao. (2024). Alternatif Media Dakwah di Era Digital. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(3), 943 – 951. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i3.734>
- Fitriyani, H., Sholekhati, N., Nafisah, N., Hanifah, N., & Mazaya, V. (2023). Youtube Sebagai Strategi Dakwah Milenial. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 4(1), 71 – 86. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v4i1.651>
- Hamama, S. (2017). Komunikasi bisnis dalam perspektif islam. *Jurnal Cakrawala*, 1(2), 15 – 27.
- Irfan Juhari. (2022). Pendekatan Pragmatik Dalam Buku Pernah Tenggelam Karya Fuadh Naim. *Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Ilmu Pendidikan*, 1(4), 45 – 51. <https://doi.org/10.58192/sidu.v1i4.220>
- Kustiawan, W., Efendi, E., Candra, W., & Zein, P. R. (2023). Dampak Korean Wave (Hallyu) Bagi Budaya Indonesia Sebagai Dampak Dari Globalisasi Media. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Februari, 9(4), 561 – 569. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7684718>
- Natsir, A. M., Mansyur, A. Y., & Djalal, N. M. (2023). Intensitas Mengakses Konten Negatif Media Sosial dengan Agresivitas Siswa. *Jurnal Psikologi Talenta Mahasiswa*, 3(2), 122 – 130.
- Nisa, F., & Liddini, L. (2022). Fenomena Hallyu Wave Dalam Sudut Pandang Islam (Kajian Hermeneutis Abdullah Saeed Terhadap Qs. Hud Ayat 118). *Muqarrar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 4(1), 17. <https://doi.org/10.18592/msr.v4i1.6554>
- Rohman, A. N., Nurdin, A., Eken, M., & Bax, W. B. (2023). Da'wah approach to the strawberry generation: A study on Yuk Ngaji TV channel. *Islamic Communication Journal*, 8(2), 303 – 228. <https://doi.org/10.21580/icj.2023.8.2.16331>
- Rosmalina, A., & Zulfikar, F. A. (2019). Pesan Dakwah Tentang K – Wavers Hijrah Di Media Sosial Instagram. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10(2), 136. <https://doi.org/10.24235/orasi.v10i2.5419>
- Safitri, N., & Efendi, E. (2024). Analisis Strategi Retorika Dakwah Fuadh Naim terhadap Penggemar Hallyu pada Saluran YouTube Fuadh Naim Official. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 10(3), 539. <https://doi.org/10.32884/ideas.v10i3.1850>
- Safitri, N., Putri, S., Sazali, H., & Andinata, M. (2023). Efek Penyebaran Korean Wave (Hallyu) di Indonesia terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam. *Al-Hayat: Natural Sciences, Health & Environment Journal*, 1(1), 40 – 46. <https://doi.org/10.47467/alhayat.v1i1.192>
- Sakinah, R. N., Hasna, S., & Wahyuningsih, Y. (2022). Pengaruh Positif Fenomena K – Pop Terhadap Karakter Generasi Muda di Indonesia. *Journal on Education*, 5(1), 735 – 745. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i1.653>
- Saleh, M., & Listia, R. (2022). Urgensi Retorika dalam Perspektif Komunikasi Islami. *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam*, 12(1), 61 – 71.
- Sulistia, D. A., & Simamora, I. Y. (2023). PERILAKU KOMUNIKASI PENGGUNAAN Media Sosial Tiktok Di Kalangan Mahasiswa Kpi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Stambuk 2019. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(3), 1189 – 1200. <https://doi.org/https://doi.org/10.35870/jimik.v4i3.365>
- Sya'bani, M. H., Razzaq, A., & Hamandia, M. R. (2024). Analisis Pesan Dakwah pada Media Sosial Podcast Login Habib Ja'far dan Onad. *Pubmedia Social Sciences and Humanities*, 1(3), 15. <https://doi.org/10.47134/pssh.v1i3.170>
- Wardani, S. F., & Azwar. (2024). Fenomena Pemanfaatan Media Sosial Makeup Style dalam Mengadopsi Korean Wave. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 8(2), 554 – 564. <https://doi.org/10.22219/satwika.v8i2.36583>
- Waty, H. R., Handrianto, B., & Supraha, W. (2023). Program Dakwah Komunitas

- @Xkwavers Terhadap Religiusitas Korean Wavers Pelajar Muslim Tingkat SMA.
AL-AFKAR: Journal for Islamic Studies, 6(4), 437 – 449.
<https://doi.org/10.31943/afkarjournal.v6i4.817.Community>
- Wibowo, A. (2019). Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital. *Jurnal Islam Nusantara*, 03(02), 339 – 356.
<https://jurnalnu.com/index.php/as/article/view/141>
- Yusuf Afandi. (2023). Kolaborasi, Kreatifitas Dan Keamananusiaan: Aktivitas Dakwah Habib Jafar Di Youtube. *RETORIKA : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 5(2), 30 – 44. <https://doi.org/10.47435/retorika.v5i2.2200>