

**STRATEGI KOMUNIKASI INFILTRASI DAKWAH
KOMUNITAS X-ARMY MELALUI KEGIATAN RAMADHAN
EXPRO PART TIGA TAHUN 2023**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

ALYA FATHIYAH
NIM. 3420127

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI INFILTRASI DAKWAH
KOMUNITAS X-ARMY MELALUI KEGIATAN RAMADHAN
EXPRO PART TIGA TAHUN 2023**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

ALYA FATHIYAH
NIM. 3420127

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENSIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Alya Fathiyah

NIM : 3420127

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **"STRATEGI KOMUNIKASI INFILTRASI DAKWAH KOMUNITAS X-ARMY MELALUI KEGIATAN RAMADHAN EXPRO PART TIGA TAHUN 2023"** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 22 Oktober 2024

Yang Menyatakan,


Alya Fathiyah
NIM. 3420127

NOTA PEMBIMBING

Kholid Noviyanto, MA. Hum
Jl. Pahlawan, Km 05 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan

Lamp : 4 (Empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Alya Fathiyah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
c.q Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
di-

PEKALONGAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Alya Fathiyah

NIM : 3420127

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI INFILTRASI DAKWAH
KOMUNITAS X-ARMY DALAM KEGIATAN RAMADHAN
EXPRO PART TIGA TAHUN 2023**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 23 Desember 2024

Pembimbing,

Kholid Noviyanto, MA. Hum
NIP. 198810012019031008

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

س	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Ghain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	◌	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal rangkap	Vokal Panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أي = ai	إي = ī
أ = u	أو = au	أو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة ditulis *fātimah*

4. Syaddad (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا	ditulis	<i>rabbānā</i>
البر	ditulis	<i>al-barr</i>

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rojulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	ditulis	<i>al-badi'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof (/').

Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya yang tidak terhingga jumlahnya, sehingga penulis dapat mengakhiri penulisan skripsi ini dengan baik. Dengan rasa syukur dan kasih sayang yang penuh, saya persembahkan karya tulis skripsi ini kepada:

1. Allah Subhanahu Wata'ala. Terima kasih telah mengaruniakan segala nikmat dan ridho-Mu. Tanpa segala nikmat dan karunia yang Engkau berikan pada hamba-Mu ini, skripsi ini tentu tidak dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua saya, Ayah Muh. Ishaq dan Bunda Zaidatul Risqiyah, orang tua yang luar biasa yang tak henti-hentinya menyemangati saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini dan selalu mendukung dan mendoakan setiap langkah yang saya jalani dalam hidup. Terima kasih telah menjadi orang tua dan motivator terbaik dalam hidup saya.
3. Kepada kedua adik saya, Sania Meilani Safina dan Arumey Laila Aisyah, yang menjadi motivasi saya untuk berusaha menjadi sosok kakak yang lebih baik bagi kalian. Semoga kalian dapat meraih cita-cita yang lebih tinggi lagi.
4. Kepada Bapak Kholid Noviyanto, MA.Hum, selaku dosen pembimbing skripsi dan juga dosen pembimbing akademik yang telah banyak membantu penulis guna menyelesaikan skripsi serta tak kenal putus asa untuk membimbing dengan kesabaran yang penuh sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan segenap ilmunya yang bermanfaat dalam perkuliahan dan memotivasi dalam segala hal.
6. Kepada pelaksana kegiatan Ramadhan Expro *part* tiga, Kak Kanza Khairunnisa dan Kak Fiken Almasithoh yang telah memberikan waktu dan informasinya di tengah padatnya jadwal kegiatan untuk data penelitian yang dibutuhkan dalam pengerjaan skripsi ini. Juga kepada seluruh teman-teman komunitas X-ARMY yang luar biasa, semoga komunitas ini semakin besar dan semakin bisa menebarkan manfaatnya ke seluruh penjuru dunia.

7. Kepada Mas Moh. Bakharudin, sosok yang selalu mendampingi langkah saya, membantu dan menyemangati saya selama proses perkuliahan. Terima kasih atas kesabaran dan pengertian yang diberikan. Terima kasih sudah selalu menguatkan setiap kali saya merasa hilang harapan. Semoga segala niat baik selalu dapat diwujudkan dan direstui oleh Tuhan.
8. Teman-teman satu perjuangan KPI 2020 UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang tak dapat saya tulis satu persatu, terima kasih telah memberi warna hidup semasa perkuliahan.
9. Kepada ketujuh sosok laki-laki luar biasa yang berada di Negeri Gingseng sana, BTS. Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook. Terimakasih sudah menjadi salah satu sumber kekuatan bagi saya. Terimakasih sudah hadir dan selalu bisa menguatkan dalam hari-hari berat saya melalui lagu-lagu dan kalimat yang menghangatkan, menjadi motivasi dan inspirasi bagi saya untuk terus berusaha mencapai apa yang menjadi mimpi saya. 아포방포
10. Kepada Tomorrow X Together yang juga menjadi teman selama mengerjakan skripsi ini. Terima kasih Choi Soobin, Choi Yeonjun, Choi Beomgyu, Kang Taehyun, dan Kai Kamal Huenig sudah menjadi *idol* Gen-Z yang sangat menghibur saya saat saya pening karena bergelut dengan penelitian. Terima kasih atas lagu-lagu indah yang sudah menemani masa penulisan skripsi ini.
11. Kepada ikatanku tercinta, yang telah membentuk saya menjadi pribadi yang lebih baik, IPNU-IPPNU tingkat Ranting Rembun juga tingkat Anak Cabang Kecamatan Siwalan. Sangat bersyukur memiliki kesempatan untuk berproses di dalamnya, semoga semakin sukses dan maju kedepannya.
12. Kepada teman-teman posko 17 KKN 59 Desa Karangdawa. Anis Muzkiyah, Istikomah Dwi L, Rahma Liza A, Arju Fatiya N, Fini Alfi M, Savitri Nur Azizah, Nur Rusnawa Dewi, Siska Aprilia, Farkhan Syahrul M, Satria Putra, Azmi Tsani Hasona. Yang memberikan kenangan indah dan tak terlupakan kepada saya selama masa KKN. Semoga pertemanan kita selalu terjaga dan semoga mimpi-mimpi kalian dapat segera menjadi kenyataan.

13. Seluruh pimpinan dan staff program studi KPI tahun 2024 yang membantu saya dalam mengurus administrasi perkuliahan. Semoga selalu diberi kesehatan dan keberkahan dalam setiap langkah.
14. Segenap pihak yang mendukung dan membantu dalam pembuatan skripsi ini secara langsung maupun tidak langsung.
15. *Last but not least*, terima kasih untuk diriku sendiri. Terima kasih telah bertahan dan tak menyerah di saat-saat tersulit sekalipun. Ketika lelah mendera dan keraguan datang, aku tetap memilih untuk terus melangkah. Setiap tetes keringat, setiap malam yang terjaga, dan setiap tantangan yang kulalui adalah bukti bahwa aku mampu. Aku bangga pada diriku yang tidak berhenti meskipun jalannya tidak selalu mudah. Terimakasih karena tidak pernah berhenti percaya pada diri sendiri.



MOTTO

“Iso ora iso, Halsuisseo”



ABSTRAK

Fathiyah, Alya 2024. *Strategi Komunikasi Dakwah Infiltrasi Komunitas X-ARMY Dalam Kegiatan Ramadhan Expro Part tiga Tahun 2023.* Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Kholid Noviyanto, MA.Hum.

Kata Kunci: Strategi komunikasi, Infiltrasi, Komunitas X-ARMY, Ramadhan Expro, Media Sosial, Generasi Muda

Populasi *K-Popers* di Indonesia menduduki posisi pertama sebagai jumlah fans *K-Pop* terbanyak di dunia. Hal ini dapat memicu perubahan kebudayaan, kebiasaan dan gaya hidup bagi kalangan tersebut. Tingkat solidaritas *K-Popers* yang sangat tinggi dinilai dapat dimanfaatkan untuk hal yang bermanfaat, diantaranya sebagai sarana berdakwah. Salah satu yang melihat potensi dakwah di kalangan *K-Popers* adalah komunitas X-ARMY dimana mereka melakukan berbagai kegiatan positif. Salah satu kegiatan yang dilakukan sebagai sarana untuk berdakwah secara tidak langsung kepada kalangan ARMY dan *K-Popers* adalah melalui kegiatan Ramadhan Expro *Part* tiga di tahun 2023.

Penelitian ini mengkaji tentang strategi komunikasi dakwah infiltrasi yang diterapkan oleh komunitas X-ARMY dalam kegiatan Ramadhan Expro *part* tiga tahun 2023. Kegiatan ini merupakan salah satu acara tahunan yang diadakan oleh komunitas tersebut, dengan tujuan menyebarkan nilai-nilai keagamaan kepada generasi muda, khususnya kalangan ARMY dan para penggemar musik pop Korea. Strategi infiltrasi yang digunakan dalam dakwah mereka bertujuan untuk mengintegrasikan pesan-pesan agama secara halus dan relevan dalam lingkungan yang biasanya jauh dari narasi keagamaan, seperti komunitas penggemar musik Korea.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumentasi dari berbagai kegiatan yang berlangsung selama Ramadhan Expro *part* tiga. Wawancara dilakukan dengan penyelenggara kegiatan Ramadhan Expro *part* tiga tahun 2023. Observasi difokuskan pada pendekatan komunikasi yang diterapkan selama kegiatan berlangsung, serta penerimaan audiens terhadap pesan dakwah yang disampaikan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunitas X-ARMY mengadopsi strategi komunikasi persuasif oleh Melvin L. D. Fleur dan Sandra J. Ball Rokeach yakni strategi *The Meaning Construction* dengan menggunakan cara komunikasi yang inovatif, seperti memanfaatkan media sosial, dan konten digital. Faktor-faktor utama yang mempengaruhi penggunaan strategi ini diantaranya tentang konten atau isi pesan dan kejelasan pesan yang disampaikan oleh X-ARMY dalam kegiatan ini.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa strategi komunikasi dakwah komunitas X-ARMY melalui Ramadhan Expro *part* tiga tahun 2023 berhasil

menggabungkan nilai-nilai agama dengan aktivitas komunitas yang disukai oleh generasi muda, sehingga menghasilkan dakwah yang lebih mudah diterima dan diapresiasi. Pendekatan ini membuktikan bahwa dakwah yang menyentuh aspek budaya pop dapat menjadi lebih efektif dalam membangun kesadaran religius di kalangan anak muda.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Dakwah Infiltrasi Komunitas X-ARMY Dalam Kegiatan Ramadhan Expro *Part* tiga Tahun 2023” ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial di Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Prof. Dr. Sam’ani, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Ibu Vyki Mazaya, M.S.I., selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Ibu Mukoyimah, M.Sos., selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
5. Bapak Kholid Noviyanto, MA.Hum., selaku dosen pembimbing skripsi sekaligus dosen pembimbing akademik penulis selama studi yang telah bersedia memberikan arahan, bimbingan, waktu, motivasi dan kesabaran dalam proses mengarahkan skripsi ini hingga akhir.
6. Seluruh dosen pengajar dan staff prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah membantu dalam hal administrasi serta mempermudah dalam pengarahan penyelesaian skripsi.

7. Seluruh teman-teman prodi KPI maupun selain prodi KPI Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah membantu serta memberikan doa dan dukungannya dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Semua pihak yang turut membantu serta mendukung secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Besar harapan semoga hasil penelitian ini bermanfaat dan mendapat respon positif bagi siapa saja yang telah membacanya.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan-kebaikan yang berlipat ganda bagi semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini. Akhirul-kalam, selamat membaca penelitian ini dan semoga kita semua mampu meraih kesuksesan di dunia dan akhirat.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekalongan, 22 Oktober 2024

Penulis

Alya Fathiyah

NIM. 3420127

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi seperti saat ini, sangat mudah bagi siapa saja untuk mendapatkan berbagai informasi, baik dari dalam maupun dari luar negeri. Hal tersebut dapat menjadi suatu kemajuan yang positif jika disikapi dengan bijak. Namun, terkadang kemudahan dalam penyebaran informasi tersebut justru berpotensi menjadikan bergesernya nilai atau norma-norma asli budaya Indonesia bahkan prinsip-prinsip beragama. Sebab dengan penyebaran informasi yang sedemikian mudahnya, maka begitu mudahnya juga penyebaran budaya dan produk industri hiburan dari luar negeri. Tidak sedikit para remaja yang sudah terpapar dengan berbagai macam budaya luar salah satunya adalah budaya dari Negeri Gingseng, Korea Selatan. Kepopuleran industri hiburan Korea Selatan di Indonesia ini dapat diamati dengan merebaknya berbagai budaya Korea baik itu musik, serial drama, film, acara televisi, makanan khas Korea, gaya *fashion*, hingga pada beberapa produk kecantikan.¹ Paparan budaya asing dari Korea Selatan ini tentunya dapat mempengaruhi gaya berpakaian, pola makan, bahkan hingga

¹ Catherine Valenciana, Jetie Kusmiati Kusna Pudjibudojo, *Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia*, 2022, hlm, 206.

prinsip-prinsip dalam kehidupan pribadi, terutama di kalangan remaja.² Para remaja yang terbiasa melihat tokoh figur Korea Selatan yang menggunakan pakaian seksi, atau gaya berpacaran yang tergolong bebas bisa saja ikut terpengaruh dan meniru hal tersebut.

K-Drama dan *K-Pop* memiliki peranan penting dalam penyebaran budaya Korea di Indonesia. Hal tersebut bisa terlihat dari banyak bermunculannya komunitas-komunitas pecinta *Korean Drama* dan *Korean Pop* yang secara khusus membahas tentang informasi seputar idola mereka, bahkan hingga maraknya acara-acara yang dilakukan untuk mengadakan *project* dengan mengatasnamakan penggemar *K-Pop* atau *K-Drama*.³ Merebaknya kalangan penggemar para artis dan penyanyi dari Korea Selatan ini menyebabkan kekhawatiran akan bergesernya norma dan ajaran kehidupan beragama pada diri para remaja tersebut. Mengingat bahwa fanatisme di kalangan penggemar yang secara tidak sadar akan menjadikan para penggemar tersebut meniru dan mencontoh tingkah laku idolanya.⁴

Pesatnya pertumbuhan angka para penggemar *K-Pop* maupun *K-Drama* ini tidak bisa dipandang sebelah mata saja. Para penggemar ini terbiasa solid dalam berbagai kegiatan yang menyangkut dengan idola

² Nadia Riskia W, Wiki Angga Wiksana, *Strategi Komunikasi Akun Instagram @Kpopers.hijrah dalam Mengajak Kpopers untuk Berhijrah*, 2019, hlm. 730.

³ Farah Dhiba, Idola Perdini, Reni Nuraeni, *K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia*, 2019, hlm. 68.

⁴ Annisa Husnusyifa, *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Sikap Fanatisme Penggemar (Studi Pada Media Sosial Twitter @BTOBIndonesia Terhadap Sikap Fanatisme Penggemar)*, 2019, hlm 120.

mereka baik dalam *event* yang menyangkut tanggal ulang tahun idolanya, atau kegiatan lain yang mengatasnamakan idolanya dan sebagainya. Sehingga kondisi ini merupakan hal positif jika dimanfaatkan untuk hal yang bermanfaat, salah satunya sebagai sarana dakwah. Dalam dunia dakwah sendiri, penyampaian ajaran dakwah dengan memanfaatkan sarana atau kegiatan yang secara khusus bukan suatu kegiatan keagamaan disebut dengan dakwah infiltrasi.⁵

Bentuk dakwah infiltrasi ini dilakukan oleh X-ARMY sebagai komunitas penggemar *Boy Group* Korea Selatan bernama BTS untuk mengajak para ARMY, sebutan bagi penggemarnya agar tetap semangat untuk kembali belajar agama disamping hanya berfokus mengidolakan sang penyanyi. X-ARMY hadir sebagai komunitas ARMY yang berupaya untuk berdakwah dengan menarik minat para penggemar BTS tersebut untuk mempelajari ajaran agama Islam dengan cara-cara yang lebih menarik. Komunitas ini melakukan beragam kegiatan dakwah dan kegiatan sosial dengan mengangkat tema terkait dengan BTS yang tentunya akan lebih menarik minat kalangan penggemar tersebut untuk mengikutinya. Sebagai contoh, mereka mengadakan proyek dalam rangka ulang tahun salah satu member BTS, Park Jimin dengan mengadakan donasi yang disalurkan kepada berbagai *cat shelter* di Bandung, Depok, Medan dan Palembang. Sebagaimana diterangkan dalam gambar 1.1 berikut ini

⁵ Maulida Pangestuti, *Infiltrasi Nilai-Nilai Dakwah Dalam Kesesnian Kuda Lumping Di Desa Pipir Kecamatan Purworejo Kabupaten Pekalongan*, Semarang, 2019, hlm. 29



Gambar 1.1 Salah satu kegiatan sosial yang dilakukan oleh Komunitas X-ARMY

X-ARMY dalam kegiatan Ramadhan Expro *Part* tiga memberikan ruang bagi para ARMY untuk bersama sama belajar agama bersama melalui *platform telegram* yang tergabung dalam satu grup obrolan. Komunitas ini memanfaatkan ketertarikan seseorang pada sesuatu untuk kemudian diolah menjadi bahan dakwahnya. Salah satu kegiatan yang diadakan X-ARMY adalah Ramadhan Expro yang menawarkan sensasi belajar agama dengan cara baru, yakni seperti menghadirkan sesi yang bergam tiap harinya selama bulan Ramadhan. Dalam event ini, mereka menawarkan berbagai agenda kegiatan dakwah yang menarik dengan tujuan agar tetap produktif secara positif selama bulan Ramadhan.

Komunitas X-ARMY mengajak para ARMY untuk mempelajari agama Islam dan memaknai *fangirling* yakni aktivitas mengagumi idola K-

Pop nya sebagai penggemar mereka dari sudut pandang Islam. Komunitas ini aktif mengadakan berbagai kegiatan terkait agama juga sosial sebab stigma yang melekat di masyarakat selama ini bahwa *K-popers* merupakan golongan yang tidak mengerti ilmu agama. Hal ini dikarenakan terdapat nilai-nilai yang berbenturan dan berlawanan dengan norma dan nilai dalam agama Islam.⁶

Penulis menilai bahwa dalam kegiatan ini X-ARMY menggunakan cara-cara berdakwah yang menarik dan dapat memberikan warna baru dalam strategi dakwah era modern, terutama kepada kalangan *K-Popers*. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengetahui sistem strategi komunikasi dakwah apa saja yang dilakukan oleh X-ARMY dalam menyelenggarakan Ramadhan Expro *part* tiga tahun 2023.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan landasan yang dikemukakan di atas, penulis merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Komunikasi infiltrasi dakwah yang digunakan oleh Komunitas X-ARMY melalui kegiatan Ramadhan Expro *part* tiga Tahun 2023?

⁶ Nurul Huda, Skripsi, *Perbenturan Identitas Sosial Pada Hijab K-Popers*, UIN Sunaan Kalijaga Yogyakarta, 2020, Abstrak hlm, ii.

2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerapan strategi komunikasi infiltrasi dakwah komunitas X-ARMY melalui kegiatan Ramadhan Expro *Part* tiga Tahun 2023?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui Strategi Komunikasi infiltrasi dakwah Komunitas X-ARMY melalui kegiatan Ramadhan Expro *part* tiga Tahun 2023.
2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan strategi komunikasi infiltrasi dakwah komunitas X-ARMY melalui kegiatan Ramadhan Expro *Part* tiga Tahun 2023.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Ilmiah

Dengan selesainya penelitian ini, penulis berharap semoga dapat memberikan sedikit kontribusi ilmu dalam dunia dakwah Islam dan sebagai bahan referensi serta menjadi literatur tambahan untuk mahasiswa UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan. Harapan lainnya semoga dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi perkembangan komunikasi dan dakwah Islam serta mampu memanfaatkan perkembangan zaman untuk tetap menyebarkan nilai nilai dakwah Islam ke berbagai golongan secara merata.

2. Manfaat Praktis

Dengan selesainya penelitian ini, penulis harap pembaca dapat bersikap lebih bijak dalam menekuni hobi atau minat terhadap

sesuatu sehingga dapat dijadikan motivasi atau dorongan ke arah yang lebih positif.

E. Tinjauan Pustaka

1. Analisis teoritis

a. Strategi Komunikasi *The Meaning Construction*

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani "*stratego*" yang berarti niat untuk melenyapkan musuh dengan menggunakan aset yang kuat.⁷ Sedangkan komunikasi merupakan suatu tindakan penyampaian pesan baik berupa gambar atau kode yang dilengkapi oleh komunikator (penyedia pesan) kepada komunikan (penerima pesan) yang dalam keadaan tersebut dapat berupa bahasa, wacana, karangan, gambar, atau dengan memanfaatkan gerakan bagian tubuh. (verbal atau nonverbal).⁸

Onong Uchjana Effendi memaparkan dalam bukunya yang berjudul *Dinamika Komunikasi*, bahwa strategi pada dasarnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan.

⁹ Maka, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi ialah segala perencanaan yang ditujukan guna memperlancar jalannya proses

⁷ Dedy Susanto, *Psikoterapi Religius Sebagai Strategi Dakwah Dalam Menanggulangi Tindak Sosiopatic*, *Jurnal Konseling Religi*, 2013, hlm. 18.

⁸ Hamidi, *Teori Komunikasi dan Strategi Dakwah*, Malang; UMM Press, (2010); hlm 2

⁹ Onong Uchana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, Bandung; PT Remaja Rosdakarya, (2020), Hlm. 29

komunikasi dengan melibatkan seluruh komponen dalam komunikasi agar dapat tercapai tujuan yang telah dicanangkan.¹⁰

Strategi *the meaning construction* merupakan salah satu dari tiga teori strategi komunikasi yang dikemukakan oleh Melvin L. deFleur dan Sandra J. Ball Roseach. Model strategi komunikasi *The Meaning Construction* yakni suatu strategi dimana penyampai pesan memberikan pemahaman dengan berusaha menyesuaikan suatu makna agar lebih mudah dipahami, baik dengan memberikan perumpamaan atau yang lainnya tanpa mengurangi makna dari pemahaman itu sendiri. Strategi ini menekankan pada pengolahan kata yang digunakan yang dimodifikasi sedemikian rupa sehingga menarik perhatian sasaran komunikasi.¹¹

Dalam penerapan strategi komunikasi *The Meaning Construction* yang menekankan bahwa makna pesan juga dikonstruksi dengan dipengaruhi oleh latar belakang, budaya, pengalaman, dan pengetahuan komunikan dan keterlibatan audiens dalam konstruksi makna. Penerapan teori ini dalam dunia dakwah dilakukan dengan mengidentifikasi bagaimana pesan dakwah dicerna dan diterima oleh komunikan.

¹⁰ Dewi Suratningsih, Suci Lukowati, “*Strategi komunikasi dalam diplomasi kemanusiaan: Best Practice ACT dalam isu kemanusiaan Palestina*”, Surabaya (2020) hlm 3.

¹¹ Siti Aisyah Hajar, Muhammad Syukron Anshori, *Strategi Komunikasi Persuasif farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media*, (Sumbawa, 2021), hlm. 65.

b. Infiltrasi dakwah

Dakwah adalah ucapan atau seruan untuk mencapai sesuatu yang bermanfaat dan menaati apa yang diperintahkan Allah S.W.T dan menjauhi apa yang ditabukan oleh Allah dan Rasul Allah sesuai petunjuk yang dimaknai dalam Al-Qur'an dan Hadist.¹²

Infiltrasi dakwah yakni menyampaikan ajaran agama melalui kegiatan atau sarana yang secara tidak khusus merupakan suatu kegiatan keagamaan.¹³ Infiltrasi dakwah ini dilakukan dengan menyisipkan nilai dakwah baik berupa ajaran akidah, syariah, dan akhlakul karimah melalui kegiatan yang bukan kegiatan keagamaan seperti contohnya kegiatan dakwah yang dilakukan oleh komunitas X-ARMY. Komunitas X-ARMY aktif mengadakan kegiatan dengan memanfaatkan solidaritas penggemar BTS tersebut untuk menyebarkan nilai-nilai ajaran agama Islam.

Metode dakwah infiltrasi dilakukan pada saat kegiatan yang secara khusus tidak sebagai kegiatan keagamaan. Metode infiltrasi ini dinilai akan lebih efektif diterapkan pada kalangan tertentu. Sebab secara tidak sadar nilai-nilai ajaran Islam sudah disampaikan kepada mad'u dengan cara sisipan atau infiltrasi. Sehingga melalui metode ini materi dakwah

¹² Hamidi, *Teori Komunikasi dan Strategi Dakwah*, (2010); hlm 6.

¹³ Aziz, M. Ali *Ilmu Dakwah*, Jakarta; Kencana, hlm. 187

akan lebih mudah disampaikan bahkan kepada kalangan yang enggan menerima pesan dakwah secara terang-terangan.

2. Penelitian yang Relevan

Pengujian semacam ini pada hakekatnya berkaitan dengan teknik komunikasi dakwah dan telah banyak dilakukan oleh para ahli atau ahli komunikasi atau lembaga penelitian komunikasi di Indonesia serta dianalisis secara berbeda. Teknik penelitian yang sama, yaitu penggunaan analisis kualitatif yang telah digunakan dalam beberapa temuan penelitian lainnya khususnya mahasiswa Ilmu Dakwah dan Fakultas Ilmu Komunikasi. Hanya saja penelitian ini berbeda pada fokus penelitian, objek penelitian, fokus pertanyaan, hasil dan kesimpulan penelitian. Berikut adalah beberapa hasil penelitian di masa lalu yang penulis jadikan sebagai literature review.

Pertama, jurnal ilmu dakwah dengan judul penelitian “Ekspresi Keberagaman Online: Media Baru Dan Dakwah” oleh Afidatul Asmar tahun 2020. Inti dari kajian ini adalah untuk mengetahui bagaimana model dakwah menggunakan artikulasi yang beragam di media baru saat ini seperti web. Dengan menggunakan strategi kuantitatif dengan metode analisis kontekstual, dapat disimpulkan respon para da'i dan hadirin mengenai pernyataan keberagaman dalam memanfaatkan media baru dan cara menguraikan pesan-pesan dakwah melalui sarana online seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan Youtube.

Dalam catatan penelitiannya, peneliti menyampaikan konsekuensi penelaahan bahwa pemanfaatan media, jaringan, atau perkumpulan baru dalam memandang dakwah Islam sebagai jenis pengembangan lain di bidang dakwah dan untuk tujuan pengajaran lebih menjangkau orang banyak dalam mengundang keberagaman, memberi kekuatan baik secara fundamental maupun sosial.¹⁴ Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang diambil oleh penulis adalah topik permasalahan yang diangkat. Jurnal penelitian ini meneliti tentang bagaimana media sosial sebagai media baru dimanfaatkan sebagai sarana dalam berdakwah. Maka, jurnal penelitian ini menjadi rujukan penulis sebagai penguat alasan pemanfaatan dan penggunaan media baru dalam berdakwah.

Kedua, Jurnal ilmu dakwah dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Pesan *Whatsapp Group* dalam Meningkatkan Kualitas Ilmu Agama” oleh Muhammad Selpan Muharam Shidiq pada tahun 2020. Kajian ini memahami bagaimana teknik komunikasi dakwah melalui pesan grup WhatsApp dilakukan untuk menggarap sifat informasi ketat Islam dalam kelompok ibu-ibu yang belajar di Majelis Ta’lim Al-Anshoriyah Kabupaten Cianjur.¹⁵ Kelompok belajar ini secara efektif memanfaatkan media

¹⁴ Asmar, A. *Ekspresi keberagaman online: media baru dan dakwah*, Jurnal Ilmu Dakwah, (2020), hlm, 63.

¹⁵ Muhammad Selpan. *Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Pesan WhatsApp Group Dalam Meningkatkan Kualitas Ilmu Agama*, (2020) hlm, 32.

kelompok WhatsApp untuk pekerjaan pengajaran tentang kualitas dan penyebaran informasi dan pendalaman pengetahuan agama. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mengamati pesa pesan yang dikirimkan dalam grup *whatsapp* tersebut. Berdasarkan penelusuran yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa teknik komunikasi dakwah yang dilakukan Pengurus Taklim Al-Anshoriyah di media grup WhatsApp terlaksana dengan efisien dan sesuai jadwal dengan jenis wacana komunikasi yang lugas dan mendasar, yaitu berencana untuk membantu individu mengingatkan anggota kelompok tersebut dan memikat, menambahkan informasi baru, khususnya yang berkaitan dengan persoalan-persoalan yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari, sebagai refleksi sekaligus bentuk pembaharuan.¹⁶

Perbedaan anantara hasil penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh penulis terdapat pada artikel dan focus penelitian ini mengobservasi tentang strategi komunikasi yang dilakukan oleh Majelis Taklim Al-Anshoriyah Kabupaten Cianjur melalui media *WhatsApp group*, sedangkan penulis disini meneliti tentang bgaimana strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh komunitas X-ARMY melalui sebuah kegiatan bernama Ramadhan Expro *Part* tiga Tahun 2023.

¹⁶ Muhammad Selpan. *Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Pesan WhatsApp Group Dalam Meningkatkan Kualitas Ilmu Agama*, (2020) hlm 36.

Ketiga, jurnal penelitian dengan judul “dakwah Komunitas di Pedesaan dalam Perspektif Psikologi Komunikasi” oleh Ridwan Ristandi tahun 2020. Pemeriksaan ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan persuratan, proses persuratan, dan dampak persuratan yang dilakukan pada kelompok Masyarakat Pemuda dan Pengajar Islam Pangalengan (MERAPI), Rezim Bandung. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan menggunakan perspektif psikologi komunikasi yang berkaitan dengan aktifitas dakwah di pedesaan.¹⁷

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunitas MERAPI dinilai dapat merumuskan formulasi baru dalam berdakwah secara inovatif dan kreatif dalam lingkup wilayah pedesaan.¹⁸ Korelasi antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu meneliti tentang bagaimana pola komunikasi dakwah dalam sebuah komunitas dakwah.

Keempat, jurnal pendidikan ilmu sosial dengan judul “Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media” oleh Siti Hajar dan Muhammad Syukron Anshori pada tahun 2021. Kajian ini berencana untuk mengetahui teknik komunikasi menarik Farah Qoonita dalam

¹⁷ Ridwan Rustandi, *Dakwah Komunitas di Pedesaan dalam Perspektif Psikologi Komunikasi*, (2020), hlm 301

¹⁸ Ridwan Rustandi, *Dakwah Komunitas di Pedesaan dalam Perspektif Psikologi Komunikasi*, (2020), hlm 321

menyampaikan dakwah dengan memanfaatkan media baru yang mengusung system komunikasi meyakinkan ala Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball-Rokeach.

Strategi dalam penelitian ini adalah metodologi subjektif dengan prosedur pengumpulan informasi yang dilakukan melalui persepsi, wawancara, dan dokumentasi. Prosedur penelitian informasi ini dilakukan dengan model Miles dan Huberman, yaitu penurunan informasi spesifik, penyajian informasi, pencapaian dan pengujian penentuan. Dampak dari eksplorasi ini adalah dari pengujian metodologi komunikasi Farah Qoonita yang meyakinkan dalam menyampaikan dakwah melalui media baru, dinilai sangat berhasil, yakni memanfaatkan komputersasi visual yang menarik, dan bahasa yang digunakan.¹⁹

Perbedaan penelitian ini dengan yang penulis lakukan adalah objek media penelitian yang digunakan berbeda dengan target sasaran dakwah yang juga berbeda.

Kelima, Jurnal kajian dengan judul “Strategi Komunikasi Akun Instagram @Kpopers.Hijrah dalam Mengajak Kpopers Untuk Berhijrah” oleh Nadia Riskia W, dan Wiki Angga Wiksana tahun 2019. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk

¹⁹ Hajar, S. A., & Anshori, M. S.. *Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media*, Aksiologi: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial. (2021), hlm 62.

mengetahui proses perencanaan penyampaian pesan, proses serta hambatan-hambatan yang terjadi dalam pelaksanaan strategi komunikasi yang digunakan akun @kpopers.hijrah dalam mengajak pengikutnya untuk berhijrah.²⁰ Memanfaatkan teknik eksplorasi subjektif dengan pendekatan investigasi kontekstual dan prosedur pengumpulan informasi dengan memanfaatkan pertemuan dan kajian tulisan, hasil pengujian ini menunjukkan bahwa metodologi yang digunakan akun @kpopers.hijrah sejauh mencakup cara yang paling umum dalam mencari topik, membuat gambar dan *caption* dengan target minimal tiga unggahan dalam *feeds* instagram dan lima sampai enam unggahan dalam *instastory*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis terdapat pada objek media penelitian yang dituju berbeda dan media penelitian yang digunakan juga berbeda.

Keenam, naskah publikasi skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Dakwah Pada Komuniktas Pemuda Istiqamah dan Murabbians” oleh Anindya Almaningtyas tahun 2019. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi yang digunakan oleh komunitas pemuda istiqamah melalui *platform Instagram, Youtube, Facebook, dan Twitter* dan komunitas Murabbians melalui

²⁰ Nadia Riskia W, Wiki Angga Wiksana, *Strategi Komunikasi Akun Instagram @Kpopers.hijrah dalam Mengajak Kpopers untuk Berhijrah*, (2019), hlm 729.

Instagram dan *WhatsApp*.²¹ Penelitiannya menggunakan penelitian subyektif dengan metode pengumpulan informasi melalui wawancara intensif serta dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah komunitas Pemuda Istiqamah melakukan dua metode yakni metode *fi'ah* dan *hizbaiyah*.²² *Murrabians* sendiri memiliki kriteria tersendiri untuk memilih kualitas dari komunikator yakni memilih ustadz dengan gelar Lc. atau lulusan Timur Tengah. Korelasi penelitian ini terhadap penelitian yang dilakukan oleh penulis yakni meneliti strategi komunikasi dakwah dalam sebuah komunitas dakwah.

3. Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir dalam penelitian ini dimulai dengan komunitas X-ARMY tentang apa strategi komunikasi yang dilakukan dalam metode infiltrasi dakwah dan faktor-faktor yang mempengaruhi penerapannya melalui kegiatan Ramadhan Expro *Part* tiga Tahun 2023. Teori strategi komunikasi yang digunakan yang teori *The Meaning Construction* dan faktor apa saja yang mempengaruhi penerapan kronstruksi makna, pembentukan pemahaman, dan nilai-nilai kepada audiens. Dengan hasil

²¹ Anindya Almaningtyas, *Strategi Komunikasi Dakwah Pada Komunitas Pemuda Istiqamah dan Murrabians*, (2019) hlm 1.

²² Anindya Almaningtyas, *Strategi Komunikasi Dakwah Pada Komunitas Pemuda Istiqamah dan Murrabians*, hlm 18.

akhir yakni penerimaan makna dakwah oleh peserta yang disampaikan dalam kegiatan Ramadhan Expro *Part* tiga Tahun 2023.

Penelitian ini menggunakan model strategi komunikasi persuasive *the meaning construction* dengan menganalisis factor yang dapat mempengaruhi keberhasilan dan menghambat dalam penerapan strategi ini dalam tahap konstruksi makna, pemahaman, dan nilai kepada audiens.



F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Berdasarkan jenis data maka penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Melakukan penelitian dengan data-data hasil dari obserbasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian berbentuk tertulis berupa kutipan dari data yang diperoleh untuk mengilustrasikan bukti penelitian.

2. Sumber Data

Data yang digunakan pada penelitian ini bersumber dari dua jenis data, yakni sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan informasi mendasar yang diperoleh langsung oleh penulis dari objek penelitian. Bahwa para analis mengumpulkan informasi mengacu pada wawancara dengan pelaksana Ramadhan Expro Bagian 3 tahun 2023, yakni saudara Fiken Almasithoh sebagai ketua pelaksana dan Kanza Khairunisa anggota panitia pelaksana.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah informasi yang diperoleh berdasarkan implikasi yang berhubungan dengan penelitian. Untuk hal ini, penulis memperoleh informasi mulai dari mengumpulkan bahan-bahan yang berkaitan dengan spekulasi dan strategi

komunikasi dakwah dari jurnal, buku, proposal, situs dan bahan pustaka lainnya.

3. Metode Pengumpulan Data

Dalam proses mencapai tujuan penelitian penulis akan menggunakan analisis data dengan berdasarkan salah satu model teori strategi yang diungkapkan oleh Melvin L. deFleur dan Sandra J. Ball Roseach yakni strategi komunikasi *The Meaning Construction*. Model strategi ini merupakan model dimana penyampai pesan memberikan pemahaman dengan berusaha menyesuaikan suatu makna agar lebih mudah dipahami, baik dengan memberikan perumpamaan atau yang lainnya tanpa mengurangi makna itu sendiri.²³

a. Observasi

Mengamati secara langsung terhadap objek penelitian untuk mendapatkan informasi awal dengan menggunakan teknik observasi. Cara mengumpulkan data dengan teknik observasi ini dilakukan dengan menggunakan pancaindra guna mendapatkan informasi yang diperlukan. Dalam penelitian ini, objek observasi adalah berupa foto jadwal kegiatan dan foto dokumentasi kegiatan

²³ Siti Aisyah Hajar, Muhammad Syukron Anshori, *Strategi Komunikasi Persuasif farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media*, hlm. 65.

online dari Ramadhan Expro *Part* tiga Tahun 2023 yang dilakukan oleh komunitas X-ARMY.

b. Wawancara

Pengumpulan data dengan teknik wawancara ini berguna untuk menyempurnakan hasil riset yang didapatkan selama observasi. Metode yang akan digunakan dalam penelitian untuk mendapatkan data mengenai strategi komunikasi dakwah komunitas X-ARMY dalam kegiatan Ramadhan Expro *Part* tiga Tahun 2023. Maka peneliti mewawancarai panitia penyelenggara kegiatan yakni Fiken Almasithoh, Pepi Kim dan Kanza Khairunisa.

c. Dokumentasi

Metode pengumpulan data dengan menyaksikan bahan riset melalui pengambilan foto dokumentasi dalam kegiatan Ramadhan Expro *Part* tiga Tahun 2023 juga dengan catatan-catatan yang diperoleh dalam kegiatan tersebut.

4. Teknik Analisis Data

Strategi eksplorasi ini menggunakan sejenis teknik dengan metodologi subjektif. Prosedur pengumpulan informasi yang digunakan adalah persepsi dan wawancara mendalam dengan saudara Fiken Almasithoh dan Kanza Khairunisa sebagai salah satu penyelenggara

kegiatan Ramadhan Expro *Part* tiga Tahun 2023 serta dengan melakukan pengumpulan dokumentasi kegiatan tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisis. Adapun tahapan-tahapan dalam analisis data tersebut ialah sebagai berikut:

a. Tahap Pengumpulan data

Pada tahap pengumpulan informasi, penulis akan mengumpulkan informasi melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Pada tahap ini, penulis akan mengolah dan menangani data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi berdasarkan permasalahan seperti yang ditunjukkan oleh rumusan masalah penelitian.

b. Tahap penyajian data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian informasi dilakukan dalam bentuk teks narasi dengan memunculkan hasil dari penelitian yang dilakukan.

c. Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Setelah data penelitian disajikan, peneliti akan menarik kesimpulan secara bertahap sesuai data yang telah diperoleh. Maka seiring terkumpulnya data penelitian, peneliti dapat memberikan kesimpulan yang tepat mengenai strategi komunikasi dakwah yang

dilakukan komunitas X-ARMY dalam kegiatan Ramadhan Expro *Part* tiga Tahun 2023 dan faktor penghambat serta pendukungnya.

5. Sistematika Pembahasan

Skripsi dalam penelitian ini tersusun atas lima bab dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan. Dalam bab ini akan membahas mengenai latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan sistematika pembahasan.

Bab II: Landasan teori. Dalam bab ini akan membahas mengenai strategi komunikasi dalam metode infiltrasi dakwah dan indikator penerapannya.

Bab III: Dalam bab ini akan menjelaskan mengenai profil dan hasil penelitian yang berisi gambaran umum profil *K-Popers*, ARMY, komunitas X-ARMY, kegiatan Ramadhan Expro, dan strategi komunikasi metode infiltrasi dakwah dan penerapan strategi dakwah yang dilakukan komunitas X-ARMY melalui kegiatan Ramadhan Expro *part* tiga Tahun 2023.

Bab IV: Analisis penelitian yang mencakup analisis strategi komunikasi untuk metode infiltrasi dakwah dan penerapan strategi komunikasi untuk metode infiltrasi dakwah yang dilakukan komunitas X-ARMY melalui kegiatan Ramadhan Expro *part* tiga Tahun 2023.

Bab V: Penutup. Merupakan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran sasaran dalam penelitian mengenai strategi komunikasi untuk metode

infiltrasi dakwah oleh komunitas X-ARMY melalui kegiatan Ramadhan
Expro *part* tiga Tahun 2023 dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, strategi komunikasi dakwah infiltrasi yang diterapkan oleh komunitas X-ARMY dalam kegiatan Ramadhan Expro *part* tiga di tahun 2023 dengan menggunakan pendekatan *the meaning construction* dimana pesan-pesan dakwah disampaikan dengan membangun makna secara bertahap sesuai dengan konteks dan pengalaman audiens. Model infiltrasi dakwah memungkinkan komunitas untuk dapat beradaptasi dengan berbagai situasi sosial dan budaya, sehingga pesan dakwah dapat dengan lebih mudah diterima oleh masyarakat tanpa menimbulkan perbedaan yang signifikan. Dengan demikian strategi ini berhasil menyusupkan nilai-nilai dakwah ke dalam kegiatan Ramadhan Expro *part* tiga secara halus namun berdampak, menghindari konfrontasi langsung dan membuka ruang dialog yang lebih inklusif.

Dalam penerapannya proses komunikasi yang terjalin di kegiatan Ramadhan Expro *part* tiga tahun 2023 dipengaruhi oleh faktor-faktor yang saling terkait. Kredibilitas komunikator, karakteristik audiens, media yang digunakan, relevansi pesan, hingga konteks sosial budaya yang ada dalam proses komunikasi *the meaning construction* meningkatkan peluang penerimaan pesan oleh audiens dengan cara halus namun berdampak. X-ARMY memahami dan mengelola faktor-faktor ini dengan baik dan meningkatkan

efektivitas penyampaian pesan dakwah serta membantu audiens dalam membangun makna yang sesuai dengan tujuan komunikator.

B. SARAN

1. Saran Praktis

a. Bagi komunitas X-ARMY:

- 1) Penguatan strategi berbasis media digital dengan peningkatan pemanfaatan *platform* digital seperti membuat konten video dakwah pendek yang menarik dan sesuai dengan gaya hidup dan konsep BTS ARMY yang secara khusus.
- 2) Peningkatan kapasitas komunikator dengan melatih para pendakwah atau pengurus komunitas untuk lebih memahami pendekatan psikologis dan budaya peserta agar lebih relevan dan aktif
- 3) Kontekstualisasi pesan dakwah dengan penyampaian pesan yang terus dikaitkan dengan isu-isu yang relevan bagi audiens. Isu-isu seperti gaya hidup, teknologi, atau pengelolaan stress agar lebih *relateable* dengan audiens.

b. Bagi peserta Ramadhan Expro:

- 1) Meningkatkan keterlibatan dalam diskusi untuk memperkaya pemahaman tentang dakwah

- 2) Aktif dalam memberikan *feedback* kepada komunitas X-ARMY agar kegiatan di masa mendatang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka.

2. Saran akademik

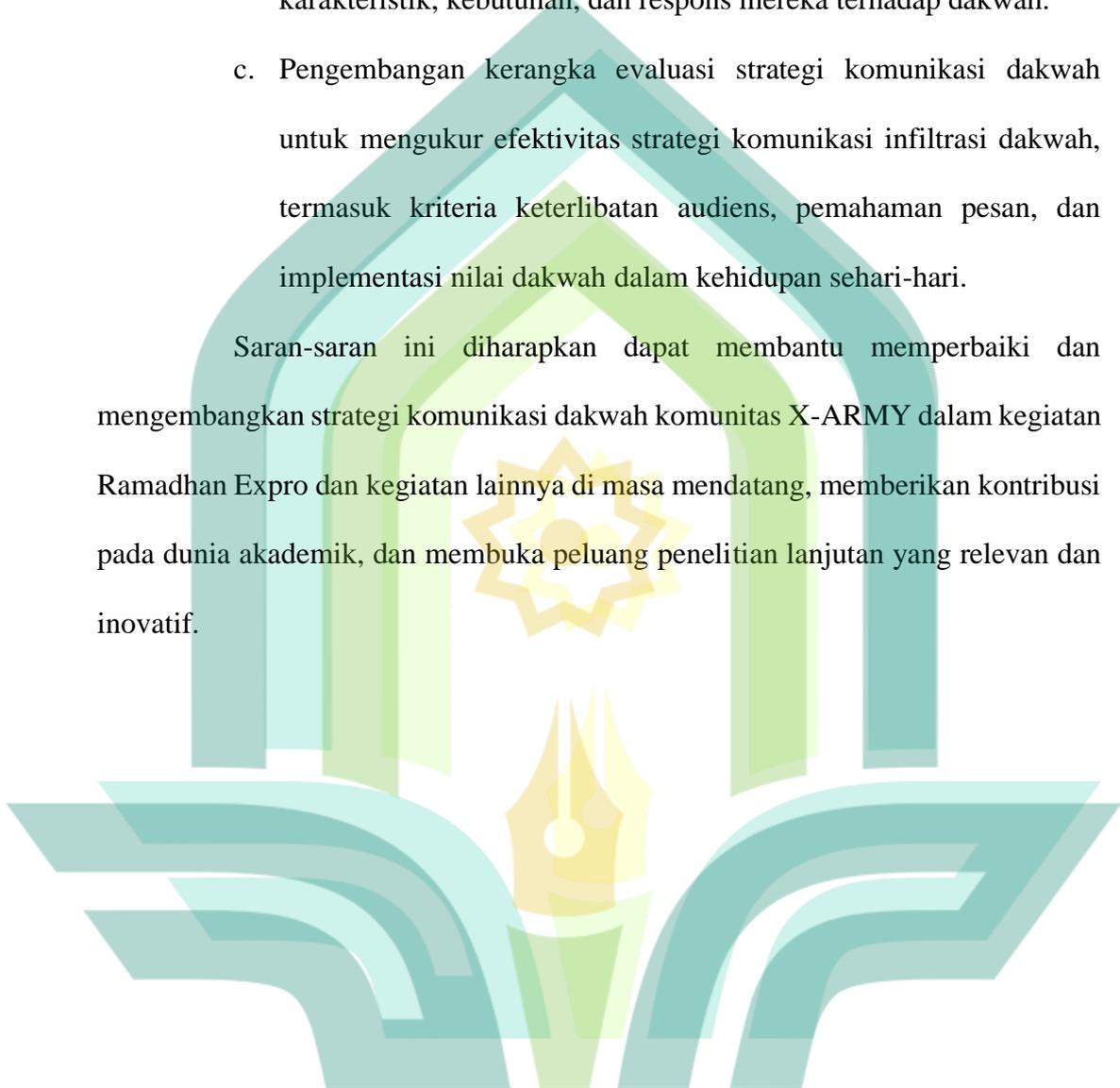
- a. Pengembangan kurikulum dakwah berbasis strategi komunikasi dengan lebih mengintegrasikan teori *the meaning construction* dan pendekatan infiltrasi dakwah dalam komunikasi untuk melatih generasi pendakwah baru yang lebih kontekstual dan relevan dengan tantangan zaman.
- b. Peneliti akademik disarankan melakukan studi perbandingan strategi komunikasi dakwah berbasis infiltrasi antara komunitas X-ARMY dengan komunitas lain untuk memperkaya referensi tentang efektivitas metode infiltrasi
- c. Penguatan teori local dalam dakwah dengan pengembangan kerangka teori komunikasi dakwah yang berbasis pada nilai-nilai budaya lokal, sehingga dapat menjadi alternative bagi pendekatan infiltrasi.

3. Saran penelitian selanjutnya

- a. Pendalaman terhadap media digital sebagai instrument strategi dakwah infiltrasi dengan memfokuskan pada peran spesifik media digital dalam mendukung penerapan strategi komunikasi infiltrasi. Termasuk juga analisis konten dan efektivitas *platform* yang digunakan oleh komunitas X-ARMY dan komunitas lainnya.

- b. Analisis audiens yang lebih mendalam dengan menekankan pada profil audiens kegiatan Ramadhan Expro, misalnya dengan melakukan pendekatan segmentasi audiens untuk memahami karakteristik, kebutuhan, dan respons mereka terhadap dakwah.
- c. Pengembangan kerangka evaluasi strategi komunikasi dakwah untuk mengukur efektivitas strategi komunikasi infiltrasi dakwah, termasuk kriteria keterlibatan audiens, pemahaman pesan, dan implementasi nilai dakwah dalam kehidupan sehari-hari.

Saran-saran ini diharapkan dapat membantu memperbaiki dan mengembangkan strategi komunikasi dakwah komunitas X-ARMY dalam kegiatan Ramadhan Expro dan kegiatan lainnya di masa mendatang, memberikan kontribusi pada dunia akademik, dan membuka peluang penelitian lanjutan yang relevan dan inovatif.



DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Hidayatullah, Izza Himawanti, (2021), *Metode Dakwah Infiltrasi: Spirit Kesetaraan Gender Dalam Konstruksi Karakter Srikandi*, Pekalongan.

Anindya Almaningtyas, (2019), *Strategi Komunikasi Dakwah Pada Komunitas Pemuda Istiqamah dan Murrabians*.

Annisa Husnusyifa, (2019), *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Sikap Fanatisme Penggemar (Studi Pada Media Sosial Twitter @BTOBIndonesia Terhadap Sikap Fanatisme Penggemar)*

Asmar, A, (2020), “Ekspresi keberagaman online: media baru dan dakwah”. *Jurnal Ilmu Dakwah*.

Aziz, M. (2004). *Ali. Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Bambang Saiful Ma'arif, (2010), *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*, Bandung.

Catherine Valenciana, Jetie Kusmiati Kusna Pudjibudojo (2022) *Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia*

Dedy Susanto, (2013), *Psikoterapi Religius sebagai strategi dakwah dalam menanggulangi tindak sosiopatic*, *Jurnal Konseling Religi*.

¹ Dewi Suratiningsih, Suci Lukowati, (2020), “Strategi komunikasi dalam diplomasi kemanusiaan: Best Practice ACT dalam isu kemanusiaan Palestina”, Surabaya

Effendy, O. U. (2011). *Ilmu komunikasi teori dan praktek*, Bandung.

Farah Dhiba, Idola Perdini, Reni Nuraeni (2019) *K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia*

Hajar, S. A., & Anshori, M. S., (2021), *Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media*, *Aksiologi: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*.

Hamidi. (2010) “Teori Komunikasi dan Strategi Dakwah”, Malang; UMM Press

Hamzah Junaid, (2013), Kajian Kritis Akulturasi Islam dengan Budaya Lokal.

Hidayat, (2016), Penerapan Metode Dakwah Infiltrasi dalam Film “Mama Cake”, Semarang.

<https://www.instagram.com/xarmy.official/?hl=id> diakses pada 12 Oktober 2024 pukul 12.20 WIB.

<https://kumparan.com/berita-terkini/apa-itu-fangirl-ini-pengertian-serta-perbedaannya-dengan-fanboy-dan-fandom-1yqXeAHUUKW>, diakses pada 12 Oktober 2024 pukul 19.51 WIB

<https://www.tiktok.com/@xarmy.official> diakses pada 12 Oktober 2024 pukul 13.16 WIB

<https://www.liputan6.com/hot/read/5523870/fangirl-adalah-penggemar-k-pop-wanita-pahami-arti-fangirling-fandom-hingga-fanwar>. Diakses pada 12 Oktober 2024 pukul 19.56 WIB

<https://lirik.kapanlagi.com/artis/bts/magic-shop-dan-terjemahan/> diakses pada 14 Oktober 2024 pukul 02.15 WIB

<https://kumparan.com/berita-hari-ini/makna-lagu-magic-shop-bts-beserta-lirik-dan-terjemahannya-21lfA3xTkHF> diakses pada tanggal 14 Oktober 2024 pukul 02.25 WIB.

<https://kumparan.com/kumparank-pop/rm-bts-suarakan-pesan-untuk-cintai-diri-sendiri-di-sidang-umum-pbb-1537851058323952811> diakses pada 19 Oktober 2024 pukul 19.43 WIB.

<https://quran.nu.or.id/al-isra/70> diakses pada tanggal 19 Oktober 2024 pukul 20.16 WIB.

<https://quran.nu.or.id/luqman/12> diakses pada tanggal 19 Oktober 2024 pukul 20.25 WIB.

https://www.youtube.com/watch?v=sjegO5ue_Fc diakses pada tanggal 20 Oktober 2024 pukul 24.40 WIB

<https://www.youtube.com/watch?v=6RpZuXpmroo> diakses pada tanggal 20 Oktober 2024 pukul 23.35 WIB.

<https://www.youtube.com/watch?v=6RpZuXpmroo> diakses pada tanggal 21 Oktober 2024 pukul 01.48 WIB.

Huda, N. (2020). Perbenturan Identitas Sosial Pada Hijab K-Popers (Studi Multiple Identity Terhadap Hijab K-Popers Di Yogyakarta) (Doctoral Dissertation, Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta).

Husnusyifa, A. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Sikap Fanatisme Penggemar (Studi Pada Media Sosial Twitter@ BTOBIndonesia Terhadap Sikap Fanatisme Penggemar). *Jurnal Humaniora*.

Ira Mirawati, (2021), Pemanfaatan Teori Komunikasi Persuasif Pada Penelitian E-Commerce di Era Digital.

Jalaluddin Rakhmat, (1985), *Metode Penelitian Komunikasi*. Cetakan Ke-2, Bandung; Remadja Karya CV Bandung,

Kbbi.web.id/infiltrasi.html diakses pada tanggal 12 Oktober 2024 pukul 14.20 WIB

Mahmud, 2011, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung; Pustaka Setia.

Miranti Dwi Jaliani, (2018), *Pola Komunikasi Dakwah Dalam Pennyiaran Islam Berbasis Kearifan Lokal (Studi Tentang Dakwah Sunan Kalijaga)*.

Muchlisin Riadi, (2020), *Strategi Komunikasi (Pengertian, Teknik, Langkah, dan Hambatan)*, Jakarta.

Muhammad Lutfi Wardhana, (2022), *Pola Komunikasi Dakwah Ustadz Muhammad Ajma'in Pada Remaja Masjid Al-Munawwarah Buntok, UIN Antasari Banjarmasin, Banjarmasin*.

Mhd Ricy Pratama, (2024), *Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Dalam Memakmurkan Masjid Baitul 'Arsy Di Perumahan Lagan Permai, Riau*.

Muhammad Selpan. (2020) “Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Pesan WhatsApp Group Dalam Meningkatkan Kualitas Ilmu Agama”.

Nadia Riskia W, Wiki Angga Wiksana, (2020), Strategi Komunikasi Akun Instagram @Kpopers.hijrah dalam Mengajak Kpopers untuk Berhijrah.

Nisful Laily Zain, (2017), Strategi Komunikasi persuasif dalam meningkatkan motivasi belajar siswa, Pasuruan.

Nur Badriyah, (2023), Strategi Komunikasi Dakwah Kampung Al-Qur’an Dalam Membentuk Masyarakat Qur’ani (Studi Kampung Tarbiyah Al-Qur’an Desa Proto Kecamatan Kedungwuni), Pekalongan.

Nurhalimah Zahra, (2023), Skripsi, Strategi Komunikasi “Majelis Az Zahir” dalam Menarik Kehadiran Kaum Generasi Z Untuk Mensyiarkan Sholawat, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Nurul Huda, (2020), Perbenturan Identitas Sosial Pada Hijab K-Popers, Yogyakarta.

Uchjana, O. (2003). Ilmu, teori dan filsafat komunikasi. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Uchjana, O. (2020), Dinamika Komunikasi, Bandung; PT Remaja Rosdakarya.

Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan penyebaran Korean wave di Indonesia. *ProTVF*.

Ridwan Rustandi, (2020), Dakwah Komunitas di Pedesaan dalam Perspektif Psikologi Komunikasi.

Samsul Munir Amr, (2009), Ilmu Dakwah, Jakarta.

Siti Aisyah Hajar, Muhammad Syukron Anshori, (2021), Strategi Komunikasi Persuasif farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media, Sumbawa.

Suratiningsih, D., IP, S., & Suci Lukitowati, S. P. (2020). Strategi Komunikasi Dalam Diplomasi Kemanusiaan: Best Practice Act Dalam Isu Kemanusiaan Palestina. Scopindo Media Pustaka.

Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. K. K. (2022). Korean Wave; Fenomena budaya pop Korea pada remaja milenial di Indonesia. *Jurnal Diversita*.

Wiksana, W. A. (2019). Strategi Komunikasi Akun Instagram@ Kpopers. hijrah dalam Mengajak Kpopers untuk Berhijrah. *Prosiding Manajemen Komunikasi*.

Yustika Sari, (2023), Infiltrasi Dakwah Dalam Kesenian Sintren Windu Ajibudaya, Pekalongan.

