

ABSTRAK

Fitri Anggraini: Strategi Komunikasi Persuasif Fuadh Naim Dalam Berdakwah Di Komunitas XK-Wavers Melalui Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Instagram @fuadhnaim).

Meningkatnya minat generasi muda terhadap budaya populer Korea (*korean wave*) menimbulkan tantangan bagi dakwah Islam dalam menjangkau audiens. Fuadh Naim muncul sebagai influencer dakwah yang memanfaatkan Instagram untuk menyampaikan pesan keislaman secara inovatif dengan mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam konten budaya populer Korea.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengkaji bagaimana strategi psikodinamika, strategi sosiokultural, dan strategi konstruksi makna Fuadh Naim dalam berdakwah terhadap komunitas xk-wavers melalui media sosial.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori strategi komunikasi persuasif Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach (1982), teori ini digunakan untuk memahami bagaimana pesan pada media dapat mempengaruhi sikap dan persepsi audiens.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis yang memandang realitas sebagai hasil konstruksi dari pengalaman, interaksi sosial, dan penggunaan bahasa. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, sementara analisis data menggunakan teknik triangulasi untuk menggabungkan berbagai sumber dalam mengkaji strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh Fuadh Naim.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fuadh Naim menerapkan pendekatan psikodinamika dalam membangun hubungan emosional dengan audiens muda, memahami kebutuhan psikologis mereka, dan menyampaikan pesan tanpa menggurui. Pendekatan sosiokultural tampak dari upayanya mengintegrasikan unsur Korean Wave, ke dalam narasi dakwahnya, sehingga isi pesan menjadi lebih kontekstual dan mudah diterima oleh kalangan muda. Sementara itu, melalui strategi konstruksi makna, Fuadh Naim menggunakan teknik storytelling untuk menghubungkan ajaran Islam dengan pengalaman budaya yang familiar bagi audiens. Penelitian ini memiliki implikasi untuk menjadi rujukan praktis bagi pendakwah dan kontribusi akademis bagi pengembangan kajian dakwah dan komunikasi interdisipliner di era media baru.

Kata Kunci: Fuadh Naim; komunikasi persuasif; media sosial; XK-Wavers