

**DAKWAH MELALUI ANIMASI  
( ANALISIS ISI PESAN DAKWAH PADA AKUN INSTAGRAM  
@TAARTS\_GRAM )**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto  
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial  
(S.Sos)**

**Oleh:**

**LENIA**

**NIM. 1617102022**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
2021**

**DAKWAH MELALUI ANIMASI**  
**( ANALISIS ISI PESAN DAKWAH PADA AKUN INSTAGRAM**  
**@TAARTS\_GRAM)**

**LENIA**  
**1617102022**

**ABSTRAK**

Fenomena kegiatan berdakwah di media sosial menjadi alternatif bagi para da'i. Banyaknya penggunaan media sosial khususnya instagram dikalangan masyarakat menjadi alasan bagi para da'i dalam mensyiarkan dakwah islam melalui konten-konten video dakwah. Salah satu akun instagram yang berdakwah di media sosial adalah akun @taarts\_gram, akun ini memiliki konten-konten video dakwah kreatif di feed instagramnya. Video dakwah dalam akun ini berbeda dengan yang lain dikarenakan konten video dakwah ini menjadikan animasi sebagai salah satu langkah inovatif dalam menyampaikan pesan dakwahnya.

Tujuan penelitian skripsi ini adalah untuk menganalisa isi pesan dakwah pada akun @taarts\_gram. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, Analisis Isi Eriyanto Metode Penelitian Komunikasi. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan dokumentasi. Peneliti melakukan observasi mendalam disetiap video yang sudah peneliti pilih guna mendapatkan data yang dibutuhkan dalam skripsi ini. Setelah melakukan observasi maka peneliti menganalisis data dengan melakukan coding dalam setiap sampel video dakwah animasi. Teknik analisis data coding, menggunakan tahap-tahap sebagai berikut: melakukan uji validitas dan reliabilitas, pengkategorian tema pesan dakwah, mengelompokkan tema dalam lembar coding, menghitung frekuensi kemunculan tiap kategori tema pesan yang ada.

Hasil penelitian menunjukkan isi pesan dakwah yang meliputi : Pesan dakwah Aqidah, Pesan dakwah Akhlak, dan Pesan dakwah Syariah. Frekuensi pesan ini memperoleh prosentase yang berbeda-beda dengan rincian, pesan mengenai aqidah sebesar 44%, pesan akhlak sebesar 39%, pesan syariah sebesar 17%.

**Kata Kunci : Pesan Dakwah, Analisis Isi, Taarts\_gram.**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN .....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iv
ABSTRAK .....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Definisi Operasional .....	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
1. Tujuan Penelitian .....	9
2. Manfaat Penelitian .....	9
E. Telaah Pustaka.....	10
F. Sistematika Pembahasan .....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Pengertian Pesan.....	15
B. Pesan Melalui Media.....	17
C. Dakwah .....	19
D. Animasi.....	23

E. Media Sosial Instagram .....	25
F. Analisis Isi .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	28
B. Metode Penelitian .....	29
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	30
D. Data dan Sumber Data .....	31
E. Teknik Pengumpulan Data .....	31
F. Teknik Analisis Data .....	33
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Deskripsi Objek Penelitian .....	45
B. Penyajian Data .....	46
C. Hasil Penelitian .....	62
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	64
B. Saran.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rincian Kesepakatan Juri Mengenai Tema Pesan Dakwah.....	37
Tabel 4.1 Rincian Kategori Pesan Aqidah.....	49
Tabel 4.2 Rincian Kategori Pesan Akhlak.....	53
Tabel 4.3 Rincian kategori pesan syariah.....	56
Tabel 4.4 Lembar Frekuensi Kemunculan Tema Pesan.....	61



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Akun Instagram @taarts_gram.....	4
Gambar 1.2 Tampilan Akun Instagram @taarts_gram.....	4
Gambar 4.1 Tampilan Profil Akun Instagram @taarts_gram.....	45



## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Thumbail Setiap Episode
2. Coding Sheet
3. Surat Pernyataan Juri



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi memiliki dampak terhadap kehidupan manusia diantaranya yaitu semakin mempermudah kegiatan pencarian informasi yang menggunakan perangkat elektronik yang dimiliki, seperti komputer atau *handphone*. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi ini membentuk sebuah era baru yang dapat dikatakan sebagai era digital.<sup>1</sup> Teknologi internet menyebabkan munculnya media-media sosial yang memudahkan masyarakat dalam berinteraksi, komunikasi yang biasanya secara tatap muka kini dapat dilakukan tanpa ada batasan dengan dukungan media-media sosial yang ada seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, *path*, dan media sosial lainnya. Keuntungan dari perkembangan teknologi pun tidak luput dalam kehidupan sosial baik ekonomi, politik, pendidikan maupun agama. Dalam beragama contohnya seperti kegiatan berdakwah yang dapat dilakukan dengan mudah dimana pun dan kapan pun, tanpa harus berdiri diatas mimbar banyaknya penggunaan media sosial khususnya *instagram* dikalangan masyarakat menjadi alasan bagi para *da'i* dalam mensyiarkan dakwah islam melalui konten-konten video dakwah. Hal ini tentu menjadi strategi baru dalam berdakwah.

Media sosial *instagram* adalah salah satu aplikasi dari *smartphone* yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video, baik foto kegiatan maupun foto yang mengandung informasi yang menarik. Aplikasi ini dapat dengan mudah diunduh pada layanan *google play store*. *Instagram* sendiri masih merupakan bagian dari *facebook* yang memungkinkan teman *facebook* kita *memfollow* akun di *instagram*. Upgradenya fitur-fitur yang terdapat pada *instagram* tentu menjadi keuntungan tersendiri bagi penggunaanya, seperti fitur

---

<sup>1</sup> Aditya Nugraha, Ratih Hasanah Sudrajat, Berlian Primadani Satria Putri, Fenomena Meme Di Media Sosial : Studi Etnografi Virtual Posting Meme Pada Pengguna Media Sosial Instagram. Jurnal Sosioteknologi, Vol, 14, No 3, Desember 2013, Universitas Telkom.

IG TV yang dapat melihat video dengan durasi yang cukup panjang. Semakin populernya *instagram* sebagai aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan video membuat para *da'i* dan *dai'ah* turut membagikan pesan dakwahnya lewat *instagram*.

*Instagram* merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah, melalui *instagram* lah dakwah dibagikan dengan meng-*upload* video, sehingga para *mad'u* dapat melihat dan mendengar pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui video atau foto yang dibagikan di *instagram*.<sup>2</sup> Dakwah secara *etimologi* berarti “tuntutan atau seruan”. Kata tersebut merupakan istilah bahasa Arab, yaitu *da'a*, *yad'u* dan *da'watan*. Dalam buku Paradigma Dakwah Sayyid Qutub, Ilyas Ismail menyebutkan kata “dakwah” merupakan bentuk *masdar* dari kata kerja “*da'a*” (*ma'i*), *yad'u* (*mu'ari*), berarti seruan, ajakan, atau panggilan. Istilah “seruan dan ajakan” yang digunakan dalam memaknakan arti dakwah merupakan gambaran aktivitas yang dilakukan. Dalam Al-qur'an, dakwah diartikan dengan “seruan” (QS. 10:25), adakalanya juga diartikan dengan “doa” (QS.2:186).<sup>3</sup> Kata dakwah menurut *terminologi* adalah upaya kegiatan mengajak atau menyeru umat manusia agar berada di jalan Allah (Islami) sesuai fitrah secara integral, baik melalui kegiatan lisan dan tulisan atau kegiatan nalar dan perbuatan, sebagai upaya pengejawantahan nilai-nilai kebaikan dan kebenaran (al khair) sesuai pengertian dasar Al-Islam, menjadi kegiatan nyata dalam kehidupan sosial budaya sehari-hari, serta berupaya mencegah dan menjauhkan hal-hal yang memang secara fitrah diingkari oleh nurani, demi terwujudnya umat pilihan (*khayr ummah*).<sup>4</sup>

Penggunaan media sosial yang semakin populer dikalangan masyarakat diberbagai elemen ini memudahkan penyebaran infomasi yang cepat sehingga

---

<sup>2</sup> Yosieana Duli Deslima, Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung. Skripsi. ( Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018). Hal. 15-16.

<sup>3</sup> Anwar, Menelaah Pola Komunikasi Dalam Dialektika Al qur'an Dan Implementasinya Dalam Berdakwah Multikultural. Jurnal At-tafkir, Volume. XI. No. 2, Desember 2018. Hal. 2

<sup>4</sup> Sakareeya Bungo, Pendekatan Dakwah Kultural Dalam Masyarakat Plural. Jurnal Dakwah Tabligh, Volume. 15. No.2, Desember 2014. Program Doktor. Hal 212.

banyak kegunaan yang bisa di rasakan manfaatnya diantaranya, dapat mengakses berita-berita yang sedang *viral*, selain itu dapat menyebarkan, dan memperoleh video atau film melalui media sosial. Bentuk teknologi media sosial contohnya majalah digital, forum internet, weblog, blog sosial, microblogging, wiki, jejaring sosial, podcast, foto atau gambar, video, rating dan bookmark sosial.<sup>5</sup> Penggunaan media sosial di Indonesia menduduki posisi ke enam dari seluruh negara di dunia yang mengakses media sosial menurut data *digital native*, data penggunaan akses media sosial akan terus meningkat setiap tahunnya. Hasil survei *We are Social* yang dilakukan di Singapura pada tahun 2017 menunjukkan bahwa penduduk Indonesia yang menggunakan media sosial mencapai 106 juta dari total populasi 262 juta dengan persentase 62% menggunakan *smartphone*, 16% menggunakan *computer*, dan 6% menggunakan *tab*.<sup>6</sup>

Dalam pembagian klasifikasi media sosial, *Instagram* masuk dalam kelompok jejaring sosial yang memiliki kedudukan dan fungsi yang sama dengan *facebook*. *Instagram* dapat diakses melalui *handphone* sehingga mudah bagi para penggunanya menggunakan media sosial tersebut. *Instagram* sendiri menjadi media yang paling diminati karena pengguna media ini mencakup semua kalangan dan golongan faktor ini lah yang menjadikan *instagram* sebagai salah satu media dakwah bagi para *da'i* dan *dai'ah* dalam menyampaikan pesan dakwah agar sampai ke *mad'u* tanpa merubah suatu nilai positif dari kegiatan berdakwah.<sup>7</sup> Dengan kata lain, penggunaan media sosial *instagram* dapat menjadi alat bantu dalam berdakwah. Salah satu akun video islami yang berdakwah melalui *instagram* adalah akun *@taarts\_gram*, akun ini merupakan akun yang memiliki konten-konten video dakwah kreatif di *feed* ig nya. Berikut adalah tampilan dari akun *@taarts\_gram*.

---

<sup>5</sup> Wilga Secsio Ratsja Putri, R. Nunung Nurwati, Meilanny Budiarti s, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. Jurnal, Vol, 3. No, 1. Prosiding KS: Riset & PKM. Hal 50.

<sup>6</sup> Lucy Pujasari Supratman, Penggunaan Media Sosial Oleh Digital Native. Jurnal Komunikasi, Vol, 15. No, 1, Juni 2018. Universitas Telkom. Hal 49.

<sup>7</sup> Yosieana Duli Deslima, Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung. Skripsi. ( Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018). Hal. 8



Gambar 1.1  
Sumber: instagram



Gambar 1.2

Video dakwah dalam konten ini berbeda dengan yang lain dikarenakan video dakwah ini menjadikan animasi sebagai salah satu langkah inovatif dalam menyampaikan pesan dakwahnya, dalam konten dakwah ini memiliki keunikan tersendiri hal ini yang menjadikan penulis tertarik untuk mengkajinya. Pesan dakwah yang terkandung didalam video tersebut sangat relevan untuk dijadikan penelitian skripsi, pesan-pesan dakwah yang dikemas dengan media animasi menjadi ciri khas tersendiri bagi konten-konten dakwah di akun instagram @taarts\_gram. Untuk saat ini profil akun @taarts\_gram sendiri sudah mempunyai 18.004 pengikut di instagram dengan 20 akun yang mengikuti. @taarts\_gram memiliki 113 postingan yang secara umumnya adalah konten video dakwah animasi dengan rekaman dari berbagai pendakwah di Indonesia seperti ustad Hanan Attaki, Ustad Haikal Hassan, Ustad Abdul Somad, Ustad Felix Siauw, Ustad Adi Hidayat dalam menyampaikan pesan dakwahnya. Akun ini menjadikan karakter Ustad yang sedang berdakwah sebagai ikon animasinya serta dalam setiap unggahannya selalu disertai dengan caption-caption yang sesuai dengan tema yang diunggah.

Terlihat dari akun @taarts\_gram unggahan video dakwah animasi yang bertemakan istiqomah menjadi unggahan pertama kalinya yang diupload pada tanggal 21 september 2019 yang memperoleh 13.813 tayangan. Di akun *instagram* ini terdapat beberapa video yang membahas mengenai kehidupan yang umumnya di alami generasi millennial, seperti permasalahan mengenai jodoh, keimbangan, keimanan dan istiqomah.

Konten di akun *instagram* ini menggunakan teknologi animasi untuk berdakwah sehingga tidak membosankan hal ini yang menjadikan akun @taarts\_gram berbeda dengan akun lainnya dalam berdakwah. Terdapat perbedaan dalam menyampaikan pesan dakwah dalam akun @taarts\_gram ini dimana video kreator selalu menyuguhkan materi dakwah yang berat menjadi ringan dengan terobosan dakwah menggunakan animasi hal ini yang menjadikan pembeda bagi konten-konten dakwah di instagram.

Dari berbagai video yang diunggah dalam akun *instagram* @taarts\_gram ini, penulis melakukan pemilihan dan pembatasan beberapa video yang berjumlah 54 dengan rentang waktu unggahan dari 21 september 2019 - 3 Agustus 2020 yang bertemakan iman, hijrah, istiqomah, pembatasan yang dilakukan dalam video dakwah animasi ini memiliki alasan agar penelitian lebih objektif dan sistematis dengan mengambil video yang memiliki tema-tema yang bersifat khusus. Unggahan video animasi mengenai iman yang di *upload* pada tanggal 3 desember 2019 oleh @taarts\_gram memperoleh *insight* sebanyak 18.159 tayangan dengan 23 komentar. Video tersebut yang berjudul charging iman dengan dubbing dari Ustad Hanan Attaki ini terdapat pesan dakwah yakni, menebalkan iman atau menguatkan iman dengan berburu kemajelis-majelis ilmu, mengingat Allah SWT agar senantiasa selalu beriman kepadanya-NYA. Selain itu video animasi lainnya yang diunggah pada 14 Januari 2020 yang bertema pesan untuk para pemuda mendapat 40.093 tayangan dengan 38 komentar. Pesan Video dakwah tersebut yakni agar para pemuda tetap berdakwah dan membumikan ajaran islam. Unggahan lainnya yang bertemakan hijrah di *upload* pada 21 januari 2020 dan 11 february 2020 yang masing-masing video memperoleh *insight* sebanyak 22.752 dan 8.615 tayangan. Video Pesan-pesan dakwah animasi tersebut disampaikan secara integral kepada *mad'u* agar senantiasa berlomba-lomba dalam menuju kebaikan. Dalam komunikasi khususnya berdakwah, video pesan dakwah yang terkandung di dalamnya memiliki peran penting dalam penyampaian pesan komunikasi agar timbulnya perubahan yang baik pada komunikan. Hal ini yang mendasari penulis untuk mengkaji lebih dalam mengenai analisis isi pesan dakwah animasi yang terdapat di video pada akun *instagram* @taars\_gram.

## B. Definisi Operasional

### 1. Pesan Dakwah

Pesan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti suruhan, perintah, nasehat, harus disampaikan kepada orang lain. Dalam bahasa Inggris kata pesan adalah *message* yang memiliki arti pesan, warta, dan perintah suci. Ini diartikan bahwa pesan adalah perintah suci dimana terkandung nilai-nilai kebaikan.

Pesan sendiri memiliki fungsi penting dalam kegiatan berkomunikasi yang di lakukan hal ini yang menjadikan tolak ukur bagi keberhasilan *da'i* dalam berdakwah. Melalui pesan lah diharapkan adanya perubahan sifat dan perilaku setelah menerimanya, tentu langkah yang inovatif dan strategi menarik lah yang dapat membawa kesuksesan tercapainya pesan dakwah kepada *mad'u* . .

### 2. Animasi

Animasi berasal dari kata "*Animation*" yang dalam bahasa inggris "*to animate*" yang berarti menggerakkan. Jadi animasi dapat diartikan sebagai menggerakkan sesuatu (gambar atau objek) yang diam. Sejarah animasi dimulai dari jaman purba, dengan ditemukannya lukisan-lukisan pada dinding goa di Spanyol yang menggambarkan "gerak" dari binatang-binatang. Pada 4000 tahun yang lalu bangsa Mesir juga mencoba menghidupkan satu peristiwa dengan gambar-gambar yang dibuat berurutan pada dinding.<sup>8</sup> Animasi biasanya digunakan pada film atau video dengan menggunakan teknik 3D. Dewasa ini banyaknya penggunaan animasi untuk kepentingan publik contohnya film yang sangat umum digunakan dalam versi animasi yang dianggap dapat lebih cepat sampai pesan yang terkandung di dalamnya tidak hanya itu penggunaan animasi pun sekarang merambah kedalam syiar islam. Dalam akun instagram

---

<sup>8</sup> Siti Maria Holida, Tuti Alawiyah, Penerapan Animasi Interaktif Dalam Pengenalan Aksara Sunda. Jurnal Informatika, Vol. 1 . No. 2, September 2014. AMIK BSI Tasikmalaya. Hal 112.

@taarts\_gram yang sudah memiliki kurang lebih 113 video animasi dakwah dengan tema-tema yang berbeda. Beberapa video yang dipilih dalam penelitian ini masing-masing bertemakan iman, istiqomah dan hijrah. Dakwah animasi ini menggunakan karakter *da'i* yang sedang berdakwah, dengan rekaman suara yang dibubuhi teks sebagai alat untuk memudahkan *mad'u* untuk memahami pesan dakwah yang di sampaikan.

### 3. Instagram

*Instagram* merupakan sebuah aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan *twitter*, namun perbedaanya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. *Instagram* diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, dua sarjana dari Stanford University di Amerika Serikat. Mereka berdua meluncurkan *instagram* pada bulan oktober 2010. Layanan *instagram* yang tadinya masih berupa aplikasi *smartphone* ini mendapatkan popularitas yang tinggi dalam waktu yang cepat, dengan lebih dari 100 juta pengguna yang terdaftar (dan sekitar 90 juta pengguna aktif bulanan) per januari 2013.<sup>9</sup> Banyaknya keuntungan dalam penggunaan *instagram* menjadikan alasan untuk menggunakan aplikasi ini dalam kehidupan sosial.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah di jelaskan di atas, maka penulis merumuskan masalah pada penelitian ini mengenai :

1. Apa Isi Pesan Dakwah di Akun @taarts\_gram?. Pertanyaan ini dirumuskan guna mengetahui isi pesan yang terdapat dalam akun @taarts\_gram.

---

<sup>9</sup> Rini Damayanti, Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram. Jurnal Widyaloka IKIP Widya Darma, Vol. 5. No. 3, Juli 2018. Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Hal 262.

2. Bagaimana Bentuk Pesan Dakwah yang Disampaikan Pada Akun Instagram *@taarts\_gram*?. Rumusan masalah dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengungkap bentuk pesan dakwah yang terkandung didalamnya.

## **D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Dari permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pesan dakwah animasi melalui instagram pada akun *@taarts\_gram*.

### **2. Manfaat Penelitian**

#### **a. Secara Teoritis**

- 1) Menambah khazanah keilmuan tentang ilmu komunikasi penyiaran islam yang meliputi berdakwah di media sosial dengan menggunakan video animasi agar dakwah dengan metode ini dapat digunakan sebagai media yang baik dalam menyebarkan agama islam.

- 2) Memberikan pemahaman kepada pengguna instagram mengenai pesan-pesan aqidah, akhlak dan syariah yang terkandung didalam video dakwah animasi pada akun instagram *@taarts\_gram*. Sehingga bentuk pesan dapat diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari sebagai muslimin maupun muslimah

#### **b. Secara Praktis**

- 1) Penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi penting dan pedoman dalam ilmu komunikasi khususnya mengenai analisis isi dengan metode penelitian kuantitatif.
- 2) Dalam Penelitian skripsi yang penulis teliti mengenai Dakwah Melalui Animasi (Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram

@taarts\_gram) ini juga dapat dijadikan bahan referensi bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian kuantitatif lebih lanjut dan mendalam.

## E. Telaah Pustaka

Untuk menyatakan keaslian penelitian ini, maka perlu adanya kajian pustaka yang relevan dengan penelitian yang penulis kaji:

Hasil penelitian skripsi dari Imas Mutiawati (2018), Mahasiswa dengan Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Walisongo yang berjudul “*Dakwah Di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah Di Instagram)*”. Instagram merupakan bagian dari media sosial yang paling banyak digunakan, instagram memiliki banyak fitur didalamnya seperti instagram tv, instagram story, highlights, video, foto dsb. Dengan fitur yang dimiliki itu dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah melalui video-video yang diunggah pada fitur instagram sehingga para da’i melakukan aktivitas dakwah dimana saja dan kapan saja hanya dengan memanfaatkan media sosial instagram. Penelitian ini bertujuan menggali lebih dalam dan memahami tentang penggunaan serta bentuk dakwah islam yang dapat dilakukan melalui media sosial instagram.<sup>10</sup> Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Persamaan kedua penelitian ini adalah media yang digunakan adalah media sosial instagram dengan subjeknya penelitiannya adalah mengenai dakwah. Sedangkan perbedaannya adalah pada fokus penelitian, Imas Mutiawati berfokus pada dakwah instagram dengan metode penelitian fenomenologi sedangkan peneliti berfokus pada pesan dakwah animasi melalui media sosial instagram dengan menggunakan metode penelitian analisis isi.

Selanjutnya Hasil penelitian skripsi dari Etika Choiriyah (2019), mahasiswa dengan Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Institut Agama Islam

---

<sup>10</sup> Imas Mutiawati, *Dakwah Di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah Di Instagram)*. Skripsi. (Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2018). Hal 1.

Negeri Surakarta yang berjudul “*Pesan Dakwah Dalam Program Kartun Anak Edukasi Islam Di Solo TV (Analisis Semiotik Charles Sanders Pierce)*”. Televisi adalah sebuah media hiburan yang dapat dijumpai dimana-mana baik di rumah maupun di warung warung. Televisi merupakan media audio visual yang juga sering disebut sebagai media pandang dengar. Artinya televisi itu selain dapat kita dengar juga bisa kita lihat secara langsung. Munculnya media televisi dalam kehidupan manusia memang menghadirkan suatu peradaban, khususnya dalam proses komunikasi dan informasi yang bersifat massa. Salah satu televisi yang mempunyai program dakwah yang dapat memberikan edukasi pada anak adalah Solo TV. Program Kartun Anak Edukasi Islami yang menjadi objek penelitian dengan menganalisis isi pesan dalam program tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pesan dakwah dalam Program Kartun Anak edukasi islami Episode jagalah kebersihan, senyum, dan jangan marah yang di tayangkan di Solo TV. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sebagai alat analisis dalam penelitian tersebut menggunakan teori semiotika Pierce. Persamaan kedua penelitian ini adalah dengan pendekatan deskriptif dengan mengkaji pesan dakwah. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian Etika Choiriyah deskripsi mengenai Pesan Dakwah Pada Program TV Kartun Anak Edukasi Islami, sedangkan peneliti berfokus pada Pesan Dakwah Animasi Pada Instagram.

Hasil penelitian skripsi dari Yosieana Duli Deslima (2018), mahasiswa dengan Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang berjudul “*Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung*”. Permasalahan yang diteliti pada skripsi ini berkenaan dengan instagram yang dijadikan media dakwah. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Yosieana Duli Deslima, *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung*. Skripsi. ( Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018). Hal. 1

Persamaan dari kedua penelitian ini adalah mengenai dakwah di media sosial instagram yang dapat dikemas dengan menarik. Sedangkan perbedaannya adalah peneliti ini menekankan dakwah animasi kepada analisis isi sedangkan penelitian Yosieana berfokus pada pemanfaatan dari instagram untuk media berdakwah.

Kemudian penelitian terkait animasi sendiri sudah pernah diteliti oleh mahasiswa Universitas Negeri Semarang yang bernama Bastiar Ismail Ardhar (2016) dengan judul "*Pengembangan Media Animasi Pembelajaran Berbasis Powtoon Pada Kelas 2 Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Alam Disd Labschool Unnes*". Pada penelitian ini pengembangan media animasi yang menjadi terobosan baru dalam dunia pendidikan dinilai sangat inovatif dikarenakan penulis menjelaskan bahwa pembelajaran yang sedang berlangsung, masih bersifat konvensional dengan belajar dengan kertas-kertas dan papan tulis, karakteristik siswa yang cenderung meniru dan mengamati oleh sebab itu penulis menggagas terobosan baru dengan pembelajaran menggunakan animasi. Tidak hanya dalam dunia pendidikan media animasi menjadi terobosan baru, tetapi dalam berdakwah media animasi dapat menjadi langkah strategis dalam menyampaikan pesan dakwah dikarenakan semakin majunya teknologi akan menuntun orang-orang dalam menemukan ide-ide baru. Penelitian skripsi milik Bastiar Ismail Ardhar yang menjadi acuan atau referensi bagi penulis dalam mengkaji media animasi.

Persamaan dari penelitian ini adalah mengenai media video animasi dalam membuat inovasi baru sedangkan perbedaannya adalah mengenai konsep yang digunakan dalam media animasi dimana penelitian Bastiar Ismail Ardhar dalam dunia pendidikan akan tetapi penulis mengaplikasikan media animasi dalam dunia komunikasi seperti berdakwah.

Meskipun mendapat rujukan seperti skripsi-skripsi tersebut tetapi terdapat perbedaan dalam fokus penelitian, yaitu skripsi penulis mengkaji mengenai pesan dakwah animasi melalui instagram pada akun @taarts\_gram dengan

menggunakan analisis isi dalam potongan-potongan gambar video dakwah animasi pada akun @taarts\_gram.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan merupakan sebuah kerangka skripsi yang dimaksudkan untuk memberikan petunjuk mengenai pokok-pokok pembahasan yang akan ditulis didalam skripsi ini. Untuk memberikan gambaran yang menyeluruh terhadap skripsi ini, maka perlu dijelaskan bahwa dalam skripsi ini terdiri dari tiga tahapan yaitu:

Bagian pertama merupakan bagian tahap awal penelitian ini berisi halaman judul, halaman pernyataan keaslian, halaman pengesahan, halaman nota dinas pembimbing, halaman persembahan, motto, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar dan daftar lampiran.

Bagian kedua merupakan tahap utama yang terdiri dari pokok-pokok permasalahan yang terdiri dari lima bab dengan uraian sebagai berikut:

### **BAB I Pendahuluan**

Berisi tentang pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

### **BAB II Landasan teori**

Berisi tentang landasan teori atau kajian teori mengenai pengertian pesan, pesan melalui media, dakwah, animasi, media social instagram, serta analisis isi yang digunakan dalam penelitian Dakwah Melalui Animasi (Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @taarts\_gram ).

### **BAB IV Hasil penelitian**

Pada bab ini berisi penyajian dan analisis data yang berupa penyajian data dan pembahasan yang meliputi tentang gambaran umum objek penelitian,

penyajian data, hasil penelitian mengenai berapa besar prosentase isi pesan dakwah yang terdapat di akun @taarts\_gram.

### **BAB V Penutup**

Dalam bab ini terdiri dari kesimpulan saran-saran yang merupakan keseluruhan penelitian secara singkat.

Adapun pada bagian ketiga merupakan tahap akhir dari skripsi penelitian ini yang di dalamnya di sertakan daftar pustaka, lampiran-lampiran yang mendukung, dan daftar riwayat hidup.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Setelah dilakukan pengamatan dan pembahasan-pembahasan analisis yang telah dikemukakan diatas, maka penulis memperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Bentuk pesan dakwah animasi pada akun instagram @taarts\_gram meliputi :
  - a. pesan aqidah yaitu segala hal yang membahas mengenai keyakinan dan kepercayaan, keimanan yang termasuk dalam rukun iman. Pesan aqidah meliputi Iman Kepada Allah, Iman Kepada Malaikat Allah, Iman Kepada Kitab Allah, Iman Kepada Rasul Allah, Iman Kepada Hari Akhir, Iman Kepada Qodo dan Qodar.
  - b. pesan akhlak yaitu segala hal yang membahas mengenai tindakan dan perilaku, budi pekerti setiap manusia dalam hubungannya dengan Tuhan. Pesan yang terkandung dalam video dakwah animasi pada akun @taarts\_gram meliputi akhlak terpuji dan akhlak tercela.
  - c. pesan syariah yaitu segala yang membahas mengenai aturan dan ketentuan yang berasal dari Allah SWT. Pesan syariah yang termasuk dalam rukun islam yang meliputi syahadat, sholat, puasa, zakat dan haji. Aturan yang datang dari Allah seperti kewajiban bagi muslimah untuk menutup aurat dan menjauhi dari perbuatan zina.
2. Isi pesan dakwah yang dominan dibahas dalam akun @taarts\_gram adalah mengenai aqidah yang memperoleh prosentase tinggi sebesar 44% kemudian diikuti oleh pesan mengenai akhlak dengan prosentase sebesar 39%, terakhir pesan syariah yang memperoleh prosentase rendah di bandingkan aqidah dan akhlak yaitu sebesar 17%.

## **B. Saran – saran**

1. Bagi pengguna akun @taarts\_gram di instagram
  - a. Lebih inovatif dalam menyampaikan pesan dakwah di sosial media
  - b. Terus memberikan kontribusinya dalam berdakwah khususnya untuk generasi millenial yang lebih menyukai aktivitas berselancar di dunia maya agar menghasilkan sesuatu yang positif seperti menyerap postingan-postingan dakwah melalui animasi.
  - c. Tetap memberikan informasi dakwah yang berlandaskan hukum islam dan terbukti kebenarannya.
  - d. Terus berkarya melalui animasi
2. Bagi Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto
  - a. Menambah materi perkuliahan terkait dakwah
  - b. Mahasiswa Fakultas Dakwah khususnya jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam diharapkan dapat sering menggunakan model penelitian kuantitatif sehingga mahasiswa lebih bisa menguasai di bidang komunikasi.

**IAIN PURWOKERTO**

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar. 2018. Menelaah Pola Komunikasi Dalam Dialektika Al Qur'an Dan Implementasinya Dalam Berdakwah Multikultural. *Jurnal At-tafkir*. Vol. XI. No. 2
- Basid, Abdul. 2016. Pesan Multikultural Dalam Serial Film Animasi Anak Adit, Sopo, dan Jarwo. *Jurnal Penelitian Keagamaan Dan Kemasyarakatan*. Balai penelitian dan Pengembangan Agama. Vol. 29. No. 3.
- Budiarti S Meilay, Nurwati R Nunung, Putri Ratsja Secsio Wilga. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Jurnal*. Prosiding KS: Riset & PKM.
- Bugo, Sakareeya. 2014. Pendekatan Dakwah Kultural Dalam Masyarakat Plural. *Jurnal Dakwah Tabligh*. Vol. 15. No. 2.
- Damayanti, Rini. 2018. Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram. *Jurnal Widyaloka IKIP Widya Darma*. Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Vol. 5. No. 3.
- Deslima, Duli Yosieana Duli. 2018. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung. *Skripsi*. Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi : Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Fauziah, Nurul. 2015. Analisis Semiotik Pesan Dakwah Dalam Video Klip Demi Matahari Karya Snada. *Skripsi*. Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Handayani, Putri Rizky. 2016. Analisis Wacana Dakwah Dalam Film Kartun Syamil Dan Dodo. *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

- Holida, Maria Siti., Alawiyah Tuti. 2014. Penerapan Animasi Interaktif Dalam Pengenalan Aksara Sunda. *Jurnal Informatika*. AMIK BSI Tasikmalaya. Vol. 1. No. 5.
- Ismail Nurasih, Abidin Zainal, Fatoni Uwes. 2018. Pesan Dakwah Tentang Nikah di Media Sosial Instagram, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. UIN Sunan Gunung Djati. Vol. 3. No. 1
- Latifa, Nurul. 2016. Analisis Semiotik Pesan Dakwah Dalam Film Bulan Terbelah Di Langit Amerika. *Skripsi*. Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Mahmud, Avif Gita. 2019. Pesan Dakwah M. Yusran Hadi Tentang Ukhuwah Islamiyah Di Media Sosial (Analisis Wacana Teun A. Van Dijk Situs [www.hidayatullah.com](http://www.hidayatullah.com)). *Skripsi*. Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Mulyono, Slamet. 2012. *Rukun Islam*. Jakarta : PT Balai Pustaka (Persero)
- Musianl, S Lukas. 2002. Perbedaan Pendekatan Kuantitatif dengan Pendekatan Kualitatif dalam Metode Penelitian. *Jurnal*. Universitas Kristen Petra. Vol. 4. No. 2.
- Mutiawati, Imas. 2018. Dakwah Di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah Di Instagram). *Skripsi*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Nurhadini Dahniar. 2017. *Studi* Pendahuluan : Uji Validitas Konstruk Culture Fair Intelegency Test (CFIT) Dengan Metode Confirmatory Factor Analysis (CFA) Di PUSDIKBANG SDM Perum Perhutani Madiun. *Skripsi*. Malang : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Octovido Irsandy, Sudjana Nengah, Azizah Farah Devi. 2014. Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Daerah Sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah Kota Batu (Studi Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Batu Tahun 2009-2013) *Jurnal*. Universitas Brawijaya. Vol. 15. No. 1.

- Pambayun, Lestari Ellys. 2012. *Communication Quotient Kecerdasan Komunikasi dalam Pendekatan Emosional dan Spiritual*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pariska, Zulfi Ulfa. 2017. Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki (Analisis Isi Kajian Fathi “Pegang Janji Allah” Episode 27 September 2017 Via Youtube). *Skripsi*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
- Putri Satria Primadani, Nugraha Aditya, Sudrajat Hasanah. 2013. Fenomena Meme Di Media Sosial : Studi Etnografi Virtual Posting Meme Pada Pengguna Media Sosial Instagram. *Jurnal Sositeknologi*. Vol. 14. No. 3.
- Rahim, Abdur Umar. 2017. Pesan-Pesan Komunikasi Dakwah Dalam Pepatah-Pepatah Minang. *Jurnal*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Vol. 14. No. 1.
- Rustadi Ridwan. 2019. cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam. *Jurnal*. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Vol. 3. No. 2.
- Sari, Puspita Meutia. 2017. Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Universitas Riau.
- Sukmawati Restyan, Dewi Kusuma Ervin, Indriati Rini. ISSN: 2355-6684. Implementasi Metode SMART untuk Mengidentifikasi Perkembangan Anak dalam Mengikuti Esktra. *Jurnal*. Nusantara Of Engineering. Vol. 3. No. 1.
- Supratman, Pujasari Lucy. 2018. Penggunaan Media Sosial Oleh Digital Native. *Jurnal Komunikasi*. Universitas Telkom.
- Susilo, Yonantan Jordie. 2016. Objektivitas Pemberitaan Media Online Republika Dan Suara Pembaruan Terhadap Isu Pembakaran Masjid Di Tolikara, Papua: Sebuah Analisis Isi Kuantitatif. *Skripsi*. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.

Suwasono, Agung Arief. 2016. *Pengantar Animasi 2D Metode Dasar Perancangan Animasi Tradisional*. Yogyakarta : Badan Penerbit ISI Yogyakarta.

Untari Dewi, Fajariana Endah Dewi. 2018. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik). *Jurnal. STKIP Panca Sakti*. Vol. 2. No. 2.

Zaini, Ahmad. 2015. *Dakwah Melalui Televisi*. Jurnal. STAIN Kudus.

