

**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**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lenia
NIM : 1617102022
Jenjang : S-1
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
Judul Skripsi : Dakwah Melalui Animasi (Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @taarts_gram)

Menyatakan bahwa dengan ini sesungguhnya skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil dari penelitian/ karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang ditulis dan dirujuk sumber yang tertera.

Purwokerto, 12 Februari 2021

Yang Menyatakan



Lenia

NIM. 1617102022



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

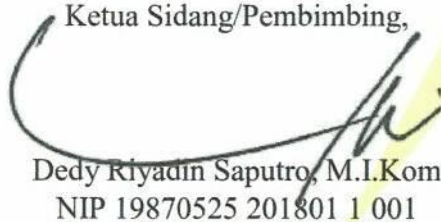
PENGESAHAN

Skripsi Berjudul:

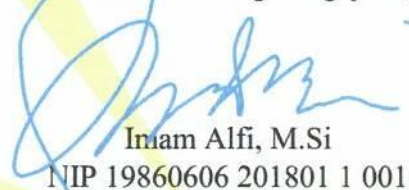
**DAKWAH MELALUI ANIMASI (ANALISIS ISI PESAN DAKWAH PADA
AKUN INSTAGRAM @TAARTS_GRAM)**

yang disusun oleh Saudari: **Lenia**, NIM. **1617102022**, Program Studi **Komunikasi Penyiaran Islam** Jurusan **Komunikasi Penyiaran Islam**, Fakultas **Dakwah**, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, telah diujikan pada tanggal: **16 Februari 2021**, dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos.)** pada sidang Dewan Penguji Skripsi.

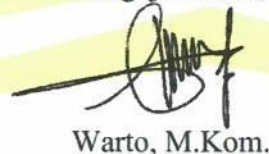
Ketua Sidang/Pembimbing,


Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom
NIP 19870525 201801 1 001

Sekretaris Sidang/Penguji II,


Imam Alfi, M.Si
NIP 19860606 201801 1 001

Penguji Utama,


Wanto, M.Kom.

NIP 19811119 200604 1 004

IAIN PURWOKERTO

Mengesahkan,

Tanggal 24-2-2021

Dekan,




Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag.

NIP 19691219 199803 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah
Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan arahan, telaah dan koreksi terhadap penulisan skripsi Lenia, NIM 1617102022 yang berjudul:

Dakwah Melalui Animasi (Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @taarts_gram). Sebagai pembimbing berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Purwokerto, 12 Februari 2021

Pembimbing

IAIN PURWOKERTO

Dedy Riyadin Saputro, M.I. Kom.
NIP. 19870525 201801 1 001

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.

MOTTO

“Barang siapa beriman kepada Allah dan hari akhir, maka hendaklah ia berkata baik atau diam”



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah dengan rasa syukur kepada Allah SWT, atas ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Penulis persembahkan karya ini untuk orang-orang yang telah memberikan do'a, semangat, dan dukungan. Saya persembahkan karya ini kepada :

1. Orangtua tercinta, Bapak Nurzaini dan Ibu Maryam, dengan penuh kasih sayang dan keikhlasannya yang selalu memberikan do'a – do'a, dukungan, dan perhatian yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik dan lancar.
2. Kakak-kakak tercinta, Nurjayanti Mandasari, dan Dian Komala serta adik tercinta, Arizona beserta seluruh keluarga besar yang selalu memberi semangat dan doa sampai saat ini.
3. Almamater kebanggaan, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.



IAIN PURWOKERTO

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **Dakwah Melalui Animasi (Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @taarts_gram)**.

Shalawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada junjungan Nabi agung Muhammad SAW, suri tauladan dalam segala bidang kehidupan, yang telah membawa Islam hingga sampai pada zaman milenial ini.

Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya motivasi, bimbingan, dan bantuan baik yang bersifat moril maupun materil dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. KH. Moh. Roqib, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
2. Prof. Dr. KH. Abdul Basit, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto.
3. Dr. Muskinul Fuad, M. Ag selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto.
4. Dr. Hj. Khusnul Khotimah, M. Ag selaku Wakil Dekan II Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto.
5. Dr. Musta'in, M. Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto.
6. Uus Uswatusholihah, S. Ag, M. A, dan Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom. selaku Ketua dan Sekertaris Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam
7. Enung Asmaya, M.A. selaku Penasehat Akademik.
8. Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom. yang telah membimbing, mengarahkan dan memotivasi dalam penulisan skripsi.
9. Dosen serta Civitas Akademik IAIN Purwokerto.

10. Orangtua tercinta, Bapak Nurzaini dan Ibu Maryam, atas pengorbanan, kerja keras, kasih sayang, doa-doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik dan lancar.
11. Sahabat-sahabat saya, khususnya Shandi Shafira, Futikhatussalamah, Fia Ismatul Aulia, Atika Nikmah Fauziyah, Windha Fajariyani, Putri Pina Anggraeni, Dwi Fatmawati yang telah menjadi teman berbagi.
12. Teman-teman seperjuangan dari Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2016.
13. Semua pihak yang telah mendukung penulis, yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih telah memberikan dukungan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

Hanya ucapan terimakasih dan doa semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan imbalan yang lebih dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam menulis skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi bahasa maupun penyusunannya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Purwokerto, 8 Februari 2021

IAIN PURWOKERTO

Lenia

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
BAB I PENDAHULUAN	
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
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pesan.....	15
B. Pesan Melalui Media.....	17
C. Dakwah	19
D. Animasi.....	23

E. Media Sosial Instagram	25
F. Analisis Isi	27
BAB III METODE PENELITIAN	
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
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Objek Penelitian	45
B. Penyajian Data	46
C. Hasil Penelitian	62
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

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.¹ 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

¹ 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 Sositologi, 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*.² 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).³ 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*).⁴

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

² 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.

³ 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

⁴ 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.⁵ 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*.⁶

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.⁷ 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*.

⁵ 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.

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

⁷ 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, keseimbangan, 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.⁸ 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

⁸ 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 2013.⁹ 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.

⁹ 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.¹⁰ 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

¹⁰ 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.¹¹

¹¹ 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 Ardkhar (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 Ardkhar 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 Ardkhar 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 II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Pesan

Dalam salah satu unsur komunikasi pesan merupakan bagian terpenting, karena tanpa adanya pesan aktivitas komunikasi tidak mungkin terjadi melalui hal ini yang mendasari para ahli dalam mendefinisikan pesan itu sendiri agar dapat di pahami dan tidak terjadi pengertian dan pemaknaan ganda, Prof. Ali Aziz dalam buku ilmu dakwah mengemukakan pesan dakwah ainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah.¹² Secara garis besar pesan dibagi menjadi 2 yaitu: Pesan Verbal dan Pesan Nonverbal, Pesan verbal adalah bentuk komunikasi verbal yang berupa kata-kata baik yang diucapkan maupun yang tertulis sedangkan Pesan Nonverbal adalah komunikasi tanpa kata-kata hal ini terjadi bila individu berkomunikasi tanpa menggunakan suara.

Clevenger dan Matthews menguraikan tentang arti pesan, menurutnya pesan merupakan penafsiran terhadap peristiwa simbolis tentang kejadian-kejadian nyata baik oleh sumber maupun penerima. Pesan yang disalurkan dengan media, penyampai, dan cara atau metode yang berbeda dapat mempengaruhi perbedaan penerimaan terhadap pesan itu sendiri. Begitu pula, latar belakang budaya, pengalaman *field of experience*, pengetahuan *frame of reference*, dan ideologi biasanya akan memunculkan penafsiran atau pemaknaan yang berbeda terhadap pesan.¹³ Pesan adalah apa yang terlihat (dapat didengar, dirasakan, atau dibaca).¹⁴

¹² Gita Avif Mahmud, Pesan Dakwah M. Yusran Hadi Tentang Ukhuwah Islamiyah Di Media Sosial (Analisis Wacana Teun A. Van Dijk Situs www.hidayatullah.com). Skripsi. (Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019). Ha 1 14.

¹³ Ellys Lestari Pambayun, Communication Quotient Kecerdasan Komunikasi dalam Pendekatan Emosional dan Spiritual, (Bandung. PT Remaja Rosdakarya : 2012), hal 22.

¹⁴ Eriyanto, Analisis Isi : Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya, Jakarta, Prenadamedia Group : 2011), hal 3

Suatu pesan tidak hanya begitu saja disampaikan agar pesan tersebut dapat diterima oleh penerima dan adanya hubungan timbal balik, maka pesan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian komunikan.
2. Pesan harus menggunakan simbol-simbol tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama mengerti.
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
4. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.¹⁵

Unsur-unsur tersebut penting digunakan dalam menyampaikan pesan agar sampai kepada komunikan. Selain itu adapun pendekatan dalam penyampaian pesan. Setelah mendefinisikan ide-ide, dan siap untuk memutuskan urutan yang akan digunakan dalam menyajikan point-point pesan. Maka pilih dan lakukanlah pendekatan berikut:

1. Pendekatan langsung (Deduktif). Ketika anda tau penerima akan menerima pesan anda, mulailah dengan menyampaikan ide pokok (seperti rekomendasi, konklusi, atau permintaan), kemudian ikuti dengan menyampaikan bukti-bukti pendukung anda.
2. Pendekatan tidak langsung (Induktif). Ketika penerima pesan anda akan bersifat skeptis terhadap pesan atau bahkan akan menolak pesan tersebut,

¹⁵ Gita Avif Mahmud, Pesan Dakwah M. Yusran Hadi Tentang Ukhuwah Islamiyah Di Media Sosial (Analisis Wacana Teun A. Van Dijk Situs www.hidayatullah.com). Skripsi. (Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019). Hal 12.

mulailah dengan menyampaikan bukti-bukti dulu dan ungkapan kasus anda sebelum menyampaikan ide pokok.¹⁶

B. Pesan Melalui Media

Kamus besar Indonesia menjelaskan bahwa arti “media” yaitu alat (sarana) komunikasi, seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Media ialah alat atau wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Untuk itu komunikasi bermedia adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya dan atau banyak jumlahnya. Sifat dasar media massa juga menunjukkan bahwa pesan diproduksi oleh suatu sumber (terpusat) dan disebar ke semua.¹⁷ Dalam istilah media pun dikenal dengan pengelompokan media baru dan media lama yang masing-masing memiliki efektivitas jangkauan yang berbeda seperti contohnya internet yang masuk kedalam klasifikasi media baru pun dapat mencakup masyarakat luas dengan tanpa batasan waktu untuk menjangkaunya. Pesan-pesan yang disampaikan melalui media bersifat masif atau menyebar dengan tidak melihat demografis serta apa yang dibutuhkan oleh penerima pesan, salah satu pesan yang bersifat menyebar ialah pesan dalam komunikasi dakwah merupakan pesan yang disampaikan oleh komunikator dakwah yang disebut da’i kepada objek atau sasaran dakwah yang disebut mad’u. Pesan-pesan dakwah berisi materi-materi dakwah atau disebut juga dengan *maddah ad-dakwah* yang bersumber dari Al-qur’an dan Sunah Rasul. Materi dakwah biasanya berisi pesan-pesan ajaran islam yang berkaitan dengan aqidah atau masalah keimanan, syariah atau pembahasan yang berhubungan dengan sendi-sendi keislaman, akhlaqul karimah atau pembahasan yang berhubungan tentang etika atau nilai-nilai yang

¹⁶ Gita Avif Mahmud, Pesan Dakwah M. Yusran Hadi Tentang Ukhuwah Islamiyah Di Media Sosial (Analisis Wacana Teun A. Van Dijk Situs www.hidayatullah.com). Skripsi. (Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019). Hal 15.

¹⁷ Ahmad Zaini, Dakwah Melalui Televisi. Jurnal, Vol. 3, No.1, Juni 2015. STAIN Kudus. Hal 3.

mengatur hubungan antara manusia dengan manusia (*habluminnas*), hubungan manusia dengan Tuhan (*habluminnallah*), manusia dengan alam sekitarnya.¹⁸

Media massa seperti internet merupakan suatu media yang mengubah pola penyebaran ide, termasuk ide yang berkaitan dengan informasi dunia, politik, budaya hingga agama. Transformasi penyebaran pesan agama mengalami pembaruan dari waktu ke waktu hal ini seiring dengan kemunculan teknologi informasi baru. Dakwah melalui internet memiliki tingkat signifikansi yang besar, hal ini dapat dilihat dari beberapa aspek diantaranya :

1. Setiap orang yang merasa membutuhkan asupan informasi keagamaan dapat melakukan pencarian melalui internet.
2. Potensi penggunaan internet setiap tahunnya semakin meningkat, misalnya dengan kehadiran aplikasi sosial media seperti facebook, twitter, linked dan instagram. Selain itu kehadiran youtube dan blogging dijadikan sebagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan oleh para da'i untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah, merespon isu-isu kontemporer yang berhubungan dengan agama menempatkan internet sebagai media baru dalam proses transmisi pesan islam.
3. Dakwah melalui internet telah menjadi alternatif bagi orang yang lebih memilih untuk menerima ajaran islam melalui metode kontemporer, menyesuaikan diri dengan kehidupan modern manusia.¹⁹

Pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui media akan sangat efektif diterapkan dalam kehidupan modern yang sudah menyesuaikan zaman dan masyarakat yang telah melek teknologi informasi.

¹⁸ Umar Abdur Rahim, Pesan-Pesan Komunikasi Dakwah Dalam Pepatah-Pepatah Minang. Jurnal, Vol. 14, No. 1, Juni 2017. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Hal 67-68.

¹⁹ Ridwan Rustandi, cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam. Jurnal, Vol. 3, No. 2, Desember 2019. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Hal 92-93.

C. Dakwah

Secara etimologi dakwah berasal dari bahasa Arab “da’wah” yang berarti seruan, ajakan dan panggilan. Dengan demikian secara etimologi dakwah merupakan suatu proses penyampaian (tabligh) pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut.

Pengertian dakwah secara terminologi menurut beberapa ahli diantaranya H. M Arifin mengatakan dakwah adalah kegiatan menyeru, baik dalam bentuk lisan dan tulisan, maupun tingkah laku dan lain sebagainya yang dilakukan secara individual atau kelompok. Supaya timbul dalam dirinya suatu pengetahuan kesadaran, sikap penghayatan serta pengalaman terhadap ajaran agama, sebagai pesan yang disampaikan kepada mereka tanpa unsur paksaan.²⁰ Berdakwah bersifat wajib bagi muslim agar senantiasa mengingatkan kepada kebaikan dan selalu menegur apabila setiap individu keliru dalam bertindak. Setiap pesan dakwah yang disampaikan da’i bersumber pada Al-qur’an dan Al-hadist yang mengandung kaidah-kaidah islam yang sudah ditetapkan oleh Allah SWT oleh sebab itu pesan dakwah dinilai mampu memberikan perubahan yang lebih baik dalam kehidupan sosial seorang muslim.

Dakwah memiliki beberapa unsur yaitu :

1. Subjek Dakwah

Yaitu orang yang melakukan kegiatan dakwah yaitu da’i. Seorang da’i diharuskan memiliki keahlian dalam menyiarkan materi dakwahnya karena dalam unsur dakwah, penentuan da’i sangat berpengaruh terhadap berhasilnya kegiatan berdakwah.

²⁰ Nurul Latifa, Analisis Semiotik Pesan Dakwah Dalam Film Bulan Terbelah Di Langit Amerika. Skripsi. (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016). Hal 12-18.

2. Objek Dakwah

Objek dakwah (mad'u) merupakan penerima pesan dakwah dari subjek dakwah (da'i). Dalam berdakwah seorang da'i harus memahami karakteristik dari mad'u.²¹

3. Metode Dakwah

Metode adalah cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan. Dapat diketahui bahwa bentuk metode dakwah ada tiga yaitu :

- a. Metode Al-Hikmah (dengan hikmah)
- b. Metode Mau'idzah Hasanah (dengan pelajaran yang baik)
- c. Metode Al-Mujadalah Bi-al-lati Hiya Ahsan (bantahlah mereka dengan cara yang baik)

4. Media Dakwah

Media-media dakwah dapat dibagi kedalam beberapa bentuk, diantaranya :

- a. Media Lisan, media lisan adalah media yang paling banyak digunakan dibandingkan dengan media lain.
- b. Media Cetak, dikenal juga dengan sebutan media tulisan.
- c. Media Elektronik, ialah media yang lahir karena pemikiran manusia dalam bidang teknologi modern.
- d. Media Organisasi, organisasi dakwah merupakan alat untuk pelaksanaan dakwah yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien.
- e. Media Seni dan Budaya, media ini merupakan suatu media yang sangat diminati dan akan terus diwariskan pada generasi selanjutnya.²²

²¹ Nurul Fauziyah, Analisis Semiotik Pesan Dakwah Dalam Video Klip Demi Matahari Karya Snada. Skripsi. (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015). Hal 25-26.

Agama islam memiliki ajaran yang sangat kompleks untuk kehidupan sehari-hari, dimana segala perbuatan, ucapan, dan perilaku di atur berdasarkan ajaran islam. Menurut Wardi Bachtiar menjelaskan bahwa pesan dakwah tidak lain adalah Al-islam yang bersumber dari Al-qur'an dan Hadist sebagai sumber utama yang meliputi Aqidah, Akhlak, dan Syari'ah dengan sumber ilmu yang diperoleh darinya.

Adapun pesan dakwah secara garis besar dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. Aqidah

Secara etimologi, aqidah berasal dari kata Al-Aqdu yang berarti ikatan, kepastian, penetapan, pengukuhan dengan kuat, juga berarti yakin dan mantap. Sedangkan secara terminologi, terdapat dua pengertian, yaitu pengertian umum dan pengertian khusus. Secara umum, aqidah yaitu "pemahaman yang benar seperti keimanan dan ketauhidan kepada Allah SWT. Secara khusus aqidah bersifat keyakinan bathiniyah yang mencakup rukun iman tapi pembahasannya tidak hanya tertuju pada masalah yang wajib diimani tetapi juga masalah-masalah yang dilarang oleh islam. Secara ringkasnya aqidah ini lah yang akan membentuk sebuah karakter, sifat, pemikiran bagi seorang muslim yang akan timbul sebuah perilaku. Dalam berdakwah pembentukan *mindset* pada mad'u sangatlah penting hal ini dikarenakan setiap manusia dilahirkan dalam keadaan kosong yang maksudnya butuh sebuah pemahaman yang baik untuk dirinya sendiri maupun orang lain. Contoh dari aqidah diantaranya seperti:

- a. Iman kepada Allah SWT
- b. Iman kepada Malaikat
- c. Iman kepada Kitab
- d. Iman kepada Rasul

²² Nurul Fauziyah, Analisis Semiotik Pesan Dakwah Dalam Video Klip Demi Matahari Karya Snada. Skripsi. (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015). Hal 25-26.

e. Iman kepada Hari Akhir

f. Iman kepada Qada dan Qadar

2. Akhlak

Secara etimologi akhlak berarti budi pekerti, peringai, perilaku, atau tabiat. Akhlak adalah kekuatan yang timbul dari hasil perpaduan hati nurani, pikiran, perasaan, bawaan dan kebiasaan menyatu. Secara umum akhlak di bagi menjadi 2 yaitu:

- a. Akhlak terpuji, segala sesuatu yang baik terhadap Tuhan dan makhluk hidup.
- b. Akhlak tercela, segala sesuatu perilaku yang buruk dan merugikan diri sendiri, orang lain dan Tuhan.

3. Syari'ah

Syari'ah secara bahasa berarti jalan keluarnya air minum, secara istilah syari'ah adalah segala sesuatu yang di syariatkan Allah kepada hamba-hamba-Nya. Termasuk peraturan-peraturan dan hukum segala hal yang telah ditetapkan oleh Allah.²³ Dalam hal ini syariah merupakan sebuah kewajiban yang dilakukan oleh setiap muslim. Adapun contoh dari syariah yaitu :

- a. Mengucapkan syahadat
- b. Sholat
- c. Mengeluarkan Zakat
- d. Menjalankan Puasa Ramadhan
- e. Berhaji bagi yang mampu²⁴

²³ Nurul Latifah, Analisis Semiotik Pesan Dakwah Dalam Film Bulan Terbelah Di Langit Amerika. Skripsi.(Jakarta: Universitas Negeri Syarif Hidayatullah, 2016). Hal 17-22.

²⁴ Slamet Mulyono, Rukun Islam, (Jakarta : PT Balai Pustaka (Persero): 2012), hal 1

segala sesuatu yang datang dari Allah dapat dikatakan sebagai syariah. Contoh lainnya Allah memerintahkan kepada seluruh wanita muslim agar menutup aurat seperti yang sudah tercantum dalam Al-qur'an pada surah an-Nur ayat 31, melarang umat islam agar tidak pacaran karena pacaran atau menjalin hubungan dengan lawan jenis tanpa ada ikatan yang sah termasuk dalam perbuatan zina karena sudah dijelaskan pada surah Al-Isra ayat 32.

Penulis pun akan berfokus pada pesan dakwah apa yang terkandung didalam video dakwah animasi pada akun instagram @taarts_gram sehingga dapat menjadi sebuah perubahan yang baik dalam setiap diri mad'u. Pesan dakwah yang da'i sampaikan semata bertujuan untuk kebaikan hidup yang berkeadaban dan bersinergi dengan keharmonisan sosial maka dari itu memerlukan metode dalam menyampaikan maksud pesan yang akan disampaikan agar tidak terjadi pemaknaan ganda.

D. Animasi

Animasi diambil dari bahasa latin yakni “anima” yang artinya jiwa, hidup, nyawa, dan semangat. Animasi adalah gambar dua dimensi yang seolah-olah bergerak, karena kemampuan otak untuk selalu menyimpan/mengingat gambar sebelumnya *The Making of Animation 2004*. Budiarto mendefinisikan animasi sebagai usaha sadar untuk presentasi statis menjadi hidup. Sedangkan Adinda dan Adjie berpendapat bahwa animasi merupakan serangkaian gambar gerak cepat yang terus-menerus memiliki hubungan satu dengan lainnya.²⁵ Pengertian animasi dewasa ini telah meluas, merambah pada teknologi komunikasi dan bisnis sebagai perwujudan industri komunikasi yang semakin pesat, inovatif dan semakin instan dalam operasionalnya, ketimbang pengertian tradisionalnya yakni sebagai sebuah tipuan mata, ilusi optik yang memberikan

²⁵ Abdul Basid, Pesan Multikultural Dalam Serial Film Animasi Anak Adit, Sopo, dan Jarwo. *Jurnal Penelitian Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, Vol. 29, No. 3, Oktober-Desember 2016. Balai penelitian dan Pengembangan Agama. Hal 497.

kesan suatu pergerakan gambar atau yang sering disebut dengan *motion picture*.²⁶

1. Ilusi optik

Pada awal perkembangan animasi, identik dengan rentetan gambar-gambar yang diputar sehingga tampak bergerak dan hidup, dimana tujuan pembuatannya adalah sebagai hiburan atau tontonan yang dibuat seiring dengan semakin sempurnanya penemuan film.

Pada dasarnya retina mata manusia menyimpan berkas cahaya kurang dari satu detik, sehingga ilusi optik dapat dimunculkan. Misalnya saat kita memutar kembang api dengan cepat kemudian seakan-akan seperti melihat sebuah lingkaran kembang api, saat kita sedang mengendarai kendaraan di tengah jalan beraspal dengan sinar matahari yang terik maka ilusi optik akan muncul seperti dari kejauhan seolah-olah kita melihat kubangan air ditengah jalan. Jadi, jelaslah bahwa faktor rentetan gerakan inilah yang sebenarnya menjadi esensi dari animasi, dimana dari gerakan tersebut seakan-akan obyek yang divisualisasikan tampak hidup dan bernyawa.

2. Kreatifitas

Kreatifitas untuk menciptakan obyek animasi telah menunjukkan bahwa banyak hal dapat dikreasikan menjadi obyek animasi, mulai dari sekedar garis, huruf, bentuk-bentuk ortogonal sampai dengan merepresentasikan manusia dan hewan, dari yang deformatif sampai dengan yang realis. Jika didudukan dalam konsep berfikir animasi, maka segala onyek yang dirancang untuk pembuatan animasi sebaiknya disebut dengan karakter. Karakter adalah menyesuaikan dengan definisi animasi

²⁶ Arief Agung Suwasono, Pengantar Animasi 2D Metode Dasar Perancangan Animasi Tradisional, (Yogyakarta : Badan Penerbit ISI Yogyakarta : 2016), hal 6-7.

yakni menghidupkan atau bergerak seolah-olah hidup dan mempunyai karakter.²⁷

E. Media Sosial Instagram

Kaplan dan Haenlin mendefinisikan Media Sosial adalah suatu grup aplikasi berbasis internet yang menggunakan ideologi dan teknologi Web 2.0, dimana pengguna dapat membuat atau bertukar informasi pada aplikasi tersebut. Beberapa media sosial yang sangat digemari dan memiliki jutaan pengguna di Indonesia adalah Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Blog, dan lainnya.²⁸ Dengan menggunakan media sosial jutaan pengguna dapat bertukar informasi dan melakukan komunikasi tanpa batas waktu dan tempat tertentu, karena basis media sosial adalah internet yang dapat mencakup hingga seluruh negara antar benua.

1. Pengertian Instagram

Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto instan, seperti polaroid didalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah instagram merupakan gabungan dari kata instan dan telegram.²⁹ Menurut Bambang, instagram adalah sebuah aplikasi dari smartphone yang khusus untuk

²⁷ Arief Agung Suwasono, Pengantar Animasi 2D Metode Dasar Perancangan Animasi Tradisional, (Yogyakarta : Badan Penerbit ISI Yogyakarta : 2016), hal 7-13.

²⁸ Dewi Untari, Dewi Endah Fajariana, Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). Jurnal, Vol. 2, No. 2 September 2018. STKIP Panca Sakti. Hal 272.

²⁹ Meutia Puspita Sari, Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 4, No. 2, Oktober 2017. Universitas Riau. Hal 5-6.

media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih menarik dan mempunyai nilai estetika yang tinggi.³⁰

Instagram adalah salah satu media sosial yang sering digunakan dan memiliki fitur dengan banyak opsi, peranan instagram sebagai media sosial dalam mensyiarkan ajaran islam pun sangat penting misalnya melalui unggahan-unggahan foto bertemakan dakwah islam atau gambar quote, video lalu disisipkan deskripsi pesan-pesan oleh pemilik akun media sosial instagram.³¹

2. Pemanfaatan Instagram

Pemanfaatan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yang menyebutkan bahwa “pemanfaatan mengandung arti yaitu proses, cara, dan perbuatan memanfaatkan sesuatu untuk kepentingan sendiri”. Dan jika dikaitkan dengan masalah penelitian, maka pemanfaatan disini berarti menggunakan atau memakai suatu hal yang berguna, dalam hal ini adalah menggunakan atau memanfaatkan instagram sebagai media sosial untuk berdakwah dalam menyampaikan pesan-pesan islami kepada para mad'u.³²

³⁰ Dewi Untari, Dewi Endah Fajariana, Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). Jurnal, Vol. 2, No. 2 September 2018. STKIP Panca Sakti. Hal 274.

³¹ Nurasih Ismail, Zainal Abidin, Uwes fatoni, pesan Dakwah Tentang Nikah di Media Sosial Instagram, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol. 3, No. 1, Maret 2018. UIN Sunan Gunung Djati. Hal 4.

³² Dewi Untari, Dewi Endah Fajariana, Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). Jurnal, Vol. 2, No. 2 September 2018. STKIP Panca Sakti. Hal 274.

F. Analisis Isi

Analisis Isi merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui kecenderungan isi komunikasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan model analisis isi kuantitatif untuk menghitung prosentase dari isi pesan yang terkandung dalam video animasi pada akun @taarts_gram.

Analisis Isi Kuantitatif

Adalah analisis yang dipakai untuk mengukur aspek-aspek tertentu dari isi yang dilakukan secara kuantitatif. Prosedurnya adalah dengan jalan mengukur atau menghitung aspek dari isi (*content*) dan menyajikannya secara kuantitatif. Analisis isi (kuantitatif) yang dipakai hanya memfokuskan pada bahan yang tersurat saja. Peneliti hanya meng-coding (memberi tanda) apa yang dilihat (berupa suara, tulisan di surat kabar dan atau gambar di televisi). Penelitian menggunakan analisis isi kuantitatif harus dikerjakan secara objektif. Ini berarti bias subjektivitas peneliti harus dihilangkan. Syarat objektif baru dapat dilakukan oleh peneliti bila tersedia kategori analisis yang telah didefinisikan secara jelas dan operasional sehingga peneliti lain dapat mengikutinya dengan reliabilitas tinggi. Analisis kuantitatif mengutamakan ketepatan dalam mengidentifikasi isi pernyataan, seperti perhitungan, penyebutan yang berulang-ulang dari kata-kata tertentu.³³

Peneliti menggunakan metode analisis isi kuantitatif ini dengan berbagai alasan yang dipertimbangkan sebelumnya yaitu alasan berdasarkan objek penelitian yang peneliti gunakan, peneliti ingin memfokuskan isi pesan yang terkandung didalamnya, sifat dari metode ini yang akurat pun menjadi alasan tersendiri sehingga peneliti menggunakan model analisis isi kuantitatif ini.

³³ Eriyanto, Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Lainnya, (Jakarta: Prenamedia Group: 2015), hal 1.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif ini dapat diterapkan kedalam komunikasi untuk mengkaji pesan-pesan yang terdapat pada suatu komunikasi metode ini untuk mempelajari dan menganalisa komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif objek.

Penelitian kuantitatif menurut Robert Donmoyer adalah pendekatan-pendekatan terhadap kajian empiris untuk mengumpulkan, menganalisa, dan menampilkan data dalam bentuk numerik. Menurut Cooper dan Schindler, riset kuantitatif mencoba melakukan pengukuran yang akurat terhadap sesuatu.³⁴

Berdasarkan definisi para ahli diatas maka dapat disimpulkan mengenai Pendekatan kuantitatif ialah pendekatan yang didalam usulan penelitian, proses, hipotesis, turun ke lapangan, analisis data dan kesimpulan data sampai dengan penulisannya mempergunakan aspek pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian data numerik.³⁵

Sifat penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Menurut Krisyantono, penelitian yang bersifat deskriptif ini bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Oleh karena itu, hasil penelitian

³⁴ Restyan Sukmawati, Ervin Kusuma Dewi, Rini Indriati, Implementasi Metode SMART untuk Mengidentifikasi Perkembangan Anak dalam Meneikuti Esktra. Jurnal, Vol. 3. No. 1, ISSN: 2355-6684. Nusantara Of Engineering. Hal 60.

³⁵ Lukas S. Musianto, Perbedaan Pendekatan Kuantitatif dengan Pendekatan Kualitatif dalam Metode Penelitian. Jurnal, Vol. 4, No. 2, September 2002. Universitas Kristen Petra. Hal 125.

yang akan diperoleh peneliti adalah menggambarkan bagaimana analisis isi pesan dakwah melalui animasi pada akun instagram @taarts_gram.³⁶

B. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif, analisis isi kuantitatif lebih memfokuskan pada isi komunikasi yang tampak. Analisis isi kuantitatif secara umum dapat didefinisikan sebagai suatu teknik penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memperoleh gambaran karakteristik isi pesan komunikasi yang tampak secara sistematis melalui proses analisis yang bersifat objektif, valid, reliabel, dan dapat direplikasi.³⁷ Analisis ini dapat digunakan untuk berbagai bidang misalnya sosiologi, politik, komunikasi. Dalam bidang komunikasi itu sendiri Pendekatan Analisis isi merupakan salah satu metode utama dari ilmu komunikasi. Penelitian yang mempelajari isi media (surat kabar, radio, film, dan televisi) menggunakan analisis isi. Oleh karena itu penggunaan analisis isi, peneliti dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan (tren) dari suatu isi.³⁸

Melalui metode ini, peneliti bertujuan untuk menganalisis isi pesan dakwah animasi pada akun instagram @taarts_gram agar dapat mengetahui jumlah prosentase pada masing-masing isi pesan dakwah.

³⁶ Jordie Yonantan Susilo, *Objektivitas Pemberitaan Media Online Republika Dan Suara Pembaruan Terhadap Isu Pembakaran Masjid Di Tolikara, Papua: Sebuah Analisis Isi Kuantitatif*. Skripsi. (Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara, 2016). Hal 42.

³⁷ Jordie Yonantan Susilo, *Objektivitas Pemberitaan Media Online Republika Dan Suara Pembaruan Terhadap Isu Pembakaran Masjid Di Tolikara, Papua: Sebuah Analisis Isi Kuantitatif*. Skripsi. (Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara, 2016). Hal 42.

³⁸ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenadamedia Group: 2011), hal 11.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah semua anggota dari objek yang ingin kita ketahui isinya. Populasi dari penelitian ini adalah video-video dakwah animasi yang terdapat pada akun instagram @taarts_gram berjumlah 103 video. Setelah peneliti melakukan penentuan populasi, selanjutnya peneliti melakukan penarikan sampel yang akan di teliti dalam penelitiannya.

2. sampel

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik penarikan sampel purposive (*purposive sampling*), dimana peneliti secara sengaja memilih sampel atau periode tertentu atas dasar pertimbangan ilmiah. Pemilihan sampel memang tidak dilakukan secara acak, tetapi berdasar pertimbangan (*judgement*) yang kuat dari peneliti³⁹. Dari populasi 103 video peneliti menarik sampel sejumlah 54 video. Pemilihan video ini tidak didasarkan secara acak, tetapi karena pertimbangan ilmiah. Alasan peneliti memilih 54 video tersebut berdasarkan insight atau jangkauan dalam setiap video, yaitu meliputi jumlah penayangan atau *viewers*, *likes* dan komentar. Semakin tinggi insight yang diperoleh dalam setiap video maka semakin tinggi pula kesempatan populasi video tersebut untuk dijadikan sampel purposive. Sampel video dalam akun @taarts_gram yang sudah peneliti pilih adalah video yang di unggah pada tanggal 21 september 2019-3 agustus 2020 meskipun dalam rentang waktu tersebut ada beberapa unggahan foto dakwah tetapi dalam hal ini peneliti hanya memfokuskan pada unggahan dalam bentuk video saja.

³⁹ Eriyanto, Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya, (Jakarta: Prenadamedia Group: 2011), hal 147.

D. Data dan Sumber Data

1. Data Primer

Data Primer adalah data utama atau basis yang digunakan dalam pencarian. Sumber data primer yang di jadikan rujukan dalam penelitian ini berupa video dakwah animasi pada akun @taarts_gram yang berjumlah 54 selama periode 21 september 2019 – 3 Agustus 2020.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pelengkap sumber-sumber tambahan yang dapat mendukung data primer. Sumber data sekunder di peroleh secara tidak langsung dan memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain melalui dokumen, diperoleh dari komentar-komentar yang terdapat di unggahan akun @taarts_gram.⁴⁰

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Teknik dokumentasi (document research), observasi.

1. Teknik Pengumpulan Data

a. Dokumentasi

Dokumentasi (document research) adalah berbentuk buku, arsip internet yang penulis kumpulkan data-datanya melalui telaah dan mengkaji berbagai literatur yang relevansinya dengan materi penelitian.⁴¹ Teknik dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan data-data mengenai Pesan Dakwah Animasi di Instagram. Data dokumen yang

⁴⁰ Irsandy Octovido, Nengah Sudjana, Devi farah Azizah, Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Daerah Sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah Kota Batu (Studi Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Batu Tahun 2009-2013), Vol. 15 No. 1 Oktober 2014. Universitas Brawijaya. Hal 4.

⁴¹ Putri Rizky Handayani, Analisis Wacana Dakwah Dalam Film Kartun Syamil Dan Dodo. Skripsi. (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2016). Hal 10.

digunakan dalam penelitian ini berupa video yang ada pada akun instagram @taarts_gram.

b. Observasi (pengamatan)

Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan observasi (pengamatan) secara langsung dan tidak terikat terhadap objek terhadap objek penelitian dan unit, dengan cara menonton dan mengamati dengan teliti video-video dakwah animasi di instagram pada akun @taarts_gram. Peneliti melakukan observasi mendalam pada sampel video yang sudah dipilih, kemudian mencatat apa saja yang terdapat dalam sampel video misalnya judul, jumlah viewers, menganalisanya sesuai dengan model penelitian yang di gunakan.

2. Unit Analisis Data

Dalam penelitian ini, unit analisis yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan video terutama terhadap isi pesan dari video pada akun @taarts_gram yang telah di upload mulai tanggal 21 september 2019 – 3 Agustus 2020. Dimana nantinya dari beberapa video yang sudah dipilih tersebut akan di analisis sesuai dengan kategori pesan yang telah disesuaikan oleh peneliti. Sehingga data yang diambil sesuai dengan jumlah kategori yang dibuat.

3. Satuan Ukur

Satuan ukur yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah satuan ukur detik yang terdapat dalam video dakwah di akun @taarts_gram dengan jumlah kategori yang sudah dibuat tabel nantinya akan diukur tingkat frekuensi kemunculannya pada kategori tersebut. Total postingan video yang di upload mulai tanggal 21 september 2019–3 agustus 2020 dengan berjumlah 54 video dengan rata-rata durasi selama 60 detik didalam postingan video tersebut.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dengan melakukan observasi video secara langsung dan tidak terikat terhadap objek penelitian dan unit. Dalam hal ini teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti ialah menggunakan teknik analisis data Pengcodingan.

Coding merupakan kegiatan merubah data berbentuk huruf menjadi data berbentuk angka/bilangan.⁴² Lembar coding (*coding sheet*) adalah alat yang dipakai untuk menghitung atau mengukur aspek tertentu dari isi media. Lembar coding memuat aspek-aspek apa saja yang ingin kita lihat dalam analisis isi.⁴³

Adapun tahapan – tahapan analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Uji Validitas dan Reliabilitas.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil pengukuran dan data yang diperoleh dengan menggunakan ukuran tersebut dapat di gunakan dalam penelitian jika memiliki kesahian ukuran (*validity of a measure*) dan keandalan ukuran (*reliability of measure*).

Jenis validitas yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah model validitas konstruk. Validitas konstruk adalah validitas yang melihat apakah alat ukur disusun atau diturunkan dari suatu kerangka teori tertentu. Alat ukur disebut mempunyai validitas konstruk jikalau alat ukur tidak asal disusun, tetapi diturunkan berdasarkan suatu teori yang telah teruji.⁴⁴

⁴²Sutanto Priyo Hastono, Analisis Data, (Jakarta: Universitas Indonesia: 2006), hal. 6. Dari Ebook di akses ada tanggal 10 Februari 2021 Pukul 12.18 WIB.

⁴³Eriyanto, Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya, (Jakarta: Prenadamedia Group: 2011), hal 222.

⁴⁴ Eriyanto, Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya, (Jakarta: Prenadamedia Group: 2011), hal 268.

Untuk uji reliabilitas dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bantuan koder sebagai pembanding untuk mendapatkan ketepatan dalam mengukur terhadap bentuk pesan-pesan dalam video dakwah animasi @taarts-gram. Agar peneliti mendapatkan reliabilitas data dalam presentase persetujuan, maka di gunakan formula Holsti

diantaranya :

$$CR = \frac{2M}{N1+N2}$$

Keterangan :

CR = Coeficient Reliability (reliabilitas antar coder).

M = Jumlah pertanyaan yang di setuju oleh masing-masing coder.

N1 = Jumlah Pertayaan yang diberikan kode oleh pengcoding dan peneliti.

N2 = Jumlah pertanyaan yang di berikan kode oleh pengcoding dan peneliti.

Dalam formula holsti, angka reliabilitas minimum yang ditoleransi adalah 0,7 atau 70% artinya jika hasil perhitungan menunjukkan angka 0,7 atau 70% berarti alat ukur ini benar-benar reliable.

2. Mengkategorikan tema dalam sajian pada setiap episode video dakwah animasi di akun instagram @taarts_gram selama 21 september 2019 – 3 agustus 2020.
3. Data yang sudah dikelompokkan dalam lembar koding.
4. Mendeskripsikan dan menganalisi data dari tabel frekuensi sesuai dengan kategori yang disusun dan perumusan masalah yang ada diperoleh untuk mendapatkan tujuan dari penelitian.

Tahapan pertama yang dilakukan peneliti dalam teknik analisis data adalah:

- 1) Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Berdasarkan penelitian yang sudah peneliti lakukan untuk menguji kesahihan sebuah penelitian maka perlu dilakukan uji validitas. Oleh sebab itu, peneliti memilih model validitas yang sesuai dengan penelitian, model yang digunakan dalam skripsi ini adalah model validitas konstruk.

Validitas konstruk mengukur mengenai sejauh mana skor-skor hasil pengukuran dengan instrumen itu sesuai atau tidak dengan teori yang mendasari penyusunan alat ukur tersebut.⁴⁵ Teori mengenai pesan dakwah yang meliputi pesan dakwah Aqidah, Akhlak dan Syariah.

Menurut teori yang di gunakan peneliti dalam pesan dakwah yang digunakan adalah mengenai pesan dakwah aqidah, pesan dakwah akhlak pesan dakwah syariah. Hal ini dapat diukur dengan menggunakan indikator dari teori pesan dakwah aqidah menurut Wardi Bachtiar yang meliputi :

- a. iman kepada Allah
- b. iman kepada Malaikat
- c. iman kepada Kitab-kitab
- d. iman kepada Rasul
- e. iman kepada Hari Akhir
- f. iman kepada qodo dan qodar

Indikator pesan dakwah akhlak meliputi:

- a. akhlak tercela

⁴⁵ Dahniar Nurhadini, *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, 2017), hal. 30.

b. akhlak terpuji

Indikator pesan dakwah syari'ah meliputi:

a. perintah menutup aurat

b. larangan berzinah

c. sholat

d. puasa

e. syahadat

f. zakat

g. haji

b. Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas dari sebuah penelitian, maka dari itu peneliti menggunakan bantuan koder sebagai pembanding untuk mendapatkan ketepatan dalam mengukur terhadap bentuk pesan-pesan dalam video dakwah animasi @taarts_gram. Agar peneliti mendapatkan reliabilitas data dalam presentase persetujuan, maka di gunakan formula Holsti diantaranya :

$$CR = \frac{2M}{N1+N2}$$

$$N1+N2$$

Keterangan :

CR = Coeficient Reliability (reliabilitas antar coder)

M = Jumlah pertanyaan yang di setuju oleh masing-masing coder

N1,N2 = Jumlah pertanyaan yang di berikan kode oleh pengcoding dan peneliti.

Dalam formula holsti, angka reliabilitas minimum yang ditoleransi adalah 0,7 atau 70% artinya jika hasil perhitungan menunjukkan angka 0,7 atau 70% berarti alat ukur ini benar-benar reliable⁴⁶.

Pada uji reliabilitas, peneliti menunjuk juri untuk kesepakatan dan ketidaksepakatan terkait pesan dakwah yang terdapat pada video dakwah animasi pada akun @taarts_gram. Juri merupakan peneliti itu sendiri dan salah satu mahasiswa jurusan sosiologi di Universitas Negeri Surakarta yang bernama Widi Alip Sayyidzi Purnomo.

Untuk menguji Reliabilitas dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan keterangan dalam tema pesan yang akan diuji, sebagai berikut:

- | | |
|--------------|--------------------|
| 1 = Aqidah | Coder A = Peneliti |
| 2 = Akhlak | Coder B = Juri |
| 3 = Syari'ah | S = Sama |
| | TS = Tidak Sama |

Tabel 3.1

Rincian kesepakatan juri mengenai tema pesan dakwah.

Video	Coder A	Coder B	Sama / Tidak Sama
Laa Tahzan	1	1	S
Perempuan	2	2	S

⁴⁶Eriyanto, Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya, (Jakarta: Prenadamedia Group: 2011), hal 289.

Putusin atau Halalin	1	1	S
Lelaki Idaman	3	2	TS
Di Reject	1	1	S
Aku Bukan Siapa-siapa	1	1	S
Charging Iman	1	1	S
Cukup Allah Bagiku	1	1	S
No Judgement	2	2	S
Jadi Buruk atau Jadi Baik Itu Pilihan Anda	1	2	TS
Aku Merindukanmu	1	1	S
Cinta Jangan Dipendam Lama-lama	2	3	TS
Pesan Untuk Para Pemuda	2	2	S
Perbaiki Dimasa Muda Kita	2	3	TS
Pacaran Syariah???	3	3	S
#obrolansantuy sholat	3	3	S
Awal Hijrah	2	2	S
Jangan Rewel	2	3	TS
Tentang Hati	1	3	TS
Untukmu Wanita	3	3	S
Nikmat Terbesar	1	1	S
Harus Beragama	1	1	S
Curhat	1	1	S

Rindu & Benci	2	2	S
Berani Putusin Dia	2	1	TS
Pemuda Jaman Now	2	1	TS
Masalah	1	1	S
Deadline	2	2	S
Anak Muda keren	1	1	S
Masa Lalu	2	2	S
Selebgram Langit	1	2	TS
Apakah Aku Dicintai Olehmu	1	1	S
Lelah Menjadi Lillah	2	2	S
Cinta Sejati	1	1	S
Puasa	3	3	S
Orang tua Jangan Mencampuri Rumah Tangga Anak	2	2	S
Sholat	3	3	S
Tujuan dan Makna	1	2	TS
Kematian	1	1	S
Amal Jariyah	1	1	S
Takut Kepada Allah	1	1	S
Ketetapan Allah	1	1	S
#obrolan santuy	3	3	S
Mengandalkan Allah Dalam Segala	1	1	S

Urusan			
Berteman Dalam Kebaikan	2	1	TS
Istiqomah	2	2	S
Meminta Ampunan Kepada Allah	2	1	TS
Jangan Pacaran	3	3	S
Jangan Berprasangka Buruk Kepada Allah	1	2	TS
Para Pemuda Muslim	2	2	S
Bahagia Terletak Pada Syukur	2	2	S
Selalu Berbaik Sangka Kepada Allah	1	1	S
Meminta Segala Sesuatu Kepada Allah	1	1	S
Hukum Berteman Dengan Wanita	3	3	S
			Total S = 41
			Total TS = 13
Reliabilitas = $41/54 = 0.75$ (75%)			

Setelah melakukan kesepakatan dan tidak sepakat seperti tabel di atas maka, untuk mencari koefisien antar juri, peneliti menguraikan rumus dari holsti sebagai berikut:

$$CR = \frac{2M}{N_1 + N_2}$$

$$N_1 + N_2$$

Keterangan :

CR = Coefficient Reliability (reliabilitas antar coder)

M = Jumlah pertanyaan yang di setuju oleh masing-masing coder

N1,N2 = Jumlah pertanyaan yang di berikan kode oleh pengcoding dan peneliti.

$$CR = \frac{2 (41)}{54 + 54} = \frac{82}{108} = 0,75 (75\%)$$

Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti dengan menggunakan rumus holsti, diperoleh hasil sebesar 0,75 atau 75%. Dengan demikian, uji reliabilitas pesan dakwah yang terkandung dalam video dakwah animasi pada akun @taarts_gram ini dapat dikatakan reliable karena memenuhi angka reliabilitas minimum yang ditoleransi.

- 2) Tahap analisis data selanjutnya adalah mengkategorikan tema pesan dakwah animasi pada akun @taarts_gram.
- 3) Coding. Data yang diperoleh akan dimasukkan kedalam lembar kerja sesuai dengan kategorisasi yang telah disesuaikan. Berikut ini adalah lembar kerja coding yang telah di buat berdasarkan kategori yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Keterangan lembar kerja coding :

➤ Kategori Tema

A. Aqidah

Merupakan dasar atas keyakinan dalam diri setiap manusia.

A1 = Iman Kepada Allah

Merupakan keyakinan mendasar yang berasal dari setiap diri muslim untuk percaya adanya Allah..

A2 = Iman kepada Malaikat

Adalah keyakinan mendasar untuk percaya adanya malaikat.

A3 = Iman Kepada Kitab-kitab Allah

Adalah keyakinan mendasar untuk percaya kepada kitab-kitab suci Allah

A4 = Iman Kepada Rasul

Adalah keyakinan mendasar untuk percaya kepada para Rasul

A5 = Iman Kepada Hari Akhir

Merupakan keyakinan untuk percaya kepada hari akhir

A6 = Iman Kepada Qada Qodar

Adalah percaya kepada qada dan qodar atau takdir Allah

B. Akhlak

Merupakan sebuah perilaku, budi pekerti yang berasal dari kekuatan yang timbul dari hasil perpaduan hati nurani, pikiran, perasaan, bawaan, dan kebiasaan menyatu.

B1 = Akhlak Terpuji

Segala perbuatan baik yang mendapatkan pahala.

Contoh : mengingatkan sesama pemuda agar senantiasa beribadah dan berdakwah.

B2 = Akhlak Tercela

Segala sesuatu perbuatan yang menimbulkan dosa

Contoh : seorang pemuda dan pemudi muslim durhaka kepada orangtua.

C. Syari'ah

Adalah segala sesuatu yang di syari'atkan Allah kepada hamba-hambaNya.

C1 = Menutup Aurat

Merupakan kewajiban bagi setiap wanita yang beragama islam untuk menutup aurat. Hal ini adalah perintah langsung dari Allah SWT.

Contoh : memakai kerudung atau hijab bagi setiap wanita jika bepergian.

C2 = Puasa

Merupakan syari'ah yang diperintahkan Allah kepada hambanya.

Contoh : menunaikan ibadah puasa pada bulan ramadhan.

C3 = Sholat

Adalah perintah dari Allah yang di wajibkan bagi setiap umat muslim.

Contoh : mendirikan sholat lima waktu.

C4 = Pacaran

Adalah larangan untuk berzina yang di perintahkan langsung oleh Allah SWT.

Contoh : pacaran sebelum menikah.

C5 = Syahadat

Merupakan syariat pertama yang harus di lakukan seorang muslim

Contoh : apabila seseorang ingin masuk islam wajib hukumnya mengucapkan dua kalimat syahadat.

C6 = Zakat

Adalah perintah untuk mensucikan jiwa dengan cara mengeluarkan zakat.

Contoh : zakat fitrah.

C7 = Haji

Merupakan perintah untuk melakukan ibadah di tanah suci/mekkah.

Contoh seorang muslim yang menunaikan ibadah haji.

Coder dan peneliti akan menentukan video dakwah animasi @taarts_gram tersebut masuk pada setiap kategori yang berdasarkan kata-kata yang di ucapkan dalam setiap video yang sudah dipilih.

- 4) Data yang sudah diperoleh akan di analisis dengan tabel untuk mengetahui frekuensi kemunculan tiap kategori tema dan pesan yang ada. Selanjutnya dilakukan penghitungan dengan rumus sebagai berikut :

$$\underline{P} = \frac{F}{N} \times 100\%$$

N

Keterangan :

P : Prosentase

F : Frekuensi

N : Jumlah Populasi

IAIN PURWOKERTO

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu sasaran ilmiah dengan tujuan dan kegunaan tertentu untuk mendapatkan data tertentu yang mempunyai nilai, skor atau ukuran yang berbeda.⁴⁷ Dalam penelitian ini, yang menjadi objek adalah salah satu akun di Instagram yaitu akun @taarts_gram.

Tampilan Profil Akun Instagram

Gambar 4.1



⁴⁷ Ulfa Zulfi Pariska, *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, 2018). Hal 50.

Taarts_gram adalah salah satu akun di instagram yang menyajikan konten dakwah dengan menggunakan animasi. Konten dakwah tersebut merupakan kajian-kajian islami yang disampaikan oleh beberapa da'i dan dibuat sebuah animasi untuk inovasi dalam berdakwah. Unggahan pertama dalam akun tersebut mengenai ciri-ciri dajjal di akhir zaman yang diposting pada tanggal 23 Juli 2019.

B. Penyajian Data

1. Mengkategorikan Tema Pesan

Seperti yang sudah peneliti jelaskan pada BAB III mengenai metode penelitian, tahap pertama peneliti akan mengkategorikan tema pesan mengenai Aqidah, Akhlak, Syari'ah pada setiap episode video dakwah animasi di akun instagram @taarts_gram selama 21 september 2019 – 3 agustus 2020.

a. Pesan Dakwah Akidah

1) Iman kepada Allah

Meyakini dengan sepenuh hati, baik dengan lisan maupun perbuatan bahwa Allah itu ada dengan segala sifat dan kesempurnaan-Nya sebagai Tuhan. Beriman kepada Allah berarti mau menyembah-Nya tunduk serta patuh dan taat terhadap perintah-perintah-Nya serta menjauhi semua larangan-Nya. Adapun sebuah ucapan iman dari da'i yang dilontarkan didalam video dakwah animasi pada akun @taarts_gram contohnya sebagai berikut: "*Laa Tahzan jangan khawatir, jangan bersedih kami yang akan menemani kalian di dunia, kami temani di akhirat*".

Kutipan pesan tersebut merupakan bentuk kalimat nasehat agar senantiasa percaya dan yakin kepada Allah jika kita tetap istiqomah,

Allah akan selalu ada untuk menemani. Cuplikan video tersebut dimaksudkan kepada orang-orang istiqomah agar tetap beriman kepada Allah.

Kemudian adapula cuplikan di video yang berjudul putuskan atau halalkan berikut cuplikan pesannya *“gak mungkin gara-gara kita taat kepada allah kita jadi kecewa yang di butuhkan hanya iman sabar, iman bahwa allah gak mungkin ngecewain kita sabar menunggu kejutan dari Allah”*

Kutipan pesan dakwah diatas merupakan bentuk pengingat bahwa cukuplah kita bertumpu dan percaya kepada Allah bahwa hanya Allah sebaik-baiknya Dzat yang maha kuasa.

2) Iman kepada Malaikat

Iman kepada malaikat yaitu meyakini tanpa ragu di dalam hati dan pikiran bahwa selain menciptakan manusia Allah juga menciptakan malaikat dari cahaya/nur. Malaikat adalah makhluk yang paling taat dan tidak sekalipun berbuat maksiat.

Dalam video dakwah animasi pada akun @taarts_gram peneliti tidak menemukan kalimat-kalimat yang masuk ke dalam kategori iman kepada Malaikat Allah.

3) Iman Kepada Kitab Allah

Iman kepada kitab-kitab Allah adalah meyakini dan mempercayai sepenuh hati bahwa Allah SWT telah menurunkan kitab-kitab-Nya. Adapun dalam cuplikan video mengenai agama yaitu : *“kitab (Alqur’an) ini tidak ada keraguan pada nya dan petunjuk bagi orang yang bertakwa”*

Kutipan tersebut merupakan bentuk kalimat bahwa Kitab Alqur’an merupakan kitab Allah yang banyak memberikan

pengajaran hidup di dalamnya selain itu merupakan petunjuk bagi orang yang bertakwa.

4) Iman Kepada Rasul Allah

Iman kepada rasul Allah termasuk dalam rukun iman yang ke 4. Iman kepada rasul Allah ialah meyakini bahwa para rasul adalah orang-orang yang terpilih oleh Allah SWT, untuk menerima wahyunya dan menyampaikan kepada umat manusia. Adapun cuplikan video yang mengandung pesan aqidah iman kepada rasul Allah sebagai berikut : *“saudara saya itu orang yang gak pernah lihat saya tapi selalu beriman kepada saya, orang yang gak pernah lihat saya percaya kepada saya”*

Kutipan tersebut merupakan kalimat Nabi saat sedang berkumpul dengan sahabat-sahabatnya yang mengatakan mereka yang merindukan Rasulullah. Kalimat tersebut merupakan nasehat agar kita senantiasa beriman kepada rasul.

Selain itu adapula cuplikan dari video dakwah animasi mengenai iman kepada rasul, sebagai berikut : *“malam ini kita bersama di masjid warisan nabi, di tempat melaksanakan sunnah nabi, dan yang kita kaji hadist-hadist nabi”*

Kutipan tersebut merupakan sebuah kalimat agar tetap beriman kepada nabi dan melaksanakan sunnah-sunnahnya.

5) Iman Kepada Hari Akhir

Iman kepada hari akhir artinya percaya dengan sepenuh hati bahwa Allah telah menetapkan hari akhir dan hanya Allah yang mengetahui kapan hari akhir akan terjadi.

Dalam video dakwah animasi pada akun tersebut peneliti tidak menemukan mengenai dakwah yang masuk dalam kategori iman kepada hari akhir.

6) Iman kepada Qada dan Qodar

Iman kepada qada dan qodar adalah percaya dan yakin dengan sepenuh hati bahwa Allah SWT, telah menentukan segala sesuatu bagi makhluk-Nya, ad apun cuplikan yang masuk kedalam kategori iman kepada qada dan qodar yaitu : *“anda bisa memilih mau baik atau buruk nasib kita di tentuin disitu ikhtiar... Allah menetapkan”*

Kutipan tersebut merupakan nasehat agar kita tetap ikhtiar atas segala ketetapan yang telah Allah buat bagi hamba-Nya.

Untuk memudahkan pengkategorian tema pesan dakwah, maka peneliti membuat tabel rincian kategori pesan aqidah dan mengelompokkan sesuai dengan tema pesan.

Tabel 4.1

Rincian Kategori Pesan Aqidah

Episode	Kutipan	Keterangan
Laa Tahzan	“Laa Tahzan jangan khawatir, jangan bersedih kami yang akan menemani kamu. siapa kami, Allah dan malaikat”	Iman kepada Allah
Putusin atau halalin	“gak mungkin gara-gara kita taat kepada allah kita jadi kecewa yang di butuhkan hanya iman, sabar. Iman bahwa Allah gak mungkin ngecewain kita, sabar menunggu kejutan dari Allah”	Iman Kepada Allah
Aku Bukan Siapa-siapa	“malam ini kita bersama di masjid warisan nabi, di tempat melaksanakan sunnah nabi, dan yang kita kaji hadist-hadist nabi”	Iman Kepada Rasul
Charging Iman	“bagaimana dengan kalo kita ngrasa lowbat? Colokan listrik iman adanya di majelis-	Iman kepada

	majelis ilmu”	Allah
Cukup Allah Bagiku	“sehingga bagi seseorang yang bertawakal kepada Allah nya itu... pol seratus persen, tidak ada keraguan sekecil apapun”	Iman Kepada Allah
Jadi Baik atau Jadi Buruk Itu Pilihan Anda	“anda bisa memilih mau baik atau buruk nasib kita di tentuin disitu ikhtiar... Allah menetapkan”	Iman Kepada Qodo dan Qodar
Aku Merindukanmu	“saudara saya itu orang yang gak pernah lihat saya tapi selalu beriman kepada saya, orang yang gak pernah lihat saya percaya kepada saya”	Iman Kepada Rasul
Tentang Hati	“ada masalah Allah lebih kuasa makhluk tidak kuasa, ada masalah kita bilang Allah Maha Besar dibandingkan Allah”	Iman Kepada Allah
Nikmat Terbesar	“Ya Allah jadikanlah akhir kalam kami ketika ajal sampai yang terakhir... ucapan akhir yang keluar dari mulut adalah laaillaallah...”	Iman Kepada Allah
Harus Beragama	“kitab (Alqur’an) ini tidak ada keraguan pada nya dan petunjuk bagi orang yang bertakwa”	Iman Kepada Kitab Allah
Curhat	“dia yakin ia memiliki Rabb yang mendengar langkah semut dan mengetahui apa yang terbetik didalam hati”	Iman Kepada Allah
Masalah	“Anda bisa tingkatkan taqwa, kami selesaikan masalahnya kata Allah kasih	Iman Kepada

	solusi”	Allah
Anak Muda Keren	“anak muda yang keren adalah anak muda yang dekat sama Allah”	Iman kepada Allah
Selebgram Langit	“ketika dia masuk ke majelis ilmu yang pertama ngelike adalah jibril, wiiissh dapet like dari jibril”	Iman Kepada Malaikat
Apakah Aku di cintai-Mu	“Maka yang pertama Allah berikan akan mengampuni seluruh dosa-Nya”	Iman Kepada Allah
Cinta sejati	“siapaapun boleh meninggalkan kita tapi Allah gak akan ninggalin kita”	Iman Kepada Allah
Kematian	“sampai masanya kita akan mati”	Iman Kepada Qada dan Qodar
Amal Jariyah	“kalau merasa banyak dosanya setidaknya banyak-banyak membaca Alqur’an”	Iman Kepada Kitab-kitab Allah
Takut Kepada Allah	“ciri orang yang berilmu takut kepada Allah	Iman Kepada Allah
Ketetapan Allah	“sesuatu yang ditetapkan oleh Allah kepada diri kita sesulit apapun jalannya akan tetap menjadi milik kita”	Iman Kepada Qodo dan

		Qodar
Mengandalkan Allah dalam segala urusan	“kalau kita ngandelin Allah banget dalam segala urusan, Allah ga akan ngecewain kita”	Iman Kepada Allah
Jangan berprasangka buruk kepada Allah	“Allah tahu masa depan yang akan terjadi menimpa kita sedangkan kalian tidak bisa membaca masa depan”	Iman Kepada Allah
Selalu berbaik sangka kepada Allah	“Allah akan memberikan apa yang kamu inginkan di waktu yang tepat”	Iman Kepada Allah
Meminta segala sesuatu kepada Allah	“karena yang namanya rejeki kalau memang rejeki kamu gabakal di curi orang”	Iman Kepada Qodo dan Qodar

b. Pesan Dakwah Akhlak

1) Akhlak Terpuji

Akhlak Terpuji merupakan perilaku, sifat-sifat baik (terpuji) yang datang dari hati nurani setiap manusia yang tertanam dalam jiwanya. Adapun salah satu contoh cuplikan di dalam video dakwah animasi pada akun @taarts_gram sebagai berikut : *“maka pandanglah bukan karena lipstiknya pandanglah karena budi bahasanya karena tutur katanya”*.

Kutipan tersebut adalah nasehat agar tetap mengutamakan akhlak diatas segalanya karena akhlaklah yang akan membeda-

bedakan setiap manusia di video tersebut manusia khususnya adalah wanita.

2) Akhlak tercela

Akhlak tercela (buruk) adalah akhlak tercela yang terdapat dalam diri seseorang. Salah satu cuplikan video yang menunjukkan mengenai akhlak tercela adalah *“karena Allah sering kita reject. Hayya alasholah...kadang kadang kita tuh ngerejectnya dengan keluhan. duh udah waktu sholat aja”*.

Kutipan dari kalimat tersebut merupakan contoh dari akhlak tercela yang sering kita lakukan bahkan tanpa sadar kita sering mengeluh hanya untuk beribadah kepada Allah SWT.

Untuk memudahkan pengkategorian tema pesan dakwah, maka peneliti membuat tabel rincian kategori pesan akhlak dan mengelompokkan sesuai dengan tema pesan.

Tabel 4.2

Rincian Kategori Pesan Akhlak

Episode	Kutipan	Keterangan
Perempuan	“maka pandanglah bukan karena lipstiknya tapi pandanglah karena budi bahasanya karena tutur katanya”.	Akhlak terpuji
Di reject	“karena Allah sering kita reject. Hayya alasholah...kadang kadang kita tuh ngerejectnya dengan keluhan. duh udah waktu sholat aja”.	Akhlak Tercela
No Judgment	“kita nasehatnya itu menguatkan kesabaran dia bukan nasehatnya membuat makin	Akhlak

	jatuh, elu sih”	Terpuji
Cinta jangan dipendam lama-lama	“kalau sudah waktunya, punya rasa, ada ketertarikan, sampaikan. Alqur’an ke 49 ayat 13 taaruf di situ. Saling”	Akhlak Terpuji
Pesan untuk para pemuda	“anak muda yang tumbuh dalam beribadah kepada Allah”	Akhlak terpuji
Perbaiki dimasa muda kita	“mari perbaiki anak menantu, cucu, kawan, sahabat handai tolan, ajak kejalan Allah Subhanahu Wa Ta’ala”	Akhlak terpuji
Awal hijrah	“Maka kau harus cari temen yang mengajak kepada kebaikan”	Akhlak terpuji
Jangan rewel	“biasakan tidak melihat macam-macam ini yang membuat orang jadi kacau ini karena pandangan matanya suka lihat film-film yang tidak benar suka liat aktor-aktor yang gagah dan cantik khayalannya dia harus begitu pasangannya”	Akhlak tercela
Rindu dan benci	“takut, iri, benci, marah, rindu, cinta, letaknya di dalam hati makanya kita tak boleh benci”	Akhlak terpuji
Berani putusin dia	“mending mana nih deket sama orangnya atau lebih deket sama pemilik hatinya kalau deket sama pemilik hatinya berarti kadang kita harus ngejauhin dulu itu cewek. Cara ngejauhinnya? Putusin.”	Akhlak terpuji
Pemuda jaman now	“jangan berduka anak anak muda kalian yang banyak godaan justru hebat nih anak	Akhlak terpuji

	anak muda yang datang (majelis ilmu) malam ini luar biasa”	
Deadline	“seandainya kita tahu dikasih tahu tiga hari lagi kita akan meninggal wallahi brother and sister fillah kita bakal mempersiapkan kematian kita dengan sebaik-baiknya”	Akhlak terpuji
Masa lalu	“jangan gara-gara masa lalu habis energimu sehingga engkau tidak lagi menatap masa depan. buang masa lalu”	Akhlak terpuji
Lelah menjadi lillah	“antara orang yang beribadah dengan orang yang bermaksiat itu sama lelahnya, bedanya apa? Yang satu lelahnya di balas oleh Allah dengan kebaikan dunia dan akhirat yang satu lagi lelahnya hanya akan disudahi dengan penyesalan”	Akhlak Terpuji
Orang tua jangan mencampuri rumah tangga anak	“banyak perceraian 80% karena campur tangan orang tua”	Akhlak tercela
Tujuan dan makna	“konsepnya namanya adalah tujuan dan makna andai kita punya tujuan dan makna akan lebih besar chance kita ketemu dengan kebahagiaan”	Akhlak terpuji
Berteman dalam kebaikan	“bersahabatlah dengan orang yang mengingatkan kalau aku bersahabat dengan engkau sholatku tak tinggal”	Akhlak terpuji
Istiqomah	“kita semua punya kesempatan untuk menjadi pribadi yang lebih baik tapi	Akhlak terpuji

	dihadapan Allah”	
Meminta ampunan kepada Allah	“jangan malu untuk bertaubat”	Akhlak terpuji
Para pemuda muslim	“ya mereka memang miskin pengalaman tapi mereka kaya akan ide ide masa depan”	Akhlak terpuji
Bahagia terletak pada syukur	“siapa yang pandai bersyukur dialah orang yang paling bahagia”	Akhlak terpuji

c. Pesan Dakwah Syari’ah

Syari’ah merupakan segala sesuatu yang diperintahkan Allah SWT kepada hamba-hambanya. Syari’ah meliputi ibadah, perintah menutup aurat untuk wanita, larangan pacaran. Contoh dari ibadah diantaranya seperti sholat, puasa, zakat, haji.

Untuk memudahkan pengkategorian tema pesan dakwah, maka peneliti membuat tabel rincian kategori pesan syariah dan mengelompokkan sesuai dengan tema pesan.

Tabel 4.3

Rincian kategori pesan syariah

Episode	Kutipan	Keterangan
Lelaki idaman	“mau dapet jodoh yang baik atau yang bejad? Yang taat atau yang jahat yang pinter baca qur’an atau ngga? Yang sholatnya rajin mau? Yang kaya gitu gak mungkin lewat jalur pacaran”	Syariah (larangan berzina)
Pacaran syari’ah	“ <i>ustadz somad, boleh nggak bangunin pacar untuk sholat tahajjud? Kamu sudah</i>	Syari’ah (larangan

	<i>hijrah? Sudah. Lagi sedang apa nih? Taaruf, ustadz. Casingnya taaruf channelnya pacaran”</i>	berzina)
#obrolansantuy sholat	“suara adzan...., siapa yang meninggalkan sholat kafirlah dia campakkan ke sungai”	Syari’ah (ibadah)
Untukmu wanita	“QS annisa spesial membicarakan tentang wanita, spesial banget wanita bahkan di jaga banget auratnya di tutup rapat-rapat”	Syari’ah (perintah menutup aurat)
Puasa	“ahaa... kamu gak puasa ya? astaghfirullah lupa. Lupa yah.. makan segini banyak kau bilang lupa?ya gimana lagi namanya lupa”	Syari’ah (ibadah puasa)
Sholat	“wahai para pendosa apapun yang kau kerjakan sholatlah”	Syari’ah (ibadah)
#obrolansantuy	“ustadz bagaimana caranya menjauhkan diri dari perbuatan maksiat? Perbanyak sholat-sholat sunnah	Syari’ah (sholat)
Jangan pacaran	“jangan kamu pacar-pacaran kasih habis waktu”	Syari’ah (larangan berpacaran)
Hukum berteman dengan wanita	“hukum berteman dengan wanita artinya kita kenal sama seorang wanita gak ada masalah tapi kalo kita sudah memandang dia, berduaan sama dia, kita pegang tangan dia. Naudzubillah itu sudah jalan jalan menuju perzinaan..”	Syari’ah (larangan berzina)

Setelah peneliti melakukan pengkategorian pesan terhadap video dakwah animasi pada akun @taarts_gram, tahap selanjutnya ialah data yang sudah diperoleh dalam kategori pesan akan dikelompokkan dalam lembar coding.

2. Pengelompokan Dalam Lembar Coding dan Menunjukkan Prosentase Frekuensi Kemunculan Tema Pesan

Keterangan lembar kerja coding :

➤ Kategori Tema

A. Aqidah

Merupakan dasar atas keyakinan dalam diri setiap manusia.

A1 = Iman Kepada Allah

Merupakan keyakinan mendasar yang berasal dari setiap diri muslim untuk percaya adanya Allah..

A2 = Iman kepada Malaikat

Adalah keyakinan mendasar untuk percaya adanya malaikat.

A3 = Iman Kepada Kitab-kitab Allah

Adalah keyakinan mendasar untuk percaya kepada kitab-kitab suci Allah

A4 = Iman Kepada Rasul

Adalah keyakinan mendasar untuk percaya kepada para Rasul

A5 = Iman Kepada Hari Akhir

Merupakan keyakinan untuk percaya kepada hari akhir

A6 = Iman Kepada Qada Qodar

Adalah percaya kepada qada dan qodar atau takdir Allah

B. Akhlak

Merupakan sebuah perilaku, budi pekerti yang berasal dari kekuatan yang timbul dari hasil perpaduan hati nurani, pikiran, perasaan, bawaan, dan kebiasaan menyatu.

B1 = Akhlak Terpuji

Segala perbuatan baik yang mendapatkan pahala.

Contoh : mengingatkan sesama pemuda agar senantiasa beribadah dan berdzakwah.

B2 = Akhlak Tercela

Segala sesuatu perbuatan yang menimbulkan dosa

Contoh : seorang pemuda dan pemudi muslim durhaka kepada orangtua.

C. Syari'ah

Adalah segala sesuatu yang di syari'atkan Allah kepada hamba-hambanya.

C1 = Menutup Aurat

Merupakan kewajiban bagi setiap wanita yang beragama islam untuk menutup aurat. Hal ini adalah perintah langsung dari Allah SWT.

Contoh : memakai kerudung atau hijab bagi setiap wanita jika bepergian.

C2 = Puasa

Merupakan syari'ah yang diperintahkan Allah kepada hambanya.

Contoh : menunaikan ibadah puasa pada bulan ramadhan.

C3 = Sholat

Adalah perintah dari Allah yang di wajibkan bagi setiap umat muslim.

Contoh : mendirikan sholat lima waktu.

C4 = Pacaran

Adalah larangan untuk berzina yang di perintahkan langsung oleh Allah SWT.

Contoh : pacaran sebelum menikah.

C5 = Syahadat

Merupakan syariat pertama yang harus di lakukan seorang muslim

Contoh : apabila seseorang ingin masuk islam wajib hukumnya mengucapkan dua kalimat syahadat.

C6 = Zakat

Adalah perintah untuk mensucikan jiwa dengan cara mengeluarkan zakat.

Contoh : zakat fitrah.

C7 = Haji

Merupakan perintah untuk melakukan ibadah di tanah suci/mekkah.

Setelah peneliti melakukan pengcodingan pada sampel video dakwah selanjutnya data yang sudah diperoleh dalam lembar coding akan disajikan dalam bentuk tabel frekuensi dan menghitung prosentase tema pesan dakwah.

3. Menunjukkan Prosentase Frekuensi Kemunculan Tema Pesan dan Pendeskripsian Hasil Prosentase Dari Tabel Frekuensi

Untuk mengetahui pesan dakwah yang dominan dalam akun @taarts_gram dengan prosentase pesan, dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P : Prosentase

F : Frekuensi

N : Jumlah Populasi

Tabel 4.4

Lembar Frekuensi Kemunculan Tema Pesan

Kategori	Indikator	Frekuensi Kemunculan	Presentase	Frekuensi kumulatif
Aqidah	Iman Kepada Allah	15	27%	15
	Iman Kepada Malaikat	1	2%	16
	Iman Kepada Kitab Allah	2	4%	18
	Iman Kepada Rasul Allah	2	4%	20
	Iman Kepada Hari Akhir	0	0	0

	Iman Kepada Qada dan Qodar	4	7%	24
Akhlak	Akhlak Terpuji	18	33%	18
	Akhlak Tercela	3	6%	21
Syari'ah	Menutup Aurat	1	2%	1
	Puasa	1	2%	2
	Sholat	3	6%	5
	Larangan Pacaran	4	7%	9
	Syahadat	0	0	0
	Zakat	0	0	0
	Haji	0	0	0
Jumlah		54	100%	54

C. Hasil Penelitian

Berdasarkan teknik analisis data kuantitatif yang sudah peneliti lakukan, peneliti menemukan pesan dakwah yang terdapat dalam video animasi di akun instagram @taarts_gram mengenai :

1. Aqidah sebanyak 44% dengan rincian pesan mengenai iman kepada Allah sebanyak 27%, iman kepada malaikat sebesar 2%, iman kepada kitab-kitab sebesar 4%, iman kepada rasul sebesar 4% dan iman kepada qada dan qodar sebesar 7%. Hasil tersebut diperoleh berdasarkan perhitungan yang sudah peneliti lakukan.

Dalam video dakwah animasi instagram pada akun instagram @taarts_gram peneliti mengungkap pesan aqidah yang terkandung, dimana pesan aqidah

yang dominan adalah iman kepada Allah, mengajak para mad'u untuk senantiasa yakin kepada Allah dan tidak ada keraguan dalam hati seorang muslim.

2. Akhlak sebanyak 39% dengan rincian pesan akhlak terpuji sebanyak 33% dan pesan akhlak tercela sebanyak 6%. Hasil prosentase tersebut dihitung berdasarkan rumus yang sudah peneliti lakukan.

Dalam video dakwah animasi pada akun @taarts_gram temuan hasil penelitian pada tema pesan dakwah mengenai akhlak terpuji lebih besar dibandingkan dengan pesan dakwah tentang akhlak tercela. Dimana dalam akun @taarts_gram konten dakwahnya yang lebih memfokuskan untuk mengajak mad'u senantiasa berakhlak yang baik.

3. Syariah sebanyak 17% dengan rincian pesan syariah mengenai menutup aurat sebanyak 2%, puasa sebanyak 2%, sholat 6%, larangan berpacaran sebanyak 7%. Hasil tersebut diperoleh berdasarkan perhitungan yang sudah peneliti lakukan. Tema pesan dakwah mengenai syariah memperoleh prosentase terendah dibandingkan dengan tema pesan dakwah aqidah dan akhlak.

Dengan demikian prosentase tertinggi dalam isi pesan dakwah pada akun @taarts_gram adalah mengenai pesan aqidah. Metode analisis isi kuantitatif yang digunakan dalam penelitian komunikasi dimana dalam penelitian ini lebih memfokuskan isi (*content*) yang diteliti, sehingga peneliti dapat menyimpulkan isi pesan yang dominan pada akun instagram @taarts_gram.

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). *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 Sositologi*. 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.

