

**PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP KONTEN ANIMASI DAKWAH
ISLAM PADA VIDEO DOSA DAN AZAB ZINA DALAM TUNGKU
API NERAKA DI PLATFORM YOUTUBE AKUN CULAP CULIP**

SKRIPSI



Oleh:

RAFI IPNU NABIL

NIM: 214103010010

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
DESEMBER 2025**

**PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP KONTEN ANIMASI DAKWAH
ISLAM PADA VIDEO DOSA DAN AZAB ZINA DALAM TUNGKU
API NERAKA DI PLATFORM YOUTUBE AKUN CULAP CULIP**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:
RAFI IPNU NABIL
NIM: 214103010010

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
DESEMBER 2025**

**PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP KONTEN ANIMASI DAKWAH
ISLAM PADA VIDEO DOSA DAN AZAB ZINA DALAM TUNGKU
API NERAKA DI PLATFORM YOUTUBE AKUN CULAP CULIP**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh :

RAFI IPNU NABIL

NIM: 214103010010

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Disetujui Pembimbing

AHMAD HAYYAN NAJIKH, M.Kom.I.
NIP. 198710182019031004

**PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP KONTEN ANIMASI DAKWAH
ISLAM PADA VIDEO DOSA DAN AZAB ZINA DALAM TUNGKU
API NERAKA DI PLATFORM YOUTUBE AKUN CULAP CULIP**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)

Fakultas Dakwah

Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam

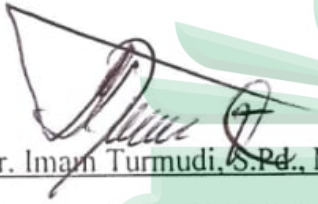
Hari : Kamis

Tanggal : 4 Desember 2025

Tim Penguji :

Ketua

Sekretaris


Dr. Imam Turmudi, S.Pd., M.M

NIP. 197111231997031003


Muhammad Arif Mustaqim, S.sos. M.Sosio.

NIP. 198711182023211016

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Jember

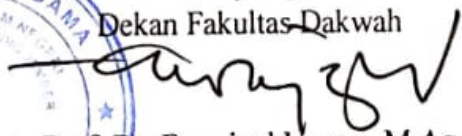
Anggota :

1. Dr. Ali Hasan Siswanto, S.Fil.I., M.Fil.I.
2. Ahmad Hayyan Najikh, M.Kom.I.



Menyetujui

Dekan Fakultas Dakwah


Prof. Dr. Fawaizul Umam, M.Ag.

NIP. 1973022720000310001

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Inna ma‘al-‘usri yusrā

"Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan."

(QS. Al-Insyirah: 6)¹

Ayat ini menjadi pengingat dan kekuatan utama saya: jika bukan Allah yang memampukan, aku mungkin sudah meneyarah



¹ 1 Al-Qur‘an dan Terjemahannya, Kementerian Agama Republik Indonesia, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur‘an, 2020), Surah Al-Insyirah: 6.

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, segala puji hanya bagi-Nya, Tuhan yang telah menganugerahkan nafas kehidupan, kesempatan, serta kekuatan lahir dan batin hingga akhirnya karya kecil ini dapat terselesaikan. Skripsi ini bukan sekadar hasil dari kerja keras semata, tetapi juga buah dari doa yang terus mengalir, air mata yang jatuh diam-diam, serta keyakinan yang tidak pernah padam bahwa Allah selalu menyertai hamba-Nya yang berusaha dan berserah diri. Dengan hati yang murni dan penuh kesungguhan sungguh ku persembahkan sebuah karya kecil ini untuk :

1. Orang tua tercinta ayah Harsono dan ibu Jumani, khususnya yang telah merawat, mendidik, mendampingi dan menjadi support sistem dari kecil sampai berada di titik yang insyallah akan terus dipenuhi kebahagiaan, dan cinta yang tulus dalam setiap proses perjuangan ini.
2. Saudara sekandung Danial Maharsoni, Fiktor Pradana dan Riki Alif Aldiansyah, ku persembahkan ucapan terima kasih yang selalu memberikan dukungan serta menerima dan menjaga dari kecil hingga sekarang yang menjadi alasan untuk selalu selesai perkuliahnya saya ucapkan terima kasih.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, segala puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi ini secara tepat waktu dan baik. Tak lupa sholawat serta salam tetap tercurah limpahkan ke junjungan kita nabi besar Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang, semoga kelak kita mendapat syafaatnya dihari akhir.

Selesainya skripsi ini tentu saja karena dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih sebanyak banyaknya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Prof. Dr. Fawaizul Umam, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah.
3. Bapak Ahmad Hayyan Najikh, M.Kom.I, selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam serta dosen pembimbing skripsi yang telah senantiasa membimbing, memberikan masukan dan ilmu selama proses penelitian dan penulisan skripsi.

4. Bapak/Ibu dosen, khususnya Fakultas Dakwah yang telah memberikan ilmu dan berbagai pengalaman berharga kepada penulis selama menempuh perkuliahan.
5. Staf dan karyawan akademik Fakultas Dakwah yang telah membantu peneliti dalam pengurusan segala hal administratif selama proses perkuliahan dan penulisan skripsi.
6. Nur Fahmi Hariyanto yang seperti kakak sendiri dan berjasa atas proses kuliah, menjadi penguat finansial, hati dan jiwa, yang telah dengan setia menemani, mendukung, segala proses yang dilakukan dan percaya bahwa penulis mampu menyelesaikan langkah ini hingga akhir.
7. Teman Tercinta yang luar biasa, yang telah banyak membantu penulis, baik dalam bentuk dukungan semangat, bantuan teknis, berbagi waktu. Bantuan dan ketulusan kalian sangat berarti dan tidak akan pernah terlupakan.
8. Teman-teman KPI angkatan 2021, terutama KPI 03 yang telah memberikan semangat dan motivasi. Terimakasih dengan keberadaan mereka karena bersedia belajar, berbagi dan tumbuh bersama untuk membentuk pribadi yang sabar.
9. Terima kasih juga kepada teman-teman Komunitas Perfilman Jember yang selalu menyediakan tempat belajar dan kelaurga di bangku perkuliahan bagi peneliti hingga peneliti mengetahui banyak hal dan pengetahuan.

Dengan ini, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda atas besarnya jasa yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa skripsi yang telah disusun ini memiliki banyak sekali kekurangan dan sangat jauh dari kata sempurna sehingga peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi terhadap khazanah ilmu pengetahuan bagi para pembaca dan dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Jember, 4 Desember 2025

Rafi Ipnu Nabil
NIM 214103010010



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ABSTRAK

Rafi Ipinu Nabil, 2025: Persepsi Khalayak Terhadap Konten Animasi Dakwah Islam Pada Video Dosa Dan Azab Zina Dalam Tungku Api Neraka Di Platform Youtube Akun Culap Culip

Kata kunci: Persepsi, Khalayak, Animasi Dakwah, Culap Culip, Youtube

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat membawa perubahan besar dalam cara manusia berkomunikasi dan memperoleh informasi. Salah satu dampak positif dari kemajuan ini adalah munculnya berbagai media sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran dakwah Islam. Salah satu bentuk inovasi dalam dakwah digital adalah penggunaan animasi sebagai media penyampaian pesan keagamaan. Akun YouTube Culap Culip merupakan contoh menarik dari animasi dakwah yang menyampaikan nilai-nilai Islam melalui konten visual yang ringan, edukatif, dan menghibur.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah: 1) Bagaimana Persepsi Khalayak Terhadap Animasi Dakwah Culap Culip? 2) Bagaimana Peran Khalayak Terhadap Konten Animasi Dakwah Culap Culip?

Tujuan dari penelitian yang peneliti lakukan ini adalah untuk: 1) Mengidentifikasi Persepsi Khalayak Terhadap Animasi Dakwah Culap Culip di YouTube. 2) Mengetahui Peran Khalayak Terhadap Konten Animasi Dakwah Culap Culip.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis Netnografi. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan analisis data yang berupa hasil observasi serta dokumentasi atau catatan-catatan yang telah dikumpulkan oleh peneliti, pada akun YouTube Culap-Culip yang didukung dengan teori reception theory sehingga akan menghasilkan kesimpulan yang meliputi data reduction (reduksi data), data collection (pengumpulan data), data display (penyajian data), conclusion drawing/verification (penarikan kesimpulan atau verifikasi). kemudian penelitian menggunakan tahap persiapan, tahap analisis data, tahap penyajian dan pelaporan.

Hasil penelitian ini yaitu 1) Persepsi Khalayak terhadap Animasi Dakwah Culap Culip sangat reflektif terhadap kebutuhan zaman yakni dakwah yang tidak hanya benar secara substansi, tetapi juga cermat, estetis, dan sesuai dengan konteks sosial budaya digital. Keberhasilan dakwah visual ditentukan bukan hanya oleh isi, tetapi oleh bagaimana isi tersebut dikomunikasikan secara kreatif dan etis. 2) Menganalisis Peran Khalayak terhadap Konten Animasi Dakwah Culap Culip sebagai elemen vital dalam ekosistem dakwah digital. Partisipasi mereka berkontribusi langsung terhadap keberlanjutan, relevansi, dan kualitas konten dakwah seperti Culap Culip. Pengelola konten dakwah perlu melihat khalayak bukan sekadar target dakwah, melainkan sebagai mitra strategis yang memiliki peran dalam menumbuhkan, mengoreksi, dan memperkaya praktik dakwah di era digital.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Istilah.....	8
F. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
A. Penelitian Terdahulu	14
B. Kajian Teori	19
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	40
B. Lokasi Penelitian.....	41

C. Subjek Penelitian	42
D. Teknik Pengumpulan Data.....	43
E. Analisis Data	44
F. Keabsahan Data	49
G. Tahap Penelitian.....	52
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	55
A. Gambaran Obyek Penelitian	55
B. Penyajian Data dan Analisis.....	60
C. Pembahasan Temuan.....	74
BAB V PENUTUP	85
A. Simpulan	85
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA.....	90
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	92
BIODATA PENULIS.....	93

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
---------------------------------------	----



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Dosa Zina Thumbnail	42
Gambar 4. 2 Profil Animasi Culap Culip	55
Gambar 4. 3 Respon " Karakter yang Menarik dan Relatable	63
Gambar 4. 4 Respon "Cerita yang Menarik dan Mengajak Berpikir"	64
Gambar 4. 5 Respon "Kesadaran Moal Spiritual"	66
Gambar 4. 6 Respon " Kualitas Animasi yang Belum Optimal"	67
Gambar 4. 7 Respon "Resiko Salah Tafsir oleh Penonton yang Belum Dewasa. 69	
Gambar 4. 8 Respon "Ketidaksesuaian antara Tujuan dan Penyampaian"	70
Gambar 4. 9 Respon "Penyesuaian Usia Audiens"	72
Gambar 4. 10 Respon " Peningkatan Kualitas Visual"	73



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dunia terus mengalami perubahan yang sangat cepat dari waktu ke waktu. Ini tidak terlepas dari kemajuan teknologi yang semakin tinggi, sehingga memberikan dampak pada kehidupan manusia yang harus menyesuaikan diri untuk tidak tertinggal. Saat ini, banyak informasi yang berkembang dengan pesat di masyarakat, bahkan dalam beberapa detik, orang dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang mereka inginkan. Informasi ini menyebar dengan cepat karena adanya teknologi canggih, dan banyak jenis aplikasi yang digunakan oleh orang-orang di berbagai belahan dunia. Aplikasi-aplikasi ini sebagian besar dikenal sebagai media sosial, seperti Instagram, TikTok, Facebook, Twitter, Youtube dan lainnya. Media sosial inilah yang menghubungkan satu pengguna dengan pengguna lainnya, sehingga semua bentuk informasi, bahkan yang berasal dari belahan dunia lain, dapat diterima dan didengar langsung oleh berbagai orang di seluruh dunia.²

Dakwah ialah metode yang diterapkan dalam ajaran Islam untuk menyampaikan kebaikan kepada masyarakat, baik individu maupun kelompok. Penyampaian ini dapat berupa ajakan atau instruksi untuk mencapai taqwa, yaitu jalan yang baik sesuai dengan perintah Allah dan menghindari larangan-Nya. Aktivitas dakwah juga merupakan bentuk

² Yulia Nafa Fitri Randani, Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial, Jurnal mahasiswa FIAI-UII,3 No.1,(2021)

komunikasi, di mana seorang pendakwah menyampaikan pesan kepada mad'u secara individu maupun kelompok. Salma Danis mendefinisikan bahwa dakwah melibatkan seseorang yang ditugaskan untuk mengarahkan orang lain ke jalan yang benar dengan cara yang baik, menggunakan kata-kata lembut, dan dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat. Dakwah harus bersifat ma'jud (aktual), artinya mampu menyelesaikan permasalahan dalam masyarakat, relevan dengan isu yang dihadapi. Dari banyaknya media sosial yang sangat berkembang dan dikenal oleh masyarakat, saat ini media sosial menjadi salah satu jalan yang menjanjikan bagi pendakwah untuk menyebarkan ajaran Islam. Media sosial dapat berfungsi sebagai platform atau sarana untuk berdakwah di zaman sekarang bagi pendakwah dari berbagai latar belakang. Dalam dunia media sosial, hubungan antara pendakwah dan pengikutnya memungkinkan interaksi yang mudah ketika pendakwah menyampaikan pesan-pesannya, serta pengikut dapat menunjukkan keberadaannya lewat kolom komentar. Salah satu media sosial yang populer saat ini.³

YouTube adalah media berbagi video yang saat ini digunakan oleh banyak orang di semua 4.444 sektor dunia, termasuk Indonesia. Karena kehadiran media YouTube, semua informasi ada dengan sangat cepat di luar ruang lingkup ruang dan waktu, termasuk pesan, hiburan, pendidikan, tutorial dan banyak lagi. Siapa pun dapat menjadi bagian dari untuk melihat atau mengunggah konten video. YouTube sebagai dakwah Media digunakan tidak

³ Nazia Azahra Koto, *Analisis Konten Dakwah Melalui Media Sosial Tik-Tok Pada Akun @Culapculip*, Hal 2

hanya oleh UStaz-Ustaz yang populer dari, tetapi juga oleh berbagai kelompok, berbagi kegiatan dan kegiatan keagamaan, bacaan, kuliah, dan kegiatan lainnya. Dalam hal ini, penggunaan aktivitas YouTube yang dapat terjadi dengan cepat di seluruh dunia dan memudahkan untuk mencapai.⁴

Sebagaimana penanam nilai -nilai agama dari akun YouTube @CulapCulip, telah diakui untuk membangkitkan minat keagamaan masyarakat karena animasi dakwah termasuk dalam konten kreatif YouTube yang menarik minat menonton. Animasi 2 dimensi ini, semua konten video dalam video animasi memiliki waktu video, cerita sederhana dan relevan antara, menggabungkan nilai -nilai Islam dengan cara yang unik dan menarik. Culip Culip sendiri telah menciptakan 502 konten animasi dan berfokus pada konten animasi Dakwah, sehingga mendorong akun pupuk Culip yang menarik perhatian pengguna YouTube. Da'wah bukanlah hal baru tentang media sosial, tetapi ini adalah opsi untuk menggunakan animasi yang memberikan dimensi kreatif yang dapat berubah.⁵

Dakwah dalam YouTube Culap Culip di kemas dengan menggunakan karakter animasi sehingga memiliki daya tarik sendiri bagi khayalak yang masih haus dengan ilmu pengetahuan di media sosial. Media dakwah YouTube di pergunakan baik oleh penggunanya dengan menyajikan pengetahuan agama melalui animasi di media tersebut.⁶

⁴ Prihantoro N P, *Penggunaan Aplikasi Youtube Sebagai Media Dakwah Di Era Pandemi Covid-19*, Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama

⁵ Febrilia Nurlaili, Strategi Produksi Animasi Dakwah Akun Tiktok @Culapculip Dalam Mempertahankan Personal Branding

⁶ Ahmad Syauqi Alby, Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Habib Husein Ja'far Di Youtube Terhadap Tingkat Regiliustas Remaja, Skripsi Uin Syarif Hidayatullah Jakarta

Berdasarkan penjelasan diatas, Animasi dakwah, seperti yang disajikan dalam bentuk konten Culap Culip, merupakan salah satu contoh menarik dalam tren ini. Culap Culip adalah animasi yang mengemas pesan-pesan dakwah dalam format yang ringan, humoris, dan mudah dipahami, yang cocok untuk khalayak digital, terutama pengguna YouTube. Dengan gaya yang unik dan pendekatan visual yang menarik, animasi dakwah ini diharapkan dapat menjangkau lebih banyak orang dan memperkenalkan ajaran agama dengan cara yang menyenangkan dan tidak membosankan.

Fenomena Khalayak atau penonton memiliki Persepsi yang berbeda-beda terkait dengan animasi dakwah seperti Culap Culip. Beberapa penonton menganggap bahwa animasi dakwah lebih mudah dipahami dan lebih menarik dibandingkan dakwah konvensional, sementara yang lain mungkin meragukan kedalaman pesan agama yang disampaikan dalam format yang ringan dan menghibur.

Faktanya, meskipun animasi dakwah seperti Culap-Culip berkembang pesat, belum ada penelitian yang secara spesifik mengeksplorasi Persepsi khalayak terhadap konten dakwah berbentuk animasi ini. Sebagian besar penelitian yang ada lebih fokus pada dakwah melalui bentuk tradisional atau tulisan, sementara penggunaan animasi sebagai alat dakwah masih jarang dikaji secara mendalam. Culap-Culip, sebagai contoh animasi dakwah yang populer di YouTube belum banyak mendapat perhatian dari segi bagaimana khalayak memandangnya. Ada kemungkinan bahwa persepsi khalayak terhadap animasi dakwah berbeda-beda, tergantung pada berbagai faktor

seperti usia, latar belakang pendidikan, atau tingkat pemahaman agama mereka. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk menggali lebih dalam mengenai bagaimana khalayak menilai animasi dakwah Culap-Culip.

Tidak semua khalayak memiliki persepsi yang sama terhadap konten dakwah dalam bentuk animasi. Beberapa orang mungkin menganggapnya sebagai cara yang lebih efektif untuk menyampaikan pesan agama dengan cara yang menarik, sementara yang lain mungkin menganggapnya kurang serius atau kurang mendalam. Fenomena ini memunculkan potensi untuk meneliti bagaimana khalayak dengan latar belakang yang berbeda-beda menilai animasi dakwah ini, serta faktor-faktor yang memengaruhi persepsi mereka.

Peneliti tertarik dengan akun YouTube Culap-Culip di karenakan Animasi dakwah merupakan media komunikasi agama yang semakin populer, dan "Culap- Culip" merupakan salah satu contoh yang menarik untuk diteliti. Memahami Persepsi khalayak terhadap animasi ini penting untuk mengetahui efektivitasnya dalam menyampaikan pesan dakwah. Kolom komentar di media sosial tempat animasi "Culap-Culip" diunggah menyediakan sumber data yang mudah diakses dan melimpah. Komentar-komentar tersebut mencerminkan respon langsung khalayak terhadap konten animasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk mengangkat judul **PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP KONTEN ANIMASI DAKWAH ISLAM PADA VIDEO DOSA DAN AZAB ZINA DALAM TUNGKU API NERAKA DI PLATFORM YOUTUBE AKUN CULAP CULIP.**

Penelitian ini memfokuskan pada Persepsi khalayak untuk untuk menganalisis dan memahami bagaimana khalayak merespon dan menginterpretasi pesan dakwah yang disampaikan dalam animasi "Culap Culip" melalui komentar-komentar mereka di media sosial. Penelitian ini tidak hanya sekedar menghitung jumlah komentar positif dan negatif, tetapi menggali lebih dalam makna dan konteks dari komentar tersebut.

B. Fokus Penelitian

Dari konteks yang telah dipaparkan di atas, dapat ditetapkan fokus dalam penelitian proposal skripsi ini, diantaranya:

1. Bagaimana Persepsi Khalayak Terhadap Animasi Dakwah Culap Culip?
2. Bagaimana Peran Khalayak Terhadap Konten Animasi Dakwah Culap Culip?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian mengacu pada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. Adapun tujuan penelitian adalah:

1. Mengidentifikasi Persepsi khalayak terhadap animasi dakwah Culap Culip di YouTube.
2. Menganalisis Peran Khalayak Terhadap Konten Animasi Dakwah Culap Culip.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan yang bersifat praktis, seperti kegunaan bagi

penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Adapun manfaat penelitian meliputi:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat memperkaya literatur dalam bidang komunikasi digital, terutama dalam konteks dakwah Islam di media sosial. Persepsi Khalayak Terhadap Animasi Dakwah Culap Culip Di Youtube, penelitian ini dapat memberikan wawasan baru tentang pesan-pesan agama yang disampaikan melalui media baru yang menggabungkan hiburan dan pendidikan. Ini berpotensi memperkaya teori komunikasi yang memfokuskan pada peran media sosial dalam menyampaikan pesan-pesan sosial dan agama.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Peneliti

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah keilmuan penulis mengenai tentang perkembangan dakwah saat ini melalui media sosial khususnya Instagram sebagai media sarannya. Memberikan kesempatan penulis untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diterima selama bangku perkuliahan yang kemudian dituangkan dalam sebuah penelitian.

- 2) Hasil penelitian ini menjadi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) Fakultas Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN KH Achmad Siddiq Jember.

3) Kontribusi terhadap pengembangan media dakwah. Memberikan wawasan bagi kreator konten dalam menciptakan konten dakwah yang lebih efektif.

b. Bagi UIN KHAS Jember

Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi dalam menambah wawasan serta dapat menjadi bahan referensi untuk mahasiswa maupun pelaku komunikasi di kampus Uin Khas Jember khususnya di mata kuliah Ilmu Dakwah.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan dan menambah wawasan luas kepada masyarakat agar mengetahui lebih dalam mengenai perkembangan media dakwah, terlebih dakwah melalui platform digital.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti. Tujuannya adalah agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah bagaimana dimaksud oleh peneliti, pada karya ilmiah yang berjudul *Persepsi Khalayak Terhadap Konten Animasi Dakwah Islam Pada Video Dosa Dan Azab Zina Dalam Tungku Api Neraka Di Platform Youtube Akun Culap Culip*. Adapun istilah yang perlu ditegaskan dalam penelitian ini adalah:

1. Persepsi Khalayak

Persepsi khalayak merujuk pada keseluruhan pemahaman, perasaan emosional, pendapat yang jelas, dan sikap yang terbentuk oleh individu setelah menonton video yang diteliti, yang secara spesifik dinyatakan melalui tulisan di kolom komentar YouTube. Persepsi ini diidentifikasi dan diklasifikasikan melalui analisis kata-kata, frasa, kalimat, dan konteks yang terkandung dalam komentar, yang menunjukkan berbagai bentuk respons seperti kesetujuan penuh terhadap pesan dosa dan azab zina, pertanyaan tentang kejelasan ajaran atau konteks skenario, kritik terhadap cara penyajian visual atau narasi, atau interpretasi yang berbeda terhadap makna pesan dakwah yang disampaikan. Setiap komentar akan dievaluasi untuk melihat bagaimana khalayak menghubungkan pesan video dengan pengalaman pribadi, pengetahuan agama, atau konteks sosial yang mereka miliki.

2. Khalayak

Khalayak dalam penelitian ini merujuk pada pengguna aktif platform YouTube yang telah melakukan tindakan menulis dan mengirimkan komentar pada video Dosa dan Azab Zina (dalam Tungkupit Api Neraka) milik akun Culap Culip selama periode tertentu yang ditetapkan sebagai masa pengambilan data. Kriteria khalayak tidak terbatas pada latar belakang agama, usia, jenis kelamin, lokasi geografis, atau jumlah pengikut akun YouTube mereka semuanya yang meninggalkan komentar (baik komentar asli maupun balasan terhadap

komentar lain) dianggap sebagai bagian dari populasi khalayak yang menjadi objek pengamatan, karena setiap komentar merepresentasikan tanggapan yang sebenarnya terhadap konten video.

3. Video Animasi Dakwah

Video animasi dakwah adalah jenis konten digital berbasis video yang diunggah ke platform YouTube dengan durasi tertentu (yang diidentifikasi pada saat pengambilan data), yang menggunakan elemen visual bergerak berupa animasi 2D atau 3D, karakter yang dianimasikan dengan ciri khas, latar belakang visual, dan suara narasi atau dialog untuk menyampaikan pesan-pesan agama, khususnya ajaran keislaman tentang zina sebagai salah satu dosa besar dan gambaran azabnya di akhirat yang digambarkan sebagai tungku api neraka. Dalam penelitian ini, video ini dianalisis tidak hanya dari segi teks narasi atau dialog yang disampaikan, tetapi juga dari segi elemen visual seperti warna, gerakan karakter, skenario yang digambarkan, dan cara penyajian azab yang dimaksud, karena kedua aspek (visual dan teks) bersama-sama memengaruhi bagaimana khalayak menerima dan memahami pesan dakwah.

4. Culap Culip

Culap Culip adalah nama akun YouTube dengan nama pengguna resmi CulapCulip (atau nama yang tertera pada halaman profil akun pada saat penelitian berlangsung) yang khusus menyajikan konten video animasi dengan gaya yang ringan, kreatif, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Akun ini dipilih sebagai sumber objek penelitian

karena telah mengunggah video Dosa dan Azab Zina (dalam Tungku Api Neraka) yang menjadi fokus penelitian, dan telah meraih jumlah tayangan serta komentar yang cukup signifikan untuk memberikan data yang kaya dan beragam. Selain itu, gaya penyajian akun ini yang menggabungkan animasi yang menarik dengan pesan dakwah yang tegas membuatnya memiliki potensi untuk menimbulkan respons yang beragam dari khalayak, yang sangat penting untuk analisis Persepsi khalayak menurut kerangka penelitian ini.

5. Dosa dan Azab Zina (dalam Tungku Api Neraka)

Dosa dan Azab Zina (dalam Tungku Api Neraka) adalah judul spesifik video animasi dakwah milik akun Culap Culip yang diunggah pada tanggal tertentu di platform YouTube (yang akan dicatat secara akurat pada saat pengambilan data). Video ini menjadi satuan analisis utama penelitian karena secara eksplisit membahas topik zina sebagai dosa yang berdampak besar dan menggambarkan azabnya di akhirat dalam bentuk tungku api neraka melalui animasi visual dan narasi yang terstruktur. Seluruh konten video, mulai dari awal hingga akhir, termasuk semua elemen visual dan teks yang disampaikan, akan menjadi dasar untuk memahami pesan yang ingin disampaikan dan membandingkannya dengan tanggapan yang diberikan oleh khalayak melalui komentar.

6. Platform YouTube

Platform YouTube adalah layanan berbagi konten video daring yang dapat diakses oleh pengguna melalui situs web resmi YouTube atau

aplikasi seluler yang tersedia untuk perangkat ponsel cerdas. Dalam konteks penelitian ini, platform ini berperan sebagai media tempat video yang diteliti diunggah, ditayangkan, dan diakses oleh khalayak. Selain itu, platform ini menyediakan fitur kolom komentar yang memungkinkan khalayak untuk mengekspresikan tanggapan mereka setelah menonton video. Fitur ini menjadi sumber utama data penelitian, di mana semua komentar yang diambil selama periode pengambilan data akan dikumpulkan, disusun, dan dianalisis untuk mengetahui Persepsi khalayak terhadap pesan dosa dan azab zina dalam video yang diteliti.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika Pembahasan Berisi tatanan gambaran pembahasan yang dalam hal ini berisi suatu penelitian pada suatu bagian babnya. Pada penelitian ini agar lebih jelas dan mudah dipahami, maka penulis membagi beberapa bahasannya sebagai berikut:

1. BAB I, berisi pendahuluan yang mendeskripsikan konteks penelitian, Fokus Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Definisi Istilah, serta Sistematika Pembahasan.
2. BAB II, berisi bahasan mengenai kajian kepustakaan yang telah diteliti dahulu oleh peneliti-peneliti sebelumnya dan dijadikan referensi peneliti terkait dengan judul PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP KONTEN ANIMASI DAKWAH ISLAM PADA VIDEO DOSA DAN AZAB ZINA DALAM TUNGKU Api Neraka) Di Platform Youtube.

3. BAB III, berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, Lokasi Penelitian, Subyek Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Analisis Data, Keabsahan data serta tahap-tahap penelitian.
4. BAB IV, berisi penyajian data dan analisis yang mencakup gambaran obyek penelitian, pembahasan temuan, pembahasan yang mengarah kepada penjelasan ilmiah umum mengenai objek penelitian berdasarkan Analisa data yang didapatkan untuk memperoleh jawaban terkait fokus penelitian.
5. BAB V, berisi pemaparan yang menjelaskan kesimpulan hasil dari pembahasan penelitian yang diikuti saran yang berkaitan dengan pokok pembahasan penelitian di bab sebelumnya.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pertama, skripsi yang ditulis Naza Azia Koro dengan judul “Analisis Konten Dakwah Melalui Media Sosial Tik-Tok Pada Akun @Culapculip”. Penelitian ini membahas tentang analisis pesan konten dakwah melalui media sosial tik tok pada akun Culap Culip. Dalam sebuah penelitian pasti memiliki tujuan, adapun tujuan yang di buat pada penelitian ini yaitu: Untuk mengetahui pesan konten dakwah yang disebarkan melalui aplikasi media sosial Tik-Tok pada akun @culapculip 8 tepatnya pada video konten yang berjudul “Niat Sholat Yang Di Murkai Allah (Part 1&2), Ke Istimewaan Sholat Tahajud, Malam Pertama Di Alam Barzah/Kubur (Part 1&2), Syafa’at Sholawat, Jilbab, Dan Dosa Menghina.

Kedua, skripsi yang ditulis Nur Indah Sari dengan judul “Dakwah Melalui Film Animasi”. Penelitian ini ditujukan agar mengetahui pesan apasaja yang terkandung di dalam film animasi Syamil dan Dodo yang berjudul sabar. Di penelitian ini menjelaskan mengenai pembelajaran dakwah melalui film animasi Syamil dan Dodo tentang kesabaran dengan ruang lingkup pembelajaran untuk kalangan anak-anak

Ketiga, skripsi yang ditulis Febrilia Nur Laili dengan judul “Strategi Produksi Animasi Dakwah Akun Tiktok @Culapculip Dalam Mempertahankan Personal Branding”. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan Karena proses produksi dakwah animasi merupakan cara para content creator dalam

membuat konten video dakwah animasi dan mampu menarik penonton sebanyak dengan jumlah followers sebanyak 2,2 juta. Adanya persaingan antar kreator konten di TikTok telah memicu minat di kalangan peneliti untuk meneliti apakah pemilik animasi menjaga personal brand mereka sesuai dengan undang-undang ITE pemerintah dan nilai-nilai agama. Lebih lanjut, peneliti juga menemukan masih minimnya teori dan konsep yang membahas tentang proses produksi animasi dakwah di fakultas dakwah.

Keempat, Tesis yang ditulis oleh Putri indriyani dengan judul “analisis isi Dakwah Pada akun Youtube @CulapCulip”. Penelitian ini berfokus pada isu sosial keagamaan mengenai pakaian perempuan yang kini banyak divisualisasikan melalui media digital, khususnya di kanal YouTube CulapCulip. Permasalahan, Kreator CulapCulip dianggap sebagai pionir dalam menyajikan hadis dan ayat Al-Qur'an, namun seringkali hadis yang ditampilkan terpotong (fragmented) dan kurang komprehensif (tidak menyertakan sanad atau matan Arab lengkap) Pendekatan yang digunakan adalah Analisis Konten (Content Analysis) dengan pendekatan Studi Kepustakaan (Library Research) dan Syarah Hadis. Penelitian ini menganalisis secara mendalam empat video animasi CulapCulip yang membahas isu pakaian Perempuan.⁷

Kelima, tesis yang ditulis oleh Nurmala berjudul “pakaian Perempuan dalam Visualisasi Hadis: Analisis Konten pada Video Animasi Culap Culip di YouTube”. Penelitian ini menggunakan adalah metode kualitatif dengan

⁷ Indriyani Putri, “Analisis isi pesan Pada Akun YouTube @CulapCulip”, program Studi komunikasi dan Penyiaran islam, Fakultas ushuludin Adab dan Dakwah, UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukit Tinggi. Hal 43-44

pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan dokumentasi terhadap video-video di akun YouTube Culapculip. Fokus analisis isi (content analysis) diarahkan pada video-video yang diunggah. Hasil analisis menunjukkan bahwa pesan dakwah dalam video @Culap Culip periode Agustus 2021 dikelompokkan menjadi tiga aspek ajaran Islam yaitu: Akidah, Syariah, dan Akhlak, dengan rincian, 2 video Akidah, 8 video Syariah, dan 2 video Akhlak.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Naza Azia Koro	2024	Analisis Konten Dakwah Melalui Media Sosial Tik-Tok Pada Akun @Culapculip	Penelitian penulis sama sama meneliti objek animasi dakwah culap culap	Peneliti terdahulu menggunakan media sosial tiktok, sedangkan peneliti sekarang menggunakan media sosial youtube
2.	Arief Rachman Dan Ismi Nadiyah	2020	Dakwah Melalui Film Animasi	penelitian penulis yaitu sama sama melakukan penelitian dengan akun yang menggunakan media animasi didalam	penelitian terdahulu menggunakan film animasi yang di teliti sedangkan penelitian sekarang penulis menggunakan konten

				dakwahnya	animasi di dalam aplikasi Youtube.
3.	Febrilia Nur Laili	2025	Personal Branding	Terhadap konten animasi dakwah dalam hal pengaruh konten intrnstras menonton.	Sekarang menggunakan perspetif khalayak atau audiens untuk menilai dampak intensitas menonton terhadap animasi dakwah
4.	Putri Indriyani	2023	Analisis isi pesan dakwah pada Akun YouTube @CulapCulip	penelitian penulis yaitu sama sama meakukan penelitian dengan akun yang menggunakan media animasi didalam dakwahnya Terhadap konten animasi dakwah dalam hal pengaruh konten intrnstras menonton.	Peneliti terdahulu berfokus pada isu sosial keagamaan mengenai pakaian perempuan yang kini banyak divisualisasikan melalui media digital, khususnya di kanal YouTube CulapCulip. Sedangkan penulis sekarang lebih fokus kepada perpektif khalayak dalam menonton video animasi Culap Culip.

5.	Nurmadia	2025	Pakaian Perempuan dalam Visualisasi hadis: analisis konten pada video Animasi CulapCulip YouTube	penelitian penulis yaitu sama sama meakukan penelitian dengan akun yang menggunakan media animasi didalam dakwahnya Terhadap konten animasi dakwah dalam hal pengaruh konten intrnstras menonton.	Penelitian terdahulu lebih fokus kepada pendekatan syaria hadis terhadap akun Animasi Culap culip youtube. Sedangkan penulis sekarang lebih fokus kepada perpektif khalayak dalam menonton video animasi Culap Culip.
----	----------	------	--	---	---

Sumber: Data di olah 2025

Penelitian ini, berjudul *Persepsi Khalayak Terhadap Konten Animasi Dakwah Islam Pada Video Dosa Dan Azab Zina Dalam Tungku Api Neraka Di Platform Youtube Akun Culap Culip* yang menganalisis pada kolom komentar menyoroti perbedaan signifikan dibandingkan penelitian terdahulu mengenai animasi dakwah. Jika penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada analisis isi pesan, efektivitas visual, atau perubahan perilaku keagamaan melalui survei dan wawancara, penelitian ini secara khusus menggali Persepsi khalayak melalui analisis kolom komentar YouTube. Metode yang digunakan pun berbeda alih-alih analisis konten tradisional atau eksperimen, penelitian ini menerapkan analisis teks atau netnografi untuk memahami nuansa opini

publik terhadap animasi "Culap Culip" yang memiliki karakteristik visual, narasi, dan target audiens yang unik.

Kontribusi penelitian ini terletak pada pemahaman mendalam tentang interaksi aktif khalayak dengan konten dakwah di media sosial, identifikasi isu kontroversial yang muncul dalam diskusi publik, implikasi praktis bagi pengembangan konten dakwah yang lebih relevan dan efektif, serta kontribusi teoritis dalam studi media dan dakwah terkait peran media sosial dalam komunikasi agama dan pembentukan opini publik.

B. Kajian Teori

1. Dakwah

a. Sejarah Dakwah

Menurut kamus bahasa Indonesia, asal usul adalah: silsilah. Asal (keturunan). Menurut terminologi, Sejarah mencakup peristiwa dan insiden yang benar-benar terjadi di masa lalu. Sejarah berasal dari bahasa Arab dan ada yang percaya bahwa Syajarah berarti Pohon Kehidupan. Dalam bahasa asing, sejarah disebut "*histore*" (Prancis), "*geschichte*" (Jerman), "*histoire*" atau "*geschiedenis*" (Belanda), dan "*history*" (Inggris). Kata "sejarah" berasal dari kata Yunani "*historia*," yang berarti "pengetahuan tentang fenomena alam," terutama yang berhubungan dengan kemanusiaan. Mereka yang melakukannya secara kronologis menggunakan *scientia* atau Sains. Hasan Uthman dalam bukunya "*Manhaj al-Bahs al-Tarikh*" mendefinisikan sejarah secara teknis sebagai berikut: Pertama, sejarah adalah studi dan eksplorasi

masa lalu. Definisi ini berasal dari kata Yunani kuno "*historia*" yang berarti segala sesuatu yang berhubungan dengan kemanusiaan sejak manusia meninggalkan warisannya di atas batu dan bumi. Kedua, sejarah, yang berasal dari kata "tanggal", adalah seni membahas peristiwa dalam hal penunjukan dan penentuan waktu dan subjek. Menurut Louis Gottschalk, sejarah, jika diartikan sebagai kata Yunani *istoria*, adalah penyajian fenomena secara kronologis, khususnya yang berkaitan dengan hubungan antarmanusia. berasal dari kata "sejarah", adalah masa lalu umat manusia. Bandingkan dengan kata dalam bahasa Jerman untuk sejarah, "*Geschichte*." Berasal dari kata "*geschehen*" yang berarti "terjadi". Sejarah adalah apa yang terjadi.

Dengan demikian, sejarah dakwah adalah sejarah kejadian-kejadian di masa lampau dalam rangka mengajak, mengajak dan mengajak manusia kepada Islam, serta bagaimana tanggapan orang-orang yang diseru dan apa saja perubahan yang terjadi setelah dakwah dilakukan. Diartikan sebagai apa yang terjadi . Senada dengan pengertian di atas, Samsul Munir Amin dalam bukunya "Sejarah Dakwah" mendefinisikan sejarah dakwah, yaitu peristiwa-peristiwa di masa lampau yang dialami oleh masyarakat muslim dalam menyampaikan risalah Islam kepada masyarakat lain, sebagaimana yang terjadi setelah peristiwa dakwah. Saya melakukan dakwah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sejarah dakwah adalah seluruh aktivitas dakwah yang dilakukan oleh seorang muslim

atau sekelompok muslim pada suatu waktu tertentu dalam kerangka Amal Ma'ruf Nahi. Munkar didasarkan padapetunjuk Allah dan Rasul-Nya (SAW).⁸

b. Pengertian Dakwah

Dikutip dari buku pengantar ilmu dakwah Secara etimologis, kata dakwah berasal dari kata bahasa Arab دعا- يدعو- دعوة yang berarti menyeru, memanggil, mengajak. Kata dakwah secara etimologis terkadang digunakan dalam arti mengajak kepada kebaikan yang pelakunya ialah Allah swt, para Nabi dan Rasul serta orang-orang yang telah beriman dan beramal shaleh. Terkadang pula diartikan mengajak kepada keburukan yang pelakunya adalah syaitan, orang-orang kafir, orang-orang munafik dan sebagainya.

Kata dakwah yang mengajak kepada kebaikan antara lain disebutkan dalam QS. al-Baqarah(2): 221 Terjemahnya : ‘...Dan Allah mengajak ke syurga dan ampunan dengan izinNya, dan Allah menerangkan ayat-ayat-Nya (perintahperintah-Nya) kepada manusia supaya mereka mengambil pelajaran. Sedang kata dakwah yang berarti mengajak kepada kejahatan, antara lain disebutkan dalam firman Allah QS. Fatir (35): 6 : Terjemahnya : ‘Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh bagimu, maka anggaplah ia musuh(mu), karena sesungguhnya syaitansyaitan itu hanya mengajak golongannya supaya mereka menjadi penghuni neraka yang menyala-nyala.

⁸ Muktarruddin, MA, *BUKU SEJARAH DAKWAH*, tahun 2017

Dapat disimpulkan bahwa aktivitas berdakwah bukan sekadar menyampaikan pesan keagamaan, tetapi merupakan bagian dari perjuangan hidup yang mulia. Tujuan utamanya adalah untuk menegakkan nilai-nilai ilahiah dalam setiap aspek kehidupan, baik individu maupun sosial.

Melalui dakwah, diharapkan ajaran Islam dapat menjadi "sibghah" yaitu celupan ilahi yang meresap ke dalam jiwa, membentuk pola pikir, dan mewarnai seluruh perilaku serta interaksi manusia dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, dakwah bukan hanya seruan spiritual, tetapi juga proses transformasi nilai yang mendalam dalam membangun masyarakat yang berlandaskan syariat dan etika Islam.

c. Prinsip - Prinsip Dakwah

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata *prinsip* diartikan sebagai kebenaran yang menjadi dasar utama dalam berpikir dan bertindak. Dalam konteks dakwah, menurut Efeendy, terdapat tujuh prinsip pokok yang harus dijadikan pedoman oleh seorang da'i. Pertama, seorang da'i harus siap mental dan spiritual untuk menjadi penerus tugas para nabi. Kedua, ia harus memahami bahwa masyarakat memerlukan waktu dan proses untuk menerima serta memahami pesan-pesan dakwah, oleh karena itu pendekatan secara bertahap sangat diperlukan. Ketiga, dakwah harus disesuaikan dengan tingkat pemahaman serta kondisi sosial mad'u (objek dakwah). Keempat, kesabaran menjadi kunci penting dalam menghadapi tantangan dan hambatan dakwah. Kelima, perubahan harus

dimulai dari pribadi da'i itu sendiri, kemudian keluarga, baru kemudian kepada masyarakat luas. Keenam, dakwah harus mampu membedakan mana hal yang lebih mendesak atau prioritas untuk disampaikan terlebih dahulu. Ketujuh, seorang da'i wajib membangun citra positif agar dapat menjadi teladan yang baik bagi mad'unya.

Selain prinsip khusus dakwah, prinsip komunikasi juga sangat relevan untuk dijadikan landasan dalam menyampaikan pesan-pesan Islam:

- 1) Komunikasi adalah proses simbolik. Seorang da'i dituntut untuk mampu mengemas pesan-pesan dakwah dalam bentuk yang dapat dimengerti oleh mad'u sesuai dengan kapasitas pemahamannya.
- 2) Segala perilaku mengandung unsur komunikasi. Setiap tindakan dan sikap seorang da'i merupakan bagian dari pesan dakwah, bahkan ketika tidak sedang berbicara sekalipun.
- 3) Komunikasi memiliki dua sisi: isi dan cara penyampaian. Materi dakwah yang sederhana dapat menjadi menarik jika disampaikan dengan cara yang efektif dan menyentuh hati.
- 4) Komunikasi dapat terjadi secara disengaja maupun tidak. Kadang kala, seorang da'i menyampaikan pesan di luar naskah yang telah disiapkan, namun tetap memiliki pengaruh dakwah yang kuat.
- 5) Komunikasi berlangsung dalam konteks ruang dan waktu. Seorang da'i perlu memperhatikan kapan dan di mana ia berdakwah. Misalnya,

ceramah yang terlalu panjang di lingkungan perkotaan yang sibuk dapat membuat audiens kehilangan fokus.

- 6) Komunikasi melibatkan pemahaman terhadap audiens. Da'i yang cermat akan terlebih dahulu mengamati kondisi dan latar belakang mad'unya sebelum memulai dakwah.
 - 7) Komunikasi bersifat sistemik. Efektivitas dakwah tidak hanya dipengaruhi oleh isi materi, tetapi juga oleh kondisi psikologis dan sosial da'i serta mad'u. Da'i yang sedang menghadapi masalah pribadi cenderung kurang maksimal dalam menyampaikan pesan.
 - 8) Dengan memadukan prinsip-prinsip dakwah dan komunikasi secara harmonis, seorang da'i diharapkan dapat menjalankan tugas dakwahnya dengan bijaksana, menyentuh hati, dan relevan dengan kebutuhan umat⁹
- d. Perkembangan Dakwah Islam di Media Sosial

Di Indonesia sendiri, dakwah dimulai pada masa Walisongo. Walisongo dianggap sebagai orang pertama yang meletakkan dasar-dasar Islam di Jawa. 3 Pola dakwahnya berlandaskan pada pola pengelolaan dan pengembangan budaya masyarakat yang dijiwai ajaran Islam, Rahamatan Lilamin.⁴ Sejak zaman Walisongo, dakwah di Indonesia mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Sejak kemerdekaan Indonesia tahun 1945 hingga tahun 1960-an, penyiaran khotbah-khotbah Islam difokuskan pada pendirian pemikiran Islam

⁹ Dr.Muhammad Qadaruddin Abdullah,M.Sos.I, PENGANTAR ILMU DAKWAH

dalam pemerintahan yang baru dibentuk dan melayani kepentingan mayoritas Muslim penduduk Indonesia. ditempatkan di sana. Hal ini akan berdampak luas bagi perkembangan Islam itu sendiri dan bagi pembentukan kehidupan masyarakat di negara-negara yang merdeka dan berdaulat.

Dengan berkembangnya teknologi, khotbah dapat disampaikan dengan berbagai cara dan melalui berbagai platform media. Saat ini, khotbah tidak lagi hanya disampaikan pada waktu-waktu tertentu saja, seperti pada saat pelajaran agama atau pada hari besar umat Islam. Dakwah tidak hanya dilakukan di lokasi-lokasi tertentu seperti masjid, kelompok kajian Islam, atau tempat ibadah Islam lainnya. Dengan berkembangnya media yang tidak terbatas oleh waktu dan tempat, kini penginjilan dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja. Perkembangan media Islam di Indonesia dimulai pada tahun 1980-an. Tahun itu menghasilkan banyak pendeta populer yang sering berkhotbah di radio dan televisi. Saat ini, dengan hadirnya berbagai media, lebih mudah untuk menyampaikan khotbah kepada khalayak yang lebih luas.

2. Animasi Dakwah

a. Definisi animasi

Animasi menarik perhatian dan mengomunikasikan pesan Anda secara efektif. Adapun ahli tentang animasi: Animasi adalah kumpulan gambar yang disusun satu demi satu. Jika rangkaian gambar cukup cepat, rangkaian gambar akan tampak bergerak. "Animasi"

berasal dari kata bahasa Inggris "anime," yang berarti "menghidupkan." Animasi adalah rangkaian gambar diam yang direkam oleh kamera. Oleh karena itu, kita dapat menyimpulkan bahwa animasi adalah kumpulan gambar yang diambil oleh kamera dan disusun dalam urutan tertentu untuk memberikan kehidupan pada presentasi statis.

b. Jenis Animasi

Karakter animasi telah berkembang dari prinsip sederhana menjadi beberapa jenis animasi.

1) Animasi 2D (dua dimensi) Animasi dua dimensi atau dua dimensi sebagai animasi planar . Perkembangan animasi dua dimensi yang cukup revolusioner dan terciptanyakartun. Manga berasal dari kata “kartun” yang berarti gambar lucu. Oleh karena itu, sebagian besar dari komik tersebut adalah film lucu. Tom dan Jerry, Scooby Doo, Doraemon, dll.

2) Animasi 3D (3D) Animasi 3D merupakan bentuk lanjutan dari animasi 2D (2D). Dalam animasi 3D, karakter yang digambarkan terlihat hidup dan realistis, mendekati seperti orang sungguhan. Misalnya saja film Disney "Toy Story ".

3) Animasi Stop Motion Animasi ini disebut animasi tanah liat karena menggunakan tanah liat sebagai objek Bergeraknya. Teknik ini pertama kali diperkenalkan pada tahun 1906 oleh Stuart Bractton. Animasi ini menggunakan tanah liat, bahan fleksibel yang mirip dengan permen karet. Karakter animasi tanah liat dibuat

menggunakan bingkai khusus untuk kerangka tubuh. Saya akan menunjukkan langkah berikutnya melalui foto. Foto-foto tersebut digabungkan menjadi gambar bergerak seperti yang Anda lihat dalam film.¹⁰

Animasi sebagai media pembelajaran berbasis teknologi dapat memberikan kontribusi yang signifikan. Animasi memiliki daya tarik visual dan pendengaran yang kuat serta merangsang imajinasi dan kreativitas siswa. Jika digunakan dengan benar, animasi dapat menyampaikan materi yang sulit atau abstrak dengan cara yang mudah dipahami. Animasi juga dapat menyajikan informasi secara interaktif sehingga memungkinkan siswa berpartisipasi aktif dalam proses pembelajaran.¹¹

c. Definisi Animasi Dakwah

Animasi dakwah adalah bentuk animasi dua dimensi yang dibuat dengan bantuan komputer, disesuaikan dengan kemampuan pembuatnya. Animasi ini dapat bergerak dan ditempatkan dalam ruang digital, menyerupai objek yang ada di dunia nyata. Isi dari animasi dakwah ini berupa pesan-pesan dakwah yang bertujuan untuk menyampaikan unsur-unsur ajaran yang ada dalam Al-Qur'an, serta

¹⁰ Marissa, *FILM ANIMASI DAMPAK PENGGUNAAN GADGET BERLEBIHAN SD N 57 OKU MENGGUNAKAN ADOBE FLASH CS6*, Jurnal Teknik Informatika Mahakarya, Vol. 5, No. 1, Juni 2022, Hal. 53-62

¹¹ Eka Melati, *Pemanfaatan Animasi sebagai Media Pembelajaran Berbasis Teknologi untuk Meningkatkan Motivasi Belajar*, Journal on Education Volume 06, No. 01, September-Desember 2023, pp. 732-741

mengajarkan nilai-nilai Islam kepada manusia, dengan cara yang relevan dan sesuai dengan kenyataan kehidupan yang digambarkan.

Animasi dakwah adalah penggunaan animasi sebagai media untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan atau nilai-nilai moral Islami. Metode ini memanfaatkan daya tarik visual dan naratif animasi untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang akrab dengan media visual. Berbeda dengan metode dakwah tradisional seperti ceramah atau khotbah, animasi dakwah menawarkan pendekatan yang lebih kreatif dan interaktif.

d. Karakteristik Animasi Dakwah:

- a. Visual yang Menarik: Animasi dakwah biasanya menampilkan visual yang menarik dan berwarna-warni untuk memikat perhatian penonton, terutama anak-anak dan remaja. Karakter-karakter yang dirancang dengan baik dan latar belakang yang hidup dapat meningkatkan daya tarik dan daya ingat pesan yang disampaikan.
- b. Cerita yang Menarik: Pesan dakwah seringkali disampaikan melalui cerita yang menarik dan mudah dipahami. Cerita-cerita ini dapat berupa kisah-kisah inspiratif dari tokoh-tokoh agama, kisah-kisah fiktif yang mengandung nilai-nilai moral, atau bahkan parodi yang menghibur namun tetap mengandung pesan dakwah.
- c. Bahasa yang Sederhana dan Mudah Dipahami: Animasi dakwah menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan, termasuk mereka yang memiliki tingkat

pendidikan yang berbeda-beda. Hal ini penting untuk memastikan pesan dakwah tersampaikan dengan efektif.

- d. Metode Penyampaian yang Beragam: Animasi dakwah dapat menggunakan berbagai metode penyampaian, seperti narasi, dialog antar karakter, lagu, dan efek suara. Kombinasi metode ini dapat meningkatkan daya tarik dan efektivitas penyampaian pesan.
- e. Sasaran Audiens yang Spesifik: Animasi dakwah dapat dirancang untuk menjangkau audiens yang spesifik, misalnya anak-anak, remaja, atau orang dewasa. Hal ini memungkinkan penyesuaian isi pesan dan gaya penyampaian agar lebih efektif.
- e. Keunggulan Animasi Dakwah:
 - a. Menjangkau Audiens yang Lebih Luas: Animasi dapat menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk mereka yang mungkin enggan mengikuti metode dakwah tradisional.
 - b. Lebih Mudah Dipahami dan Diingat: Pesan dakwah yang disampaikan melalui animasi lebih mudah dipahami dan diingat, terutama oleh anak-anak dan remaja.
 - c. Menarik dan Menyenangkan: Animasi dakwah dapat menjadi cara yang menarik dan menyenangkan untuk belajar tentang agama dan nilai-nilai moral.
 - d. Mempermudah Pemahaman Konsep yang Kompleks: Animasi dapat digunakan untuk mempermudah pemahaman konsep-konsep

keagamaan yang kompleks dengan cara yang lebih visual dan interaktif.

f. Tantangan Animasi Dakwah:

- a. Memastikan Akurasi Pesan Dakwah: Penting untuk memastikan bahwa pesan dakwah yang disampaikan melalui animasi akurat dan sesuai dengan ajaran agama.
- b. Menjaga Keseimbangan antara Hiburan dan Pendidikan: Animasi dakwah harus menyeimbangkan unsur hiburan dan pendidikan agar tetap menarik tanpa mengorbankan pesan dakwah yang ingin disampaikan.
- c. Memilih Gaya Animasi yang Tepat: Penting untuk memilih gaya animasi yang tepat agar sesuai dengan target audiens dan pesan dakwah yang ingin disampaikan.

3. Prespektif

Prespektif Khalayak

Persepsi merupakan ketrampilan seorang dalam menyelenggarakan suatu pengamatan, ketrampilan tersebut meliputi kemampuan membedakan, kemampuan mengelompokkan, dan kemampuan memfokuskan. Oleh karena itu, orang yang berbeda mungkin memiliki persepsi yang berbeda meskipun subjeknya sama. Ini mungkin karena perbedaan nilai dan perbedaan karakteristik setiap pribadi.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa Persepsi merupakan cara pandang terhadap suatu objek, dan persepsi adalah tindakan

menafsirkan informasi untuk menggambarkan dan memahami lingkungan. Sedangkan asumsi adalah suatu anggapan, tebakan, atau perkiraan, tetapi belum dapat dibuktikan kebenarannya dan perlu dibuktikan secara langsung.

Persepsi khalayak mengacu pada cara pandang, pemahaman, interpretasi, dan respons individu atau kelompok terhadap suatu pesan, media, atau peristiwa. Ini bukan sekadar penerimaan pasif informasi, melainkan proses aktif yang melibatkan berbagai faktor kognitif, afektif, dan sosial. Memahami Persepsi khalayak sangat penting dalam berbagai bidang, termasuk komunikasi, pemasaran, jurnalistik, dan studi budaya.

Berikut beberapa aspek kunci dari Persepsi khalayak:

- a. Interpretasi Aktif: Khalayak tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi juga secara aktif menginterpretasikan pesan tersebut berdasarkan pengetahuan, pengalaman, nilai, dan kepercayaan mereka sendiri. Sebuah pesan dapat diartikan berbeda oleh individu yang berbeda.
- b. Konstruksi Makna: Persepsi khalayak terlibat dalam konstruksi makna. Khalayak membangun pemahaman mereka sendiri tentang pesan berdasarkan konteks, latar belakang, dan interaksi mereka dengan pesan tersebut.
- c. Pengaruh Faktor Sosial dan Budaya: Faktor-faktor sosial dan budaya seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, status sosial, dan budaya berpengaruh besar terhadap bagaimana khalayak menginterpretasikan

pesan. Sebuah pesan dapat memiliki arti yang berbeda di berbagai budaya atau kelompok sosial.

- d. Pengaruh Emosi dan Afeksi: Emosi dan afeksi juga memainkan peran penting dalam Persepsi khalayak. Perasaan dan sikap individu dapat memengaruhi bagaimana mereka memproses dan merespon pesan. Sebuah pesan yang menyentuh emosi tertentu dapat memiliki dampak yang lebih besar daripada pesan yang netral.
- e. Respon yang Beragam: Persepsi khalayak menghasilkan respons yang beragam. Individu dapat merespon pesan dengan berbagai cara, mulai dari penerimaan dan dukungan hingga penolakan dan kritik. Respons ini dapat diekspresikan melalui berbagai bentuk, termasuk komentar, diskusi, tindakan, dan perilaku.
- f. Pengaruh Media dan Teknologi: Media dan teknologi yang digunakan untuk menyampaikan pesan juga berpengaruh terhadap Persepsi khalayak. Cara pesan disampaikan (misalnya, melalui media sosial, televisi, atau media cetak) dapat memengaruhi bagaimana khalayak menginterpretasikan dan meresponnya.
- g. Dinamis dan Kontekstual: Persepsi khalayak bukanlah hal yang statis, tetapi dinamis dan kontekstual. Persepsi khalayak dapat berubah seiring waktu dan tergantung pada konteks tertentu.

Memahami Persepsi khalayak sangat penting karena membantu kita:

- a. Meningkatkan Efektivitas Komunikasi: Dengan memahami bagaimana khalayak menginterpretasikan pesan, kita dapat meningkatkan

efektivitas komunikasi dan memastikan pesan disampaikan dengan cara yang dipahami dan diterima oleh khalayak sasaran.

- b. Mengembangkan Strategi Pemasaran yang Efektif: Dalam pemasaran, memahami Persepsi khalayak sangat penting untuk mengembangkan strategi yang efektif dan menargetkan khalayak yang tepat.

Di Kutip dari jurnal ruli nasrullah, Khalayak adalah erminologi yang menurut Ross dan Nightingale (2003) jauh lebih kompleks untuk dipahami. Kompleksitas ini tak lain karena khalayak bukanlah benda dan bukanlah penerima konten dengan apa adanya saja. Khalayak melibatkan pengertian manusia itu sendiri yang tidak sekadar dilihat dalam bentuk jumlah atau angka-angka, tetapi ada berbagai aspek seperti psikologi, sosial, dan politik yang setiap orang berbeda walau dalam satu kelompok/komunitas bahkan keluarga yang sama. Secara sederhana, kata khalayak/audiensi yang diterjemahkan dari kata “*audience*” secara sejarah berasal dari kata *audire* yang berarti mendengar dalam bahasa Yunani. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, khalayak diartikan salah satunya sebagai “kelompok tertentu dalam masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi”¹²

khalayak dipandang sebagai pihak yang aktif dalam proses pembentukan makna. Paradigma khalayak aktif secara keseluruhan mencerminkan adanya perubahan dalam cara pesan dipahami dan

¹² Ruli Nasrullah, Riset Khalayak Digital: Persepsi Khalayak Media Dan Realitas Virtual Di Media Sosial, Akultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah JakartaKangarul@gmail.Com

dimaknai. Paradigma ini juga membedakan antara khalayak aktif secara umum dengan khalayak aktif dalam konteks tertentu.

Konsep khalayak aktif menyiratkan bahwa khalayak bukan sekadar konsumen pasif budaya, yang menerima begitu saja pesan dari media. Sebaliknya, khalayak diposisikan sebagai produsen makna yang aktif, yang menginterpretasikan pesan-pesan media berdasarkan latar budaya dan pengalaman mereka sendiri.

Khalayak memiliki kemampuan untuk menafsirkan pesan media secara linear (sesuai maksud pembuat pesan) maupun secara oposisi (bertentangan dengan maksud tersebut). Dalam hal ini, mereka bukan hanya pengguna media, tetapi juga penafsir dan pencipta makna yang memperoleh hiburan maupun pemahaman dari konsumsi media.

Setiap individu memiliki preferensi media yang berbeda, dan cara mereka memilih serta menggunakan media pun bervariasi. Oleh karena itu, tidak dapat disimpulkan secara mutlak bahwa makna yang terkandung dalam pesan media akan memberikan dampak yang sama pada setiap anggota khalayak.¹³

1. Meningkatkan Kualitas Jurnalistik: Dalam jurnalistik, memahami Persepsi khalayak membantu jurnalis untuk menyajikan informasi yang akurat, objektif, dan relevan bagi khalayak.

¹³ Fakhrul Karpuwanda, Komunika, Jurnal Ilmu Komunikasi, Pemaknaan Khalayak Dalam Memaknai Video Youtube “Last Hope Kitchen” : Memasak Babi Dengan Kurma

2. Menganalisis Tren dan Opini Publik: Memahami Persepsi khalayak memungkinkan kita untuk menganalisis tren dan opini publik, serta memahami bagaimana khalayak merespon isu-isu sosial dan politik.

Banyak khalayak mungkin mengapresiasi penggunaan animasi sebagai media dakwah yang inovatif dan menarik, khususnya bagi anak-anak dan remaja. Komentar-komentar positif mungkin menekankan efektifitas metode ini dalam menyampaikan pesan agama dengan cara yang lebih mudah dipahami dan diingat. Pesan dakwah yang disampaikan dalam "Culap Culip" akan menjadi fokus utama dalam komentar khalayak. Komentar dapat berupa pujian terhadap pesan-pesan yang disampaikan, kritikan terhadap aspek-aspek tertentu yang dianggap kurang tepat atau kurang relevan, atau bahkan diskusi dan perdebatan mengenai interpretasi pesan tersebut. Latar belakang keagamaan, usia, pendidikan, dan faktor-faktor demografis lainnya akan memengaruhi cara khalayak menafsirkan dan mengomentari "Culap Culip." Perbedaan persepsi dan interpretasi antar kelompok demografis dapat menghasilkan komentar yang beragam. Komentar-komentar dapat mencerminkan respon emosional khalayak terhadap konten, mulai dari rasa senang, haru, terinspirasi, hingga kritik dan kekecewaan. Analisis sentimen dapat membantu mengidentifikasi emosi dominan yang diungkapkan dalam komentar-komentar tersebut.

4. *Audience Reception Theory* (Teori Penerimaan Audiens)

a. Teori representasi

Teori ini membahas bagaimana makna diciptakan dan disebarkan lewat berbagai media serta praktik komunikasi dalam kehidupan sosial. Di dalamnya terdapat proses *encoding* yaitu ketika pembuat pesan memilih, menyusun, dan mengemas makna tertentu ke dalam simbol atau tanda.

Konsep ini dikembangkan oleh Stuart Hall, salah satu tokoh penting dalam studi budaya dan komunikasi. Menurut Hall, representasi bukan hanya upaya “menggambarkan” realitas, tetapi merupakan proses aktif dalam membentuk, mengonstruksi, dan menyampaikan makna melalui bahasa, simbol, dan praktik budaya. Dengan kata lain, representasi menjadi perantara antara ide atau konsep dengan objek yang ada di dunia nyata, hingga akhirnya menghasilkan makna yang dipahami masyarakat.

Hall (1997) menegaskan bahwa representasi adalah bagian fundamental dari cara kerja budaya. Ia memandangnya sebagai sistem tanda yang membuat kita mampu memahami dunia sekaligus berkomunikasi tentangnya kepada orang lain. Karena itu, setiap bentuk komunikasi baik lewat media massa, karya seni, maupun media sosial selalu membawa nilai, kepentingan, dan ideologi tertentu. Representasi

tidak sekadar mencerminkan kenyataan, tetapi juga membentuk cara pandang kita terhadap dunia.¹⁴

Dalam penelitian ini, teori representasi digunakan untuk memahami bagaimana khalayak mengekspresikan Persepsi mereka terhadap video animasi dakwah 'Culap Culip' berjudul 'Dosa dan Azab Zina (dalam Tungku Api Neraka)' di platform YouTube. Komentar-komentar yang mereka tinggalkan merupakan bentuk representasi sosial yang menyiratkan pemahaman, perasaan, kritik, atau opini terhadap pesan dosa dan azab zina yang disampaikan melalui video tersebut. Melalui lensa teori representasi, konten komentar tidak hanya dipandang sebagai tanggapan semata, melainkan sebagai bentuk komunikasi budaya yang memuat simbol, ideologi, dan posisi sosial khalayak terkait ajaran agama yang disampaikan. Dengan demikian, teori representasi memungkinkan peneliti untuk membaca makna di balik tanggapan yang dibuat dan dikonsumsi, serta menjelaskan bagaimana makna-makna tersebut diproduksi, disampaikan, dan dimaknai secara berbeda oleh berbagai kalangan audiens dalam ruang digital YouTube.

b. Model Encoding dan Decoding

Dalam konteks media sosial, representasi hadir dalam berbagai bentuk teks, gambar, suara, video, serta kombinasi dari semuanya.

¹⁴ Ivana Grace Sofia Radja, Representasi Budaya Jember dalam Jember Fashion Carnival: Pendekatan Teori Representasi Stuart Hall, WISSEN : Jurnal ilmu sosial dan humaniora, Vol.2, No.3, 13-20, <https://doi.org/10.62383/wissen.v2i3.160>, diakses pada 24/05/2025

Konten yang diunggah oleh kreator di media sosial seperti YouTube dalam hal ini video animasi dakwah Culap Culip berjudul 'Dosa dan Azab Zina (dalam Tungku Api Neraka)' merupakan hasil konstruksi representasi yang mencerminkan ajaran keislaman, nilai-nilai moral, pandangan terhadap dosa dan azab akhirat, serta cara penyampaian pesan yang diinginkan oleh pembuat konten. Kreator akun Culap Culip yang membuat video ini tidak hanya sedang membuat konten animasi atau menyampaikan dakwah semata, tetapi juga sedang merepresentasikan pemahaman mereka tentang topik zina dan azabnya, serta mencoba menyampaikannya dengan gaya yang menarik dan mudah dipahami bagi khalayak. Hall juga mengemukakan model encoding dan decoding dalam produksi pesan media. Encoding merujuk pada proses di mana pengirim pesan (yaitu kreator akun Culap Culip) menyisipkan makna ke dalam pesan video, seperti menggambarkan zina sebagai dosa besar dan azabnya sebagai tungku api neraka melalui elemen visual animasi dan narasi teks. Sedangkan decoding adalah proses di mana penerima pesan (khalayak yang menonton video di YouTube) menafsirkan pesan tersebut. Dalam praktiknya, tidak semua khalayak menafsirkan pesan seperti yang dimaksud oleh kreator. Ada tiga posisi pembacaan yang dijelaskan oleh Hall:

a. Dominant reading, yaitu ketika khalayak menerima pesan video sesuai dengan maksud kreator Culap Culip yaitu mengakui zina

sebagai dosa dan azabnya dalam tungku api neraka sesuai yang disampaikan.

b. Negotiated reading, yaitu ketika khalayak menerima sebagian makna pesan (misalnya mengakui zina sebagai dosa) tetapi menolak sebagian lainnya (misalnya tidak setuju dengan cara gambaran tungku api neraka yang disajikan).

c. Oppositional reading, yaitu ketika khalayak menolak atau menentang makna pesan tersebut secara keseluruhan, misalnya tidak mengakui zina sebagai dosa atau menolak konsep azab tungku api neraka yang digambarkan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, karena untuk menganalisis Persepsi khalayak dalam sebuah komentar untuk memahami fenomena mengenai perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dialami oleh subjek penelitian. Metode penelitian ini menghasilkan dimana data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar-gambar dan bukan angka. Data-data tersebut dapat diperoleh dari hasil, catatan lapangan, foto, video tape, dokumentasi pribadi, catatan, atau memo dan dokumentasi lainnya.¹⁵

Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses pengamatan yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti.

Dalam kasus ini, peneliti yang di harap dapat menggambarkan dan menjelaskan secara mendalam dan detail berasal dari sumbernya mengenai bagaimana mengetahui Persepsi khalayak terhadap menonton animasi dakwah culap culip di YouTube.

Jenis penelitian ini adalah Netnografi adalah metode penelitian kualitatif yang dikembangkan dari pendekatan etnografi tradisional, namun difokuskan pada konteks digital atau daring (online). Dalam ranah ini, netnografi yang menganalisis Persepsi khalayak memiliki fokus utama pada

¹⁵ Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

pemahaman tentang bagaimana audiens atau pengguna internet memaknai, merespons, dan membentuk diskursus mengenai suatu fenomena, isu, merek, layanan, atau produk di berbagai platform digital, seperti media sosial, forum diskusi, komunitas daring, hingga kolom komentar dalam situs berita.

Penelitian netnografi berangkat dari asumsi bahwa interaksi online tidak hanya bersifat komunikatif, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai sosial, budaya, dan psikologis dari partisipan digital. Saat khalayak berbicara tentang suatu merek, produk, atau isu di internet, mereka sebenarnya sedang mengonstruksi makna, menyuarakan pengalaman pribadi, serta menegosiasikan identitas dan posisi sosial mereka.

Netnografi memungkinkan peneliti untuk “mengintip” ruang-ruang percakapan digital tanpa harus melakukan wawancara langsung, sehingga data yang dihasilkan bisa lebih alami, otentik, dan kontekstual. Peneliti bertindak sebagai pengamat aktif yang menyelami ekosistem digital untuk menangkap bagaimana khalayak membangun narasi, emosi, dan persepsi terhadap objek kajian tertentu.

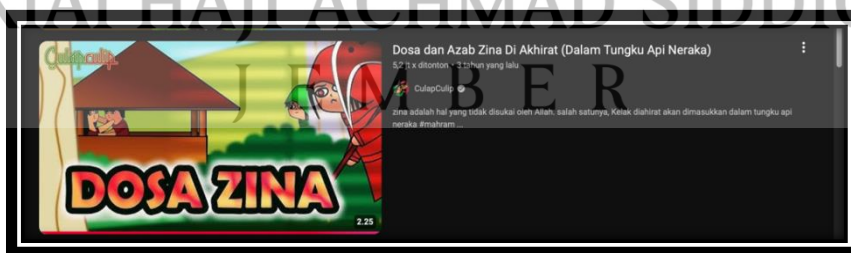
B. Lokasi Penelitian

Peneliti telah menentukan dan mempersiapkan lokasi yang akan dituju untuk diteliti oleh calon peneliti. Penelitian ini dilakukan pada akun media sosial YouTube @culap culip, akun ini merupakan akun resmi Culap Culip dalam mengunggah konten dakwahnya disini peneliti mengambil akun tersebut dikarenakan pada akun ini memiliki khas tersendiri dalam menyajikan video animasi dakwah yang ringan, menarik, dan mudah dipahami oleh

berbagai kalangan, sehingga cenderung mendapatkan respon yang beragam dari khalayak. Kedua, video 'Dosa dan Azab Zina (dalam Tungku Api Neraka)' yang menjadi objek penelitian telah meraih jumlah tayangan dan komentar yang cukup signifikan, sehingga menyediakan data yang kaya untuk dianalisis menurut teori resepsi audien. Jika dibandingkan dengan akun lain Culap Culip lebih menonjol dalam mengkombinasikan elemen animasi yang kreatif dengan pesan dakwah yang tegas, yang membuat interaksi khalayak melalui kolom komentar menjadi lebih dinamis dan beragam hal ini sangat penting untuk melihat bagaimana berbagai posisi resepsi (dominan, negosiasi, atau penolakan) muncul pada satu konten yang sama.

C. Subjek Penelitian

Penelitian ini berfokus pada Persepsi khalayak terhadap animasi dakwah "Culap Culip" yang dikaji melalui analisis komentar di YouTube yang mengambil satu sampel konten *Dosa dan Azab Zina Di Akhirat (Dalam Tungku Api Neraka)*, untuk dijadikan sebagai fokus peneliti menggali informasi.



Gambar 4. 1 Dosa Zina Thumbnail Sumber

<https://www.youtube.com/channel/UCIm4Qcba3o5se88Bp8JUS6A>

Analisis akan menyelidiki secara rinci dan mendalam bagaimana khalayak merespon konten animasi tersebut, meliputi persepsi mereka

terhadap pesan dakwah yang disampaikan, efektivitas metode penyampaian pesan melalui animasi, tanggapan emosional terhadap karakter dan cerita, serta pengaruh animasi terhadap pemahaman dan penerapan nilai-nilai keagamaan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana media animasi, khususnya "Culap Culip", berinteraksi dengan khalayak dan berkontribusi pada pemahaman dakwah di era digital. Data yang dikumpulkan akan berupa komentar-komentar yang diunggah di kolom komentar video "Culap Culip" di YouTube, yang kemudian akan dianalisis secara kualitatif untuk mengungkap tema-tema utama dan pola-pola respon khalayak.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara penulis untuk mendapatkan data yang lengkap dan tepat pada penelitian kali ini. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:.

1. Observasi

Observasi memberi kita fakta tentang dunia nyata. Dengan mengumpulkan alat-alat canggih seperti dukungan data, kita akan mampu menjangkau objek-objek yang sangat kecil (proton dan elektron) dan objek-objek yang jauh, yakni ruang angkasa. Metode observasi sebagai teknik pengumpulan data berfokus pada mendeskripsikan dan menjelaskan fenomena penelitian.

Dengan mengamati langsung konten dakwah Culap Culip di Youtube, penelitian ini memberikan pemahaman lebih dalam tentang

bagaimana kalayak berinteraksi dan merespons konten dakwah dalam bentuk animasi. Pengamatan ini sangat membantu dalam menentukan apakah isi khotbah mencapai tujuan pendidikan dan dakwah yang diinginkan atau hanya sekedar hiburan. Hasilnya dapat memberikan wawasan penting bagi para pembuat konten Muslim untuk mengoptimalkan komunikasinya dengan audiens muda di media sosial.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah rekaman atau bukti kejadian masa lalu dalam bentuk tangkap layar, foto, tulisan, atau karya monumental seseorang. Para peneliti telah menggunakan internet untuk menggali data lain tentang , termasuk buku PDF, jurnal, artikel dari situs web resmi , dan akun media sosial youtube animasi Culap Culip. Dokumentasi akan di lakukan untuk mendapatkan dan mengumpulkan data dalam mendukung proses analisis dan interpretasi data¹⁶

E. Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan menganalisa data atau informasi yang berupa hasil observasi serta dokumentasi atau catatan-catatan yang telah dikumpulkan oleh peneliti, pada akun YouTube Culap-Culip yang didukung dengan teori reception theory sehingga akan menghasilkan kesimpulan. Dalam Analisa data terdapat beberapa kegiatan yaitu:

¹⁶ Febrilia Nurlaili, *STRATEGI PRODUKSI ANIMASI DAKWAH AKUN TIKTOK @CULAPCULIP DALAM MEMPERTAHANKAN PERSONAL BRANDING*, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

1. *Data Collection* (Pengumpulan Data)

Didalam proses pengumpulan data dilakukan dengan berbagai teknik yaitu diantaranya adalah pengamatan atau observasi, observasi dilakukan dengan mengunjungi platform media sosial YouTube Culap-Culip. Dokumentasi ini dilakukan oleh penelitian menggunakan metode *Screen Shoot* atau gabungan yang biasa disebut dengan triangulasi. Dalam proses penggalian data peneliti akan mengumpulkan data dengan sebanyak mungkin, agar penelitian ini lebih efisien.

2. *Data reduction* (Reduksi Data)

Semakin banyak data yang diperoleh maka informasi yang didapat akan semakin bervariasi, maka diperlukan reduksi data, yaitu merangkum hal-hal yang dianggap penting untuk peneliti, maka dengan dilakukannya reduksi data akan memberikan gambaran secara jelas hasil penelitian. Reduksi data dilakukan untuk menyederhanakan, memfokuskan, dan mengorganisasikan data yang diperoleh dari analisis komentar di YouTube pada animasi dakwah Culap Culip. Proses ini bertujuan untuk memilah komentar-komentar yang relevan dengan Persepsi khalayak terhadap animasi tersebut, serta mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari komentar-komentar tersebut. Beberapa Langkah-Langkah Reduksi Data yaitu:

a. Seleksi Komentar:

Kriteria inklusi, komentar yang dipilih adalah komentar yang secara langsung merespons atau memberikan opini tentang animasi

dakwah Culap Culip. Ini termasuk komentar yang membahas pesan dakwah, kualitas animasi, karakter, alur cerita, atau aspek lain dari animasi tersebut.

Kriteria eksklusi, komentar yang tidak relevan (misalnya, spam, promosi, atau komentar yang tidak berhubungan dengan animasi) akan diabaikan. Proses, Peneliti akan membaca setiap komentar dan menentukan apakah komentar tersebut memenuhi kriteria inklusi. Komentar yang memenuhi kriteria akan disimpan dalam database atau spreadsheet untuk analisis lebih lanjut.

b. Kode (*Coding*)

Tujuan, mengelompokkan komentar-komentar yang memiliki kesamaan tema atau opini ke dalam kategori-kategori yang lebih kecil. Proses, Peneliti akan membaca kembali komentar-komentar yang telah diseleksi dan memberikan kode atau label pada setiap komentar berdasarkan tema atau opini yang dominan. Contoh kode yang mungkin digunakan:

Pesan positif komentar yang menyatakan persetujuan atau dukungan terhadap pesan dakwah yang disampaikan, Kualitas animasi komentar yang membahas kualitas visual atau teknis animasi, Karakter menarik komentar yang membahas daya tarik atau keunikan karakter dalam animasi, Alur cerita komentar yang membahas alur cerita atau narasi animasi, Kritik komentar yang menyampaikan kritik atau saran terhadap animasi.

3. *Data display* (Penyajian Data)

Penyajian data merupakan tahap penting dalam penelitian ini untuk mengkomunikasikan temuan-temuan yang diperoleh dari analisis komentar di YouTube secara jelas, ringkas, dan mudah dipahami. Data yang disajikan adalah hasil dari proses reduksi data yang telah dilakukan sebelumnya, yang meliputi seleksi komentar, pembuatan kode, dan pengelompokan tema. Tujuan penyajian data menyajikan gambaran yang komprehensif tentang Persepsi khalayak terhadap animasi dakwah Culap Culip. Menyoroti tema-tema utama yang muncul dari komentar-komentar yang dianalisis, Mendukung interpretasi dan pembahasan hasil penelitian, Memudahkan pembaca untuk memahami dan mengevaluasi temuan penelitian.

4. *Conclusion Drawing/ Verification* (Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi)

Penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah tahap akhir dalam penelitian ini, di mana peneliti merangkum, menginterpretasi, dan mengkonfirmasi temuan-temuan yang diperoleh dari analisis data. Tujuan utama dari tahap ini adalah untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan di awal penelitian, serta memberikan implikasi dan rekomendasi berdasarkan temuan-temuan tersebut.

Proses Penarikan Kesimpulan

a. Review Temuan Utama:

Tujuan, Mengingat kembali dan merangkum temuan-temuan utama yang telah diperoleh dari analisis data, khususnya dari penyajian

data yang telah dilakukan sebelumnya. Proses, peneliti akan meninjau kembali tabel frekuensi, grafik, kutipan komentar, dan deskripsi naratif untuk mengidentifikasi pola-pola yang signifikan dan tema-tema yang dominan.

b. Interpretasi Temuan:

Tujuan dari Memberikan makna dan interpretasi terhadap temuan-temuan yang telah dirangkum. Proses, Peneliti akan menghubungkan temuan-temuan tersebut dengan teori-teori yang relevan, penelitian-penelitian sebelumnya, dan konteks sosial budaya yang lebih luas. Misalnya, jika ditemukan bahwa tema "Penerimaan Pesan Dakwah" sangat dominan, peneliti akan mencoba menjelaskan mengapa hal ini terjadi berdasarkan teori komunikasi dakwah atau teori resepsi audiens.

c. Menjawab Pertanyaan Penelitian:

Tujuan, Menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan di awal penelitian secara jelas dan ringkas. Proses, Peneliti akan menggunakan temuan-temuan yang telah diinterpretasi untuk menjawab pertanyaan penelitian. Misalnya, jika pertanyaan penelitian adalah "Bagaimana Persepsi khalayak terhadap pesan dakwah yang disampaikan dalam animasi Culap Culip?", dan Bagaimana peran khalayak terhadap animasi dakwah Culap Culip di youtube peneliti akan merangkum Persepsi khalayak berdasarkan tema-tema yang muncul dari analisis komentar.

F. Keabsahan Data

Untuk memastikan keakuratan data Persepsi khalayak terhadap animasi dakwah culap culip di youtube., peneliti melakukan proses verifikasi ulang. Langkah ini diambil karena pemahaman peneliti tidak selalu dapat dianggap sepenuhnya benar dan tepat. Oleh sebab itu, peneliti memvalidasi hasil analisisnya dengan melibatkan pihak-pihak yang memiliki.

Proses ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas penelitian, tetapi juga untuk memastikan bahwa setiap kesimpulan yang dihasilkan sesuai dengan konteks dan isi pesan yang dianalisis. Selain itu, Melalui langkah ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kajian dakwah dalam media sosial:

1. Triangulasi Sumber

Untuk memastikan keakuratan dan keabsahan data dalam penelitian ini, digunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber merupakan metode validasi data dengan membandingkan serta memeriksa informasi yang diperoleh dari berbagai sumber data, meskipun dikumpulkan melalui teknik yang sama. Dalam konteks penelitian ini, sumber data berasal dari keragaman akun pengguna YouTube yang memberikan komentar pada video animasi dakwah Culap Culip.

Peneliti menganalisis komentar dari akun YouTube Culap-Culip Cyang berjudul Dosa dan Azab Zina Di Akhirat (Dalam Tungku Api Neraka) untuk menangkap keragaman Persepsi khalayak. Selain itu, peneliti juga memperhatikan serta mempertimbangkan variasi gaya bahasa

dan kemungkinan latar belakang usia yang tampak dari cara pengguna menyampaikan pendapat. Keberagaman sumber ini memungkinkan peneliti untuk menggali berbagai sudut pandang, baik dalam hal pemahaman terhadap isi pesan dakwah maupun respons terhadap gaya penyampaian animasi.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik merupakan strategi untuk memeriksa keabsahan data dengan cara menggabungkan beberapa teknik pengumpulan data terhadap sumber yang sama. Dalam konteks ini, triangulasi digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh dan objektif mengenai Persepsi khalayak terhadap animasi dakwah *Culap Culip* di YouTube.

Adapun langkah-langkah triangulasi teknik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi:

a. Analisis Konten Komentar YouTube

Komentar-komentar pada video *Culap Culip* dianalisis secara kualitatif untuk menangkap respons, tanggapan, serta opini khalayak terhadap pesan dakwah yang disampaikan dalam animasi. Komentar dipilah berdasarkan tema seperti: persepsi terhadap isi dakwah, kualitas animasi, bahasa yang digunakan, dan keterlibatan emosional khalayak.

b. Observasi Aktivitas dan Interaksi di Platform

Peneliti juga melakukan observasi terhadap cara pengguna berinteraksi dengan konten *Culap Culip* (jumlah likes, replies terhadap komentar, dan pola diskusi di kolom komentar). Ini menjadi pelengkap data yang memberikan konteks atas komentar yang muncul.

c. Dokumentasi Komentar YouTube

Dokumentasi juga dapat mencakup tangkapan layar (screenshot), catatan waktu komentar, dan dokumentasi visual lain yang menunjukkan keterlibatan audiens pada waktu tertentu. Jika memungkinkan, wawancara atau interaksi lanjutan dengan komentator aktif juga digunakan untuk memperdalam pemahaman terhadap komentar yang telah diberikan. Hal ini memperluas konteks dan memperkuat keabsahan analisis.

Dengan menggabungkan berbagai teknik dokumentasi terhadap sumber data yang sama yakni kolom komentar YouTube penelitian ini memastikan bahwa hasil yang diperoleh tidak bersifat sepihak atau sempit. Triangulasi teknik dokumentasi berfungsi untuk memperkuat validitas data, memberikan kedalaman analisis, serta menangkap kompleksitas Persepsi khalayak terhadap animasi dakwah *Culap Culip* secara lebih menyeluruh dan objektif.

G. Tahap Penelitian

1. Tahap Persiapan:

- a. Perumusan Masalah dan Tujuan Penelitian: Tahap ini melibatkan perumusan masalah penelitian yang spesifik mengenai Persepsi khalayak terhadap animasi dakwah "Culap Culip" di YouTube. Tujuan penelitian dirumuskan secara jelas dan terukur, misalnya untuk mengidentifikasi tema-tema utama dalam komentar, menganalisis sentimen khalayak, dan memahami persepsi mereka terhadap pesan dakwah yang disampaikan.
- b. Studi Literatur: Kajian literatur yang komprehensif dilakukan untuk memahami teori-teori yang relevan, seperti teori komunikasi, analisis konten, dan studi media sosial. Penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan animasi dakwah dan analisis sentimen di media sosial juga dikaji.
- c. Penentuan Metode Penelitian: Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis konten dipilih. Teknik pengumpulan data berupa pengambilan data komentar dari kolom komentar video "Culap Culip" di YouTube. Teknik analisis data, misalnya analisis tematik atau analisis sentimen, dijelaskan secara detail.
- d. Penentuan Kriteria dan Parameter Analisis: Kriteria dan parameter analisis ditentukan secara rinci. Misalnya, peneliti dapat menentukan kata kunci tertentu, frasa, atau emosi yang akan dicari dalam komentar untuk mengidentifikasi tema dan sentimen.

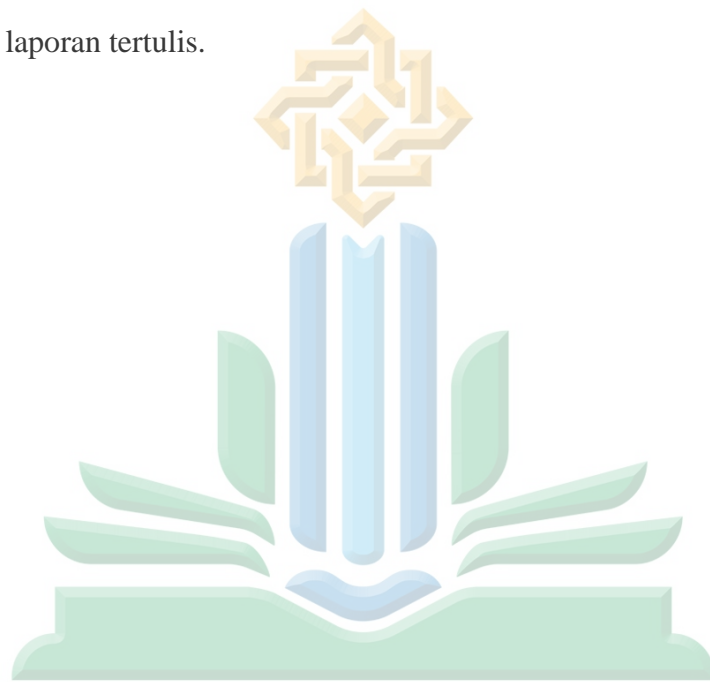
2. Tahap Analisis Data:

- a. Pengumpulan Data: Data berupa komentar dari kolom komentar video "Culap Culip" di YouTube dikumpulkan. Strategi pengumpulan data, misalnya periode pengumpulan data dan jumlah komentar yang akan dianalisis, dijelaskan secara detail.
- b. Pembersihan Data (Data Cleaning): Data yang dikumpulkan dibersihkan dari komentar yang tidak relevan, spam, atau duplikat. Proses pembersihan data ini didokumentasikan dengan jelas.
- c. Pengkodean Data: Komentar dikodekan berdasarkan tema, sentimen (positif, negatif, netral), dan aspek-aspek lain yang relevan dengan tujuan penelitian. Sistem pengkodean yang digunakan dijelaskan secara rinci.

3. Tahap Penyajian dan Pelaporan:

- a. Penyusunan Laporan: Hasil analisis data disusun dalam bentuk laporan penelitian yang sistematis dan terstruktur. Laporan meliputi pendahuluan, tinjauan pustaka, metodologi, hasil penelitian, pembahasan, kesimpulan, dan saran.
- b. Visualisasi Data: Data penelitian disajikan dalam bentuk visual, misalnya tabel, grafik, atau diagram, untuk memudahkan pemahaman.
- c. Interpretasi Hasil: Hasil penelitian diinterpretasikan dan dikaitkan dengan kerangka teoritis yang telah dijelaskan sebelumnya. Implikasi dari temuan penelitian juga dibahas.

- d. Kesimpulan dan Saran: Kesimpulan penelitian dirumuskan secara ringkas dan jelas. Saran-saran untuk penelitian selanjutnya atau untuk pengembangan animasi dakwah "Culap Culip" juga diberikan.
- e. Penyebaran Laporan: Laporan penelitian disebarluaskan melalui media yang sesuai, misalnya publikasi ilmiah, presentasi, atau laporan tertulis.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Profil Animasi Culap Culip

Culap Culip merupakan sebuah kanal YouTube bertema dakwah Islam yang hadir dengan pendekatan unik dan kekinian. Didirikan pada 28 Maret 2021, kanal ini menampilkan konten-konten bernuansa keislaman dengan memanfaatkan tren populer yang tengah ramai dibicarakan masyarakat, mulai dari tema hiburan, motivasi, hingga fenomena sosial, namun tetap dikemas dalam semangat dakwah yang membangun. Yang membedakan @Culap Culip dari kanal dakwah lainnya adalah metode penyampaian yang khas-menggunakan animasi sebagai media utama. Pendekatan visual ini tidak hanya memudahkan penonton untuk memahami pesan yang disampaikan, tetapi juga membuat materi dakwah terasa lebih hidup, ringan, dan menarik untuk semua kalangan, khususnya generasi muda.



Gambar 4. 2 Profil Animasi Culap Culip Sumber

<https://www.youtube.com/channel/UCIm4Qcba3o5se88Bp8JUS6A>

Hingga saat ini, kanal ini telah memiliki sekitar 1,79 juta pelanggan (subscribers) dan menyajikan lebih dari 500 video yang terbagi ke dalam berbagai kategori seperti animasi Ramadhan, animasi Islami, hiburan Islami, hingga video motivasi bertema spiritual.

Salah satu ciri khas yang paling menonjol dari kanal ini adalah kehadiran dua karakter animasi malaikat kecil yang lucu dan menggemaskan, bernama Culap dan Culip. Dalam setiap episodenya, mereka hadir sebagai tokoh pengingat umat, menyampaikan nasihat dan teguran kebaikan dengan cara yang ringan namun menyentuh.

Dengan jumlah penonton yang mencapai ratusan ribu hingga jutaan views per video, Culap Culip berhasil menjadi salah satu kanal dakwah berbasis animasi yang konsisten memberikan nilai-nilai kebaikan dalam bentuk yang mudah dicerna dan menyenangkan untuk ditonton.¹⁷

Sosok di balik kesuksesan animasi Culap Culip adalah Sugiyono, yang akrab dikenal dengan sebutan Cak Sugik. Ia merupakan kreator asal Lamongan, Jawa Timur, yang berhasil membawa animasi lokal ini dikenal luas oleh masyarakat. Awalnya, *Culap Culip* dibuat hanya sebagai percobaan dengan menghadirkan konten kartun yang bersifat hiburan semata. Namun, ketika muncul ide kreatif untuk menghadirkan animasi bertema Islami, respon dari penonton sangat positif. Banyak yang menyukai pendekatan baru tersebut, hingga akhirnya Cak Sugik memutuskan untuk memfokuskan Culap Culip pada tema dakwah Islami.

¹⁷ Nazia Azahra Koto, *Analisis Konten Dakwah Melalui Media Sosial Tik-Tok Pada Akun @Culapculip*

Nama *Culap Culip* pada mulanya dipakai sebagai identitas untuk seluruh kanal media sosial miliknya. Namun, seiring perubahan konsep ke arah dakwah, nama tersebut kemudian diangkat menjadi tokoh utama dalam animasinya. Menariknya, seluruh proses produksi animasi ini dikerjakan sendiri oleh Cak Sugik, tanpa bantuan karyawan ataupun tim produksi. Ia mengelola seluruh proses kreatif secara mandiri.¹⁸

Akun Youtube Culap Culip tidak membatasi jumlah video per bulan saat mengunggah konten Islami. Tema Dakwah dari akun Youtube Culap Culip diambil dari tema saat ini, dengan menggunakan animasi agar para Mad'u yang menonton kontennya tidak mudah bosan dan dapat melihat apa saja yang ada di dalamnya dan dapat menggugah imajinasi anda. Menambahkan contoh dan dialog yang sesuai dengan pesan Dakwah dan realitas kehidupan¹⁹

Konten pada kanal YouTube Culap Culip memanfaatkan media animasi sebagai pendekatan yang kreatif sekaligus inovatif dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Penggunaan animasi ini menjadi daya tarik tersendiri, karena mampu menjangkau berbagai kalangan, mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Keunikan ini menjadikan konten dakwah Culap Culip relevan untuk dijadikan objek kajian dalam penelitian skripsi. Penyampaian pesan religius melalui animasi tidak hanya membuat dakwah terasa lebih ringan dan mudah dipahami, tetapi juga

¹⁸ Febrilia Nurlaili, Strategi Produksi Animasi Dakwah Akun Tiktok @Culapculip Dalam Mempertahankan Personal Branding

¹⁹ Nazia Azahra Koto, Analisis Konten Dakwah Melalui Media Sosial Tik-Tok Pada Akun @Culapculip, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro 1445h/2024m

memberikan identitas khas bagi akun tersebut di antara banyaknya konten dakwah di platform digital.

Akun YouTube Culap Culip menyajikan berbagai konten animasi dakwah yang mengangkat beragam isu dalam ajaran Islam, yang sumbernya berasal dari Qiyas, Ijma', Hadis, serta ayat-ayat Al-Qur'an. Keunikan dari akun ini terletak pada gaya penyampaian yang ringan dan menarik terkadang diselingi unsur humor yang membuatnya mudah diakses oleh berbagai kalangan, khususnya generasi muda.

Setiap video memiliki karakter animasi yang berbeda-beda dan menyampaikan pesan dakwah yang sesuai dengan tema yang diangkat. Beberapa konten secara khusus membahas kehidupan generasi milenial, seperti penerapan hukum Islam dalam keseharian, pentingnya introspeksi diri (muhasabah), serta penilaian terhadap amal baik dan buruk dalam kehidupan sehari-hari.

Melalui pendekatan visual yang atraktif, akun ini tidak hanya menyampaikan pesan secara informatif, tetapi juga mendorong audiens untuk melakukan perubahan diri ke arah yang lebih baik. Dengan demikian, YouTube berperan sebagai media komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan dakwah secara luas dan kontekstual.

2. Karakter Tokoh Utama Animasi Culap Culip

- a. **Culap**, Culap digambarkan menyerupai malaikat yang membawa pesan-pesan kebaikan. Ia tampil dengan busana berwarna hijau, yang secara simbolis merepresentasikan kelembutan, kedamaian, dan

ketenangan dalam menyampaikan nasihat kepada manusia. Karakter Culap selalu hadir dalam setiap episode bersama rekannya, Culip. Keduanya muncul dengan cara yang unik, yakni melayang turun dari berbagai arah untuk menemui tokoh-tokoh manusia dalam cerita. Biasanya, mereka mendatangi orang-orang yang melakukan pelanggaran atau menjalankan ajaran Islam tanpa memahami nilai dan keutamaannya secara mendalam.

Salah satu ciri khas Culap adalah gaya bicaranya yang tenang dan lembut. Ia digambarkan sebagai pribadi yang penuh kesabaran dan tidak mudah tersulut emosi. Karakter ini menjadi simbol penyampaian dakwah yang santun, mengajarkan bahwa nasihat pun bisa disampaikan dengan kasih sayang dan ketenangan.

- b. **Culip**, Culip merupakan salah satu karakter utama dalam animasi dakwah Culap Culip, yang digambarkan memiliki peran serupa dengan malaikat. Ia tampil dengan pakaian berwarna merah, yang secara simbolis merepresentasikan ketegasan dan keberanian dalam menyampaikan kebenaran. Dalam setiap episode yang ditayangkan di kanal YouTube Culap Culip, Culip selalu hadir bersama Culap. Keduanya melayang turun dari arah mana pun untuk menemui tokoh-tokoh manusia yang menjadi figur cerita baik mereka yang melakukan kesalahan maupun yang menjalankan ajaran Islam namun belum memahami nilai dan keutamaannya secara utuh. Culip memiliki ciri khas dalam gaya berkomunikasi: nada suaranya tinggi, penuh

ketegasan, dan cenderung keras. Sifatnya digambarkan lebih emosional dibanding Culap, dan sering kali menunjukkan ekspresi marah saat menyampaikan pesan dakwah. Karakter ini mencerminkan pendekatan dakwah yang lebih langsung dan tanpa basa-basi, sebagai penyeimbang dari karakter Culap yang lembut dan menenangkan.²⁰

c. Visi Misi Channel Culap Culip

- 1) Visi, Menjadikan channel Culap Culip menjadi sarana dakwah yang sederhana dan menarik
- 2) Misi, Menjalankan peran dakwah dengan membina, mengarahkan, dan membentuk individu, terutama untuk pemilik dan khalayak umum channel Culap Culip.

B. Penyajian Data dan Analisis

Analisis ini meneliti komentar pada video youtube Culap Culip berjudul “*Dosa dan Azab Zina di Akhirat (Dalam Tungku Api Neraka)*,” yang di unggah pada 13 Desember 2021. Komentar ini dikategorikan menjadi tiga jenis positif (mengungkapkan apresiasi, dukungan, atau emosi positif), negatif (mengungkapkan kritik, ketidakpuasan, atau emosi negatif), dan netral (komentar yang tidak menunjukkan sentimen positif atau negatif yang signifikan).

1. Persepsi Khalayak terhadap Animasi Dakwah Culap Culip

Fokus utama pembahasan ini dibagi menjadi tiga, yaitu *persepsi positif, persepsi negatif, serta saran dan kritik dari khalayak*. Dalam sub-

²⁰ Dr. H. Muhammad Ishaq, S.Ag.M.Ag. pesan dakwah dalam animasi culap culip di youtube, Jurnal Kajian Agama dan Multikulturalisme Indonesia

tema pertama, yaitu persepsi positif, banyak khalayak menilai bahwa animasi Culap Culip merupakan inovasi kreatif dalam menyampaikan pesan dakwah, terutama kepada kalangan anak-anak dan remaja. Karakter yang lucu, jalan cerita yang ringan namun sarat makna, serta tampilan visual yang menarik menjadikan animasi ini lebih mudah diterima dibandingkan metode dakwah konvensional. Beberapa informan menyebutkan bahwa animasi ini berhasil menjembatani kesenjangan antara generasi muda dengan nilai-nilai keislaman melalui pendekatan yang kekinian dan tidak menggurui.

Namun demikian, tidak semua tanggapan bersifat positif yaitu persepsi negatif, terdapat sebagian khalayak yang merasa bahwa penyampaian pesan dalam Culap Culip masih kurang mendalam. Beberapa pihak menganggap bahwa animasi ini terlalu sederhana dan tidak cukup menggali aspek teologis secara utuh. Ada pula kritik terhadap kualitas suara dan alur cerita yang dinilai perlu pengembangan lebih lanjut agar tidak terkesan monoton atau berulang. Selain itu, sebagian khalayak dari kalangan dewasa merasa bahwa konten Culap Culip terlalu berfokus pada segmen usia muda dan belum mampu menjangkau semua lapisan masyarakat secara merata.

Pembahasan pada saran dan kritik yang membangun dari para penonton. Beberapa masukan yang sering muncul antara lain adalah harapan agar Cak Sugik sebagai kreator memperluas cakupan tema dakwah agar mencakup isu-isu sosial kontemporer yang relevan dengan

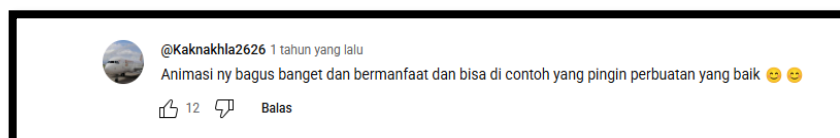
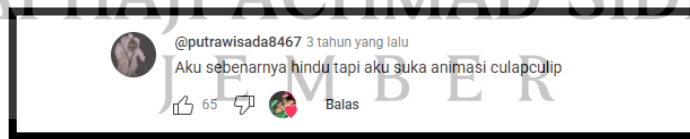
kehidupan sehari-hari. Selain itu, khalayak juga menyarankan agar kualitas produksi, baik dari sisi animasi maupun audio, dapat ditingkatkan agar lebih kompetitif dengan konten digital sejenis yang telah lebih dahulu populer. Tidak sedikit pula yang berharap agar Culap Culip dapat berkolaborasi dengan tokoh-tokoh ustaz atau publik figur Muslim untuk memperluas jangkauan dakwahnya.

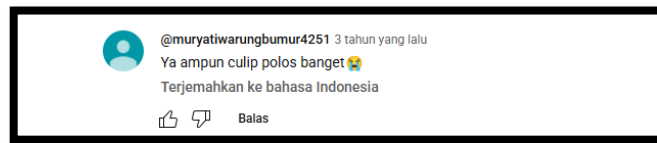
a. Persepsi Positif Khalayak Terhadap Animasi Culap Culip

Analisis data menunjukkan adanya persepsi positif yang signifikan dari khalayak terhadap animasi dakwah “Culap Culip”. Hal ini tercermin dari berbagai aspek yang diapresiasi oleh responden, baik terkait konten, penyajian, maupun dampaknya. Secara umum, persepsi positif ini dapat dikategorikan ke dalam beberapa tema utama berikut:

1) Karakter yang Menarik dan Relatable

Responden banyak memuji karakter-karakter dalam animasi Culap Culip yang dianggap lucu, ramah, dan mudah diingat. Karakter-karakter ini dinilai mampu membangun koneksi emosional dengan penonton.





Gambar 4. 3 Respon " Karakter yang Menarik dan Relatable sumber

<https://www.youtube.com/channel/UCIm4Qcba3o5se88Bp8JUS6A>

Hal ini menunjukkan keberhasilan desain karakter dalam menarik perhatian dan membangun engagement dengan target audiens. Karakter yang relatable juga memudahkan anak-anak untuk memahami dan menghayati pesan moral yang disampaikan.

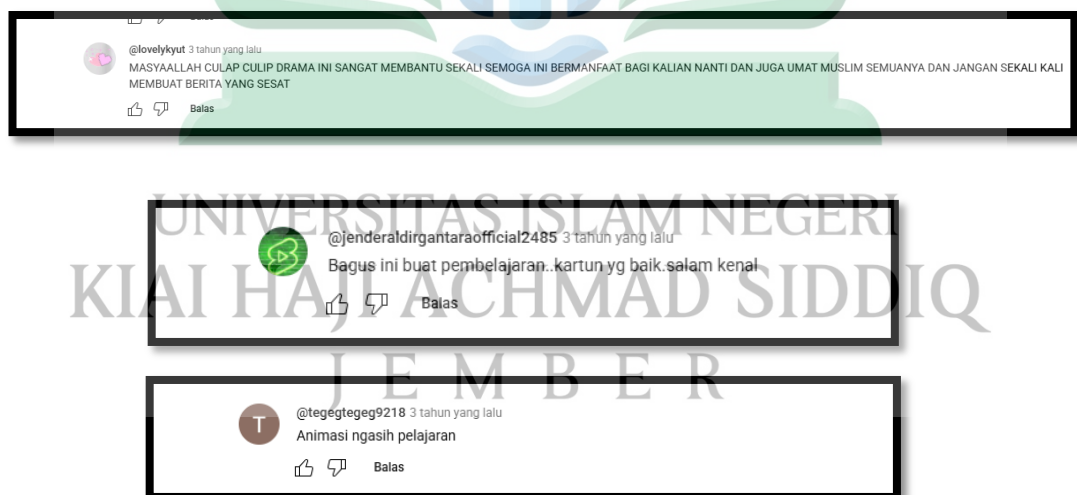
Dominant Reading, Dalam kasus karakter Culap Culip, pencipta mendesain karakter dengan sifat lucu, ramah, dan mudah diingat agar dapat menarik perhatian target audiens (anak-anak dan remaja) serta menjadikan pesan moral tentang dosa dan azab zina lebih mudah diterima. Mereka melihat karakter sebagai media penghubung antara diri mereka dengan nilai-nilai keislaman, sehingga pesan tentang pentingnya menghindari zina dapat diserap dengan lancar tanpa terasa menggurui.

Negotiated Reading, negosiasi terlihat pada perbedaan pandangan antara anak-anak dan remaja. Seorang anak mungkin melihat karakter sebagai teman ceria yang memberitahu apa yang benar dan salah, sedangkan remaja melihatnya sebagai representasi cara berbicara yang kekinian dan tidak kaku. Meskipun kedua penafsiran ini berbeda dalam cara memahami peran karakter, keduanya masih mengakui bahwa karakter tersebut membantu mereka memahami pesan moral.

Oppositional Reading, penafsiran oppositional dapat terlihat pada sebagian audiens dewasa yang lebih konservatif. Mereka berpendapat bahwa karakter yang terlalu lucu dan ramah malah mengurangi keseriusan pesan tentang azab zina tema yang dianggap sensitif dan berat. Beberapa di antaranya menyatakan, "Karakter terlalu ceria, seolah-olah tema zina itu ringan dan tidak berdampak parah.

2) Cerita yang Menarik dan Mengajak Berpikir

Banyak responden yang mengapresiasi cerita-cerita yang disajikan dalam animasi Culap Culip. Cerita-cerita tersebut dinilai menarik, mudah dipahami, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Beberapa responden menyebutkan bahwa cerita-cerita tersebut mengajarkan nilai-nilai moral dan agama secara implisit, tanpa terkesan menggurui.



Gambar 4. 4 Respon "Cerita yang Menarik dan Mengajak Berpikir" sumber

<https://www.youtube.com/channel/UCIm4Qcba3o5se88Bp8JUS6A>

Hal ini menunjukkan keberhasilan Culap Culip dalam menyajikan pesan dakwah secara kreatif dan menghibur.

Dominant Reading, Dari data, banyak responden mengapresiasi cerita sebagai "menarik, mudah dipahami, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Mereka juga menyatakan bahwa cerita "mengajarkan nilai-nilai moral dan agama secara halus" tanpa membuat mereka merasa digurui.

Negotiated Reading, Beberapa responden melihat cerita sebagai pembelajaran tentang bagaimana menghadapi masalah sehari-hari dengan nilai agama (misalnya, cerita tentang zina diartikan sebagai cara menghindari kesalahan dalam hubungan).

Oppositional Reading, sebagian kecil responden menyatakan bahwa cerita yang "mudah dipahami" dan "relevan sehari-hari" malah terlalu sederhana dan tidak mampu menggali aspek teologis atau konsekuensi yang mendalam dari tema yang disampaikan (misalnya, tema zina hanya dibahas secara permukaan tanpa menjelaskan dasar teologisnya).

3) Kesadaran Moral dan Spritual

Komentar ini mencerminkan pemahaman yang baik terhadap nilai-nilai moral dalam ajaran Islam dan menunjukkan sikap peduli terhadap penyebaran kebaikan. Komentar ini menunjukkan bahwa pexnulis telah menginternalisasi nilai-nilai Islam, khususnya dalam hal menjaga diri dari perbuatan zina, dan ingin berbagi nilai tersebut dengan orang lain.

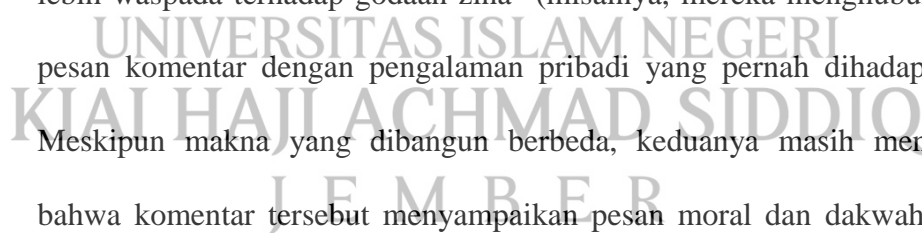


@devinaofficial7795 3 tahun yang lalu

Ajaran agama Islam secara tegas melarang perbuatan dosa yang bernama zina. Sejumlah ayat maupun sabda Rasulullah SAW pun telah berulang kali mengingatkan hukuman dan ancaman zina bagi para pelakunya. Artinya: "Dan janganlah kamu mendekati zina, sesungguhnya zina adalah suatu perbuatan yang keji."

Terjemahkan ke bahasa Indonesia

👍 1 🗨️ Balas



Oppositional Reading, sebagian kecil audiens menyatakan bahwa komentar yang "menasihati berdasarkan Al-Qur'an" malah terlalu fokus pada larangan zina tanpa membahas aspek positif hubungan yang sehat dalam Islam. Contoh kutipan audiens yang melakukan penafsiran ini:

menginterpretasikannya sebagai bukti pemahaman yang baik tentang ajaran Islam dan dakwah yang konstruktif. Mereka menyetujui bahwa komentar tersebut meningkatkan kesadaran tentang pentingnya menghindari zina dengan cara yang lembut dan berdasar kitab suci.

lebih waspada terhadap godaan zina" (misalnya, mereka menghubungkan pesan komentar dengan pengalaman pribadi yang pernah dihadapinya). Meskipun makna yang dibangun berbeda, keduanya masih mengakui bahwa komentar tersebut menyampaikan pesan moral dan dakwah yang berharga.

komentar yang "menasihati berdasarkan Al-Qur'an" malah terlalu fokus pada larangan zina tanpa membahas aspek positif hubungan yang sehat dalam Islam. Contoh kutipan audiens yang melakukan penafsiran ini:

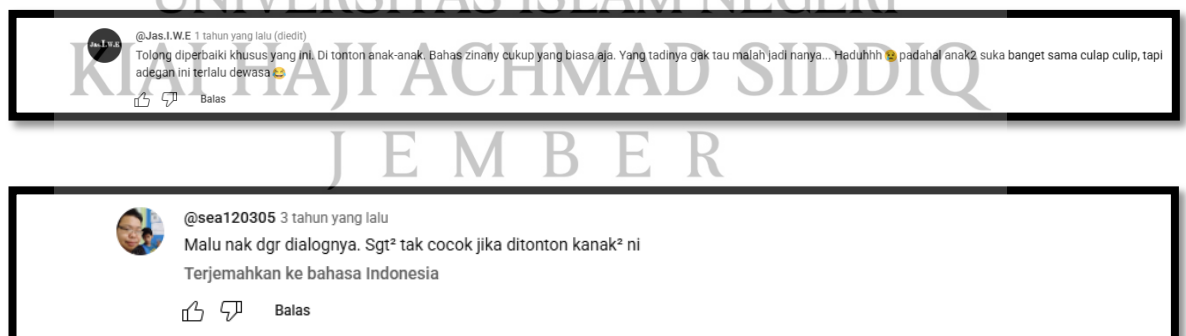
"Komentar cuma ngingetin 'jangan zina' tapi gak ngomong bagaimana membangun hubungan yang baik sesuai Islam seolah-olah ajaran Islam cuma tentang larangan.

b. Persepsi Negatif Khalayak terhadap Animasi Dakwah Culap Culip

Kritik dan masukan negatif sering kali berakar pada ketidaksesuaian antara harapan responden dan kenyataan yang mereka hadapi. Misalnya, aspek pelayanan, komunikasi, teknis, atau implementasi yang tidak optimal. Untuk mempermudah analisis dan merumuskan langkah tindak lanjut, kritik-kritik tersebut perlu dikategorikan ke dalam tema-tema utama.

1) Kualitas Animasi yang Belum Optimal

Beberapa responden juga memberikan kritik terhadap kualitas animasi yang masih dianggap kurang optimal. Hal ini mencakup berbagai aspek, seperti kualitas gambar, suara, dan efek visual.



Gambar 4. 6 Respon " Kualitas Animasi yang Belum Optimal" sumber

<https://www.youtube.com/channel/UCIm4Qcba3o5se88Bp8JUS6A>

Responden merasa bahwa ilustrasi dan bahasa visual yang digunakan dalam episode tersebut terlalu eksplisit dan tidak pantas

ditonton oleh anak-anak. Mengingat animasi umumnya diasosiasikan sebagai tontonan untuk semua umur, penggunaan visual yang menggambarkan tema zina secara frontal dianggap tidak mendidik dan dapat memberikan dampak negatif bagi anak atau remaja yang menontonnya tanpa bimbingan orang dewasa.

Dominant Reading, sebagian besar audiens yang membaca atau mengungkapkan kritik ini menginterpretasikannya sebagai "masukan konstruktif yang relevan. Mereka menyetujui bahwa Kualitas animasi yang kurang membuat konten terlihat kurang profesional.

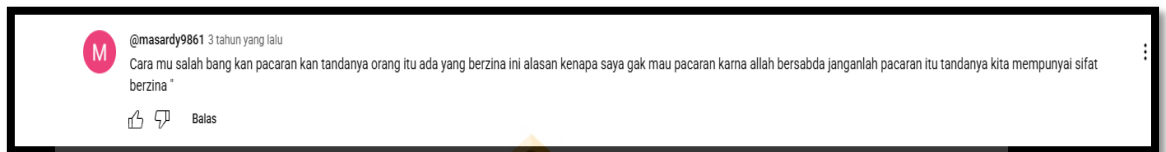
Negotiated Reading, Beberapa audiens melihat kritik sebagai "peringatan untuk menambahkan label usia pada konten" meskipun mereka menerima visual terlalu eksplisit, mereka menambahkan bahwa "jika ada label 'hanya untuk dewasa/remaja dengan bimbingan, konten tersebut masih dapat disampaikan dengan cara yang efektif.

Oppositional Reading, Berdasarkan data, sebagian kecil audiens menyatakan bahwa kedua bentuk kritik tersebut adalah hal yang tidak perlu dan tidak memahami tujuan dakwah. Contoh kutipan audiens yang melakukan penafsiran ini "Visual yang eksplisit diperlukan agar anak-anak dan remaja memahami konsekuensi dari zina secara jelas. Jika terlalu samar-samar, pesannya tidak akan berdampak".

2) Resiko Salah Tafsir oleh Penonton yang Belum Dewasa

Kekhawatiran lain muncul dari potensi kesalah pahaman dalam menerima pesan moral yang ingin disampaikan. Penonton yang belum

cukup dewasa atau belum mendapat pendidikan agama yang baik bisa saja menangkap isi dakwah secara keliru, bahkan bisa menjadi penasaran terhadap isu zina itu sendiri.



Gambar 4. 7 Respon "Resiko Salah Tafsir oleh Penonton yang Belum Dewasa

<https://www.youtube.com/channel/UCIm4Qcba3o5se88Bp8JUS6A>

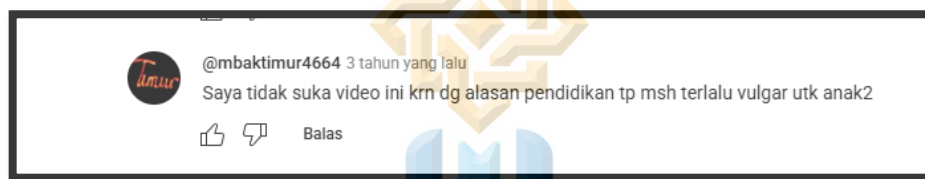
Dominant Reading, Berdasarkan data, sebagian besar audiens yang membaca atau mengungkapkan kekhawatiran ini menginterpretasikannya sebagai "peringatan yang relevan dan penting. Mereka menyetujui bahwa Anak-anak yang belum paham akan konteks agama bisa saja hanya melihat 'zina' sebagai sesuatu yang 'dibahas' dan menjadi penasaran tanpa memahami kenapa itu dosa.

Negotiated Reading, Beberapa audiens melihat kekhawatiran sebagai "alasan untuk menambahkan bimbingan orang dewasa saat menonton" meskipun mereka menerima risiko salah tafsir, mereka menambahkan bahwa dengan bimbingan orang tua atau guru agama, pesan dapat diterima dengan benar dan tidak menimbulkan penasaran negatif

Oppositional Reading, Animasi ini menyampaikan pesan dengan cara yang sederhana dan jelas anak-anak tidak akan salah paham kecuali tidak ada yang menjelaskan. Kekhawatiran ini cuma membuat konten terlihat seperti sesuatu yang buruk.

3) Ketidaksesuaian antara Tujuan dan Penyampaian

Ketidaksesuaian antara tujuan dan penyampaian merujuk pada kondisi di mana niat awal atau maksud dari suatu konten dalam hal ini dakwah atau pendidikan tidak tercermin secara tepat dalam cara konten tersebut disampaikan. Akibatnya, pesan yang ingin disampaikan menjadi bias, tidak efektif, bahkan bisa disalahpahami oleh audiens.



Gambar 4. 8 Respon "Ketidaksesuaian antara Tujuan dan Penyampaian"

<https://www.youtube.com/channel/UCIm4Qcba3o5se88Bp8JUS6A>

Tujuan dari episode ini secara eksplisit adalah untuk mendidik dan memberikan pemahaman moral keislaman kepada masyarakat mengenai bahaya zina. Namun, sebagian khalayak merasa bahwa cara penyampaian pesan tersebut melalui visualisasi, dialog, atau humor yang dianggap vulgar atau tidak sensitive malah bertolak belakang dengan tujuan edukatifnya.

Dominant Reading, Berdasarkan data, sebagian besar audiens yang membaca atau mengungkapkan kritikan ini menginterpretasikannya sebagai pengamatan yang akurat dan konstruktif. Mereka menyetujui bahwa Tujuan mendidik tentang bahaya zina bagus, tapi visual yang vulgar malah membuat konten terlihat tidak pantas dengan nilai Islam yang ingin disampaikan.

Negotiated Reading, Beberapa audiens melihat ketidaksesuaian sebagai "kebutuhan untuk menyesuaikan penyampaian sesuai target audiens" meskipun mereka menerima bahwa penyampaian kurang sesuai tujuan, mereka menambahkan bahwa jika visual/humor disesuaikan agar lebih sensitif, tujuan mendidik masih bisa tercapai tanpa mengorbankan daya tarik konten.

Oppositional Reading, Tujuan mendidik sudah tercapai karena banyak orang yang memahami bahaya zina setelah menonton. Kritikan tentang penyampaian cuma terlalu peka dan tidak membantu perkembangan dakwah kekinian.

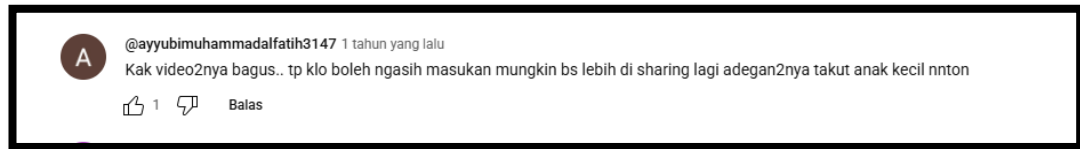
c. **Saran dan Kritik Khalayak terhadap Animasi Dakwah Culap Culip**

Animasi dakwah Culap Culip merupakan salah satu bentuk inovasi dalam penyampaian pesan moral dan agama Islam kepada masyarakat, khususnya generasi muda. Dengan pendekatan visual yang menarik dan gaya komunikasi yang ringan, animasi ini berusaha menjembatani pesan-pesan keislaman agar lebih mudah dipahami dan diterima. Meskipun mendapat banyak apresiasi, animasi ini juga tidak luput dari kritik dan saran yang disampaikan oleh khalayak.

1) Penyesuaian usia Audiens

Khalayak menyarankan agar kualitas adegan animasi ditingkatkan agar lebih nyaman ditonton dan terlihat profesional. Beberapa penonton menyarankan agar tema-tema berat seperti zina, dosa, dan neraka

disampaikan dengan cara yang lebih bijak, lembut, dan tidak menakutkan, agar tidak menimbulkan trauma, terutama pada anak-anak.



Gambar 4. 9 Respon "Penyesuaian Usia Audiens" sumber

<https://www.youtube.com/channel/UCIm4Qcba3o5se88Bp8JUS6A>

Beberapa responden menyatakan bahwa visual atau dialog dalam episode tertentu dirasa terlalu eksplisit dan tidak ramah anak. Hal ini memicu kekhawatiran bahwa anak-anak bisa salah paham atau terpapar konten yang belum sesuai usia mereka.

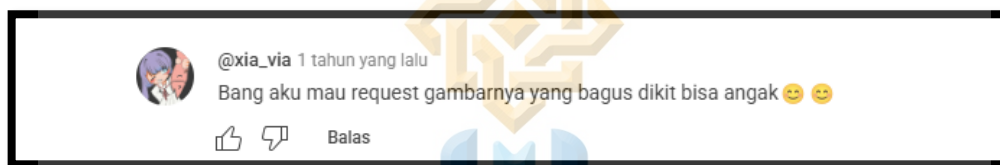
Dominant Reading, Berdasarkan data, sebagian besar audiens yang membaca atau mengungkapkan saran ini menginterpretasikannya sebagai "masukan yang praktis dan peduli terhadap kesejahteraan anak-anak.

Negotiated Reading, Beberapa audiens melihat saran sebagai "alasan untuk membuat versi konten yang berbeda sesuai usia" meskipun mereka menerima penyampaian perlu disesuaikan, mereka menambahkan bahwa "bisa ada versi untuk anak-anak (lebih lembut) dan versi untuk remaja/dewasa (lebih mendalam) agar semua audiens terpenuhi.

Oppositional Reading, sebagian kecil audiens menyatakan bahwa saran penyesuaian usia adalah "hal yang berlebihan dan mengurangi efektivitas pesan dakwah.

2) Peningkatan Kualitas Visual

Komentar ini bukan merupakan kritik tajam, melainkan lebih kepada permintaan atau harapan agar kualitas gambar (visual/animasi) dalam video ditingkatkan. Kata “gambaranya yang bagus dikit” menunjukkan bahwa khalayak menginginkan peningkatan kualitas visual, agar tampilannya lebih menarik dan enak dipandang.



Gambar 4. 10 Respon " Peningkatan Kualitas Visual" sumber

<https://www.youtube.com/channel/UCIm4Qcba3o5se88Bp8JUS6A>

Tingginya perhatian audiens terhadap kualitas konten dakwah, selain substansi pesan, estetika dan teknis visual juga menjadi aspek penting yang dapat memengaruhi efektivitas penyampaian dakwah. Maka dari itu, pengelola konten dakwah perlu membuka ruang untuk menerima dan mengolah masukan seperti ini demi peningkatan kualitas di masa mendatang.

Dominant Reading, Komentar berhasil mencapai tujuan penulismenyampaikan harapan peningkatan visual dan mendapatkan penerimaan sebagai masukan yang relevan yang mendukung peningkatan kualitas konten dakwah.

Negotiated Reading, Beberapa audiens melihat komentar sebagai alasan untuk memprioritaskan peningkatan visual tanpa mengorbankan substansi meskipun mereka menerima kebutuhan peningkatan visual, mereka

menambahkan bahwa pesan dakwah yang jelas harus tetap menjadi prioritas utama, sedangkan visual sebagai penunjang.

Oppositional Reading, audiens ini menganggap komentar tersebut tidak memprioritaskan substansi pesan dakwah dan tidak memahami keterbatasan yang mungkin dihadapi kreator, yang bertentangan dengan tujuan penulis komentar yang ingin meningkatkan efektivitas penyampaian melalui visual yang lebih baik.

C. Pembahasan Temuan

Penelitian dengan judul *Persepsi Khalayak Terhadap Konten Animasi Dakwah Islam Pada Video Dosa Dan Azab Zina Dalam Tungku Api Neraka Di Platform Youtube Akun Culap Culip* menunjukkan bagaimana khalayak memandang animasi dakwah ini" dapat secara langsung dikaitkan dengan pendekatan teori encoding/decoding dari Stuart Hall serta kerangka reception analysis, yang menjadi fondasi utama dalam kajian budaya kontemporer dan studi komunikasi khalayak.

Encoding Proses Produksi Makna oleh Kreator Video Dalam konteks teori Stuart Hall, "*encoding*" merujuk pada bagaimana makna suatu teks media dalam hal ini, video animasi dakwah dari kanal YouTube *Culap Culip* dikonstruksi oleh pembuat konten. Pesan yang dikodekan dalam video tersebut terutama tentang dosa dan azab zina serta gambaran kehidupan akhirat dalam narasi keagamaan dimasukkan ke dalam bentuk visual, naratif, dan simbolik melalui animasi, suara, dan narasi teks.

Video ini, sebagai produk media, tidak netral, melainkan sarat akan nilai-nilai dan ideologi tertentu dalam hal ini, nilai-nilai Islam konservatif,

pesan moral, serta peringatan terhadap perilaku menyimpang. Pesan ini dirancang dengan kerangka ideologis tertentu untuk mempengaruhi pemahaman dan perilaku khalayak.

Decoding Proses Penafsiran oleh Khalayak dalam Komentar YouTube. Pada tahap decoding, khalayak yang menonton video tidak serta-merta menerima pesan sebagaimana dimaksud oleh pembuatnya. Di sinilah teori Hall menunjukkan kekuatannya, makna bersifat tidak tetap dan terbuka untuk ditafsirkan secara berbeda oleh audiens berdasarkan latar belakang sosial, budaya, ideologis, serta pengalaman personal mereka.

Melalui analisis terhadap komentar-komentar di video tersebut, peneliti dapat mengidentifikasi berbagai jenis *decoding* yang dilakukan oleh audiens, diantara yaitu :

Dominant-Hegemonic Reading, Beberapa penonton mungkin menerima sepenuhnya isi pesan video, menyetujui pesan moral dan keagamaan yang dikandungnya. Komentar seperti “Subhanallah, semoga kita terhindar dari perbuatan zina” mencerminkan penerimaan makna secara dominan.

Negotiated Reading, Ada juga penonton yang setuju dengan inti pesan dakwah, namun mengkritik cara penyampaian, misalnya menyebutkan bahwa penggunaan animasi api neraka terlalu menakutkan atau tidak cocok untuk semua umur.

Oppositional Reading, Penonton lain mungkin menolak pesan video, baik karena tidak setuju dengan pendekatan dakwah yang bersifat menakut-

nakuti, atau karena menilai bahwa pesan yang disampaikan terlalu ekstrem atau tidak mencerminkan pemahaman agama yang moderat.

Penelitian ini juga sejalan dengan pendekatan *reception analysis* (analisis penerimaan), yang fokus utamanya adalah pada pengalaman, interpretasi, dan reaksi khalayak terhadap teks media. Analisis komentar YouTube adalah bentuk nyata dari kajian resepsi, di mana peneliti dapat mengamati interaksi nyata khalayak dengan teks dalam konteks digital.

Reception analysis menekankan bahwa teks media tidak memiliki makna tunggal, dan makna tersebut dibentuk secara aktif oleh audiens melalui proses sosial dan budaya mereka. Di sinilah komentar-komentar penonton menjadi sumber data yang penting untuk memahami bagaimana pesan-pesan dakwah diinterpretasikan, dipahami, dikritik, atau bahkan ditolak.

Dalam kasus ini komentar YouTube menjadi lokasi diskursif di mana makna teks dakwah dinegosiasikan dan dikonstruksi ulang oleh khalayak. Peneliti bertindak sebagai pengamat dalam “komunitas interpretatif” yang terbentuk secara digital melalui platform YouTube.

1. Persepsi Khalayak terhadap Animasi Dakwah Culap Culip

a. Persepsi Positif Khalayak

Temuan menemukan bahwa banyaknya khalayak yang menunjukkan apresiasi, dukungan, dan penilaian baik terhadap suatu konten. Dalam konteks ini, persepsi positif mengacu pada komentar dan

reaksi audiens yang menilai bahwa animasi *Culap Culip* telah berhasil menyampaikan pesan dakwah secara efektif, menarik, dan relevan.

1) Karakter yang Menarik dan Relatable

Karakter-karakter lucu dan mudah diingat membantu membangun koneksi emosional dengan penonton. Hal ini membuat pesan moral lebih mudah diterima dan diinternalisasi anak-anak, sesuai dengan analisis pada kategori. (lihat pada Gambar 4.2)

2) Cerita yang Menarik dan Mengajak Berpikir

Responden menyebut cerita di *Culap Culip* relevan dengan kehidupan sehari-hari, tidak menggurui, dan mengajarkan nilai agama secara implisit. Ini menjadi indikator bahwa pendekatan storytelling *Culap Culip* efektif untuk menarik perhatian dan menyampaikan nilai moral. (lihat pada Gambar 4.3)

3) Kesadaran Moral dan Spiritual

Beberapa komentar menunjukkan bahwa penonton tidak hanya terhibur tetapi juga terinspirasi untuk lebih menjaga diri dari perbuatan dosa. Ini menunjukkan keberhasilan konten dalam menumbuhkan kesadaran moral di kalangan audiens muda. (lihat pada Gambar 4.4)

Temuan tentang persepsi positif khalayak terhadap animasi dakwah *Culap Culip* menegaskan bahwa program ini telah berhasil menjadi salah satu bentuk dakwah yang modern, adaptif, dan efektif di era digital. Dengan gaya penyampaian yang menyenangkan, mudah dipahami, dan sesuai dengan karakteristik media sosial, *Culap Culip* menjadi bukti

nyata bahwa pesan keislaman dapat dikomunikasikan dengan cara yang kreatif tanpa kehilangan esensi moral dan spiritualnya

b. Persepsi Negatif Khalayak

Meskipun animasi dakwah Culap Culip memperoleh banyak apresiasi dari khalayak, tetap terdapat sejumlah komentar yang mengungkapkan kritik, ketidakpuasan, dan kekhawatiran terhadap beberapa aspek dalam konten tersebut. Persepsi negatif ini menjadi penting untuk dianalisis karena menunjukkan adanya celah antara ekspektasi khalayak dan realisasi penyampaian pesan dakwah yang dihadirkan dalam tayangan. Temuan ini menggarisbawahi perlunya pengelola konten dakwah untuk tidak hanya fokus pada keunggulan visual atau naratif, tetapi juga mempertimbangkan sensitivitas audiens, kesesuaian konten dengan usia penonton, serta kejelasan nilai-nilai yang ingin disampaikan.

1) Kualitas Animasi yang Belum Optimal

Responden menilai ilustrasi, kualitas gambar, dan suara masih kurang memadai, bahkan beberapa adegan dinilai terlalu vulgar untuk anak-anak. Hal ini menimbulkan kesan bahwa animasi dakwah justru bisa menimbulkan dampak negatif pada audiens yang belum dewasa. (lihat pada Gambar 4.5)

2) Resiko Salah Tafsir oleh Anak-anak

Meskipun niat dari video tersebut adalah untuk menyampaikan pesan moral dan memperingatkan tentang larangan

serta konsekuensi zina dalam Islam, sebagian khalayak menilai bahwa cara penyampaian yang digunakan baik secara verbal (melalui dialog) maupun visual (melalui adegan atau ilustrasi) terlalu langsung, eksplisit, dan tidak kontekstual untuk audiens usia dini. (lihat pada Gambar 4.6)

3) Tujuan dan Penyampaian

Walau tujuan video adalah mendidik, cara penyajian terkadang dengan humor atau visual yang kurang sensitive dinilai menimbulkan bias pesan. Ini menunjukkan adanya gap antara niat edukasi dengan implementasi yang tepat. (lihat pada Gambar 4.7)

Temuan ini menegaskan bahwa dalam era digital saat ini, di mana akses terhadap informasi dan media sangat terbuka, merancang konten dakwah tidak lagi hanya tentang *apa yang ingin disampaikan*, tetapi juga *bagaimana cara menyampaikannya* serta *kepada siapa pesan tersebut ditujukan*. Hal ini sangat krusial mengingat konten dakwah yang dipublikasikan secara terbuka, seperti di platform YouTube, akan menjangkau khalayak yang sangat beragam dari anak-anak, remaja, orang tua, hingga masyarakat umum dengan latar belakang pendidikan dan pemahaman agama yang berbeda-beda.

c. Saran dan Kritik yang Membangun

Dalam dinamika komunikasi digital, respons dari khalayak tidak hanya berhenti pada apresiasi (persepsi positif) atau kritik (persepsi

negatif), tetapi juga muncul dalam bentuk saran-saran yang mencerminkan partisipasi aktif penonton sebagai mitra dalam proses pengembangan konten. Temuan ini menunjukkan bahwa para penonton Culap Culip tidak hanya berperan sebagai penerima pesan dakwah, tetapi juga sebagai bagian dari komunitas yang peduli terhadap kualitas dan keberlanjutan dakwah itu sendiri.

1) Penyesuaian Usia Audiens

Banyak komentar menekankan perlunya penyesuaian konten dengan audiens, terutama saat mengangkat tema sensitif seperti zina. Hal ini bertujuan agar materi tetap mendidik namun ramah bagi penonton anak-anak dan remaja (lihat pada Gambar 4.8)

2) Peningkatan Kualitas Visual

Komentar seperti “gambaranya yang bagus dikit” menunjukkan keinginan agar animasi ditingkatkan secara teknis—mulai dari kejernihan gambar hingga keluwesan animasi—untuk menambah daya tarik konten (lihat pada Gambar 4.9)

3) Pengembangan Tema Dakwah

Mengangkat tema sosial kontemporer yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, seperti perundungan, media sosial, atau etika digital. Ini akan membuat konten lebih kontekstual dan mendekatkan dakwah dengan realitas generasi muda.

2. Peran Khalayak Terhadap Konten Animasi Dakwah Culap Culip

Salah satu temuan utama dalam analisis terhadap respons khalayak terhadap animasi dakwah Culap Culip adalah bahwa perhatian khalayak tidak hanya terfokus pada isi atau substansi pesan dakwah, tetapi juga pada cara penyajian konten tersebut secara visual, teknis, dan naratif. Artinya, estetika dan kualitas produksi telah menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dari dakwah digital modern.

a. Komentar Menyoroti Aspek Visual dan Naratif

Berbagai komentar yang dianalisis menunjukkan bahwa banyak penonton secara aktif mengomentari aspek-aspek teknis seperti Kualitas gambar/animasi, yang dinilai masih sederhana atau kurang halus, Kejelasan suara dan musik latar, yang kadang dianggap mengganggu atau kurang profesional, Alur cerita, yang terkadang dinilai terlalu berulang, terlalu berat untuk anak-anak, atau tidak cukup variatif.

Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman menonton yang nyaman dan berkualitas turut memengaruhi daya serap khalayak terhadap pesan dakwah. Bahkan, konten yang memiliki pesan bagus pun bisa gagal diterima apabila dikemas dengan cara yang membosankan atau kurang menarik.

b. Harapan akan Penyampaian yang Lebih Bijak dan Ramah Anak

Selain komentar teknis, banyak penonton menyampaikan permintaan agar penyampaian materi dakwah, khususnya tema-tema berat seperti zina, dilakukan dengan cara yang lebih bijak, lembut, dan edukatif.

Hal ini sangat penting mengingat sebagian audiens adalah anak-anak atau remaja yang belum memiliki kesiapan kognitif untuk mencerna tema tersebut secara eksplisit. Khalayak berharap agar konten dakwah yang dikonsumsi oleh anak-anak, Menghindari penggunaan visualisasi yang terlalu vulgar atau menyeramkan, Memperbanyak unsur narasi yang bersifat mengarahkan, bukan menghakimi, Dan menggunakan bahasa yang sederhana, ramah, dan positif, agar tidak memicu rasa takut atau salah tafsir.

c. Keinginan akan Pengemasan yang Lebih Menarik dan Kompetitif

Penonton juga menunjukkan adanya ekspektasi terhadap standar produksi yang lebih tinggi, mengingat konten dakwah hari ini harus bersaing dengan berbagai bentuk hiburan digital lain seperti animasi populer, vlog, film pendek, dan serial edukatif. Konten dakwah yang tidak dikemas secara menarik akan kesulitan mencuri perhatian di tengah banjir informasi visual yang ada di internet. Khalayak ingin agar Culap Culip dan konten dakwah lainnya, Menggunakan desain karakter dan warna yang lebih hidup dan profesional, Meningkatkan animasi gerak agar lebih halus dan ekspresif, Serta menyesuaikan format visual dengan tren konten anak-anak masa kini.

d. Implikasi Temuan Dakwah Digital Harus Adaptif dan Berkualitas

Dari ketiga poin di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa dakwah di era digital tidak hanya dituntut untuk menyampaikan pesan kebenaran, tetapi juga untuk mengemasnya secara adaptif, kreatif, dan profesional.

Dalam hal ini, estetika, kualitas teknis, dan gaya komunikasi menjadi elemen yang menentukan efektivitas penyampaian dakwah. Estetika dan visual menjadi kunci efektivitas Penyampaian dakwah tidak lagi cukup jika hanya mengandalkan kekuatan isi. Visual yang menarik, audio yang jelas, dan narasi yang runtut akan memperkuat daya tarik konten dan membuat pesan moral lebih mudah dipahami dan diinternalisasi oleh penonton. Persaingan dengan konten hiburan menuntut profesionalitas konten dakwah kini bersaing langsung dengan konten hiburan dari berbagai genre dan platform. Jika kualitas produksinya tertinggal jauh, maka dakwah berisiko tenggelam di tengah derasnya arus konten populer. Karena itu, kreativitas dan profesionalitas dalam penggarapan konten menjadi kebutuhan utama. Salah satu ciri khas dakwah digital adalah keterbukaannya terhadap umpan balik. Komentar-komentar dari penonton adalah cermin harapan sekaligus evaluasi sosial yang bisa dimanfaatkan oleh pembuat konten untuk terus memperbaiki dan menyesuaikan kontennya dengan kebutuhan audiens.

Secara keseluruhan, temuan ini menggarisbawahi bahwa dalam konteks dakwah digital seperti Culap Culip, substansi pesan dan kualitas penyajian adalah dua aspek yang sama pentingnya. Respons khalayak yang menyoroti visual, audio, dan gaya narasi menunjukkan bahwa penonton kini memiliki standar yang lebih tinggi terhadap konten keislaman. Ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi pengelola konten dakwah untuk

meningkatkan mutu produksi, berinovasi dalam penyampaian, dan membangun hubungan dialogis yang sehat dengan audiens.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Sebagai penutup dari penelitian ini, bagaian ini merangkum temuan utama yang diperoleh dari hasil analisis terhadap komentar-komentar pada video YouTube *Culap Culip* berjudul “*Dosa dan Azab Zina di Akhirat (Dalam Tungku Api Neraka)*,” dapat disimpulkan bahwa persepsi khalayak terhadap animasi dakwah ini beragam, namun mencerminkan keterlibatan aktif dan kepedulian terhadap konten dakwah digital. Kesimpulan ini mencakup dua aspek utama yang ditanyakan dalam penelitian, yaitu Persepsi khalayak dan peran khalayak dalam merespons serta membentuk kualitas konten dakwah *Culap Culip*.

1. Persepsi Khalayak terhadap Animasi Dakwah Culap Culip

Secara umum, Persepsi khalayak terhadap *Culap Culip* terbagi ke dalam tiga kategori utama: positif, negatif, dan netral (konstruktif). Persepsi positif ditunjukkan oleh apresiasi terhadap gaya penyampaian dakwah yang menyenangkan, visual yang atraktif, serta karakter yang lucu dan relatable. Penonton merasa bahwa pendekatan visual seperti animasi membantu menyampaikan pesan moral dan nilai-nilai Islam dengan lebih mudah dipahami, terutama oleh anak-anak dan remaja. Penggunaan *storytelling* yang tidak menggurui dinilai efektif dalam menyentuh sisi emosional penonton sekaligus membentuk kesadaran spiritual. Hal ini menunjukkan bahwa *Culap Culip* telah berhasil memposisikan diri sebagai

salah satu bentuk dakwah yang adaptif dengan era digital. Namun demikian, ada pula Persepsi negatif yang mencerminkan kekhawatiran terhadap cara penyampaian tema sensitif, terutama dalam video yang menampilkan topik zina. Kritik diarahkan pada penggunaan visual dan narasi yang dianggap terlalu eksplisit, berisiko disalahpahami oleh anak-anak, dan tidak kontekstual dengan tingkat kedewasaan audiens. Selain itu, sebagian khalayak menilai kualitas gambar, animasi, dan suara masih kurang optimal.

Kekurangan ini dianggap dapat mengurangi efektivitas penyampaian pesan, bahkan berpotensi menimbulkan dampak negatif seperti rasa takut berlebihan atau ketertarikan yang keliru. Dari dua jenis persepsi tersebut, muncul pula komentar-komentar bernuansa netral atau konstruktif, yang tidak hanya menyampaikan kritik, tetapi juga saran perbaikan. Khalayak tidak hanya menilai apa yang baik atau buruk dari konten, tetapi juga memberikan solusi seperti peningkatan kualitas visual, penyesuaian konten dengan usia penonton, hingga pengembangan tema dakwah yang lebih kontekstual dan relevan dengan kehidupan sehari-hari anak-anak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi khalayak terhadap Culap Culip sangat reflektif terhadap kebutuhan zaman yakni dakwah yang tidak hanya benar secara substansi, tetapi juga cermat, estetis, dan sesuai dengan konteks sosial budaya digital. Keberhasilan dakwah visual ditentukan bukan hanya oleh isi, tetapi oleh bagaimana isi tersebut dikomunikasikan secara kreatif dan etis.

2. Peran Khalayak terhadap Konten Animasi Dakwah Culap Culip

Peran khalayak dalam konteks *Culap Culip* tidak terbatas sebagai penonton pasif, tetapi berkembang menjadi agen partisipatif dalam proses evaluasi dan pengembangan konten dakwah. Melalui kolom komentar YouTube, khalayak menunjukkan peran aktif sebagai pemberi umpan balik (*feedback provider*), penilai kualitas (*quality evaluator*), dan sekaligus mitra yang turut menyuarakan kebutuhan serta aspirasi mereka terhadap konten keislaman di media digital. Khalayak berperan dalam mengarahkan konten ke arah yang lebih baik melalui saran-saran konkret baik dari sisi teknis (visual, suara, narasi) maupun substansi dakwah (tema, gaya penyampaian, sensitivitas umur). Mereka juga menjadi penjaga nilai-nilai moral dan sosial dengan memberikan kritik terhadap konten yang dianggap kurang etis, tidak ramah anak, atau berisiko menimbulkan tafsir yang menyimpang.

Kehadiran komentar bernuansa edukatif dan reflektif ini menunjukkan bahwa khalayak digital tidak hanya mengonsumsi, tetapi juga mengkurasi dan memoderasi pesan-pesan dakwah yang beredar di ruang publik digital. Lebih dari itu, peran khalayak juga terlihat dalam membentuk komunitas moral digital yang turut mempromosikan konten, mendukung dakwah positif, dan menyebarkan nilai-nilai Islam melalui cara yang lebih kasual namun tetap bermakna. Dalam hal ini, *Culap Culip* tidak hanya menjadi media dakwah satu arah, melainkan wadah interaktif

yang memfasilitasi dialog, refleksi, dan kolaborasi dakwah antara kreator konten dan audiensnya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa khalayak berperan sebagai elemen vital dalam ekosistem dakwah digital. Partisipasi mereka berkontribusi langsung terhadap keberlanjutan, relevansi, dan kualitas konten dakwah seperti *Culap Culip*. Pengelola konten dakwah perlu melihat khalayak bukan sekadar target dakwah, melainkan sebagai mitra strategis yang memiliki peran dalam menumbuhkan, mengoreksi, dan memperkaya praktik dakwah di era digital.

B. Saran

1. Saran untuk Pengelola Konten Animasi Dakwah Culap Culip

Menjaga dan meningkatkan kekuatan positif konten, Penelitian menemukan bahwa banyak khalayak memberikan apresiasi terhadap pendekatan dakwah yang menyenangkan, melalui karakter-karakter lucu, cerita yang relatable, dan pesan moral yang disampaikan secara tidak menggurui. Hal ini menunjukkan bahwa *Culap Culip* telah berhasil membangun pendekatan dakwah yang sesuai dengan karakteristik generasi digital. Oleh karena itu, saran yang dapat diberikan adalah, Pertahankan pendekatan storytelling yang ringan dan kontekstual, Terus kembangkan karakter animasi yang kuat dan konsisten, baik dari sisi visual maupun kepribadian, agar dapat membentuk koneksi emosional jangka panjang dengan audiens, Fokus pada nilai edukatif yang bersifat inklusif, yang

tidak hanya berbasis ajaran agama tetapi juga berkaitan dengan nilai-nilai kemanusiaan, etika sosial, dan kehidupan sehari-hari.

2. Saran untuk Pengembangan Dakwah Digital secara Umum

Dakwah perlu dirancang sesuai karakteristik media dan audiens, Media digital seperti YouTube memiliki sifat terbuka dan menjangkau penonton dari berbagai latar belakang usia, pendidikan, dan pemahaman agama. Maka, dakwah melalui platform ini harus, Disesuaikan dengan psikologi audiens yang beragam, khususnya anak-anak dan remaja, Menggunakan pendekatan komunikasi yang lebih inklusif dan persuasif, bukan konfrontatif atau menakut-nakuti, Menampilkan visual yang menarik namun tetap sesuai dengan etika dakwah.

3. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini berfokus pada satu video dan satu kanal YouTube. Oleh karena itu, penelitian lanjutan bisa memperluas objek kajian ke beberapa kanal dakwah anak lainnya, agar diperoleh pemetaan persepsi khalayak yang lebih komprehensif. Selain itu, diperlukan studi kuantitatif untuk mengukur secara statistik pola preferensi, demografi penonton, serta efektivitas konten dakwah digital dalam mengubah sikap atau perilaku keagamaan audiens muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Muhammad Qadaruddin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. 2019.
- Alby, Ahmad Syauqi. *Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Dakwah Habib Husein Ja'far di YouTube terhadap Tingkat Religiusitas Remaja*. Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023.
- Indriyani, Putri. "Analisis Isi Pesan pada Akun YouTube @CulapCulip." Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, 2025.
- Ishaq, Muhammad. "Pesan Dakwah dalam Animasi Culap Culip di YouTube." *Jurnal Kajian Agama dan Multikulturalisme Indonesia*, 2024.
- Karpuwanda, Fakhrul. "Pemaknaan Khalayak dalam Memaknai Video YouTube 'Last Hope Kitchen': Memasak Babi dengan Kurma." *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2022.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2020.
- Koto, Nazia Azahra. *Analisis Konten Dakwah Melalui Media Sosial TikTok pada Akun @Culapculip*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2024.
- Marissa. "Film Animasi Dampak Penggunaan Gadget Berlebih SDN 57 OKU Menggunakan Adobe Flash CS6." *Jurnal Teknik Informatika Mahakarya* 5, no. 1 (Juni 2022): 53-62.
- Melati, Eka. "Pemanfaatan Animasi sebagai Media Pembelajaran Berbasis Teknologi untuk Meningkatkan Motivasi Belajar." *Journal on Education* 6, no. 1 (September-Desember 2023): 732-741.
- Muktarruddin. *Sejarah Dakwah*. 2017.
- Nasrullah, Rulli. *Riset Khalayak Digital: Persepsi Khalayak Media dan Realitas Virtual di Media Sosial*. Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.
- Nurlaili, Febrilia. *Strategi Produksi Animasi Dakwah Akun TikTok @Culapculip dalam Mempertahankan Personal Branding*. Jember: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2025.
- Prihantoro, N. P. "Penggunaan Aplikasi YouTube sebagai Media Dakwah di Era Pandemi Covid-19." *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, [t.th.].

- Radja, Ivana Grace Sofia. "Representasi Budaya Jember dalam Jember Fashion Carnival: Pendekatan Teori Representasi Stuart Hall." *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* 2, no. 3 (2023): 13-0. <https://doi.org/10.62383/wissen.v2i3.160>. Diakses 24 Mei 2025.
- Randani, Yulia Nafa Fitri. "Strategi Pemanfaatan Aplikasi TikTok sebagai Media Dakwah untuk Kaum Milenial." *Jurnal Mahasiswa FIAI-UII* 3, no. 1 (2021).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rafi Ipnu Nabil
 Nim : 211103010026
 Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
 Fakultas : Dakwah
 Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember
 Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul:

**PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP KONTEN ANIMASI DAKWAH ISLAM
 PADA VIDEO DOSA DAN AZAB ZINA DALAM TUNGKU API NERAKA DI
 PLATFORM YOUTUBE AKUN CULAP CULIP**

Menyatakan bahwa benar-benar hasil karya asli saya sendiri. Skripsi ini tidak berisi bagian atau keseluruhan tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk dan cara apa pun yang tidak sesuai dengan kaidah ilmiah yang berlaku di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.


Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan hasil plagiasi atau terdapat pelanggaran etika akademik, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di UIN KHAS Jember.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 J E M B E R

Jember, 4 Desember 2025

Yang membuat pernyataan,



Rafi Ipnu Nabil

NIM. 211103010026

BIODATA PENULIS



BIODATA DIRI

Nama : Rafi Ipnu Nabil
 NIM : 214103010010
 Tempat. Tanggal Lahir : Jember, 24 April 2003
 Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
 Fakultas : Dakwah
 Alamat : Jl. Manggar Blok Saudara, Kel. Gebang, Kec. Patrang, Kab. Jember
 NO. Telepon : 082333403873
 Email : rafiuwek3@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN:

NO Lembaga/Instansi	Tahun
1. TK Al-Qodiri	2007 - 2009
2. SDN Gebang 3 Jember	2009 - 2015
3. MTSN 2 Jember	2015 - 2018
4. SMKN 1 Jember	2018 - 2021
5. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember	2021 - 2025