

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap muslim yang telah baligh dan berakal memiliki kewajiban untuk menyampaikan dakwah sebagai bentuk kelanjutan tugas kenabian Nabi Muhammad saw dalam menyebarkan ajaran Islam.

Terlepas dari latar belakang profesi yang dimiliki, kewajiban berdakwah tetap melekat pada setiap muslim sesuai dengan kemampuan masing-masing, seperti dalam Firman Allah Swt. dalam Q.S. An-Nahl ayat 125.

أَذْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالْتَّيْنِ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ١٢٥

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantulah mereka dengan cara yang baik (pula). Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.¹

Ayat tersebut menjelaskan bahwa dakwah tidak hanya dilakukan melalui penyampaian di ruang publik, tetapi juga dapat dilaksanakan melalui pendekatan hikmah, nasihat yang baik, serta dialog yang konstruktif.²

¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2021), 281.

² Wahyudin Darmalaksana, *Metodologi Dakwah Kontemporer* (UIN Sunan Gunung Djati Press, 2021), 67.

Rasulullah saw juga bersabda:

«مَنْ رَأَىٰ مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُعِرِّهْ بِيَدِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسانِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ» رَوَاهُ مُسْلِمٌ.

“Barang siapa diantara kalian yang melihat kemungkaran hendaknya dia merubah dengan tangannya, kalau tidak bisa hendaknya merubah dengan lisannya, kalau tidak bisa dengan hatinya, dan yang demikian adalah selemah-lemah iman.” (HR. Muslim: 49)

Hadis tersebut menegaskan bahwa kewajiban amar ma’ruf nahi munkar berlaku bagi seluruh lapisan masyarakat, baik pemimpin maupun masyarakat umum.³

Metode dakwah yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis dapat disampaikan melalui berbagai media, baik media cetak maupun media elektronik.. Penyampaian dakwah memiliki media yang secara umumnya dapat digunakan oleh segolongan orang, yaitu media cetak seperti buku, majalah dan surat kabar, ada pula yang media elektronik seperti Televisi, *Instagram*, *YouTube*, *TikTok* dan banyak lagi. Sedangkan media dakwah secara khususnya berupa berceramah di dalam mesjid di atas mimbar khutbah, dan majelis taklim.

Dalam praktiknya, sebagian dai di Indonesia menggunakan pendekatan ceramah yang menekankan unsur hiburan, sehingga pesan dakwah yang disampaikan cenderung lebih bersifat tontonan dibandingkan tuntunan keagamaan. Tetapi, akibatnya dakwah yang disampaikan cuman berpengaruh

³ Muhammad Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Kencana, 2021), 143.

sebagai tontonan yang lucu dan bukan untuk tuntutan dalam mengembangkan agama islam.

Penyebarluasan alat komunikasi dipenjuru negeri belum meningkat pesat, apalagi dalam aktivitas menyebarkan ajaran dakwah. Dakwah yang hanya masih beputar dalam pembahasan soal klasik dalam masyarakat. Adanya tataran teoritis yang berkembang, belum juga memberikan dampak yang berguna dalam masukan untuk dakwah yang ada di Indonesia. Oleh karena itu, perkembangan aktivitas dakwah bergantung terhadap kebertujuan untuk setiap orang untuk melakukan pergerakan yang sesuai dengan tuntunan zaman.

Selaras dengan perkembangan zaman, internet mempunyai berbagai jaringan feature yang ada di dalamnya, sehingga berlomba untuk menciptakan media yang mempermudahkan setiap orang berkomunikasi melalui media sosial, salah satunya *YouTube*. Perkembangan internet juga didukung oleh penggunaan perangkat telepon pintar yang memungkinkan akses informasi dilakukan secara fleksibel.⁴

Salah satu *Channel YouTube* yang aktif dalam menyajikan dakwah Islami dalam bentuk animasi adalah @KISAH_ISLAMI. *Channel* ini menghadirkan berbagai kisah Islami dengan pendekatan yang ramah anak,⁵ menggunakan karakter, warna, dan alur cerita yang menarik. Dengan visual yang disesuaikan dengan dunia anak-anak serta narasi yang mengandung nilai-nilai keislaman, *Channel* ini berusaha menjadi media edukatif yang tidak hanya

⁴ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Simbiosa Rekatama Media, 2021), 29.

⁵ Ahmad Zaini, *Dakwah Digital untuk Generasi Milenial dan Anak* (Deepublish, 2021), 88.

menghibur, tetapi juga memberikan pemahaman tentang Islam kepada anak-anak dengan cara yang lebih ringan dan menyenangkan.⁶

Dalam komunikasi dakwah berbasis animasi, terdapat dua aspek utama yang sangat berpengaruh terhadap penyampaian pesan, yaitu elemen visual dan elemen narasi.⁷ Elemen visual mencakup penggunaan warna, desain karakter, dan elemen grafis lainnya yang berfungsi untuk menarik perhatian anak-anak serta menciptakan suasana yang sesuai dengan tema dakwah. Misalnya, pemilihan warna cerah dan karakter yang ekspresif dapat meningkatkan daya tarik serta memudahkan anak-anak untuk memahami emosi dan pesan yang bertujuan untuk disampaikan dalam cerita.⁸ Sementara itu, elemen narasi berfokus pada bagaimana cerita disusun dan disampaikan, termasuk struktur alur cerita, penggunaan dialog, serta teknik penceritaan yang digunakan.⁹ Sebuah narasi yang menarik dan mudah dipahami akan membantu anak-anak lebih mudah menangkap pesan moral dan keislaman yang terkandung dalam animasi.¹⁰

Keberhasilan animasi dakwah dalam menyampaikan pesan Islam kepada anak-anak sangat bergantung pada keseimbangan antara elemen visual yang menarik dan narasi yang edukatif. Jika animasi hanya mengandalkan tampilan visual tanpa narasi yang kuat, maka pesan yang bertujuan untuk disampaikan

⁶ Umi Kulsum, *Komunikasi Visual dalam Media Digital* (Prenadamedia Group, 2022), 54.

⁷ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar (Edisi Terbaru)* (Remaja Rosdakarya, 2022), 173.

⁸ Alex W. White, *The Elements of Graphic Design* (Allworth Press, 2011), 82.

⁹ Wibowo, *Manajemen Bahasa dan Narasi* (RajaGrafindo Persada, 2021), 49.

¹⁰ Eriyanto, *Analisis Narasi: Dasar-dasar dan Penerapannya* (Kencana, 2021), 102.

mungkin tidak dapat terserap dengan baik oleh anak-anak.¹¹ Sebaliknya, jika narasi terlalu kompleks tanpa didukung visual yang menarik, anak-anak dapat kehilangan minat dalam menonton.¹² Oleh karena itu, diperlukan kajian lebih lanjut mengenai penggunaan elemen visual dan narasi dalam animasi dakwah anak guna menilai efektivitasnya sebagai media komunikasi Islam modern.¹³

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini akan menelaah dua aspek utama dalam gaya penceritaan animasi dakwah pada *Channel YouTube @KISAH_ISLAMI*. Pertama, penelitian ini akan mengkaji elemen visual dalam animasi, termasuk bagaimana penggunaan warna, desain karakter, dan aspek visual lainnya membentuk pengalaman menonton yang menarik bagi anak-anak. Elemen-elemen visual ini berperan penting dalam membangun suasana cerita serta membantu anak-anak memahami pesan yang bertujuan untuk disampaikan. Kedua, penelitian ini akan mengeksplorasi elemen narasi dalam animasi, termasuk bagaimana struktur cerita dibangun, bagaimana alur cerita dikembangkan, serta bagaimana teknik penyampaian cerita digunakan untuk memperkuat pesan dakwah.

¹¹ Bambang Setiawan, *Komunikasi Pendidikan Berbasis Media* (Prenadamedia Group, 2022), 119.

¹² Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Kencana, 2021), 201.

¹³ Abdul Aziz Muslim, *Komunikasi Dakwah di Era Digital* (UINSA Press, 2022), 77.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka perlu dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana cara penyajian elemen visual dalam animasi dakwah di *Channel YouTube @KISAH_ISLAMI* sehingga menarik bagi anak-anak?
2. Bagaimana narasi dalam animasi dakwah pada *Channel YouTube @KISAH_ISLAMI*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan cara penyajian elemen visual dalam animasi dakwah di *Channel YouTube @KISAH_ISLAMI* sehingga menarik bagi anak-anak.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan gaya narasi dalam animasi dakwah pada *Channel YouTube @KISAH_ISLAMI*.

D. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang dapat dibedakan menjadi dua sebagai berikut:

1. Signifikansi Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi untuk mengembangkan teori Ilmu Komunikasi bagi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi untuk meningkatkan nilai agama Islam dan pengetahuan dalam

berdakwah melalui media sosial *YouTube* tetapi tetap sesuai ajaran kaidah Al-Quran dan Hadis.

2. Signifikansi Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan berupa masukan dalam pengetahuan ilmu komunikasi dalam meningkatkan kredibilitas mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam sebagai juru dakwah untuk menjadikan *YouTube* menjadi media berdakwah dalam menyampaikan pesan dakwah yang selalu digunakan di era sekarang, masyarakat dunia maya.

E. Definisi Operasional

Sebelum menguraikan skripsi ini lebih lanjut, terlebih dahulu akan dijelaskan pengertian judul dengan maksud untuk menghindari kesalah pahaman pengertian. Skripsi ini berjudul “EKSPLORASI KOMUNIKASI VISUAL DAN NARASI DALAM ANIMASI DAKWAH ANAK DI CHANNEL YOUTUBE @KISAH_ISLAMI”, yaitu:

1. Eksplorasi

Eksplorasi dalam penelitian adalah suatu proses pencarian, penelusuran, atau penggalian secara mendalam terhadap suatu fenomena, gejala, atau permasalahan yang masih relatif baru, belum banyak diketahui, atau membutuhkan pemahaman lebih lanjut. Menurut Sugiyono, penelitian eksploratif bertujuan untuk memperoleh gambaran secara umum tentang suatu objek atau fenomena, dengan cara menelusuri, mengidentifikasi, dan memahami aspek-aspek penting yang terkait di dalamnya. Eksplorasi

dilakukan ketika peneliti bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan awal, menemukan pola, atau membangun pemahaman dasar sebelum melangkah ke penelitian yang lebih spesifik.¹⁴

2. Komunikasi Visual Animasi Anak

Komunikasi visual animasi anak adalah proses penyampaian pesan melalui elemen-elemen visual yang disajikan dalam bentuk gambar bergerak, warna, karakter, latar visual, dan komposisi visual yang dirancang khusus untuk audiens anak. Unsur-unsur visual ini bertujuan untuk menarik perhatian, membantu kognisi visual dan pemahaman pesan, serta menyampaikan makna secara efektif tanpa ketergantungan penuh pada teks atau penjelasan verbal. Dalam konteks animasi dakwah anak, komunikasi visual dirumuskan sebagai manifestasi visual yang memperjelas tema dakwah dan nilai-nilai keislaman sehingga pesan dapat dipahami oleh anak-anak melalui proses persepsi visual yang sesuai dengan tahap perkembangan mereka.

3. Narasi Animasi Anak

Narasi animasi anak adalah struktur cerita yang terdapat dalam konten animasi yang disusun secara runtut dan bermakna untuk menyampaikan pesan, nilai, atau moral tertentu kepada audiens anak. Narasi ini menggabungkan unsur waktu, alur, tokoh, konflik, dan penyelesaian cerita sehingga dapat membangun pemahaman yang utuh dan logis bagi penonton. Dalam penelitian ini, narasi animasi anak dianalisis berdasarkan bagaimana

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Alfabeta, 2017), 34.

cerita disampaikan melalui urutan peristiwa visual dan audio yang mendukung pemahaman pesan dakwah, sesuai dengan pendekatan visual narrative yang menekankan cerita sebagai sarana utama dalam interpretasi pesan dalam media bergerak.¹⁵

4. Animasi Dakwah Anak

Animasi dakwah anak dalam konteks ini adalah video animasi yang menyampaikan ajaran Islam secara edukatif dan menyenangkan, ditujukan untuk anak-anak, dan ditayangkan melalui *Platform YouTube*¹⁶, khususnya *Channel @KISAH_ISLAMI*.

5. *Channel YouTube @KISAH_ISLAMI*

Channel YouTube @KISAH_ISLAMI adalah saluran digital yang menjadi objek penelitian, karena secara rutin menayangkan konten animasi Islami untuk anak-anak, dengan fokus pada penyampaian kisah dan nilai-nilai agama.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah hasil yang telah diobservasi oleh penelitian sebelumnya, yang otomatis akan mendapat kemiripan atau kesesuaian dengan studi yang telah dilakukan peneliti. Peneliti bertujuan untuk menjelaskan tentang penelitian terdahulu sebelumnya dengan relevan sesuai dengan yang peneliti kaji sekarang. Berdasarkan hal tersebut, peneliti melakukan studi literatur terhadap penelitian terdahulu dan hasilnya dijelaskan sebagai berikut:

¹⁵ Seymour Chatman, *Story and Discourse* (Cornell University Press, 2021), 26.

¹⁶ Arief Budiarto, *Animasi Edukatif sebagai Media Dakwah* (UB Press, 2022), 91.

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

Judul penelitian	Analisis isi konten dakwah moderasi beragama (studi kasus <i>Channel YouTube deddy corbuzier</i>) ¹⁷
Persamaan dengan penelitian ini	Fokus pada konten dakwah di <i>Platform YouTube</i> , menggunakan pendekat an analisis kualitatif, studi kasus pada <i>Channel YouTube</i> spesifik
Perbedaan dengan penelitian ini	Objek penelitian yang berbeda, (Deddy Corbuzier dan Al Bahjah TV,fokus pada moderasi beragama dan respon penonton bukan pola narasi strategi, tidak secara eksplisit menganalisis pola narasi atau strategi di balik konten
Metode penelitian	Kualitatif deskriptif observasi, dokumentasi
Hasil penelitian	Terdapat 4 nilai moderasi beragama (komitmen kebangsaan, toleransi, anti kekerasan, disampaikan di login episode 22 respon penonton positif dan negatif
Isu yang diangkat	Pentingnya dakwah moderasi beragama untuk mencegah/mengurangi konflik agama: analisis nilai moderasi dan respon penonton di <i>Channel Deddy Corbuzier</i>

¹⁷ Wina Musliha Ramandani, 'Analisis Isi Konten Dakwah Moderasi Beragama (Studi Kasus channel YouTube Deddy Corbuzier)' (*UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan*, 2024)., t.t.

Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu

Judul penelitian	Analisis Isi Pesan Dakwah Pada <i>Channel YouTube</i> Kisah Islami ¹⁸
Persamaan dengan penelitian ini	Fokus pada konten dakwah di <i>Platform YouTube</i> , Menggunakan metode analisis isi, Studi kasus pada <i>Channel YouTube</i> spesifik.
Perbedaan dengan penelitian ini	Objek penelitian berbeda (Kisah Islami vs. Al Bahjah TV). Fokus pada kategoris asi "pesan dakwah" (aqidah, syariah, akhlak) bukan "pola narasi strategik." Tidak mengana lisis strategi di balik penyampaian pesan.
Metode penelitian	Analisis isi (<i>content analysis</i>), kualitatif deskriptif
Hasil penelitian	Seluruh isi pesan dakwah pada <i>Channel</i> kisah islami episode Nabi Yusuf as, part 1-3 mengan dung 3 kategori: aqidah, syariah, dan akhlak, dengan fokus pada akhlak
Isu yang diangkat	Pesan dakwah akhlak dari kisah Nabi Yusuf (menjaga diri, berdoa, berprasangka baik, sabar, menahan amarah, berterima kasih, berbuat baik.

¹⁸ Atika Fauziah Hasibuan, "Analisis Isi Pesan Dakwah Pada *channel YouTube* Kisah Islami" (skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2021), <http://repository.uinsu.ac.id/15042/>.

Tabel 1. 3 Penelitian Terdahulu

Judul penelitian	Dakwah melalui medis sosial <i>Instagram</i> analisis pesan dakwah pada akun @sisten.fillah ¹⁹
Persamaan dengan penelitian ini	Fokus pada konten dakwah di media sosial, menggu nakan metode analisis isi kualitatif, studi kasus pada akun media sosial spesifik
Perbedaan dengan penelitian ini	<i>Platform</i> berbeda (<i>Instagram</i> dan <i>YouTube</i>), objek penelitian berbeda (@sister. fillah dan Al Bahjah TV, fokus pada kategoris asi pesan dakwah bukan pola narasi strategik meskipun menyentuh efektivitas tidak mendalami analisis strategis pola narasi
Metode penelitian	Analisis kualitatif deskriptif, studi kasus kepustakaan, Teknik dokumentasi, data <i>online</i> , observasi, analisis isi
Hasil penelitian	Pesan dakwah mengan dung 3 kategori :akidah, syariah, akhlak, <i>Instagram</i> efektif digunakan sebagai media dakwah
Isu yang diangkat	Adaptasi dakwah di era digital pengemasamateri unik, peran <i>Instagram</i> sebagai media dakwah, etika bermedia sosial

¹⁹ Yunita Sari, “Dakwah Melalui Media Sosial Instagram Analisis Isi Pesan Dakwah pada Akun @sisten.fillah | AL-UKHWAH - JURNAL PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM,” diakses 6 Januari 2026, <https://ejournal.staindirundeng.ac.id/index.php/ukhwah/article/view/2333>.

Tabel 1. 4 Penelitian Terdahulu

Judul penelitian	Pemanfaatan sosial media dalam meningkatkan efektivitas dakwah di era digital ²⁰
Persamaan dengan penelitian ini	Fokus pada pemanfaatan media sosial untuk dakwah di era digital, membahas strategi dan efektivitas dakwah digital, menggunakan pendekatan kualitatif
Perbedaan dengan penelitian ini	Bukan studi kasus pada <i>Channel</i> spesifik, melainkan tinjauan umum, tidak secara spesifik menganalisis pola narasi atau analisis strategi dari satu entitas, lebih luas dalam cakupan media sosial secara umum
Metode penelitian	Kualitatif, tinjauan teori (komunikasi dakwah digital, efektivitas komunikasi literasi digital, ummatan wasathon)
Hasil penelitian	Pemanfaatan media sosial penting dan berpotensi besar untuk dakwah (cepat dan luas), namun harus bijak dan bertanggung jawab (kebenaran, kredibilitas, konteks islami) kolaborasi penting
Isu yang diangkat	Peran/potensi media sosial, tantangan (misinformasi, etika, literasi digital, persaingan, polarisasi, konten tidak kredibel), strategi efektif (bijak, interaktif, konsisten, <i>storytelling</i> , bahasa mudah)

²⁰ Nurul Hidayatul Ummah, “PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA DALAM MENINGKATKAN EFEKТИВITAS DAKWAH DI ERA DIGITAL,” *Jurnal Manajemen Dakwah* 11, no. 1 (2023), <https://doi.org/10.15408/jmd.v11i1.32914>.

Tabel 1. 5 Penelitian Terdahulu

Judul penelitian	Strategi komunikasi dai muda dalam menyebarkan pesan dakwah di <i>TikTok</i> ²¹
Persamaan dengan penelitian ini	Fokus pada strategi komunikasi dakwah di media sosial, menyoroti gaya penyampaian (bahasa ringan, visual, menarik, dan konten yang padat)
Perbedaan dengan penelitian ini	<i>Platform</i> berbeda (<i>TikTok</i> dan <i>YouTube</i>), objek penelitian berbeda (da'i muda dan <i>Channel</i>)
Metode penelitian	Kualitatif deskriptif, studi kasus, sumber dokumen/video <i>TikTok</i> , teori media dakwah, pesan dakwah, media baru, strategi komunikasi
Hasil penelitian	Da'i muda kreatif di <i>TikTok</i> , bahasa yang ringan dan visual menarik, konten padat dan bermakna, konsistensi dan interaksi, mengikuti tren dan fitur <i>TikTok</i>
Isu yang diangkat	Adaptasi dakwah di digital, kreativitas, bahasa atau visual, konsistensi, kompetensi digital, dan komunitas digital.

Penelitian terkait dakwah digital berbasis animasi telah dilakukan oleh Nurhadi (2021) yang menunjukkan bahwa media animasi mampu meningkatkan pemahaman nilai keagamaan pada anak karena menggabungkan unsur visual dan cerita.²² Penelitian lain oleh Sari dan Hidayat (2022)

²¹ Rinni Dwi Andayani, "Strategi Komunikasi Dai Muda dalam Menyebarluaskan Pesan Dakwah di Tiktok | NAAFI: JURNAL ILMIAH MAHASISWA," diakses 6 Januari 2026, <https://jurnal.stkip-majenang.ac.id/index.php/naafi/article/view/178>.

²² Nurhadi, *Dakwah Digital dan Media Anak* (Kencana, 2021), 88.

menekankan bahwa narasi visual dalam konten dakwah anak berperan penting dalam membangun daya tarik dan pemaknaan pesan.²³

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada fokus eksplorasi komunikasi visual dan narasi secara bersamaan dalam konteks animasi dakwah anak di *platform YouTube*, khususnya pada *Channel YouTube @KISAH_ISLAMI*, sehingga penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) pada objek, pendekatan, dan konteks media digital.

G. Sistematika Pembahasan

Sehingga dimudahkan dalam penulisan penelitian ini, hasil laporan penelitian terdapat 5 Bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Terdapat latar belakang, fokus permasalahan, tujuan, signifikasi penelitian/kegunaan penelitian, definisi oprasional/istilah, penelitian terdahulu (jika ada), dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI

Kajian teori berisi tentang konsep dakwah berisi pengertian Eksplorasi, Komunikasi Visual, Teori Narasi, Animasi Dakwah, Minat Anak terhadap Konten Dakwah Digital dan Kerangka Pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Terdapat Pendekatan dan jenis penelitian, Subjek dan Objek Penelitian, Lokasi Penelitian, Data dan sumber data, Teknik pengumpulan data, Analisis data, Pengecekan Keabsahan Data.

²³ Sari dan Hidayat, *Komunikasi Visual Dakwah Anak* (Remaja Rosdakarya, 2022), 103.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Memaparkan tentang penyajian dan analisis data yang menguraikan hasil selama penelitian berlangsung mengenai penggunaan *YouTube* dalam menyampaikan isi pesan dakwah pada *Channel YouTube @KISAH_ISLAMI*

BAB V PENUTUP

Membahas tentang simpulan dari rekomendasi hasil analisis data yang ada di penelitian peneliti dan Saran.