

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum *Channel YouTube @KISAH_ISLAMI*

Channel YouTube @KISAH_ISLAMI merupakan kanal dakwah digital yang menyajikan konten animasi Islami dalam bentuk kartun dua dimensi (2D) dengan sasaran utama anak-anak. Berdasarkan informasi resmi yang tercantum pada halaman *Channel YouTube @KISAH_ISLAMI*, kanal ini menyajikan kumpulan video animasi dua dimensi (2D) yang mengangkat kisah-kisah bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, serta sejarah Islam. Konten-konten tersebut dirancang sebagai media dakwah sekaligus edukasi yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan Islam sejak usia dini.

Gambar 4. 1: Logo *Channel YouTube @KISAH_ISLAMI*



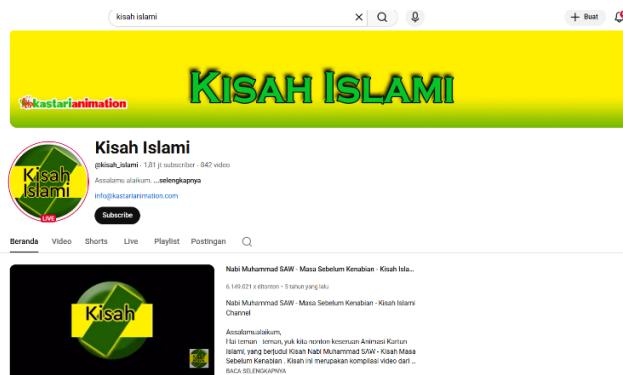
Sumber:

https://www.YouTube.com/@kisah_islami

Logo Kisah Islami menampilkan bentuk lingkaran berwarna hijau dengan elemen bidang geometris di tengah serta tulisan “Kisah Islami” yang dominan. Warna hijau merepresentasikan nilai-nilai keislaman, ketenangan, dan pertumbuhan, yang identik dengan pesan dakwah. Bentuk lingkaran melambangkan kesatuan dan kesinambungan, sedangkan penggunaan tipografi sederhana dan tegas menunjukkan identitas kanal yang mudah dikenali dan ramah untuk semua kalangan, khususnya anak-anak. Secara visual, logo tersebut merepresentasikan identitas *Channel* sebagai media dakwah yang menyampaikan kisah-kisah Islam secara sederhana, edukatif, dan bernilai positif.

Channel ini dikelola oleh Kastari *Animation*, sebagaimana tercantum pada informasi kontak resmi melalui alamat email info@kastariAnimation.com. Kastari *Animation* dikenal sebagai rumah produksi yang fokus pada pengembangan konten edukatif dan dakwah berbasis visual, khususnya untuk anak-anak dan keluarga. Pengelolaan *Channel* secara profesional terlihat dari konsistensi unggahan, kualitas animasi, serta identitas visual yang seragam di setiap video.

Gambar 4.2: Profil *Channel YouTube* @KISAH_ISLAMI



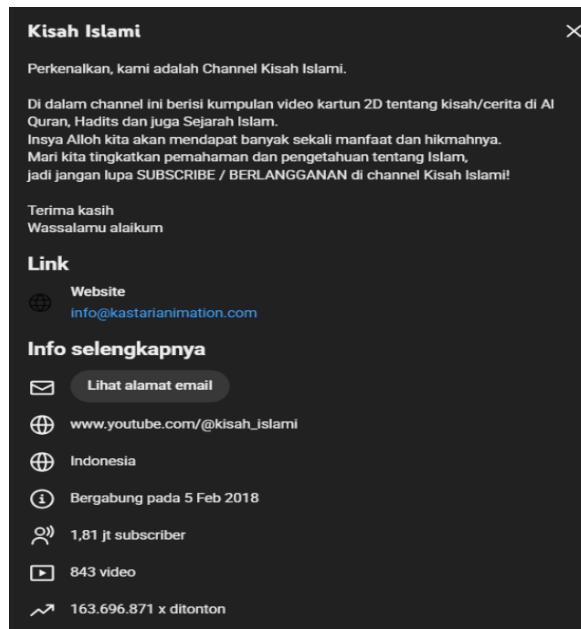
Sumber:

https://www.YouTube.com/@kisah_islami

Berdasarkan data *Channel*, @KISAH_ISLAMI bergabung di *platform YouTube* pada 5 Februari 2018. Sejak awal berdirinya, *Channel* ini secara konsisten memproduksi dan mengunggah konten animasi dakwah anak. Hingga saat penelitian ini dilakukan, *Channel* @KISAH_ISLAMI telah memiliki 1,81 juta pelanggan (*subscriber*), dengan total 843 video yang telah diunggah dan jumlah tayangan mencapai 163.696.871 kali. Data tersebut menunjukkan bahwa *Channel* @KISAH_ISLAMI memiliki jangkauan audiens yang luas serta tingkat keterpaparan konten yang tinggi di kalangan pengguna *YouTube*.

Tingginya jumlah pelanggan dan tayangan menunjukkan bahwa konten yang disajikan oleh *Channel* @KISAH_ISLAMI mampu menarik perhatian audiens secara berkelanjutan. Temuan ini mengindikasikan bahwa penyajian animasi dakwah anak dalam bentuk cerita memiliki daya tarik tersendiri dibandingkan metode dakwah konvensional, khususnya dalam konteks media digital.

Gambar 4. 3: Tampilan Jumlah *Subscriber*, Jumlah Video, Dan Total Tayangan *Channel YouTube @KISAH_ISLAMI*



Sumber:

https://www.YouTube.com/@kisah_islami⁷⁶

Secara isi, *Channel @KISAH_ISLAMI* menampilkan berbagai jenis cerita Islami, mulai dari kisah para nabi dan rasul, cerita teladan dalam hadis, hingga peristiwa penting dalam sejarah Islam. Cerita-cerita tersebut disajikan dengan alur yang sederhana, bahasa yang mudah dipahami, serta visual animasi yang ramah anak. Setiap video tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga mengandung pesan moral dan nilai-nilai dakwah yang dapat dipetik oleh anak-anak.

Dalam deskripsi *Channel*, pengelola juga menegaskan tujuan utama dari *Channel* ini, yaitu mengajak audiens untuk meningkatkan pemahaman

⁷⁶ “Kisah Islami - YouTube,” diakses 12 November 2025, <https://www.YouTube.com/>.

dan pengetahuan tentang Islam serta mengambil hikmah dari setiap kisah yang disampaikan. Ajakan untuk berlangganan (*subscribe*) juga disampaikan sebagai bentuk upaya membangun komunitas penonton yang peduli terhadap pendidikan dan dakwah Islam melalui media digital.

Gambar 4. 4: Tampilan *Channel YouTube* @KISAH_ISLAMI



Sumber:

https://www.YouTube.com/@kisah_islami

Dari segi visual, animasi yang ditampilkan pada *Channel* @KISAH_ISLAMI menggunakan gaya dua dimensi dengan desain karakter yang sederhana dan ekspresif. Warna-warna yang digunakan cenderung cerah dan lembut, sehingga memberikan kesan ramah dan menyenangkan bagi anak-anak. Latar visual disesuaikan dengan konteks cerita, seperti suasana padang pasir, perkampungan, atau lingkungan alam, namun tetap disajikan secara sederhana sehingga mudah dikenali.

Selain visual, aspek audio juga menjadi bagian penting dalam penyampaian pesan. Narasi suara disampaikan dengan intonasi yang

tenang dan jelas, menggunakan bahasa Indonesia yang sederhana. Musik latar digunakan secara terbatas dan tidak mendominasi, sehingga tidak mengganggu fokus anak-anak terhadap cerita dan pesan dakwah yang disampaikan.

B. Pembahasan

1. Eksplorasi Komunikasi Visual dalam Animasi Dakwah Anak di *Channel YouTube @KISAH_ISLAMI*

Komunikasi visual merupakan elemen utama dalam animasi dakwah anak di *Channel YouTube @KISAH_ISLAMI*. Visual berfungsi sebagai stimulus awal yang berperan penting dalam menarik perhatian audiens anak sebelum proses pemahaman narasi verbal berlangsung.⁷⁷ Oleh karena itu, unsur-unsur visual dalam animasi ini dirancang secara sederhana, komunikatif, dan edukatif sehingga pesan dakwah dapat diterima secara efektif oleh anak.

Berdasarkan hasil penelitian, komunikasi visual dalam animasi dakwah anak di *Channel @KISAH_ISLAMI* dapat dianalisis melalui beberapa unsur utama, yaitu desain karakter, penggunaan warna, latar visual, simbol visual Islami, serta komposisi visual secara keseluruhan.

Sebagai penelitian yang bersifat eksploratif, temuan komunikasi visual dalam animasi dakwah anak di *Channel YouTube @KISAH_ISLAMI* tidak hanya dipahami sebagai bentuk tampilan

⁷⁷ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (PT Remaja Rosdakarya, 2018), 167.

visual semata, tetapi juga sebagai strategi dakwah yang disesuaikan dengan karakteristik audiens anak. Penggunaan warna-warna cerah seperti hijau, biru, dan kuning tidak hanya berfungsi secara estetis, melainkan memiliki fungsi psikologis untuk membangun suasana ceria, aman, dan menyenangkan bagi anak-anak. Warna tersebut membantu menciptakan ketertarikan awal sehingga anak bersedia menyimak pesan dakwah yang disampaikan.

Desain karakter animasi yang sederhana, dengan ekspresi wajah yang jelas dan bentuk yang tidak kompleks, menunjukkan adanya upaya penyesuaian visual terhadap kemampuan kognitif anak yang masih berada pada tahap berpikir konkret. Kesederhanaan visual ini memudahkan anak untuk mengenali tokoh, memahami peran, serta menangkap pesan moral yang ingin disampaikan tanpa mengalami beban visual yang berlebihan. Dengan demikian, komunikasi visual dalam animasi dakwah anak berfungsi sebagai sarana pendukung utama dalam proses penyampaian nilai-nilai Islam secara efektif dan ramah anak.

a. Desain Karakter Animasi

Desain karakter dalam animasi dakwah anak di *Channel @KISAH_ISLAMI* menampilkan bentuk yang sederhana, proporsi tubuh yang tidak realistik, serta ekspresi wajah yang jelas. Karakter anak, orang dewasa, dan tokoh pendukung digambarkan dengan ciri

visual yang mudah dikenali, sehingga membantu anak-anak dalam membedakan peran tokoh dalam cerita.⁷⁸

Pada tokoh-tokoh nabi, *Channel* ini menerapkan pendekatan visual yang berhati-hati dengan tidak menampilkan wajah secara detail, melainkan menggunakan simbol cahaya. Pendekatan ini menunjukkan penerapan prinsip etika visual dalam Islam serta berfungsi sebagai media edukasi mengenai adab penggambaran tokoh-tokoh suci kepada anak-anak.⁷⁹

Desain karakter yang sederhana ini sejalan dengan prinsip desain komunikasi visual untuk anak, di mana kesederhanaan bentuk membantu meningkatkan fokus anak terhadap pesan cerita dibandingkan detail visual yang kompleks.

⁷⁸ Herbert Zettl, *Sight, Sound, Motion: Applied Media Aesthetics* (Cengage Learning, 2014), 92.

⁷⁹ Yusuf Al-Qaradawi, *Islam dan Seni* (Pustaka Al-Kautsar, 2016), 114.

Gambar 4. 5: Desain Karakter Animasi Dakwah Anak di *Channel*

YouTube @KISAH_ISLAMI



Nabi Muhammad SAW part 50 – Piagam Madinah - Kisah Islami Channel

Sumber:

<https://youtu.be/PbaGG7I85pc>

b. Penggunaan Warna dalam Visual Animasi

Warna merupakan unsur komunikasi visual yang memiliki peran penting dalam membangun suasana, emosi, dan makna dalam animasi. Dalam animasi dakwah anak di *Channel @KISAH_ISLAMI*, warna-warna yang digunakan didominasi oleh warna cerah dan lembut seperti hijau, biru, kuning, dan cokelat. Pemilihan warna ini bertujuan untuk menciptakan kesan ceria, aman, dan nyaman bagi anak-anak sebagai audiens utama.⁸⁰

Warna hijau dalam animasi sering diasosiasikan dengan nilai keislaman, ketenangan, dan kesucian, sedangkan warna biru memberikan kesan damai dan stabil secara emosional. Penggunaan

⁸⁰ W. White, *The Elements of Graphic Design*, 78.

warna cerah juga berfungsi untuk menarik perhatian anak-anak serta meningkatkan daya ingat terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Sementara itu, warna gelap digunakan secara terbatas untuk menggambarkan konflik atau situasi tertentu dalam cerita, namun tetap dikontrol sehingga tidak menimbulkan rasa takut atau kecemasan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan warna dalam animasi dakwah anak memiliki fungsi komunikatif dan edukatif yang dirancang secara terencana.⁸¹

Gambar 4. 6: Penggunaan Warna dalam Animasi Dakwah Anak di

Channel YouTube @KISAH_ISLAMI



Kisah Dalam Al Qur'an part 4 - Kisah Islami Channel

Sumber:

<https://youtu.be/GbgavsLBcsw>

c. Latar dan *Setting Visual*

Latar visual dalam animasi dakwah anak di *Channel @KISAH_ISLAMI* disesuaikan dengan konteks cerita Islami yang diangkat, seperti padang pasir, perkampungan, masjid, dan

⁸¹ Lia Anggraini S dan Kirana Nathalia, *Desain Komunikasi Visual* (Nuansa Cendekia, 2014), 42.

lingkungan alam. Latar tersebut digambarkan secara sederhana namun tetap representatif, sehingga anak-anak dapat memahami konteks ruang dan waktu dalam cerita dengan mudah.

Menurut teori komunikasi visual, latar yang konsisten dan kontekstual berfungsi untuk membantu audiens memahami alur cerita serta memperkuat pesan yang disampaikan.⁸² Dalam animasi @KISAH_ISLAMI, latar visual tidak hanya berfungsi sebagai hiasan, tetapi juga sebagai penanda situasi dan suasana yang mendukung narasi dakwah.

Selain itu, penggunaan latar alam seperti langit, pepohonan, dan gurun pasir juga mengandung nilai spiritual, karena dapat menumbuhkan rasa kagum terhadap ciptaan Allah swt. Dengan demikian, latar visual menjadi bagian dari proses internalisasi nilai keislaman melalui media animasi.⁸³

Gambar 4. 7: Latar visual dalam animasi dakwah anak



Nabi Muhammad SAW part 47 – Pembangunan Masjid Nabawi di Madinah - Kisah Islami Channel

Sumber:

<https://youtu.be/02i94JnAyGI>

⁸² W. White, *The Elements of Graphic Design*, 101.

⁸³ Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, 174.

d. Simbol dan Ikon Visual Islami

Animasi dakwah anak di *Channel @KISAH_ISLAMI* juga memanfaatkan simbol dan ikon visual Islami sebagai penguatan pesan dakwah. Simbol cahaya digunakan untuk merepresentasikan kenabian, sementara masjid, langit, dan elemen alam sering muncul sebagai latar pendukung cerita. Simbol-simbol tersebut berfungsi sebagai media visual yang membantu anak mengenali identitas Islam secara tidak langsung.⁸⁴

Penggunaan simbol visual Islami yang sederhana dan berulang membantu membangun pemahaman anak terhadap nilai-nilai Islam tanpa harus dijelaskan secara verbal. Dengan demikian, komunikasi visual dalam animasi ini bersifat persuasif dan edukatif.

Gambar 4. 8: Simbol visual Islami dalam animasi dakwah anak



Nabi Muhammad SAW part 47 – Pembangunan Masjid Nabawi di Madinah - Kisah Islami Channel

Sumber:

<https://youtu.be/02i94JnAyGI?si=WHoWcRky1ii6FpJK>

⁸⁴ Anggraini S dan Nathalia, *Desain Komunikasi Visual*, 75.

e. Komposisi dan Alur Visual

Komposisi visual dalam animasi dakwah anak di *Channel @KISAH_ISLAMI* disusun secara rapi dan stabil. Sudut pandang kamera cenderung lurus dan tidak banyak menggunakan gerakan ekstrem. Pendekatan ini bertujuan untuk memudahkan anak-anak dalam mengikuti alur cerita secara nyaman tanpa mengalami distraksi visual.⁸⁵

Perpindahan antaradegan dilakukan secara halus dan mengikuti alur cerita, sehingga visual animasi mendukung narasi yang disampaikan. Komposisi visual yang terstruktur ini memperkuat fungsi komunikasi visual sebagai media penyampai pesan dakwah yang efektif.

Gambar 4.9: Komposisi visual dan transisi antaradegan dalam animasi



Nabi Muhammad SAW part 121 – Haji Wada' bagian 2 - Kisah Islami

Sumber:

<https://youtu.be/624t8fXx-Vs>

⁸⁵ Zettl, *Sight, Sound, Motion: Applied Media Aesthetics*, 143.

2. Eksplorasi Narasi dalam Animasi Dakwah Anak di *Channel YouTube @KISAH_ISLAMI*

Narasi merupakan elemen fundamental dalam penyampaian pesan dakwah melalui media animasi, khususnya pada konten yang ditujukan kepada anak-anak. Dalam konteks komunikasi dakwah, narasi tidak hanya berfungsi sebagai rangkaian cerita, tetapi juga sebagai sarana utama dalam membangun pemahaman, menanamkan nilai moral, serta membentuk cara pandang audiens terhadap ajaran Islam.⁸⁶ Oleh karena itu, eksplorasi narasi dalam animasi dakwah anak di *Channel YouTube @KISAH_ISLAMI* menjadi aspek penting untuk dianalisis secara mendalam.

Menurut Walter R. Fisher, manusia pada hakikatnya adalah homo narrans, yaitu makhluk pencerita yang memahami realitas melalui cerita.⁸⁷ Dalam perspektif ini, narasi menjadi cara alami manusia termasuk anak-anak dalam menerima, menafsirkan, dan menginternalisasi pesan. Berdasarkan perspektif tersebut, penggunaan narasi dalam animasi dakwah anak dapat dipandang sebagai pendekatan yang relevan dalam penyampaian pesan-pesan keislaman.

Berdasarkan hasil pengamatan terhadap konten animasi dakwah anak di *Channel @KISAH_ISLAMI*, narasi disusun dengan struktur yang sederhana, runtut, dan mudah dipahami oleh anak-anak. Cerita

⁸⁶ Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, 142.

⁸⁷ Walter R. Fisher, “Narration as a Human Communication Paradigm,” *Communication Monographs* 51 (2021): 6, <https://doi.org/10.1080/03637758409390180>.

disajikan secara linear, dengan alur yang jelas dari awal hingga akhir, serta menggunakan bahasa yang lugas dan komunikatif. Hal ini menunjukkan bahwa narasi dalam *Channel* ini dirancang secara sadar untuk menyesuaikan dengan karakteristik kognitif dan psikologis anak-anak sebagai audiens utama.

Narasi yang digunakan dalam animasi dakwah anak di *Channel YouTube @KISAH_ISLAMI* menunjukkan adanya segmentasi audiens yang jelas, yaitu anak-anak. Hal ini terlihat dari penggunaan alur cerita yang sederhana, konflik yang ringan, serta penyelesaian cerita yang langsung menegaskan pesan dakwah. Narasi tidak disusun dengan konflik kompleks sebagaimana cerita untuk remaja atau dewasa, melainkan disesuaikan dengan kemampuan anak dalam memahami sebab-akibat secara sederhana.

Bahasa yang digunakan dalam narasi juga cenderung lugas, komunikatif, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari anak, sehingga pesan dakwah dapat diterima tanpa kesan menggurui. Segmentasi dakwah anak ini menegaskan bahwa animasi tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi sebagai media edukatif yang dirancang khusus untuk menanamkan nilai-nilai Islam sejak usia dini. Dengan demikian, eksplorasi narasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah anak di media digital sangat dipengaruhi oleh kesesuaian cerita dengan karakteristik dan kebutuhan audiens anak.⁸⁸

⁸⁸ Wibowo, *Manajemen Bahasa dan Narasi* (RajaGrafindo Persada, 2020), 45.

a. Struktur Narasi dalam Animasi Dakwah Anak

Struktur narasi dalam animasi dakwah anak di *Channel @KISAH_ISLAMI* umumnya mengikuti pola dasar struktur cerita klasik, yang terdiri atas orientasi, komplikasi, klimaks, resolusi, dan koda.⁸⁹ Struktur ini memungkinkan cerita disampaikan secara runtut dan mudah diikuti oleh anak-anak.

Tahap orientasi berfungsi untuk memperkenalkan tokoh, latar tempat, dan situasi awal cerita. Pada tahap ini, anak-anak diajak mengenal konteks cerita secara perlahan melalui visual dan narasi suara. Orientasi yang jelas membantu anak memahami siapa tokoh utama dan dalam situasi apa cerita berlangsung.⁹⁰

Tahap komplikasi ditandai dengan munculnya permasalahan atau konflik yang dihadapi tokoh. Konflik dalam animasi dakwah anak biasanya bersifat sederhana dan relevan dengan kehidupan sehari-hari, seperti sikap tidak patuh, kejujuran, atau ujian keimanan. Konflik ini disajikan secara ringan sehingga tidak menimbulkan ketegangan berlebihan, namun tetap mampu membangun rasa ingin tahu anak terhadap kelanjutan cerita.

Tahap klimaks merupakan puncak cerita, di mana konflik mencapai titik tertinggi. Dalam animasi *@KISAH_ISLAMI*, klimaks seringkali ditampilkan sebagai momen reflektif atau peristiwa

⁸⁹ Rejeki Indah Suprapti, *Struktur Naratif dalam Teks Cerita* (Prenadamedia Group, 2022), 33.

⁹⁰ Suprapti, *Struktur Naratif dalam Teks Cerita*, 35.

penting yang mengandung nilai dakwah, seperti kesadaran tokoh akan kesalahan atau pertolongan Allah swt.⁹¹

Selanjutnya, tahap resolusi berfungsi untuk menyelesaikan konflik dengan menghadirkan solusi yang mengandung pesan moral dan nilai keislaman. Pada tahap ini, anak-anak diperlihatkan konsekuensi dari setiap perbuatan serta pentingnya bersikap sesuai ajaran Islam.

Tahap terakhir adalah koda, yang berfungsi sebagai penutup cerita dan penegasan pesan dakwah. Koda biasanya disampaikan melalui narasi langsung atau dialog tokoh yang menyimpulkan hikmah dari cerita. Struktur narasi yang sistematis ini membantu anak-anak memahami pesan dakwah secara utuh dan bermakna.

⁹¹ Suprapti, *Struktur Naratif dalam Teks Cerita*, 39.

Gambar 4. 10: Tahap Orientasi dalam Narasi Animasi Dakwah Anak



Kisah Sahabat Nabi – Mu'adz bin Jabal – Dakwah Mu'adz bin Jabal Setelah Masuk Islam

Sumber:

<https://youtu.be/smYBREB6L3U>

b. Tokoh dan Penokohan dalam Narasi Dakwah Anak

Tokoh merupakan unsur penting dalam narasi karena menjadi perantara utama dalam penyampaian pesan dakwah. Dalam animasi dakwah anak di *Channel @KISAH_ISLAMI*, tokoh-tokoh disajikan dengan karakter yang sederhana, jelas, dan mudah dikenali oleh anak-anak. Tokoh utama biasanya digambarkan sebagai sosok yang mengalami proses pembelajaran moral dan spiritual sepanjang cerita. Penokohan dalam animasi ini cenderung bersifat tipikal, yakni membedakan tokoh baik dan tokoh yang melakukan kesalahan secara jelas. Pendekatan ini bertujuan untuk membantu anak-anak memahami nilai benar dan salah tanpa ambiguitas.⁹²

⁹² Burhan Nurgiyantoro, *Teori Pengkajian Fiksi* (Gadjah Mada University Press, 2019), 166.

Tokoh antagonis atau tokoh yang berbuat kesalahan tidak ditampilkan secara ekstrem, melainkan sebagai sarana pembelajaran moral yang bersifat edukatif.

Selain itu, tokoh nabi atau tokoh teladan Islam tidak digambarkan secara visual langsung, melainkan direpresentasikan melalui simbol cahaya atau suara narator. Pendekatan ini menunjukkan kehati-hatian dalam menjaga nilai adab dan etika Islam, sekaligus mengajarkan anak-anak tentang penghormatan terhadap tokoh-tokoh suci dalam Islam.⁹³

Gambar 4. 11: Penokohan dalam Narasi Animasi Dakwah Anak



Nabi Muhammad SAW part 45 – Singgah di Quba dan Membangun Masjid - Kisah Islami Channel

Sumber:

<https://youtu.be/Bnz8NmZM514>

c. Alur Cerita dan Penyampaian Pesan Dakwah

Alur cerita dalam animasi dakwah anak di *Channel @KISAH_ISLAMI* disusun secara linear dan kronologis. Alur yang sederhana ini memudahkan anak-anak dalam mengikuti cerita tanpa

⁹³ Al-Qaradawi, *Islam dan Seni*, 118.

harus melakukan penafsiran yang kompleks. Menurut teori narasi, alur linear sangat efektif digunakan dalam cerita anak karena sesuai dengan perkembangan kognitif mereka.⁹⁴

Penyampaian pesan dakwah dilakukan secara implisit melalui peristiwa cerita, dialog antar tokoh, serta tindakan yang ditampilkan. Pesan tidak disampaikan secara menggurui, melainkan melalui contoh perilaku dan konsekuensi yang dialami tokoh. Pendekatan ini membuat pesan dakwah lebih mudah diterima dan diinternalisasi oleh anak-anak.⁹⁵

Dalam beberapa video, narator juga berperan sebagai penguat pesan dengan menjelaskan hikmah atau pelajaran yang dapat diambil dari cerita. Narasi suara disampaikan dengan intonasi lembut dan tempo yang tenang, sehingga menciptakan suasana yang nyaman bagi anak-anak saat menonton.

Gambar 4. 12: Alur Cerita dan Penyampaian Pesan Dakwah



Sumber:

<https://youtu.be/phiHcyB8joA>

⁹⁴ Nurgiyantoro, *Teori Pengkajian Fiksi*, 170.

⁹⁵ Wibowo, *Manajemen Bahasa dan Narasi* (2020), 59.

d. Bahasa Narasi dan Gaya Bertutur

Bahasa yang digunakan dalam narasi animasi dakwah anak di *Channel @KISAH_ISLAMI* cenderung sederhana, komunikatif, dan sesuai dengan tingkat pemahaman anak-anak. Kalimat yang digunakan relatif pendek dan langsung pada inti pesan. Hal ini sejalan dengan prinsip komunikasi efektif dalam pendidikan anak, yang menekankan kejelasan dan kesederhanaan bahasa.⁹⁶

Gaya bertutur yang digunakan bersifat naratif-deskriptif, dengan sedikit dialog yang bertujuan untuk memperkuat alur cerita. Narator berperan sebagai pemandu cerita yang membantu anak-anak memahami konteks dan makna dari setiap peristiwa yang ditampilkan.

Gambar 4. 13: Gaya Bahasa Narasi dalam Animasi Dakwah Anak



Nabi Muhammad SAW part 54 – Perubahan Kiblat Umat Islam - Kisah Islami Channel

Sumber:

<https://youtu.be/xy1OLhCyibw>

⁹⁶ Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, 190.

e. Narasi sebagai Sarana Internalisasi Nilai Dakwah

Narasi dalam animasi dakwah anak di *Channel @KISAH_ISLAMI* berfungsi sebagai sarana internalisasi nilai-nilai Islam, seperti kejujuran, kesabaran, ketaatan, dan keimanan kepada Allah swt. Melalui cerita yang berulang dan konsisten, anak-anak mengalami proses internalisasi nilai-nilai tersebut melalui representasi cerita yang disajikan secara berulang dan konsisten.⁹⁷

Menurut paradigma naratif Fisher, sebuah cerita akan diterima jika memiliki koherensi dan fidelitas naratif.⁹⁸ Narasi dalam animasi *@KISAH_ISLAMI* memiliki koherensi karena alurnya runtut dan logis, serta memiliki fidelitas karena pesan yang disampaikan sesuai dengan nilai-nilai Islam yang berlaku secara universal.

⁹⁷ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial* (UII Press, 2017), 212.

⁹⁸ Walter R. Fisher, “The Narrative Paradigm: An Elaboration,” *Communication Monographs* 52 (2021): 349, <https://doi.org/10.1080/03637758509376117>.