

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Eksplorasi Komunikasi Visual dan Narasi dalam Animasi Dakwah Anak di *Channel YouTube @KISAH_ISLAMI*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil eksplorasi menunjukkan bahwa komunikasi visual dan narasi dalam animasi dakwah anak di *Channel YouTube @KISAH_ISLAMI* dirancang secara sadar dan terarah sesuai dengan karakteristik audiens anak. Komunikasi visual diwujudkan melalui penggunaan warna-warna cerah, desain karakter yang sederhana dan ramah anak, serta komposisi visual dan latar yang tidak kompleks, sehingga mampu menarik perhatian, menjaga fokus, dan membantu anak memahami alur cerita. Unsur-unsur visual tersebut tidak hanya berfungsi secara estetis, tetapi juga memiliki fungsi edukatif dan komunikatif dalam menyederhanakan pesan-pesan keislaman yang bersifat abstrak. Sementara itu, narasi disusun secara runtut, menggunakan bahasa yang sederhana, konflik yang ringan, dan penyelesaian cerita yang menampilkan nilai-nilai Islam secara implisit melalui perilaku tokoh. Perpaduan komunikasi visual dan narasi ini menunjukkan bahwa animasi dakwah anak pada channel tersebut tidak sekadar menjadi hiburan, tetapi berfungsi sebagai media

dakwah yang adaptif terhadap perkembangan kognitif dan psikologis anak di era digital.

2. Secara kritis, penelitian ini menegaskan bahwa efektivitas dakwah anak melalui animasi digital tidak hanya ditentukan oleh daya tarik visual semata, melainkan oleh integrasi antara visual, narasi, dan konteks audiens. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa keberhasilan penyampaian pesan dakwah dalam animasi anak sangat dipengaruhi oleh kesesuaian media dengan dunia anak, baik dari segi durasi tayangan, struktur cerita, maupun pendekatan visual yang digunakan. Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa komunikasi visual dan narasi bukanlah satu-satunya faktor penentu keberhasilan dakwah anak, melainkan perlu didukung oleh faktor eksternal seperti pendampingan orang tua, lingkungan keluarga, dan kebiasaan konsumsi media anak. Oleh karena itu, dakwah anak melalui media digital perlu dipahami sebagai proses yang bersifat multidimensional, di mana animasi berperan sebagai pintu awal penanaman nilai-nilai Islam yang selanjutnya perlu diperkuat melalui peran lingkungan sosial anak.

B. Saran-saran

1. Bagi Pengelola *Channel YouTube @KISAH_ISLAMI*

Pengelola *Channel YouTube @KISAH_ISLAMI* disarankan untuk terus mengembangkan kualitas konten animasi dakwah anak tidak hanya dari aspek visual dan narasi, tetapi juga dari segi kedalaman pesan dan relevansi konteks kehidupan anak masa kini. Penguatan pesan dakwah dapat dilakukan dengan menghadirkan cerita-cerita yang lebih dekat dengan pengalaman sehari-hari anak, seperti interaksi di rumah, sekolah, dan lingkungan sosial, sehingga nilai-nilai Islam yang disampaikan tidak berhenti pada tataran pemahaman, tetapi berpotensi terinternalisasi dalam perilaku anak. Selain itu, pengelola perlu mempertimbangkan variasi pendekatan visual dan naratif agar konten tetap menarik tanpa kehilangan substansi dakwah, serta memperhatikan durasi tayangan yang proporsional agar fokus dan minat anak dapat terjaga secara optimal.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya dan Pengembangan Kajian Dakwah Digital

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas kajian dengan melibatkan faktor-faktor eksternal yang belum dibahas secara mendalam dalam penelitian ini, seperti peran orang tua, pola pendampingan anak saat mengonsumsi media digital, serta pengaruh lingkungan sosial terhadap penerimaan pesan dakwah. Selain itu, penelitian lanjutan dapat menggunakan pendekatan metodologis yang lebih beragam, seperti metode kuantitatif, guna mengukur secara lebih

objektif pengaruh animasi dakwah terhadap perubahan sikap dan perilaku anak. Pengembangan kajian dakwah digital anak juga perlu diarahkan pada analisis efektivitas jangka panjang agar media animasi tidak hanya dipahami sebagai sarana hiburan edukatif, tetapi sebagai instrumen strategis dalam pembentukan karakter dan nilai keislaman anak di era digital.