

ABSTRAK

Ibnu Syina. NIM. 190104030197. *Strategi Dakwah Digital Melalui Animasi Visual: Studi Kanal Youtube @Danimasi*. Pembimbing I: Fahriansyah, S.Ag., M.Ag, dan Pembimbing II: Sri Anafarhanah, S.EI., M.SI. Program Studi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Antasari Banjarmasin. 2026

Kata kunci: Strategi dakwah, Animasi Visual, @Danimasi

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan dakwah digital yang semakin kreatif, salah satunya melalui pemanfaatan animasi visual. Kanal YouTube @Danimasi hadir sebagai media dakwah berbasis animasi yang mampu menjangkau audiens luas dengan gaya penyampaian yang ringan dan visual sederhana. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui strategi dakwah yang diterapkan oleh kanal YouTube @Danimasi dalam menyampaikan pesan dakwah yang diterapkan oleh kanal YouTube @Danimasi, dan (2) mengetahui efektivitas penggunaan animasi visual pada kanal YouTube @Danimasi dalam menyampaikan pesan dakwah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi, yaitu pengamatan terhadap kebiasaan, interaksi, dan budaya yang berkembang di ruang digital. Sumber data primer diperoleh dari konten video, deskripsi kanal, kolom komentar, serta unggahan media sosial terkait @Danimasi, sementara data sekunder berasal dari artikel, jurnal, buku, dan publikasi ilmiah lainnya. Analisis data menggunakan teori *Mediatization of Religion* Stig Hjarvard (konsep *Religion in the Media*) melalui empat tahap: identifikasi konten, analisis strategi penyampaian pesan, telaah peran media, dan evaluasi respons audiens.

Hasil Penelitian menunjukkan: *Pertama*, Strategi dakwah @Danimasi mencakup tiga kategori, (1) Analisa identifikasi konten menunjukkan muatan konten dakwah kanal @Danimasi berfokus pada penguatan nilai akhlak, ibadah, ketauhidan, dan nilai sosial kemanusiaan (2) Analisa strategi penyampaian pesan mencakup empat pendekatan, yakni pendekatan strategi bahasa dengan gaya komunikasi yang santai, pendekatan storytelling dengan tokoh Dani dan Bejo, pendekatan visual dengan gaya animasi stickman sederhana namun ekspresif, dan pendekatan durasi pendek yang sesuai dengan pola konsumsi media digital. (3) @Danimasi memanfaatkan algoritma YouTube sebagai media dakwah dan melakukan distribusi konten lintas platform. *Kedua*, Efektivitas penggunaan animasi visual terbukti dari jangkauan konten (496 ribu subscriber dan 46,6 juta penayangan), tingkat interaksi tinggi, serta kualitas respons audiens yang menunjukkan keterlibatan emosional dan spiritual. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kanal YouTube @Danimasi merupakan contoh nyata dakwah yang termediaisasi, di mana media tidak hanya menjadi alat penyampai pesan, tetapi turut membentuk cara pesan dikemas, didistribusikan, dan diterima oleh audiens tanpa kehilangan esensi nilai-nilai keislaman yang disampaikan.