

BAB III
KAJIAN DAN PEMETAAN POKOK BAHASAN ISI PESAN
DAKWAH MELALUI ANIMASI DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM PADA AKUN @YAKUUYA

A. Pesan Dakwah

1. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan adalah sebuah suatu pemberitaan atau pemberitahuan tentang suatu informasi mengenai suatu hal. Pesan dapat disampaikan dengan kata-kata melalui sebuah komunikasi baik secara lisan maupun tulisan, yang dikirimkan dari satu orang dan diterima oleh orang lain. Suatu pesan merupakan elemen penting dari proses komunikasi yang terjalin sesuai dengan agar pesan dapat diterima dari pengguna satu ke pengguna lainnya, proses penyampaian suatu pesan memerlukan media perantara agar pesan yang dikirimkan oleh sumber (*source*) dapat diterima dengan baik oleh si penerima pesan (*receiver*).¹⁰ Dalam proses pengiriman sebuah pesan, pesan harus dikemas rapi dengan sebaik mungkin untuk mengatasi gangguan-gangguan yang timbul dalam menyampaikan suatu pesan tersebut, agar tidak menimbulkan perbedaan makna yang diterima oleh penerima pesan.

Menurut seorang ahli komunikasi yaitu Wilbur Schramm (1995), mengatakan bahwa “Komunikasi didefinisikan sebagai tindakan menciptakan kontak antara pengirim dan penerima menggunakan pesan; pengirim dan penerima memiliki beberapa pengalaman bersama, yang berarti bahwa pesan dikodekan dan disampaikan oleh "pengirim" dan diterjemahkan oleh “penerima””.¹¹ Menurut Harold Lasswell, Komunikasi

¹⁰ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, Cet ke-1. Hlm. 89

¹¹ Susanto Aw, “*Komunikasi Sosial Budaya* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), Cet.1, P.2

diartikan sebagai suatu proses yang dimana menjelaskan tentang *who says what, to whom through what channel, and what effect*. Jadi kata komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan dari pengirim (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan) melalui media tertentu dan dapat menimbulkan suatu efek atau dampak akibat penyampain pesan tersebut. Jadi, Edwin Emery mengatakan bahwa komunikasi adalah suatu seni untuk menyampaikan isi pesan dari satu orang ke orang lainnya. Sedangkan Carl I. Hovland menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana seorang komunikator dapat menyampaikan suatu pengaruh yang biasanya berupa kata-kata atau perilaku yang bertujuan untuk mengubah tingkah laku seseorang.¹²

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa secara umum tujuan dari komunikasi ialah untuk menyampaikan suatu pesan dari komunikator kepada seorang komunikan dan dapat mempengaruhi seseorang dengan apa yang diharapkan oleh seorang komunikator.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, dakwah mengacu pada siaran keagamaan dan seruan untuk menerima, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama di lingkungan penduduk sekitar dalam skala kecil maupun besar.¹³ Dakwah berasal dari bahasa arab da'a – yad'uu – da'watan, yang mengandung arti menyeru, mengajak, atau meminta. Menurut Hamzah Yakub, kata dakwah berarti menyeru semua manusia yang berakal dan bijaksana untuk menaati Allah SWT dan ajaran Rasul-Nya. Sedangkan Helmy mengartikan dakwah sebagai “mengajak dan

¹² Nilnan Ni'mah, *Dakwah Komunikasi Visual*”, *Islamic Communication Journal* 1, No.01 (Mei-Oktober 2016), hlm. 109 (diakses pada 04 Januari 2022)

¹³ KBBI Daring, “Dakwah,” pukul 09:45 WITA

menggerakkan semua orang untuk mentaati ajaran Allah SWT (Islam), termasuk amr ma'ruf nahi munkar, untuk memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan di masa depan".¹⁴

Dakwah harus disampaikan dengan lembut, dan isi dakwah harus dijelaskan dengan tepat untuk digunakan oleh masyarakat umum. Kebenaran tentang Islam harus dikomunikasikan secara formal, dapat diverifikasi, dan efektif. Seorang da'i tidak boleh keras kepala (dipaksa) dalam dakwahnya dan harus selalu memperhatikan perasaan pendengarnya karena orang gila membutuhkan waktu untuk mengembangkan pandangannya dan mengambil keputusan sendiri untuk menerima atau menolak Islam.¹⁵

Jadi, pesan dakwah adalah penyampaian substansi pesan tentang ajaran agama Islam yang diberikan oleh seorang da'i kepada seorang mad'u dalam bentuk lisan, tulisan, atau perbuatan. Hal ini dapat mempengaruhi mad'u tanpa memaksa mad'u untuk memahami semua yang dinyatakan. Jadi, dilakukan secara sadar dan terencana tanpa paksaan yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah.

Adapun isi dari keseluruhan pesan dakwah yang bersumber pada pedoman agama Islam, yaitu sebagai berikut:

1. Al-Qur'an

Agama Islam merupakan suatu agama yang berpedoman pada Al-Qur'an yang dilandaskan bagi seluruh umat Islam dimuka bumi ini. Al-Qur'an adalah landasan utama sebagai sumber untuk

¹⁴ Ropingi el Ishaq, *Op, Cit*, hlm. 9

¹⁵ David Bukay, *Islam and the infidels: the politics of jihad, da'wah, and hijrah* (New Brunswick, New Jersey: Transaction Publishers, 2016), h. 201

penyampaian pesan dakwah.

2. Al-Hadits

Setelah Al-Qur'an, Hadits adalah sumber ajaran Islam terpenting kedua. Hadis adalah kumpulan penjelasan sebelumnya dari Nabi untuk memahami isi Al-Qur'an dalam mengkomunikasikan suatu pesan. Seorang Da'i harus menguasai hadis karena pesan yang disampaikan oleh seorang Da'i adalah kebenaran, disampaikan dengan logika yang logis dan persuasif.¹⁶

Adapun unsur-unsur yang tidak dapat dipisahkan dalam melaksanakan dakwah, yaitu: Da'i (mata pelajaran dakwah) atau Mubalig (orang yang menyampaikan ajaran Islam); Mad'u (obyek dakwah); Maddah (materi/pesan), yang secara umum dapat berupa Akidah, Syariah, dan Akhlak; Wasilah (media dakwah); Tariqah (metode dakwah); Atsar (efek dakwah) sering disebut sebagai umpan balik dari proses dakwah.¹⁷

Dengan demikian, pemahaman pesan dakwah adalah isi pesan yang mengandung ajaran Islam melalui penyajian atau penyampaian informasi yang baik kepada pendengarnya. Seiring berjalannya waktu, pesan-pesan dakwah semakin banyak dan tersedia dalam berbagai format, baik lisan, tulisan, maupun melalui metode teknologi yang dikirimkan ke publik melalui internet, sehingga semakin memudahkan individu untuk menerima pesan-pesan tersebut. Pesan dakwah adalah Islam, seperti yang diarahkan oleh Al-Quran dan Hadits.

¹⁶ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, Cet ke-1, Hlm. 89

¹⁷ Mohammad Hasan, *Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, hlm. 58-83

2. Kategori Pesan Dakwah

Pesan dakwah adalah segala isi materi yang bersangkutan dengan ajaran agama Islam yang disampaikan oleh seorang Da'i untuk mengajak Mad'u ke jalan Allah SWT sesuai dengan akidah dan syariat serta akhlak Islami dalam bentuk lisan maupun tulisan. Secara garis besar, ajaran Islam dijadikan sebagai maddah dakwah. Adapun dalam hal ini pesan dakwah dikategorikan menjadi tiga bagian pesan dakwah tersebut adalah sebagai berikut:

1) Akidah

Kata akidah diartikan sebagai suatu keyakinan batin yang termasuk dalam suatu rukun iman, masalahnya bukan hanya apa yang saja harus diyakini saja tetapi juga hal-hal yang dilarang oleh ajaran agama. Akidah merupakan materi dakwah yang biasanya disampaikan oleh seorang Da'i dengan memberikan pemahaman dan pengetahuan tentang keyakinan kepada seluruh umat Islam akan keberadaan Allah SWT. Rukun iman meliputi ajaran 5 Rukun Islam sebagai berikut:

- a. Iman kepada Allah SWT artinya manusia harus mengaktualisasikan sifat-sifat terpuji yang tentunya harus sesuai dengan kemampuan seorang manusia.
- b. Iman kepada malaikat artinya manusia harus disiplin dan taat kepada kewajibannya sebagai seorang Muslim.
- c. Iman kepada kitab Allah SWT berarti bahwa manusia harus menjauhi perbuatan yang dilarang oleh Allah SWT dan sebaliknya melakukan perbuatan yang terpuji agar mendapat

rahmat.

- d. Iman kepada Rasul Allah yang berarti kita harus mempercayai Allah mengutus Rasul-Nya untuk menjadi contoh buat manusia dalam meneladani sunnah Nabi, seperti sifat siddiq, amanah, fathonah, dan tabligh.
- e. Iman kepada hari akhir yang berarti didalam hati seseorang harus memiliki sifat untuk menjauhi perbuatan maksiat yang dibenci oleh Allah SWT.
- f. Iman terhadap qada dan qadar yang berarti kita harus percaya dengan sepenuh hati dengan Allah SWT dalam menentukan semuanya yang akan terjadi didunia. Dalam hal ini seperti ketentuan-ketentuan yang telah diatur sesuai nasib kita masing-masing mulai dari zaman azali.

Jadi, kata Akidah adalah dasar yang meliputi rukun iman dan dasar ajaran agama Islam yang berisi tentang keyakinan dan keimanan secara mendalam dan termasuk juga hal-hal yang dilarang oleh ajaran agama.

2) Syariah

Syariah berasal dari istilah Arab syariah, yang berarti "jalan". Syariah adalah aturan atau standar yang mengatur hubungan manusia dengan Tuhan (ibadah) dan hubungan manusia satu sama lain (muamalah). Hukum, atau syariah, kadang-kadang disebut sebagai cerminan peradaban, dalam arti ketika kita dewasa dan menjadi sempurna, masyarakat dan aturannya akan mencerminkan dirinya sendiri. Pembahasan tentang syariah dapat dilihat dari:

- a) Konsep ibadah yang yang dimana terkandung dalam rukun Islam yang terdiri dari lima macam yaitu: syahadat, shalat, puasa, zakat, haji bagi yang mampu.
- b) Muamalah adalah hubungan manusia dengan manusia lainnya, dalam hal ini adalah bahwa Islam mengatur hubungan sosial manusia dalam kehidupan sehari-hari agar tercipta keharmonisan dalam bermasyarakat. Amanat muamalah adalah segala bentuk dari hubungan antar manusia berdasarkan syariat Islam. Misalnya hubungan jual beli, hukum, perkawinan, dan sebagainya.

3) Akhlak

Secara etimologis, istilah akhlak berasal dari bahasa Arab khuliqun yang berarti budi pekerti, tabiat, akhlak, dan budi pekerti. Sedangkan dari segi terminologi, Abu Hamid al-Ghazali mendefinisikan akhlak sebagai kualitas yang tertanam dalam hati seseorang yang lahir dari akhlak dan perbuatan sederhana yang tidak memerlukan ide dan keyakinan. Akhlak merupakan materi dakwah yang paling vital untuk diajarkan kepada mad'u, dan Rasulullah SAW lah yang diturunkan ke bumi dengan tujuan utama menyempurnakan akhlak manusia.

Dalam Islam, akhlak didefinisikan sebagai kualitas aktivitas manusia sebagai manifestasi dari keadaan mentalnya. Diawali dengan premis tindakan manusia, disajikan konten moral yang mengupas aturan-aturan luhur dan etis yang harus menjadi ruh aktivitas manusia. Akhlak dikelompokkan menjadi tiga kategori: akhlak terhadap Allah SWT, akhlak terhadap sesama, dan akhlak terhadap lingkungan

(terhadap hewan dan tumbuhan).

B. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah suatu bagian dari kemajuan teknologi yang ada dunia. Teknologi memungkinkan setiap orang untuk bisa terhubung dengan orang-orang yang tinggal jauh dari lingkungannya dan tidak hanya itu saja, kemajuan teknologi juga memudahkan kita dalam banyak hal seperti menonton film, memutar lagu, membaca buku, dan banyak lagi. Media adalah sarana yang disertai dengan berbagai teknologi. Sedangkan sosial adalah suatu fakta sosial yang bahwa setiap individu harus melakukan tindakan yang memberikan kontribusi kepada masyarakat lainnya.¹⁸ Menurut Michael Cross, media sosial adalah ungkapan yang menggambarkan banyak teknologi yang digunakan untuk menarik perhatian seseorang dalam melakukan aktivitas tertentu seperti kerjasama, pertukaran informasi, dan komunikasi melalui materi pesan berbasis web. Sedangkan menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, media adalah alat yang digunakan konsumen untuk berbagi informasi berbasis teks, gambar, suara, dan video dengan individu dan bisnis lain.¹⁹ Pada dasarnya, pertumbuhan media sosial adalah konsekuensi dari teknologi internet terkini, yang memungkinkan pengguna untuk dengan mudah mengakses berbagai aktivitas seperti mengobrol, terlibat, berbagi, dan membangun jaringan di dunia maya sehingga pengguna dapat

¹⁸ Christian Fuchs, *Social Media a Critical Introduction* (Los Angeles: Sage Publications, 2014), hlm. 37-38

¹⁹ “21 Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli (Lengkap),” pukul 18:03 WITA

membagikan materi mereka.²⁰ Jadi, menurut definisi di atas, media sosial (*social media*) adalah sebuah media yang digunakan untuk melakukan interaksi sosial berbasis internet (*online*), di mana para pengguna menjalin hubungan atau relasi satu sama lain di dunia maya (meeting others atau tatap muka). Seperti dalam kehidupan nyata melalui media sosial/kontak virtual).

2. Karakteristik Media Sosial

Menurut Hadi Purnama mengartikan media sosial mempunyai beberapa ciri khusus, antara lain sebagai berikut:

- a. Jangkauan, yang dimana disini dikatakan dapat mencakup skala kecil hingga menyeluruh/global.
- b. Aksesibilitas, lebih mudah dijangkau oleh masyarakat dengan biaya yang terjangkau dimanapun dan kapanpun.
- c. Penggunaannya, maksudnya ialah dalam menggunakan media sosial relatif mudah digunakan karena tidak memerlukan keahlian dan pelatihan khusus.
- d. Aktualitas, yaitu digunakan untuk memancing respon penonton yang dengan cepat.²¹

3. Fungsi Media Sosial

Menurut Arif Rohmadi, yang mengartikan media sosial memiliki banyak manfaat untuk kehidupan sehari-hari, yakni sebagai berikut:

- a. Dengan menggunakan media sosial kita bisa mendapatkan suatu informasi yang dapat diperoleh dengan mudah, seperti beasiswa,

²⁰ Dan Zarrella, *The Social Media Marketing Book* (Canada: O'Reilly Media, 2010), hlm 2-3

²¹ I Ketut Martana, Dina Andriana dan Widarti, *Manajemen Klien dan Bisnis Periklanan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2019), hlm. 295

informasi tentang agama dan motivasi serta hal-hal lainnya yang sedang trend saat ini.

- b. Menjalin silaturahmi, melalui media sosial kita dapat berkomunikasi dengan orang lain walaupun orang tersebut jauh jaraknya dari kita.
- c. Membentuk komunikasi, dalam hal ini orang-orang yang memiliki minat dan hobi yang sama, dapat membentuk perkumpulan atau komunitas.
- d. Kegiatan sosial, dalam menggunakan media sosial memudahkan pengguna dalam menggalang dana untuk kegiatan sosial, hal ini dikarenakan informasi tentang penggalangan dana yang dapat dilihat oleh orang banyak dalam waktu yang sangat singkat.

4. Media Sosial Instagram

Jenis media sosial yang sering digunakan dan populer di Indonesia adalah YouTube, WhatsApp, Instagram, Facebook, Twitter, Line, TikTok, Telegram dan lain-lainnya. Masyarakat Indonesia bisa dikatakan menggunakan media sosial yang ada diatas tersebut sebagai alat berkomunikasi yang sering digunakan setiap harinya. Instagram adalah salah satu media sosial dengan peminat yang tidak kunjung turun dari tahun ke tahun khususnya di Indonesia. Instagram adalah sebuah situs teknologi internet, dimana pengguna dapat membagikan dan menampilkan foto, video dan animasi sehingga dapat dilihat dan dinikmati oleh banyak orang. Dalam akun Instagram juga memiliki berbagai fitur sebagai pelengkap penyajian kontennya, dimana setiap pengguna memiliki tempat untuk mengunggah status, foto dan video atau biasa dikenal dengan beranda. Beranda pada dasarnya adalah ikon berbentuk "rumah" di mana semua posting pengguna yang kita ikuti

akan muncul di dalam akun Instagram yang kita miliki.

Instagram asal katanya dari “Instan” atau “Insta”. Seperti halnya kamera polaroid yang dulu lebih dikenal dengan sebutan “*Instant Photos*”. Instagram juga dapat menampilkan foto secara instan dalam tampilannya, sedangkan kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang dimana jika dilihat dari cara kerjanya telegram adalah mengirimkan suatu informasi kepada orang lain dengan cepat.²²

Media sosial Instagram adalah alat (aplikasi) yang digunakan untuk mengirim pesan sebagai berkomunikasi dengan khalayak luas dengan berbagi foto atau video dengan fitur lain seperti DM (*Direct Message*), Komentar, dll. Media sosial Instagram tidak hanya digunakan untuk menjadi media dalam meningkatkan kepercayaan diri saja, tetapi juga sebagai alat dalam bisnis dan media dakwah. Layanan berbagi foto di Instagram tidak hanya untuk kebutuhan pribadi, kini Instagram juga mulai dilirik oleh tangan-tangan kreatif dunia dakwah. Tidak hanya Da'i, pengusaha, penulis, dan lain-lain yang bisa memanfaatkan sisi positif Instagram sebagai media untuk memperluas kegiatan dan tujuan mereka.

Instagram belakangan ini dimanfaatkan sebagai media propaganda, seperti akun @yakuuya yang menjadikan Instagram sebagai alat propaganda untuk menyampaikan informasi. Dia telah menggunakan beberapa teknik yang ditentukan oleh penulis, seperti dakwah menggunakan animasi karena animasi dakwah dipilih oleh akun Instagram @yakuuya, yang merupakan alat yang mudah dan sederhana untuk mengunggah gambar serta platform untuk berbagi. Dengan

²² Putri, *Media Instagram*, (2013), hlm.14

membagikan gambar atau foto, kami tidak hanya menunjukkan apa yang dapat kami capai dan apa yang kami rasakan, tetapi kami juga dapat menyarankan pesan dalam foto atau video yang kami kirimkan. Pernyataan ini adalah salah satu alasan mengapa semua platform media sosial sangat diminati di seluruh dunia.²³

5. Instagram Sebagai Media Dakwah

Karena media Instagram saat ini merupakan potensi yang sangat besar bagi masyarakat untuk memanfaatkan fitur foto dan video Instagram untuk mempromosikan kreativitas masyarakat, maka penulis memilih Instagram sebagai media propaganda untuk dieksplorasi. Mengunggah foto atau video ke Instagram kini mencakup berbagai bentuk kreativitas, seperti desain tipografi dan grafik kartun yang menarik dengan pesan yang termasuk bagian dari dakwah.

Dalam pembahasan kali ini, penulis akan melihat animasi pesan dakwah di Instagram, sebuah platform media sosial yang digunakan untuk berdakwah. Peneliti akun @yakuuya di Instagram sebagai penelitian karena media ini menarik untuk dikaji dari segi dakwah. Bagaimanapun, pesan yang disampaikan juga mengikuti perkembangan zaman agar masyarakat bisa melihat dakwah di media sosial. Adapun Beberapa jenis media komunikasi yang dapat digunakan sebagai media propaganda, yaitu sebagai berikut:

- (1) Media Visual, media komunikasi visual adalah suatu alat komunikasi yang dapat digunakan dengan memanfaatkan indera penglihatan dalam menangkap data dan media visual meliputi gambar, foto,

²³ Pujiati Sri, "Pengaruh Iklan Novel Critical Eleven di Instagram Ika Natassa Terhadap Perilaku Pembelian Online (Studi pada grup Line Readers Hangout)", skripsi, (diakses pada 04 Januari 2022), hlm. 27

komputer.

- (2) Media Auditif, adalah alat komunikasi berupa teknologi yang canggih dengan berbagai perangkat keras. Media ini ditangkap melalui indera pendengaran dan penglihatan antara lain seperti telepon, radio, tape recorder.
- (3) Media Audio Visual, adalah alat komunikasi yang dapat ditangkap melalui indera pendengaran dan penglihatan seperti televisi, film, atau internet.

Menurut berbagai bentuk media yang terdaftar, Instagram termasuk dalam media audio-visual, yang kini telah menjadi media atau metode komunikasi yang populer di kalangan masyarakat umum, khususnya di kalangan Da'i, di mana ia mentransmisikan pesannya melalui penglihatan dan penglihatan. Penonton dengan mudah menerima banyak akun dakwah yang bisa dilihat di Instagram. Hal tersebut mempengaruhi banyak orang untuk terjun membuat akun dakwah di Instagram salah satunya akun @yakuuya yang begitu menarik karena berisi animasi muslimah yang menurut penulis selama ini menarik. Hal itu terjadi karena masyarakat dapat mengetahui dan memahami ajaran dakwah melalui akun @yakuuya.

C. Animasi

1. Pengertian Animasi

Animasi adalah menggerakkan suatu gambar yang sehingga perlu diketahui secara pasti setiap detail karakter, mulai dari tampilan (depan, belakang, dan samping) dan detail wajah karakter dalam berbagai ekspresi (normal, diam, marah, tersenyum, kesal, dll) ciri khas tokoh

ketika melakukan suatu aktivitas tertentu yang menjadi ciri khas tokoh yang akan dibuat nantinya. Arti utama dari animasi adalah untuk membuat gambar terlihat lebih hidup, sehingga dapat mempengaruhi emosi penonton yang melihatnya dan membuat pengaruh seperti sedih, menangis, jatuh cinta, kesal, senang, bahkan tertawa. Animasi juga dikenal sebagai gambar bergerak yang berarti “gambar bergerak”. Disebut gambar bergerak karena dalam proses pembuatannya gambar-gambar yang berurutan digunakan dan dimanipulasi sedemikian rupa sehingga seolah-olah gambar tersebut dapat bergerak. Tujuannya adalah untuk mengelabui mata manusia agar percaya bahwa memang ada gerakan.²⁴

2. Sejarah Animasi

Animasi buatan manusia telah ada sejak dahulu kala. Salah satu contohnya adalah gambar animasi hewan seperti babi, banteng, atau kuda yang ditumpuk enam kaki atau lebih di dinding gua yang ditemukan oleh para arkeolog di gua Lascaux di Prancis. 1973 (Hallas dan Manvell). Para arkeolog menangkap gambar tembok sebagai gerakan hewan yang sedang berlari (Ruslan, 2016, hlm. 16).

Di Mesir kuno, ada yang mirip dengan yang terlihat di Gua Lascaux, yaitu gerakan pegulat yang dikelompokkan dengan gambar berurutan pada hiasan dinding dan kendi, sehingga jika kendi diputar, gambar kendi yang dihasilkan tampak bergerak. Sekitar tahun 2000 SM. Pada tahun 1824, Peter Mark Roger menemukan "visi ketekunan," yaitu prinsip visi yang mempertahankan visi sementara gambar yang ditampilkan darinya memberi kita pemahaman tentang prinsip-prinsip

²⁴ Yogi, Perkembangan Animasi, (2011), <http://www.veegraph.com> diakses 26 Agustus 2017

awal sejarah dimulai. Yang disebut mainan muncul sekitar abad ke-19 di Eropa. Piringan tebal dengan gambar di kedua sisi dimana kedua sisi kanan dan kiri memilih dengan tali dan ketika dipelintir dengan tali. Gambar ketiga muncul ketika foto pertama dan kedua diputar dengan tangan. Pada tahun 1913, awal mula penciptaan animasi di Asia dimulai, khususnya animasi di Jepang, negara bunga sakura. Shimokawa Bokoten, Koichi Junichi, dan Kitayama Seitaro melakukan eksperimen pertama untuk membuat animasi selama periode tersebut, setelah negara-negara yang berbatasan, terutama Korea dan Cina, mulai dikenal. Sebelum belajar tentang animasi dari Barat, Indonesia sudah memiliki sesuatu yang menyerupai animasi, bernama wayang.

Menurut Dr. G A J. Hazeu (1897) dalam buku “Wayang, Asal Usul, Filsafat dan Masa Depan” yang ditulis oleh Mulyono (1989), menjelaskan bahwa wayang sudah ada setidaknya sejak sebelum 400 Masehi. Selain itu, ada penemuan serupa, seperti gua Lascaux berupa relief candi Borobudur yang pernah diteliti oleh Prof. Primadi Tabrani, guru besar fakultas seni di Institut Teknologi Bandung, yang dipercaya sebagai cikal bakal komik dan animasi di Indonesia. Belum banyak penelitian tentang perkembangan animasi di Indonesia, sehingga sulit untuk menentukan tanggal atau tahun pasti perkembangan animasi di Indonesia. Menurut Prakoso (2010), ada animasi pertama yang dibuat oleh Dukut Hendronoto pada visi Soekarno berjudul "Si Doel Memilih" pada tahun 1955, yang merupakan awal dari sejarah animasi di Indonesia. Pada tahun 1970-an animasi mulai ditayangkan di stasiun-stasiun televisi, ditandai dengan “Si Huma” PPFN. Kemudian ada “Si Unyil” oleh Pak Raden (Drs. Suyadi) dan pada tahun 1980-an mulai bermunculan studio- studio yang khusus

membuat animasi, selain itu juga membuat game (Palontjongi, 2008). Diketahui bahwa era keemasan animasi di Indonesia terjadi pada tahun 90-an, karena banyaknya film animasi yang ditayangkan seperti Bawang Merah-Bawang Putih, Timun Mas, dan Petualangan Kancil (Kurnia, 2017). Film animasi dari luar negeri juga banyak ditayangkan di saluran televisi Indonesia, seperti film animasi dari Jepang yaitu Captain Tsubasa, Doraemon, Dragon Ball, ada juga animasi dari Amerika yaitu Felix, Looney Tunes, Popeye, Mickey Mouse dan masih banyak lagi. Dalam perkembangan animasi pada tahun 2000-an, dibentuklah Asosiasi Animasi dan Industri Kreatif Indonesia (AINAKI) yang memiliki visi menghubungkan industri kreatif antar negara, menjalin kerjasama dengan pemerintah, lembaga pendidikan, pengusaha dari dalam dan luar negeri, dan terutama dengan studio animasi di Indonesia. Indonesia yang turut membantu perkembangan animasi di Indonesia hingga saat ini (Puti, 2017).

3. Jenis-jenis Animasi

Animasi yang dulunya memiliki prinsip sederhana, kini berkembang menjadi beberapa jenis yaitu animasi 2D, animasi 3D dan animasi tanah liat atau tembikar. Adapun pengertian dari jenis-jenis animasi, yakni sebagai berikut.

a. Animasi 2D (Dua Dimensi)

Animasi 2D merupakan aplikasi dari media teknologi digital yang dimulai dari sketsa awal atau konsep yang dilakukan pada media kertas yang pada akhirnya diubah menjadi media digital untuk dilakukannya suatu pewarnaan, penebalan garis, dan pergerakan. Tampilan yang diberikan dalam animasi ini menekankan pada ketegasan garis, gerakan, pewarnaan, gestur dan tidak realistis, yang

menjadi kekuatan kuat dalam animasi 2D ini. Animasi tradisional ini dibuat oleh animator dengan menggunakan sketsa tangan untuk setiap frame/gambar yang dimana animasi 2D ini dibuat dari kumpulan gambar yang kemudian diwarnai dan ditempel pada background/latar belakang yang telah diwarnai dan mulai digabungkan untuk membuat suatu animasi bergerak. Animasi ini paling akrab dengan kehidupan kita sehari-hari yang biasanya animasi disebut oleh masyarakat dengan kata kartun yang dimana kartun sendiri berasal dari kata *Cartoon* yang berarti gambar lucu dan kartun ini kebanyakan adalah film lucu. Contoh animasi 2D: Spongebob, Dora the Explorer.

b. Animasi 3D (Tiga Dimensi)

Animasi 3D dapat membuat tampilan yang hampir realistis yang dimana hampir sulit untuk membedakannya dengan real. Pada dasarnya animasi ini memiliki kekuatan perspektif yang dapat diatur dan diolah oleh animator sesuai kebutuhan penontonnya yang dimana animasi 3D merupakan pengembangan dari animasi 2D. Salah satu kelebihanannya adalah ruang atau perspektif, yaitu subjek yang dibuat dalam animasi 3D dapat dilihat secara keseluruhan 360 derajat atau tanpa perlu membuat gambar lagi. Untuk membuat animasi 3D membutuhkan banyak sekali tools yang membantu dalam pembuatannya dan juga membutuhkan skill yang tidak mudah untuk menggerakkan animasi ini. Perkembangan teknologi dalam teknik pembuatan animasi 3D semakin berkembang dan maju pesat. Dengan animasi 3D, karakter yang ditampilkan akan lebih terasa hidup dan nyata dan lebih mendekati bentuk aslinya. Contoh animasi 3D: Frozen, Upin Ipin, Marsha and the Bear, Toy Story.

c. Animasi Tanah Liat (*Clay Animation*)

Meski namanya *Clay* (tanah liat), namun yang digunakan bukanlah tanah liat biasa. Animasi ini menggunakan Plasticin yang dimana bahan yang digunakan adalah bahan yang fleksibel seperti permen karet yang ditemukan pada tahun 1897. Figur-figur dalam animasi tanah liat ini biasanya dibuat dengan menggunakan kerangka khusus untuk rangka tubuh yang telah dibuat sebelumnya. Film tanah liat animasi pertama kali dirilis pada bulan Februari tahun 1908 yang berjudul: *A Sculptor's Web Rarebit Nightmare*, Beberapa waktu lalu juga beredar film tanah liat berjudul *Chicken Run*.²⁵ Contoh animasi tanah liat: *Shaun the Sheep*, cerita para nabi.

Jenis animasi yang dijadikan sampel oleh penulis adalah animasi 2D (Dua Dimensi) berupa kartun Anime Dakwah, proyek milik animator Cahaya Tri Buana, dikemas secara unik dan kreatif. Karena dibuat oleh animator dengan menggunakan sketsa tangan untuk setiap frame/gambar, maka animasi 2D ini dibuat dari kumpulan gambar yang kemudian diwarnai dan ditempelkan pada gambar background/latar yang diwarnai kemudian memberikan pesan dakwah pada icon tersebut serta kesan emosional sebagai sentuhan akhir karyanya.

4. Prinsip Animasi

Ada berbagai macam teori dan pendapat tentang bagaimana seharusnya animasi itu dibuat. Tetapi setidaknya ada 12 prinsip yang harus dipenuhi untuk membuat sebuah animasi yang 'hidup'. Ke-12 prinsip ini meliputi dasar-dasar gerak, pengaturan waktu, peng-kaya-an visual, sekaligus teknis pembuatan

²⁵ Jurnal SAINTIKOM 10, No.3, (September 2010)

sebuah animasi.

a. Solid Drawing

Menggambar, fondasi utama animasi, memiliki dampak signifikan pada proses dan hasil animasi, terutama animasi klasik. Seorang animator pasti membutuhkan anatomi, komposisi, berat, keseimbangan, dan sebagainya, yang dapat dilakukan dengan observasi dan observasi, salah satunya adalah membuat sketsa. Meskipun komputer sudah dapat memainkan fungsi gambar yang dibuat oleh sketsa fisik, animasi akan lebih sensitif dengan pemahaman mendasar tentang ide 'menggambar'.

b. Timming & Spacing

Grim Natwick seorang animator Disney pernah berkata, “Animasi adalah tentang timing dan spacing”. Timing adalah tentang menentukan waktu kapan sebuah gerakan harus dilakukan, sementara spacing adalah tentang menentukan percepatan dan perlambatan dari bermacam-macam jenis gerak.

c. Squash & Stretch

Squash and stretch adalah upaya penambahan efek lentur (plastis) pada objek atau figur sehingga seolah-olah ‘memuai’ atau ‘menyusut’ sehingga memberikan efek gerak yang lebih hidup. Penerapan squash and stretch pada figur atau benda hidup (misal: manusia, binatang, creatures) akan memberikan ‘enhancement’ sekaligus efek dinamis terhadap gerakan/action tertentu, sementara pada benda mati (misal: gelas, meja, botol) penerapan squash and stretch akan membuat mereka (benda-benda mati tersebut) tampak atau berlaku seperti benda hidup.

d. Anticipation

Anticipation boleh juga dianggap sebagai persiapan/awalan gerak atau ancang-ancang. Seseorang yang bangkit dari duduk harus membungkukkan badannya terlebih dahulu sebelum benar-benar berdiri. Pada gerakan

memukul, sebelum tangan ‘maju’ harus ada gerakan ‘mundur’ dulu. Dan sejenisnya.

- e. **Slow In and Slow Out**
Sama seperti spacing yang berbicara tentang akselerasi dan deselerasi. Slow In dan Slow Out menegaskan kembali bahwa setiap gerakan memiliki percepatan dan perlambatan yang berbeda-beda. Slow in terjadi jika sebuah gerakan diawali secara lambat kemudian menjadi cepat. Slow out terjadi jika sebuah gerakan yang relatif cepat kemudian melambat.
- f. **Arcs**
Dalam animasi, sistem pergerakan tubuh pada manusia, binatang, atau makhluk hidup lainnya bergerak mengikuti pola/jalur (maya) yang disebut Arcs. Hal ini memungkinkan mereka bergerak secara ‘smooth’ dan lebih realistik, karena pergerakan mereka mengikuti suatu pola yang berbentuk lengkung (termasuk lingkaran, elips, atau parabola). Pola gerak semacam inilah yang tidak dimiliki oleh sistem pergerakan mekanik/ robotik yang cenderung patah-patah.
- g. **Secondary Action**
Secondary action adalah gerakan-gerakan tambahan yang dimaksudkan untuk memperkuat gerakan utama supaya sebuah animasi tampak lebih realistik. Secondary action tidak dimaksudkan untuk menjadi ‘pusat perhatian’ sehingga mengaburkan atau mengalihkan perhatian dari gerakan utama. Kemunculannya lebih berfungsi memberikan emphasize untuk memperkuat gerakan utama.
- h. **Follow Through and Overlapping Action**
Follow through adalah tentang bagian tubuh tertentu yang tetap bergerak meskipun seseorang telah berhenti bergerak. Misalnya, rambut yang tetap bergerak sesaat setelah berhenti berlari. Overlapping action secara mudah bisa dianggap sebagai gerakan saling-silang. Maksudnya, adalah

serangkaian gerakan yang saling mendahului (overlapping). Pergerakan tangan dan kaki ketika berjalan bisa termasuk didalamnya.

- i. Straight Ahead Action and Pose to Pose
Ada dua pendekatan untuk membuat animasi dalam hal resources dan pengerjaan. Yang pertama adalah Straight Ahead Action, yang melibatkan satu animator membuat sketsa satu per satu, frame demi frame, dari awal hingga akhir. Karena satu individu melakukannya, pendekatan ini menguntungkan kualitas gambar yang konsisten. Namun, ia memiliki kelemahan: waktu pemrosesan yang lama. Yang kedua adalah animasi Pose to Pose, yang dibuat oleh seorang animator dengan menggambar hanya pada keyframe tertentu, kemudian di antara atau interval antar keyframe digambar/dilanjutkan oleh asisten/animator lainnya. Pendekatan kedua ini lebih cocok untuk penggunaan di industri karena menawarkan keuntungan sebagai berikut: Karena menggunakan lebih banyak sumber daya, waktu pemrosesan relatif lebih cepat.
- j. Staging
Seperti halnya yang dikenal dalam film atau teater, staging dalam animasi juga meliputi bagaimana ‘lingkungan’ dibuat untuk mendukung suasana atau ‘mood’ yang ingin dicapai dalam sebagian atau keseluruhan scene.
- k. Appeal
Appeal berkaitan dengan keseluruhan look atau gaya visual dalam animasi. Sebagaimana gambar yang telah menelurkan banyak gaya, animasi (dan ber-animasi) juga memiliki gaya yang sangat beragam. Sebagai contoh, anda tentu bisa mengidentifikasi gaya animasi buatan Jepang dengan hanya melihatnya sekilas. Anda juga bisa melihat ke-khas-an animasi buatan Disney atau Dreamworks. Hal ini karena mereka memiliki appeal atau gaya tertentu. Ada juga yang berpendapat bahwa appeal adalah tentang penokohan, berkorelasi dengan ‘kharisma’ seorang tokoh atau karakter

dalam animasi. Jadi, meskipun tokoh utama dari sebuah animasi adalah monster, demit, siluman atau karakter ‘jelek’ lainnya tetapi tetap bisa appealing.

1. Exaggeration

Exaggeration adalah upaya untuk mendramatisir sebuah animasi dalam bentuk rekayasa gambar yang bersifat hiperbolis. Dibuat untuk menampilkan ekstrimitas ekspresi tertentu, dan lazimnya dibuat secara komedik. Banyak dijumpai di film-film animasi sejenis Tom & Jerry, Donald Duck, Doraemon dan sebagainya.

5. Dakwah Melalui Animasi

Kemajuan teknologi komunikasi semakin pesat karena berbagai faktor. Dalam konteks ini, menandakan bahwa ada masalah yang harus diatasi dan peluang untuk dimanfaatkan agar jangkauannya luas. Penggunaan media massa untuk dakwah dimungkinkan jika mereka dapat secara maksimal memberdayakan sumber daya mereka, yang berarti mereka harus memahami teori dan praktik komunikasi manusia. Komunikasi manusia merupakan proses interaktif antara komunikator dan komunikan untuk memperoleh pengetahuan, pemahaman, penghayatan, dan pengamalan isi pesan melalui media animasi. Demikian pula, dakwah adalah gaya komunikasi yang memberikan kontribusi sesuatu kepada orang lain dan menyebabkan transformasi positif dalam situasi yang mengerikan. Karena keberadaan manusia terus berkembang, dakwah Islam mengharuskan mengadopsi pendekatan yang *up-to-date*.

Dalam berdakwah tidak ada batasan apapun, intinya adalah amar ma'ruf nahi munkar. Karena minat dakwah hampir merata di antara semua, termasuk seniman dan seniman muslim yang telah tertarik menggunakan media animasi untuk berdakwah. Animasi bukan hanya

tontonan tetapi juga tuntutan. Di sisi lain, dakwah juga memiliki batasan syariat yang mengontrol proses pembuatannya dan mendorong kreativitas seniman muslim. Dakwah melalui animasi, merupakan hal baru dalam dakwah Islam yang memuat kartun-kartun Islami, dengan memperkenalkan budaya dan ajaran Islam, serta kisah-kisah kepahlawanan. Hal ini juga dapat dilakukan oleh Cahaya Tri sebagai animator muslim, agar anak muslim tidak kehilangan sejarah dan identitasnya.

D. Analisis Isi

1. Pengertian Analisis Isi

Analisis isi adalah teknik penelitian yang dilakukan secara objektif, sistematis, dan kuantitatif terhadap isi komunikasi yang kasat mata. Analisis isi kuantitatif secara umum dapat didefinisikan sebagai teknik penelitian ilmiah yang tujuannya untuk menggambarkan suatu karakteristik isi dan menarik kesimpulan dari isi. Riffie, Lacy, dan Fico yang dikutip oleh Eriyanto menyatakan bahwa pengertian analisis isi sebagai berikut: Analisis isi adalah pengujian simbol-simbol komunikasi yang sistematis dan dapat direplikasi, dimana simbol-simbol tersebut diberi nilai numerik berdasarkan pengukuran yang valid, dan analisisnya menggunakan metode statistik untuk mendeskripsikan isi komunikasi, menarik kesimpulan, dan memberikan konteks, baik produksi maupun konsumsi. Analisis isi adalah teknik pengujian untuk konten yang dilakukan secara koheren. Teknik ini dapat diduplikasi atau ditiru bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian sejenis dengan objek atau subjek yang berbeda. Analisis isi dilakukan dengan menggunakan pengukuran yang andal dan valid berdasarkan indikator yang ditentukan, dan

menggunakan perhitungan statistik untuk mencapai atau menarik kesimpulan dari apa yang ingin dipelajari. Uraian tentang analisis isi menurut Lisa A. Kort-Butler di atas dapat diartikan bahwa analisis isi adalah suatu teknik untuk mengetahui pesan apa saja yang ada dalam suatu tayangan atau laporan secara lebih terstruktur dan sistematis. Teknik analisis isi tidak hanya melihat apa yang ditampilkan di depan layar dan dilihat oleh khalayak, dan tidak hanya melihat apa yang dibaca pembaca dalam suatu media.²⁶

Penelitian ini menggunakan analisis isi deskriptif untuk mengkarakterisasi pesan dengan menjawab pertanyaan siapa, apa, dan bagaimana. Apa yang digunakan untuk menanggapi isi pesan, siapa yang digunakan untuk menguji hipotesis isi pesan yang ditampilkan kepada berbagai khalayak, dan teknik yang digunakan untuk menggambarkan isi pesan dalam komunikasi teks, dengan langkah-langkah sebagai berikut; Tentukan terlebih dahulu desain atau model penelitiannya. Jumlah media, analisis deskriptif, perbandingan atau korelasi, jumlah atau sedikit item yang digunakan, dan sebagainya semuanya ditentukan di sini. Kedua, mencari fakta fundamental atau primer, seperti teks. Teks adalah objek penting analisis isi, bahkan objek utama. Pencarian dapat dilakukan dengan menggunakan formulir observasi khusus yang dirancang khusus untuk keperluan pencarian data. Ketiga, mencari pengetahuan kontekstual agar penelitian tidak dilakukan dalam ruang hampa tetapi seolah-olah terhubung dengan keadaan lain.²⁷

²⁶ Kort-Bulter, L, *Content Analysis In The Study Of Crime, Media And Popular Culture*, (2016)

²⁷ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu - Ilmu Sosial Lainnya*, Kencana Prenada Media Group, (2013)

Jadi, analisis isi ini dapat diartikan sebagai salah satu jenis metode dalam penelitian kualitatif. Khususnya dalam penelitian ilmu komunikasi yang berfungsi untuk mengetahui isi pesan secara mendalam. Metode penelitian ini biasanya digunakan untuk mengkaji pesan (isi) yang terdapat dalam suatu dokumen, buku dan media lain seperti surat kabar, majalah, radio, film, televisi dan lain-lain termasuk media berbasis internet. Untuk mendapatkan informasi yang disampaikan berupa simbol-simbol dengan media tertentu dalam sebuah pesan dakwah, maka diperlukan metode analisis isi dalam penelitian kualitatif untuk menganalisis animasi pesan dakwah yang diunggah di media sosial Instagram.

2. Tujuan Analisis Isi (*Content Analysis*)

Secara umum, analisis isi berusaha untuk mendefinisikan ciri-ciri isi pesan yang disampaikan untuk menjawab persoalan mengapa pesan itu bisa ada dalam bentuk secara langsung atau melalui media tertentu. Pada saat yang sama, tujuan eksplisit penulis untuk penelitian ini adalah untuk menggali dan menemukan pesan dakwah tentang moralitas, aqidah, dan syariah. Adapun tujuan dari metode penelitian analisis isi dijelaskan yang secara rinci oleh Eriyanto, yaitu sebagai berikut:

- a. Menggambarkan ciri-ciri pesan, yang dimana dimaksud disini digunakan untuk menjawab pertanyaan “*what*” terkait dengan apa isi pesan tersebut dengan kecenderungan dan perbedaan pesan dari komunikator yang berbeda. Pertanyaan “*to whom*” untuk menguji hipotesis tentang isi pesan yang ditujukan untuk *audiens* yang berbeda.
- b. Menarik kesimpulan tentang penyebab pesan. Fokus analisis isi menjawab pertanyaan mengapa pesan (isi) muncul dalam bentuk

tertentu.²⁸

3. Pendekatan Analisis Isi (*Content Analysis*)

Pendekatan analisis isi dibagi menjadi tiga bagian, yaitu sebagai berikut:

- a. Analisis isi deskriptif, yaitu dimana artinya deskripsi rinci dari pesan atau teks tertentu. Jenis desain analisis isi ini tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu atau menguji hubungan antar variabel. Analisis isi semata-mata untuk mendeskripsikan, menggambarkan aspek dan karakteristik suatu pesan.²⁹
- b. Analisis isi eksplanatif, di mana terdapat pengujian hipotesis tertentu juga mencoba membuat hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Analisis ini tidak hanya sebatas mendeskripsikan secara deskriptif isi suatu pesan, tetapi juga mencoba mencari hubungan antara isi pesan tersebut dengan variabel-variabel lainnya.³⁰
- c. Analisis isi prediktif, yaitu memprediksi hasil sebagaimana tertangkap dalam analisis isi dengan variabel lain. Di sini penulis tidak hanya menggunakan variabel lain di luar analisis isi, tetapi juga menggunakan hasil penelitian dari metode lain seperti survei, eksperimen. Data dari kedua hasil penelitian tersebut dihubungkan, dan dicari korelasinya.³¹

Penulis mencoba menggunakan analisis deskriptif sebagai cara yang signifikan dari ketiga pendekatan tersebut di atas untuk

²⁸ *Ibid.*, Eriyanto, hlm. 32-42

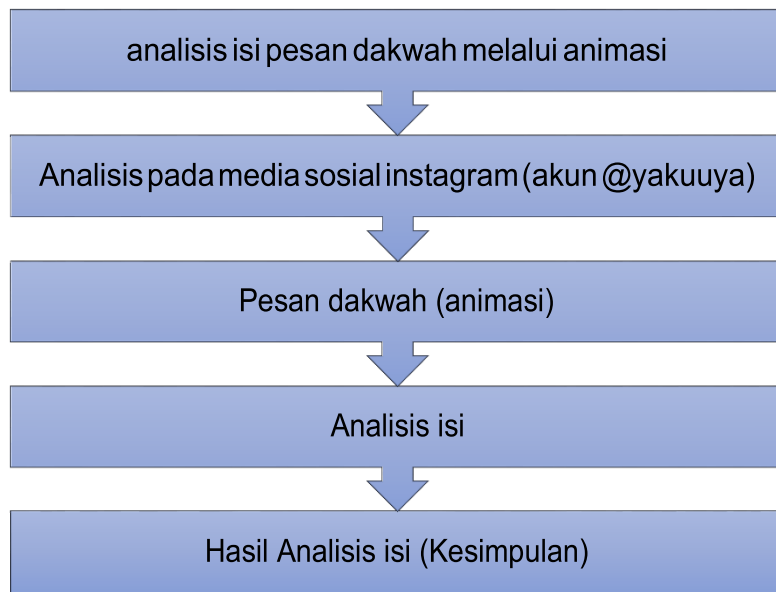
²⁹ *Ibid.*, Eriyanto, hlm. 47

³⁰ *Ibid.*, Eriyanto, hlm. 49

³¹ *Ibid.*, Eriyanto, hlm. 53

mempermudah mengkarakterisasi kualitas dan karakteristik pesan yang dimaksud, yaitu pesan dakwah yang diberikan oleh animator di media sosial Instagram. Lebih jauh lagi, mengkaji link penjelasan menjadi ujian antara substansi pesan dan faktor-faktor seperti ayat-ayat Al-Qur'an dan Hadits agar penjelasannya lebih mudah dipahami. Dengan melakukan analisis prediksi penutup, hasil dari dua prosedur analisis sebelumnya digabungkan dan kemudian dicari sehingga semua variabel dapat dengan mudah diakses.

Setelah pemaparan kajian pokok bahasan di atas, dipandang perlu untuk memetakan pokok bahasan dalam bentuk skema sebagai penjelasan struktur atau susunan ruang lingkup pembahasan yang penulis kaji melalui analisis isi. Pemetaan subjek penelitian yang berjudul “Analisis Isi Pesan Dakwah Melalui Animasi Pada Media Sosial Instagram Pada Akun @yakuuya”, adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1 Pemetaan Subjek Penelitian