STRATEGI DAKWAH DIGITAL MELALUI ANIMASI VISUAL: STUDI KANAL YOUTUBE @DANIMASI

SKRIPSI

OLEH
IBNU SYINA
NIM. 190104030197

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2026 M /1447 H

STRATEGI DAKWAH DIGITAL MELALUI ANIMASI VISUAL: STUDI KANAL YOUTUBE @DANIMASI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:
Ibnu Syina
NIM. 190104030197

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
BANJARMASIN
2026 M / 1447 H

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Ibnu Syina
Nim	: 190104030197
Tempat/Tanggal Lahir	: Kotabaru, 22 April 1999
Jurusan/Program Studi	: Manajemen Dakwah
Fakultas	: Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul, "***Strategi Dakwah Digital Melalui Animasi Visual: Studi Kanal Youtube @Danimasi***" adalah benar-benar karya saya, kecuali kutipan yang disebut sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarmasin, 29 April 2026

Yang membuat Pernyataan



Ibnu Syina

HALAMAN BEBAS PLAGIASI

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jalan Jenderal Ahmad Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235
Telepon (0511) 3257627; Faksimili (0511) 3254344;
Website: www.fdk.uin-antasari.ac.id; *E-mail:* fdik@uin-antasari.ac.id Ig: fdkuinantasari

SURAT KETERANGAN LULUS CEK PLAGIASI
Nomor : B-618/Un.14/III.4/ PP.00.9/06/2026

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama	: Ibnu syina
NIM	: 190104030197
Program Studi	: S1 Manajemen Dakwah

Judul skripsi:

STRATEGI DAKWAH DIGITAL MELALUI ANIMASI VISUAL: STUDI KANAL YOUTUBE @DANIMASI

Hasil Uji Plagiasi : 16%

Berdasarkan hasil cek plagiasi dengan menggunakan *www.turnitin.com* bahwa naskah skripsi ini dinyatakan lulus dan memenuhi syarat batas maksimal plagiasi 25%.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 03 Juni 2026
a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,

Abdul Hafiz Sairazi

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul	:	Strategi Dakwah Digital Melalui Animasi Visual: Studi Kanal Youtube @Danimasi
Ditulis oleh	:	Ibnu Syina
NIM	:	190104030197
Jurusan/Prodi	:	Manajemen Dakwah
Fakultas	:	Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Tahun Akademik	:	2025 - 2026

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan, kami dapat menyetujui untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 29 April 2026

Pembimbing I	Pembimbing II
Fahriansyah, S.Ag., M.Ag	Sri Anafarhanah, S.EI., M.SI
NIP. 197004161996031002	NIP. 198909112015032005

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen Dakwah
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari

Sri Anafarhanah, S.EI., M.SI
NIP. 198909112015032005

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "***Strategi Dakwah Digital Melalui Animasi Visual: Studi Kanal Youtube @Danimasi***" ditulis oleh Ibnu Syina telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Senin

Tanggal : 22 - Juni - 2026.

Dan dinyatakan lulus dengan predikat : 86,2 (A)

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin,

Dr. Hj. Halimatus Sakdiah, S.Ag., M.Si.
NIP. 197604132000032002

TIM PENGUJI

Nama	Tanda Tangan
1. Dr. Hj. Halimatus Sakdiah, S.Ag., M.Si.	1.
2. Drs. Fasih, MSi.	2.
3. Fahriansyah, S.Ag., M.Ag	3.
4. Sri Amfarlanah, SEI., MSI	4.

KATA PERSEMBAHAN

بسم الله الرحمن الرحيم

Dengan segenap rasa syukur dan kerendahan hati, karya sederhana ini kupersembahkan kepada: Ayah dan Ibu tercinta, sumber cinta dan doa tanpa batas. Terima kasih atas peluh, pengorbanan, dan keteguhan yang menjadi pondasi dalam setiap langkahku. Langit tak cukup luas untuk membalas jasamu, namun semoga karya ini menjadi bukti kecil dari baktiku. Saudara-saudaraku tersayang, yang tak pernah lelah menjadi tumpuan semangat dan pelipur dikala lelah. Kebersamaan kalian adalah anugerah yang terus meneguhkan hati. Para dosen dan pembimbing, yang dengan tulus membagikan ilmu, waktu, dan kesabaran dalam membimbing proses ini hingga menjadi nyata. Sahabat-sahabat seperjuangan, rekan dalam tawa, lelah, dan harap. Perjalanan ini tak akan lengkap tanpa kalian. Terima kasih telah hadir dan berjalan bersama. Diriku sendiri, yang telah bertahan dalam sunyi, jatuh dalam letih, namun tetap memilih untuk bangkit dan menyelesaikan perjalanan ini dengan sebaik-baiknya. Dan akhirnya, kepada Allah SWT, Dzat Yang Maha Mengetahui, atas segala nikmat yang tak terhitung. Tanpa izin dan pertolongan-Nya, takkan pernah kutuliskan satu kata pun dari karya ini.

KATA PENGANTAR

حمدا و شكرا لله على عنايته و توفيقه حتى يستطيع الكاتب أن يتم هذا البحث العلمي في الوقت المحدد.

و الصلاة و السلام على أشرف الأنبياء و المرسلين سيّدنا و مولانا محمد و على آله وصحبه و التابعين

إلى يوم الدين. أمّا بعد:

Puji Syukur ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "***Strategi Dakwah Digital Melalui Animasi Visual: Studi Kanal Youtube @Danimasi***" ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammaad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa terselesaikan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Nida Mufidah, M.Pd, Rektor Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di kampus tercinta ini.

2. Dr. Hj. Halimatus Sakdiah, S.Ag., M.Si, Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin, beserta seluruh jajaran pimpinan fakultas yang telah memberikan fasilitas dan kemudahan dalam proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
3. Sri Anafarhanah, S.EI., M.Si, selaku ketua Program Studi Manajemen Dakwah Sekaligus Dosen Pembimbing II, serta Bapak Fahriansyah, S.Ag., M.Ag., selaku dosen Pembimbing I. Terima kasih yang tak terhingga atas kesabaran, arahan, bimbingan, dan motivasi yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga segala kebaikan Bapak dan Ibu mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.
4. Seluruh jajaran Program Studi Manajemen Dakwah, khususnya Ketua Prodi, Sekretaris Prodi, serta seluruh staf dan tenaga kependidikan yang telah membantu kelancaran administrasi selama penulis menjalani studi.
5. Seluruh dosen dan staf pengajar di Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan pengalaman berharga yang tidak ternilai harganya.
6. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Iskandar dan Ibunda Yuniari Saniah, yang tidak pernah lelah mendoakan, mendukung, dan memberikan kasih sayang tulus serta pengorbanan yang luar biasa. Skripsi ini adalah persembahan kecil untuk kalian berdua.

7. Teman-teman seperjuangan Angkatan 2019 Program Studi Manajemen Dakwah, yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik ini. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan motivasi yang diberikan selama perkuliahan.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan moril dan materil dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan ke depan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen dakwah di era digital, serta menjadi amal jariyah bagi kita semua. Amiin.

Banjarmasin, 29 April 2026



Penulis

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 teremediaisasi, 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.

HALAMAN TRANSLITERASI

Transliterasi yang dipakai dalam pedoman penulisan skripi ini adalah pedoman Transliterasi Arab-Indonesia berdasarkan Surat Keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tanggal 22 Januari 1988.

1.	ا	:	A	16.	ط	:	Th
2.	ب	:	B	17.	ظ	:	Zh
3.	ت	:	T	18.	ع	:	‘
4.	ث	:	Ts	19.	غ	:	Gh
5.	ج	:	J	20.	ف	:	F
6.	ح	:	H	21.	ق	:	Q
7.	خ	:	Kh	22.	ك	:	K
8.	د	:	D	23.	ل	:	L
9.	ذ	:	Dz	24.	م	:	M
10.	ر	:	R	25.	ن	:	N
11.	ز	:	Z	26.	و	:	W
12.	س	:	S	27.	ه	:	H
13.	ش	:	Sy	28.	ء	:	`
14.	ص	:	Sh	29.	ي	:	Y
15.	ض	:	Dh				

A. Vokal

Vokal dalam bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal memiliki ketentuan alih aksara sebagai berikut.

Tanda Vokal Arab	Tanda Vokal Latin	Keterangan
ـَ	a	Fathah
ـِ	i	Kasrah
ـُ	u	Dhammah

Vokal rangkap memiliki ketentuan alih aksara sebagai berikut.

Tanda Vokal Arab	Tanda Vokal Latin	Keterangan
ـَي	ai	a dan i
ـَو	au	a dan u

B. Vokal Panjang

Ketentuan alih aksara vokal panjang (mad), yang dalam bahasa Arab dilambangkan dengan harakat dan huruf sebagai berikut.

Tanda Vokal Arab	Tanda Vokal Latin	Keterangan
يَا	â	a dengan topi di atas
بِي	î	i dengan topi di atas
بُو	û	u dengan topi di atas

C. Kata Sandang

Kata sandang, yang dalam sistem aksara Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu dialihaksarakan menjadi huruf /l/, baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf kamariah. Contoh: (الرِّجَال) al-rijâl bukan ar-rijâl, (الدِّيْوَان) al-diwân bukan ad-diwân.

D. Syiddah (*Tasydîd*)

Syiddah atau *tasydîd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda (ـّـ) dalam alih aksara ini dilambangkan dengan huruf, yaitu dengan menggandakan huruf yang diberi tanda *syiddah* itu. Akan tetapi, hal ini tidak berlaku jika huruf yang menerima tanda *syiddah* itu terletak setelah kata sandang yang diikuti oleh huruf-huruf syamsiyah. Misalnya, kata (الضرورة) tidak ditulis adh-dharûrah melainkan al-dharûrah, demikian seterusnya.

E. *Ta Marbûthah*

Berkaitan dengan alih aksara ini, jika huruf *ta marbûthah* terdapat pada kata yang berdiri sendiri, maka huruf tersebut dialihaksarakan menjadi huruf "h" (lihat contoh 1 di bawah). Hal yang sama juga berlaku jika *ta marbûthah* tersebut diikuti oleh kata sifat (*na't*) (lihat contoh 2). Namun, jika huruf *ta marbûthah* tersebut diikuti kata benda (*ism*), maka huruf tersebut dialihaksarakan menjadi huruf /t/ (lihat contoh 3).

No.	Kata Arab	Alih Aksara
1.	طَرِيْقَة	Tharîqah
2.	الْجَامِعَة الْإِسْلاَمِيَّة	Al-Jâmî'ah al-Islâmiyyah
3.	وَحْدَة الْوُجُوْد	Wahdah al-Wujûd

F. Cara Penulisan Kata

Setiap kata, baik kata kerja (*fi'l*) kata benda (*ism*), maupun huruf (*harf*) ditulis secara terpisah. Berikut adalah beberapa contoh alih aksara atas kalimat-kalimat dalam Bahasa Arab.

Aksara Arab	Alih Aksara
ذَهَبَ الْأُسْتَاذُ	dzahaba al-ustâdzu
ثَبَتَ الْأَجْرُ	tsabata al-ajru
الْحَرَكَة الْعَصْرِيَّة	al-harakah al-'ashriyyah
أَشْهَدُ أَنْ لاَ إِلٰهَ إِلاَّ الله	asyhadu an lâ ilâha illa Allâh
مَوْلاَنَا مَلِك الصَّالِح	mawlânâ Malik al-Shâlih
يُؤْتِرُكُمُ الله	yu'tsirukum Allâh
الْمَظَاهِر الْعَقْلِيَّة	al-mazhâhir al-'aqliyyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN ..... **ii**
HALAMAN BEBAS PLAGIASI ..... **iii**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **iv**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **v**
KATA PERSEMBAHAN ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
ABSTRAK ..... **x**
HALAMAN TRANSLITERASI ..... **xi**
DAFTAR ISI ..... **xv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xviii**

BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 6
D. Kegunaan Penelitian 6
E. Definisi Operasional 7
F. Penelitian Terdahulu 10
G. Sistematika Penulisan 13

BAB II KAJIAN TEORI **16**
A. Ruang Lingkup Strategi Dakwah 16
1. Pengertian Dakwah 16
2. Unsur-Unsur Dakwah 19
3. Strategi-Strategi Dakwah 22
B. Animasi Visual sebagai Sarana Dakwah 26
1. Pengertian Animasi Visual 26

2. Jenis-Jenis Animasi Visual 27
3. Animasi Visual sebagai Media Dakwah 28
C. Platform YouTube sebagai Media Penyebaran Dakwah di Era Digital.. 30
1. Pengertian YouTube 30
2. YouTube Sebagai Media Penyebaran Dakwah 31
D. Kerangka Teori 34

BAB III METODE PENELITIAN 36
A. Pendekatan Penelitian 36
B. Subjek dan Objek Penelitian 37
C. Data dan Sumber Data 37
D. Langkah-Langkah Pengumpulan Data 38
E. Analisis Data 40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 43
A. Gambaran Umum Penelitian 43
1. Kanal Youtube @Danimasi 43
a. Latar Belakang Pembentukan Kanal YouTube @Danimasi 43
b. Author Kanal YouTube @Danimasi 46
c. Karakteristik Animasi Visual Kanal YouTube @Danimasi 49
d. Perkembangan dan Popularitas Kanal YouTube @Danimasi 52
2. Tema dan Segmentasi Dakwah pada Kanal YouTube @Danimasi .. 54
a. Tema-Tema Dakwah pada Kanal YouTube @Danimasi 54
b. Segmentasi Dakwah pada Kanal YouTube @Danimasi 59
B. Hasil Penelitian 60
1. Strategi Dakwah Kanal Youtube @Danimasi 60
a. Identifikasi Konten Dakwah Kanal Youtube @Danimasi 60
b. Strategi Penyampaian Pesan dalam Konten Dakwah Kanal YouTube @Danimasi 66

c. Peran Media dalam Strategi Dakwah Kanal YouTube @Danimasi 72

2. Efektivitas Penggunaan Animasi Visual pada Kanal Youtube @Danimasi 75
   a. Jangkauan dan Popularitas Konten 76
   b. Tingkat Interaksi (*Engagement*) 77
   c. Kualitas Respons dan Pemaknaan oleh Audiens 77

C. Pembahasan 83

BAB V PENUTUP 87

A. Kesimpulan 87

B. Saran-Saran 88

DAFTAR PUSTAKA 89

LAMPIRAN-LAMPIRAN 97

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Beranda Kanal YouTube @Danimasi 10

Gambar 2.1 Langkah Penerapan Teori Mediatization of Religion pada Studi Kanal YouTube @Danimasi 35

Gambar 4.1 Deskripsi Kanal YouTube @Danimasi 44

Gambar 4.2 Statistik Kanal YouTube @Danimasi pada Laman Social Blade.com .. 45

Gambar 4.3 Informasi Credits pada Video @Danimasi 46

Gambar 4.4 Profil Akun Instagram @danimasiig 47

Gambar 4.5 Profil Akun TikTok @danimasitiktok 48

Gambar 4.6 Desain Karakter Dani dan Bejo 49

Gambar 4.7 Perkembangan Gaya Visual Karakter Bejo dan Dani 50

Gambar 4.8 Setting Latar dalam Animasi Visual @Danimasi 51

Gambar 4.9 *Behind The Scane* Pengisian Suara Karakter Dani dan Bejo 51

Gambar 4.10 Data Pertumbuhan Pelanggan Kanal YouTube @Danimasi 53

Gambar 4.11 Data Pertumbuhan Penayangan Kanal YouTube @Danimasi 54

Gambar 4.12 Unggahan Video pada Kanal YouTube @Danimasi 56

Gambar 4.13 Cuplikan Video @Danimasi Berjudul Adab Menguap 62

Gambar 4.14 Cuplikan Video @Danimasi Berjudul Cuman 2000 Biasa 63

Gambar 4.15 Cuplikan Video @Danimasi "Kapan Terakhir Kali Membaca Al-Qur'an" 64

Gambar 4.16 Cuplikan Video @Danimasi berjudul Hanya Makan Tempe..... 65

Gambar 4.17 Komentar Video @Danimasi Berjudul "Hanya 2000 Biasa" 79

Gambar 4.18 Komentar Video @Danimasi Berjudul "Engkau Datang…"..... 80

Gambar 4.19 Komentar Video @Danimasi Berjudul "Hanya Makan Tempe" 81

Gambar 4.20 Komentar Video @Danimasi Berjudul "JUALAN TISU"..... 82

Gambar 4.21 Pendapatan Kanal YouTube @Danimasi menurut Laman Social Blade . 85