ANIMASI SEBAGAI MEDIA DAKWAH DALAM MENINGKATKAN RELIGIUSITAS NETIZEN (STUDI KASUS CHANNEL YOUTUBE CULAPCULIP)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

SATRIA PUTRA MAHARDIKA MUHAMMAD
NIM 3420076

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026

ANIMASI SEBAGAI MEDIA DAKWAH DALAM MENINGKATKAN RELIGIUSITAS NETIZEN (STUDI KASUS CHANNEL YOUTUBE CULAPCULIP)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

SATRIA PUTRA MAHARDIKA MUHAMMAD
NIM 3420076

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Satria Putra Mahardika Muhammad
NIM : 3420076
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **"ANIMASI SEBAGAI MEDIA DAKWAH DALAM MENINGKATKAN RELIGIUSITAS (STUDI KASUS CHANNEL YOUTUBE CULAPCULIP)"** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 02 Oktober 2026
Yang Menyatakan,



Satria Putra Mahardika Muhammad
NIM. 3420076

NOTA PEMBIMBING

Muhammad Rikzam Kamal, M.Kom.
Ds. Bligo, Kec. Buaran, Kab. Pekalongan

Lamp : 4 (Empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Satria Putra Mahardika Muhammad

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
c.q Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
di-
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Satria Putra Mahardika Muhammad
NIM : 3420076
Judul : **ANIMASI SEBAGAI MEDIA DAKWAH DALAM MENINGKATKAN RELIGIUSITAS NETIZEN (STUDI KASUS CHANNEL YOUTUBE CULAPCULIP)**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 02 Oktober 2026
Pembimbing,

Muhammad Rikzam Kamal, M. Kom
NIP. 198812312019031011

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: [illegible] | Email : [illegible]

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudari:

Nama	:	**Satria Putra Mahardika Muhammad**
NIM	:	**3420076**
Judul Skripsi	:	**Animasi Sebagai Media Dakwah dalam Meningkatkan Religiusitas Netizen (Studi Kasus Channel Youtube CulapCulip)**
Dosen Pembimbing	:	**Dr. Muhammad Rikzam Kamal, M.Kom.**

Telah diujikan pada hari Senin tanggal 19 Oktober 2026 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Dewan Penguji,

Penguji I	Penguji II
Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc.,M.A	**Mukoyimah, M.Sos**
NIP. 197801052003121002	**NIP. 199206202019032016**

Pekalongan, 20 Oktober 2026
Disahkan Oleh
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Dr. Amal Zuhri, M.Ag
NIP. 197204042001121001

PEDOMAN TRANSLITERASI

KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987
Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha

د	Dal	d	De
ذ	Żal	ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ھ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يْ...َ	Fathah dan ya	ai	a dan u
...وْ...َ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ...ىَ...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...ىِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...وُ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيْلَ qīla
- يَقُوْلُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

   Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

   Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl

- الْمَدِيْنَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةْ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- البِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

   Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلاَلُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khużu
- شَيئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِيْنَ — Wa innallāha fahuwa khair ar-rāziqīn/ Wa innallāha fahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا — Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ للهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ — Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمنِ الرَّحِيْمِ — Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللهُ غَفُوْرٌ رَحِيْمٌ — Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلهِ الأُمُوْرُ جَمِيْعًا — Lillāhi al-umuru jamī`an/Lillāhil-umuru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

PERSEMBAHAN

Puji Syukur kehadirat Allah SWT. atas segala Rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW., keluarga, sahabat dan para pengikutnya dengan harapan bisa mendapatkan syafa'atnya dihari akhir nanti. Sebagai rasa cinta dan kasih, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT, karena atas izin dan karunianya, penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Terimakasih kepada kedua orang tua saya, Papa dan Mama yang telah merawat, membimbing, dan mendidik saya dengan segala curahan kasih sayang, cinta, dan doa yang tidak pernah putus dipanjatkan untuk saya. Skripsi ini adalah persembahan kecil dari saya untuk kalian. Terimakasih atas dukungan moral dan material yang selalu mengiringi setiap langkah hidup saya. Semuanya tidak akan terlupa dan tidak mampu terbalas dengan apapun. Semoga Allah SWT. membalas kebaikan kalian berdua. Aamiin…
3. Kepada diri saya sendiri, Satria Putra Mahardika Muhammad. Terimakasih telah bertahan sampai sejauh ini. Terimakasih telah memilih berjuang dan tidak menyerah sesulit apapun proses penyelesaian skripsi ini. Terimakasih karena terus berusaha dan mencoba sampai batas akhir kemampuan kamu. Kamu berhasil, kamu berjaya dan kamu hebat, karena kamu mampu menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin. Mari rayakan pencapaian ini. Pencapaian yang patut untuk dibanggakan diri sendiri.
4. Keluarga besar penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat kepada saya, sehingga tidak terasa masa perkuliahan penulis telah mencapai masa akhir, dan skripsi ini dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya.
5. Bapak Muhammad Rikzam Kamal, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, perhatian, dan memberikan semangat serta memotivasi guna memberi bimbingan dan pengarahan dalam perkuliahan serta penyelesaian penulisan skripsi ini.

6. Dosen Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu, tanpa ilmu yang diberikan penulis tidak akan sampai di titik ini.
7. Segenap teman-teman penulis, yang telah menemani masa perkuliahan penulis dari mahasiswa baru hingga masa akhir perkuliahan. Terselesaikannya penulisan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, semangat, dan motivasi kalian. Terimakasih karena sudah selalu berkenan untuk penulis repotkan dan sukarela membantu saat penulis membutuhkan bantuan. Sehat selalu untuk kalian.

MOTTO

“Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanya mimpi yang tertunda. Jika merasa gagal dalam mencapai mimpi, jangan khawatir. Mimpi-mimpi lain bisa diciptakan”

Windah Basudara

ABSTRAK

Muhammad, Satria Putra Mahardika 2026. Animasi Sebagai Media Dakwah dalam Meningkatkan Religiusitas Netizen (Studi Kasus Channel Youtube CulapCulip). Skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing Dr. Muhammad Rikzam Kamal, M.Kom.

Kata Kunci : Animasi, Media Dakwah, Religiusitas, Netizen.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan struktur animasi yang digunakan oleh channel YouTube CulapCulip dalam meningkatkan religiusitas serta mengetahui respon netizen terhadap konten animasi dakwah di channel YouTube CulapCulip. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian virtual field research.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Data berupa struktur animasi CulapCulip pada konten "Kompilasi 13 Animasi Islami Culap Culip" akan dikelompokkan seusai lima kategori dimensi religiusitas, komentar netizen juga akan dikelompokkan ke dalam tiga jenis respon, yang kemudian dianalisis secara terpisah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur animasi CulapCulip terdapat lima kategori dimensi religiusitas yaitu keyakinan, praktik, pengalaman, pengetahuan, dan konsekuensi. Selain itu, ditemukan adanya respon netizen pada kolom komentar yang mengandung respon kognitif, afektif, dan konatif. Dapat disimpulkan bahwa dalam meningkatkan religiusitas netizen, struktur animasi Channel Youtube CulapCulip mengintegrasikan lima dimensi religiusitas melalui pendekatan naratif berbasis situasi nyata yang diperkuat oleh dalil syariat. Selain itu, respon netizen terhadap animasi dakwah di channel YouTube CulapCulip terbagi menjadi tiga yaitu kognitif, afektif ,dan konatif yang terbukti efektif menjadi media stimulus yang berhasil memicu respon positif dari para penontonnya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayahnya dan selalu memberikan kemudahan dalam segala urusan kepada hamba-Nya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan dunia maupun akhirat dan semoga kelak mendapaat syafaat beliau di hari akhir. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Animasi Sebagai Media Dakwah dalam Meningkatkan Religiusitas Netizen (Studi Kasus Channel Youtube CulapCulip)"

Skripsi ini disusun sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan. Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menyelesaikan studi di UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. Amat Zuhri, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.
3. Ibu Mukoyimah, M.Sos., selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Bapak Dimas Prasetya, M.A., selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
5. Bapak Muhammad Rikzam Kamal M.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis selama masa studi.
6. Bapak Muhammad Rikzam Kamal M.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membantu penulis tanpa lelah dan putus asa memotivasi

dan membimbing dengan penuh kesabaran sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi.

7. Seluruh Dosen Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmunya kepada penulis dalam kegiatan belajar di bangku perkuliahan.
8. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semoga bermanfaat bagi semua pihak.

Pekalonga Oktober
Sat a Mal lika M
76

DAFTAR ISI

JUDUL ..... **i**
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ..... **ii**
NOTA PEMBIMBING ..... **iii**
PENGESAHAN ..... **iv**
PEDOMAN TRANSLITERASI ..... **v**
PERSEMBAHAN ..... **xii**
MOTTO ..... **xiv**
ABSTRAK ..... **xv**
KATA PENGANTAR ..... **xvi**
DAFTAR ISI ..... **xviii**
DAFTAR TABEL ..... **xx**
DAFTAR GAMBAR ..... **xxi**

BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 4
C. Tujuan Penelitian 4
D. Manfaat Penelitian 4
E. Tinjauan Pustaka 4
F. Penelitian Relevan 13
G. Kerangka Berpikir 16
H. Metodologi Penelitian 17
I. Sistematika Penulisan 21

BAB II ANIMASI, MEDIA DAKWAH, RELIGIUSITAS, NETIZEN, YOUTUBE, ANALISIS ISI, DAN TEORI S-O-R **23**
A. Animasi 23
B. Media Dakwah 24
C. Religiusitas 27
D. Netizen 29
E. YouTube 29
F. Teori Analisis Isi 30
G. Teori Stimulus Organisme Respon (S-O-R) 32

BAB III GAMBARAN UMUM CHANNEL CULAPCULIP, STRUKTUR ANIMASI YANG DIGUNAKAN CHANNEL CULAPCULIP, DAN RESPON NETIZEN TERHADAP KONTEN DAKWAH DI CHANNEL CULAPCULIP **35**
A. Gambaran umum channel youtube CulapCulip 35

B. Struktur animasi yang digunakan oleh Channel Youtube Culapculip dalam meningkatkan religiusitas 38
C. Respon netizen terhadap konten animasi dakwah di channel YouTube CulapCulip 47

BAB IV ANALISIS STRUKTUR ANIMASI DAN ANALISIS RESPON NETIZEN 51
A. Analisis isi struktur animasi yang digunakan oleh channel youtube CulapCulip dalam meningkatkan religiusitas 51
B. Analisis respon netizen terhadap konten animasi dakwah di channel YouTube CulapCulip 66

BAB V PENUTUP 82
A. Kesimpulan 82
B. Saran 83

DAFTAR PUSTAKA 84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 88

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Dimensi Religiusitas pada Animasi CulapCulip Alasan Pacaran Untuk Kebaikan (Boleh gak sih..?) 39
Tabel 3. 2 Dimensi Religiusitas pada Animasi CulapCulip Tamak/Serakah (Mendapatkan Harta dengan Segala Cara) 40
Tabel 3. 3 Dimensi Religiusitas pada Animasi CulapCulip Orang Gila (Masuk surga atau neraka?) 41
Tabel 3. 4 Dimensi Religiusitas pada Animasi CulapCulip Godaan Syaitan di saat Sakaratul Maut versi Husnul Khotimah 41
Tabel 3. 5 Dimensi Religiusitas pada Animasi CulapCulip Dosa Menghina (Mengejek, Mengolok, Body Shaming) 42
Tabel 3. 6 Dimensi Religiusitas pada Animasi CulapCulip Pahala Dihina (Apabila Sabar Menerimanya) 43
Tabel 3. 7 Dimensi Religiusitas pada Animasi CulapCulip Taubatnya pembunuh 100 nyawa 43
Tabel 3. 8 Dimensi Religiusitas pada Animasi CulapCulip Jubb Al Huzni (Lembah neraka jahanam) 44
Tabel 3. 9 Dimensi Religiusitas pada Animasi CulapCulip Pahala memudahkan orang yang berhutang 45
Tabel 3. 10 Dimensi Religiusitas pada Animasi CulapCulip Penyesatan setan menjelang ajal versi Su'ul Khotimah 46
Tabel 3. 11 Dimensi Religiusitas pada Animasi CulapCulip Nikah beda agama (muslimah dengan lelaki non muslim) 46
Tabel 3. 12 Respon Kognitif 47
Tabel 3. 13 Respon Afektif 49
Tabel 3. 14 Respon Konatif 50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir 17
Gambar 3. 1 Channel Youtube CulapCulip 35
Gambar 3. 2 Karakter Culap dan Culip 36
Gambar 3. 3 Kreator Channel Youtube CulapCulip 37
Gambar 4. 1 Dimensi Keyakinan Klip 1.03-1.15 51
Gambar 4. 2 Dimensi Keyakinan Klip 7.00-7.48 52
Gambar 4. 3 Dimensi Keyakinan Klip 8.30-10.42 52
Gambar 4. 4 Dimensi Keyakinan Klip 18.45-18.58 53
Gambar 4. 5 Dimensi Keyakinan Klip 20.07-20.55 54
Gambar 4. 6 Dimensi Keyakinan Klip 24.45-26.10 54
Gambar 4. 7 Dimensi Praktik Klip 2.37-3.03 55
Gambar 4. 8 Dimensi Praktik Klip 26.20-26.44 56
Gambar 4. 9 Dimensi Pengalaman Klip 2.10-2.38 56
Gambar 4. 10 Dimensi Pengalaman Klip 4.58-5.02 57
Gambar 4. 11 Dimensi Pengalaman Klip 20.56-21.05 57
Gambar 4. 12 Dimensi Pengalaman Klip 26.15-26.19 58
Gambar 4. 13 Dimensi Pengetahuan Klip 4.13-4.28 58
Gambar 4. 14 Dimensi Pengetahuan Klip 5.08-5.20 59
Gambar 4. 15 Dimensi Pengetahuan Klip 6.21-6.33 59
Gambar 4. 16 Dimensi Pengetahuan Klip 7.50-8.03 60
Gambar 4. 17 Dimensi Pengetahuan Klip 13.11-13.25 60
Gambar 4. 18 Dimensi Pengetahuan Klip 13.30-13.45 61
Gambar 4. 19 Dimensi Pengetahuan Klip 16.08-16.24 61
Gambar 4. 20 Dimensi Pengetahuan Klip 21.06-21.22 62
Gambar 4. 21 Dimensi Pengetahuan Klip 21.26-21.41 62
Gambar 4. 22 Dimensi Pengetahuan Klip 23.33-23.59 63
Gambar 4. 23 Dimensi Pengetahuan Klip 28.49-29.06 63
Gambar 4. 24 Dimensi Konsekuensi Klip 11.50-12.03 64
Gambar 4. 25 Dimensi Konsekuensi Klip 22.18-23.03 64

Gambar 4. 26 Cuplikan Klip Animasi CulapCulip 65
Gambar 4. 27 Komentar dari @rifanafadilah3345 66
Gambar 4. 28 Komentar dari @ Ahwan_rm 66
Gambar 4. 29 Komentar dari @lenarenata5168 67
Gambar 4. 30 Komentar dari @kambing000 68
Gambar 4. 31 Komentar dari @biorankw7702 68
Gambar 4. 32 Komentar dari @Fitri_art1-1 69
Gambar 4. 33 Komentar dari @ranzyy2538 70
Gambar 4. 34 Komentar dari @Renz_ackerman 70
Gambar 4. 35 Komentar dari @felismolamoli386 71
Gambar 4. 36 Komentar dari @AyuDewi-u9l 72
Gambar 4. 37 Komentar dari @muhammadrizkimuhammadrizky954 73
Gambar 4. 38 Komentar dari @muhammadhannan9485 73
Gambar 4. 39 Komentar dari @Blockybrain12 74
Gambar 4. 40 Komentar dari @fletcherneville4482 75
Gambar 4. 41 Komentar dari @KenZo99127 75
Gambar 4. 42 Komentar dari @decosaputra3127 76
Gambar 4. 43 Komentar dari @SitiAisyah-tl7jt 76
Gambar 4. 44 Komentar dari @kontenmuslim8455 77
Gambar 4. 45 Komentar dari @rikoapriaditama5856 78
Gambar 4. 46 Komentar dari @sitikhatijahkhatijah3066 78
Gambar 4. 47 Komentar dari @Faizal1303 79
Gambar 4. 48 Komentar dari @CiawiChannel 80
Gambar 4. 49 Komentar dari @ardiantoro7469 80
Gambar 4. 50 Komentar dari @WALANG_JR 81

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara dengan mayoritas penduduknya beragama islam sekaligus memiliki tingkat religiusitas yang tinggi. Survei Kementerian Agama RI menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia menempatkan agama sebagai pedoman hidup utama[1]. Fenomena ini tercermin dari tingginya partisipasi dalam kegiatan ibadah, maraknya lembaga pendidikan berbasis agama, serta kuatnya nilai-nilai religius dalam norma sosial. Namun, kondisi tersebut tidak selalu sejalan dengan perilaku masyarakat di ruang digital.

Pada tahun 2024 Indonesia termasuk lima besar negara dengan pengguna internet terbanyak di dunia[2]. Di sisi lain, laporan Microsoft Digital Civility Index menempatkan netizen Indonesia pada peringkat rendah dalam kesopanan digital, termasuk tingginya angka ujaran kebencian, perundungan siber, dan penyebaran hoaks[3]. Fenomena ini menunjukkan adanya paradoks dimana meskipun secara identitas Indonesia dikenal religius, perilaku sebagian warganet justru mencerminkan rendahnya penerapan nilai-nilai agama di media sosial.

Paradoks ini menjadi tantangan bagi dakwah Islam di era digital. Dalam konteks dakwah Islam, perkembangan ini menciptakan peluang baru untuk menyebarkan nilai-nilai agama secara kreatif dan efektif[4]. Salah satu media yang semakin banyak digunakan dalam dakwah adalah animasi. Dengan karakter visual yang menarik dan kemampuan menyampaikan pesan secara ringan namun mendalam, animasi telah menjadi media yang memiliki potensi untuk menjangkau berbagai kalangan, terutama generasi muda.

---

[1] https://balitbangdiklat.kemenag.go.id (diakses pada 5 Agustus 2025)

[2] https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang (diakses pada 5 Agustus 2025)

[3] https://new.microsoft.com (diakses pada 5 Agustus 2025)

[4] Muhammad Rizqy et al., "Pengaruh Media Teknologi Informasi Modern Terhadap Aktivitas Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0," ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora 1, no. 1 (2023), https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.146.

Dalam Islam, dakwah memiliki posisi yang sangat penting sebagai bentuk penyebaran ajaran agama kepada umat manusia[5]. Proses dakwah tidak hanya dilakukan melalui ceramah atau kajian keagamaan secara langsung, tetapi juga dapat memanfaatkan media digital[6]. Media animasi memberikan ruang untuk menyampaikan pesan dakwah secara visual dan audio, sehingga dapat menarik perhatian audiens lebih luas. Hal ini sejalan dengan tuntutan era digital, di mana masyarakat cenderung mengonsumsi informasi yang mudah dipahami, singkat, dan menghibur[7].

Channel YouTube CulapCulip adalah salah satu bentuk inisiatif yang memanfaatkan media animasi untuk menyampaikan dakwah Islam. Konten yang dihasilkan tidak hanya menghibur, tetapi juga berisi pesan moral dan nilai-nilai Islam yang sesuai dengan kehidupan sehari-hari. Dalam konteks ini, CulapCulip tidak hanya menjadi sarana edukasi, tetapi juga alat transformasi sosial yang berpotensi meningkatkan tingkat religiusitas penontonnya. Religiusitas, yang mencakup dimensi keyakinan, praktik, pengalaman, pengetahuan, dan penghayatan, adalah aspek penting dalam kehidupan seorang muslim[8]. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan religiusitas melalui media seperti animasi menjadi sangat sesuai di tengah tantangan modernisasi dan globalisasi[9] .

Penggunaan animasi sebagai media dakwah memiliki beberapa keunggulan. Pertama, animasi mampu menyampaikan pesan yang kompleks dengan cara yang sederhana dan menarik. Visualisasi cerita dalam bentuk

---

[5] Tomi Hendra, Siti Amalia Nur Adzani, and Kori Lilie Muslim, "Dakwah Islam Dan Kearifan Budaya Lokal," *Journal of Da'wah* 2, no. 1 (2023): 65–82, https://doi.org/10.32939/jd.v2i1.2660.

[6] Pitri Lestari et al., "Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Kibudi Books Pada Bidang Sejarah Kebudayaan Islam Di Sekolah Dasar," Journal of Research and Thought on Islamic Education (JRTIE) 5, no. 1 (2022): 19–32, https://doi.org/10.24260/jrtie.v5i1.2198.

[7] Indah Wulansari, "Efektivitas Penggunaan Media Film Animasi Untuk Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Anak (Analisis Film Animasi Nusa Dan Rara)," Skripsi (2021).

[8] M. Quraish Shihab, Menabur Pesan Ilahi: Al-Qur‟an Dan Dinamika Kehidupan Masyarakat (Jakarta: Lentera Hati, 2006).

[9] Syifa Ainun Nur Aini, Anayanti Rahmawati, and Jumiatmoko Jumiatmoko, "Penerapan Video Animasi Interaktif Untuk Mengenalkan Nilai-Nilai Keagamaan Pada Anak," ThufuLA: Jurnal Inovasi Pendidikan Guru Raudhatul Athfal 9, no. 2 (2021): 313, https://doi.org/10.21043/thufula.v9i2.11893.

animasi memungkinkan audiens untuk lebih mudah memahami nilai-nilai Islam yang disampaikan. Kedua, animasi bersifat universal, yang berarti dapat dinikmati oleh berbagai kelompok usia dan latar belakang. Hal ini menjadikan animasi sebagai media yang inklusif untuk menyampaikan dakwah. Ketiga, platform digital seperti YouTube memungkinkan konten animasi memiliki jangkauan yang luas, bahkan lintas negara dan budaya [10].

Namun, tantangan dalam penggunaan animasi sebagai media dakwah juga tidak dapat diabaikan. Salah satu tantangan utamanya adalah bagaimana memastikan bahwa pesan dakwah yang disampaikan tetap sesuai dengan ajaran Islam dan tidak melenceng dari nilai-nilai syariah [11]. Selain itu, ada pula tantangan dalam mempertahankan minat audiens di tengah persaingan konten digital yang sangat beragam. Oleh karena itu, diperlukan kreativitas, inovasi, dan strategi yang tepat dalam menyusun konten animasi agar dapat menarik perhatian sekaligus memberikan dampak positif bagi religiusitas audiens.

Penelitian ini akan menganalisis bagaimana animasi pada channel YouTube CulapCulip berfungsi sebagai media dakwah dan sejauh mana kontennya berkontribusi meningkatkan religiusitas netizen Indonesia. Metode analisis isi akan digunakan untuk mengidentifikasi struktur dan pesan-pesan keagamaan yang terkandung dalam konten. Kemudian, peneliti akan melihat respons audiens melalui komentar, jumlah tayangan, dan interaksi digital lainnya. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dalam kajian dakwah digital, serta menjadi referensi praktis bagi pengembang konten Islami untuk mengoptimalkan media animasi sebagai sarana dakwah di era digital.

---

[10] Syarifah Nabila Bi Syekh Abu Bakar, "Animasi Sebagai Media Dakwah Pada Anak (Analisis Semiotika Pada Tayangan Animasi Nussa)," Skripsi (2022).

[11] Kurnia Faizatul Muna and Fathurrohman Husen, "Media Dakwah Anak Dan Respons Masyarakat: Analisis SWOT Terhadap Animasi Nussa Dan Rarra," Jurnal Dakwah Dan Komunikasi 8, no. 1 (2023), https://doi.org/10.29240/jdk.v8i1.7626.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana struktur animasi yang digunakan oleh channel YouTube CulapCulip dalam meningkatkan religiusitas?
2. Bagaimana respon netizen terhadap konten animasi dakwah di channel YouTube CulapCulip?

C. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan struktur animasi yang digunakan oleh channel YouTube CulapCulip dalam meningkatkan religiusitas.
2. Mengetahui respon netizen terhadap konten animasi dakwah di channel YouTube CulapCulip.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan serta sebagai informasi kepada pembaca. Pada penelitian ini, identifikasi mengenai konsep-konsep yang relevan juga diharapakan dapat menjadi rujukan pada penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

   Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi masyarakat dalam memahami isi dakwah yang disalurkan melalui media dakwah di platform YouTube. Peneliti juga berharap hasil penelitian ini dapat menjadi landasan bagi para pelaku dakwah dalam melaksanakan kegiatan dakwah mereka.

E. Tinjauan Pustaka

1. Animasi

   Animasi adalah suatu teknik visual yang digunakan untuk menciptakan ilusi gerakan dengan menampilkan gambar secara berurutan dalam waktu singkat. Gambar-gambar tersebut bisa berupa ilustrasi tangan, objek digital, atau potongan gambar yang digerakkan secara bertahap. Ketika gambar-gambar ini diputar secara cepat, mata manusia menangkapnya sebagai suatu gerakan yang utuh. Animasi sering digunakan dalam berbagai media komunikasi seperti film, televisi, iklan,

hingga media digital seperti YouTube. Teknik ini menjadi bagian penting dalam dunia seni dan teknologi komunikasi modern[12].

Kata animasi berasal dari bahasa Latin yaitu "animare" yang berarti memberi jiwa atau menghidupkan. Dalam konteks visual, animasi bertujuan untuk membuat sesuatu yang tadinya diam menjadi tampak hidup dan bergerak. Hal ini memungkinkan karakter, objek, atau bahkan teks untuk tampil dinamis dan komunikatif dalam penyampaian pesan. Animasi juga dapat digunakan untuk menyampaikan emosi, cerita, dan informasi dengan lebih menarik dibanding media statis. Oleh karena itu, animasi sering dipilih dalam penyampaian konten yang bertujuan edukatif, hiburan, maupun persuasif[13].

Seiring dengan perkembangan teknologi, animasi tidak lagi terbatas pada teknik menggambar manual, melainkan telah berkembang ke bentuk digital yang lebih kompleks dan efisien. Perangkat lunak komputer memungkinkan animator menciptakan gerakan tiga dimensi yang realistis dan detail. Dengan bantuan teknologi, proses produksi animasi menjadi lebih cepat dan dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Kini animasi telah merambah ke berbagai bidang seperti pendidikan, dakwah, game, periklanan, dan presentasi interaktif. Perkembangan ini menunjukkan bahwa animasi bukan hanya bentuk seni, tetapi juga sarana komunikasi yang sangat fungsional[14].

Selain sebagai hiburan, animasi memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan yang kuat kepada berbagai kalangan. Kombinasi antara visual, suara, warna, dan gerakan menjadikan animasi lebih menarik dan mudah dipahami, bahkan oleh anak-anak. Dalam konteks pembelajaran dan dakwah, animasi mampu menjelaskan konsep abstrak menjadi sesuatu yang konkret dan mudah dimengerti. Hal ini karena

---

[12] Fadilah, "Pemanfaatan animasi dalam media pembelajaran dan dakwah", Jurnal Dakwah dan Komunikasi 15, no. 2 (2020) 123–134.

[13] Hadi R, Pratama, "Perkembangan teknologi animasi dalam industri kreatif", Jurnal Teknologi Informasi 9, no.1 (2021) 45–54.

[14] Putra Y, Kurniawan A, "Animasi sebagai media komunikasi visual dalam penyampaian pesan edukasi", Jurnal Desain Komunikasi Visual 6, no. 2 (2019) 89–97.

animasi mampu mengaktifkan indera penglihatan dan pendengaran secara bersamaan, sehingga pesan tersampaikan lebih efektif. Oleh sebab itu, animasi kerap dipilih sebagai media alternatif dalam menyampaikan ajaran agama, nilai moral, dan pendidikan karakter[15].

Animasi memiliki kekuatan untuk membentuk persepsi dan mempengaruhi perilaku audiens melalui narasi visual yang disajikan. Cerita yang dibangun melalui animasi dapat menciptakan kedekatan emosional antara karakter dan penontonnya. Dengan karakter yang menarik dan cerita yang menyentuh, pesan dalam animasi bisa meninggalkan kesan mendalam. Hal ini menjadi alasan mengapa banyak lembaga dakwah dan pendidikan mulai mengadopsi animasi sebagai media penyampaian pesan. Animasi tidak hanya menghibur, tetapi juga mampu menjadi jembatan komunikasi yang efektif antara pembuat pesan dan penerimanya[16].

2. Media Dakwah

Media dakwah mencakup berbagai sarana, perangkat, platform, atau alat yang digunakan sebagai saluran untuk menyampaikan pesan dakwah. Peranan media, baik berupa alat maupun fasilitas pendukung lainnya, sangat menentukan tingkat keberhasilan dari kegiatan dakwah itu sendiri. Jenis media yang dapat dimanfaatkan antara lain: media tradisional, media cetak, media siaran, film, media audio-visual, internet, serta bentuk media elektronik lainnya. Penggunaan media modern dalam dakwah menjadi suatu keharusan agar pesan dakwah dapat diterima masyarakat secara menyeluruh[17]. Menjalankan aktivitas dakwah tanpa memanfaatkan media bisa menjadi kendala dalam mencapai hasil yang optimal, karena media memiliki peran krusial dalam mendukung pencapaian tujuan dakwah.

---

[15] Suyanto A, Pengantar animasi dan multimedia (Jakarta: Prenadamedia Group, 2020)

[16] Wulandari, "Peran media animasi dalam pembentukan karakter anak", Jurnal Pendidikan Karakter 8, no. 1 (2018) 77–88.

[17] N Nurhikmah, "Media Sosial Penyampai Pesan Dakwah Di Era Digital," 2022, http://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/4079.

Menurut Hamzah Yaqub, dakwah dapat dilakukan melalui berbagai media, antara lain:

a. Lisan, merupakan metode dakwah yang paling mendasar dengan memanfaatkan suara dan ucapan. Bentuknya bisa berupa pidato, ceramah, diskusi, penyuluhan, dan sejenisnya.
b. Tulisan, yaitu penyampaian dakwah melalui media tertulis seperti buku, majalah, surat kabar, dan lainnya.
c. Lukisan, menggunakan sarana visual seperti gambar, karikatur, dan elemen visual lain sebagai media untuk menyampaikan pesan dakwah.
d. Audio visual, media dakwah yang mengaktifkan panca indra pendengaran dan penglihatan secara bersamaan. Jenis dakwah ini disalurkan melalui televisi, radio, internet, dan berbagai platform digital lainnya.
e. Akhlak, yaitu bentuk dakwah yang ditunjukkan melalui perilaku nyata dalam menerapkan nilai-nilai Islam, sehingga dapat dijadikan contoh langsung oleh audiens dakwah melalui pengamatan, pendengaran, dan perenungan[18].

Pada dasarnya, penyampaian dakwah dapat dilakukan melalui beragam media yang mampu merangsang seluruh pancaindra manusia, sehingga menciptakan daya tarik dan memperkuat penerimaan terhadap pesan dakwah. Jika dilihat dari jumlah audiens yang dituju, media dakwah dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori:

a. Media massa, yaitu media yang digunakan untuk menyampaikan dakwah kepada audiens dalam jumlah besar dan tersebar di lokasi yang berjauhan. Kelebihan media massa dalam dakwah adalah kemampuannya dalam menciptakan dampak yang luas dan keseragaman penerimaan pesan, sehingga memastikan pesan dapat diterima secara serentak oleh banyak orang. Media ini sangat efektif untuk membentuk sikap, mengarahkan perilaku, serta mengubah pola

[18]Dudy Imandudin Effendi et al., *Dakwah Media Massa*, 2019.

pikir objek dakwah. Contoh media massa yang umum digunakan meliputi surat kabar, radio, televisi, dan film yang bertemakan dakwah. Di samping itu, juga terdapat berbagai sarana lain seperti individu, objek, serta media dalam bentuk spanduk, buku, brosur, selebaran, poster, dan publikasi berkala lainnya, baik dalam format cetak maupun elektronik, serta media visual, audio, dan audio-visual[19].

b. Media non-massa, biasanya digunakan dalam komunikasi yang bersifat personal atau kelompok terbatas, misalnya melalui surat menyurat non-elektronik maupun elektronik. Media ini disebut non-massa karena pesan yang disampaikan tidak ditujukan kepada khalayak dalam jumlah besar dan tidak bersifat serempak. Meskipun demikian, media non-massa memiliki keunggulan pada sifat langsung dan spesifik terhadap target penerima, serta memungkinkan terjadinya komunikasi yang lebih tertutup dan personal, karena pesannya memang ditujukan kepada individu atau kelompok tertentu[20].

Berdasarkan klasifikasi media dakwah yang dikemukakan oleh Hamzah Ya'qub, YouTube merupakan salah satu contoh media sosial yang memuat beragam konten dakwah dengan jumlah yang banyak serta durasi yang bervariasi. YouTube termasuk dalam kategori media audiovisual karena menyajikan foto dan video yang dapat dilihat sekaligus didengar. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah menjadi salah satu strategi untuk memudahkan para pendakwah dalam menyampaikan pesan kepada mad'u, sekaligus mempermudah mad'u dalam mengakses dakwah. Hanya dengan menggunakan ponsel, masyarakat sudah dapat menyimak ceramah atau pesan dakwah yang disampaikan oleh berbagai pendakwah di platform YouTube.

[19] Wahyu ilahi, *Komunikasi Dakwah,* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.2010), h. 117
[20]Jasafat, *Kovergensi Media Dakwah*, vol. 11 (Banda Aceh: Ar-Raniry Press, 2019).

3. Religiusitas

Religiusitas merujuk pada tingkat keterikatan individu terhadap ajaran agama yang dianutnya. Menurut Glock dan Stark, religiusitas adalah sistem simbol, keyakinan, nilai, dan perilaku yang terlembagakan, berpusat pada persoalan-persoalan yang dianggap maknawi[21]. Konsep ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak hanya mencakup aspek formal dari agama, seperti ritual dan ibadah, tetapi juga melibatkan penghayatan pribadi yang mendalam terhadap nilai-nilai dan ajaran agama. Sehingga, religiusitas dapat diartikan sebagai sejauh mana individu menginternalisasikan ajaran agamanya dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Glock dan Stark, religiusitas dapat diukur melalui lima dimensi utama diantaranya[22]:

a. Dimensi keyakinan berkaitan dengan tingkat penerimaan individu terhadap doktrin agama yang diyakininya, misalnya mempercayai adanya surga, malaikat, para nabi, serta sifat-sifat Allah.
b. Dimensi praktik keagamaan menunjukkan sejauh mana seseorang melaksanakan kewajiban ibadah sesuai ajaran agamanya, seperti menunaikan shalat, berpuasa, membayar zakat, maupun melaksanakan ibadah haji.
c. Dimensi pengalaman atau penghayatan merujuk pada perasaan religius yang muncul dalam diri individu, misalnya rasa haru saat mendengarkan bacaan Al-Qur'an, kekhusyukan ketika berdoa, rasa takut ketika berbuat dosa, kedekatan batin dengan Allah, hingga rasa syukur dan gembira ketika doa dikabulkan.
d. Dimensi pengetahuan keagamaan berhubungan dengan sejauh mana pemahaman seseorang terhadap ajaran dan prinsip agama, yang meliputi pemahaman terhadap kitab suci, hadis, maupun ilmu fikih.

---

[21] Bambang Suryadi, Bahrul Hayat, *RELIGIUSITAS. Konsep, Pengukuran, dan Implementasinya di Indonesia* (Jakarta: Bibliosmia, 2021)

[22] Sungadi, "Pengaruh Religiusitas terhadap Kematangan Karier Pustakawan Kajian Empiris pada Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam di Daerah Istimewa Yogyakarta" *Jurnal Perpustakaan* Vol. 11 No.1 (2020) 15-34

e. Dimensi perilaku/konsekuensi keagamaan menggambarkan penerapan nilai-nilai agama dalam kehidupan sosial sehari-hari, seperti menjalin silaturahmi, menjenguk orang sakit, serta menyumbangkan sebagian harta untuk kepentingan sosial dan kegiatan keagamaan.

Religiusitas juga berfungsi sebagai pengikat individu dalam hubungannya dengan Tuhan, sesama manusia, dan alam sekitar. Hal ini terlihat dari bagaimana individu yang religius cenderung menjalani hidup dengan mengikuti norma-norma dan nilai-nilai yang diajarkan oleh agama mereka[23]. Dengan demikian, religiusitas tidak hanya memengaruhi perilaku individu dalam konteks spiritual, tetapi juga berdampak pada interaksi sosial dan cara pandang mereka terhadap dunia.

Dalam konteks dakwah digital, teori religiusitas menjadi sangat relevan untuk memahami bagaimana media seperti animasi di YouTube dapat berperan dalam meningkatkan tingkat keagamaan seseorang. Misalnya, jika sebuah animasi dakwah berhasil menyentuh kelima dimensi religiusitas, maka pengaruhnya bisa lebih mendalam dalam membentuk pola pikir dan perilaku audiens. Dengan pendekatan yang menarik dan edukatif, media digital dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan pemahaman agama, memperkuat keyakinan, serta menginspirasi perilaku yang lebih religius dalam kehidupan sehari-hari.

4. Netizen

Istilah netizen atau “warga internet” merujuk pada individu yang aktif berinteraksi dalam ruang maya serta berpartisipasi dalam berbagai kegiatan berbasis internet, baik dalam konteks intelektual, sosial, politik, maupun aktivitas lain seperti memberikan komentar di media sosial. Istilah serupa, yakni cybernetizen, mulai populer pada pertengahan tahun 1990-an untuk mendeskripsikan kelompok masyarakat yang memanfaatkan internet sebagai media baru dalam berkomunikasi dan berekspresi. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Michael F. Hauben, seorang pelopor dan

[23] Said Alwi, Perkembangan Religiusitas Remaja (Bantul: Kaukaba Dipantara, 2014) hlm. 9

penulis yang banyak membahas perkembangan internet[24]. Netizen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah netizen yang berkomentar di konten "Kompilasi 13 Animasi Islami Culap Culip".

5. Youtube

YouTube merupakan aplikasi atau media sosial yang digunakan untuk melihat video yang diunggah dan disebarkan oleh orang lain[25]. Situs ini berfungsi sebagai sarana berbagi video, di mana para pengguna bisa mengunduh, menonton, serta membagikan video secara gratis. Konten yang tersedia di YouTube umumnya mencakup video musik, film, acara televisi, hingga karya orisinal dari para kreator (YouTuber).

Aplikasi YouTube bisa diakses kapan saja, di mana saja, dan oleh siapa pun selama terhubung dengan internet. Sejak mulai berkembang pada tahun 2006, YouTube telah menjelma menjadi salah satu media paling populer dan memberikan banyak manfaat[26]. Awalnya hanya digunakan untuk mengunggah video sederhana, kini YouTube telah berkembang dengan fitur seperti siaran langsung (live streaming), hingga menjadi sarana berdakwah dan berbagai keperluan lainnya. Dengan beragam fitur canggih berkat perkembangan teknologi, YouTube telah menjadi bagian penting dalam memenuhi kebutuhan penggunanya di berbagai bidang. Secara keseluruhan, YouTube menjangkau lebih banyak pemirsa berusia berusia 18- 24 dan 18-49 tahun. Bahkan sekarang, YouTube tidak hanya digunakan oleh orang dewasa tetapi bahkan anak-anak berusia dini pun sudah pandai menggunakannya.

YouTube saat ini juga digunakan oleh para da'i untuk menyebarkan pesan dakwah video yang berisi nasehat agama[27]. YouTube berisi konten audiovisual baik berupa gambar maupun audio yang membuat informasi

---

[24] Sakti. "*Jejak Virtual Pemuda Ternate*." (Bogor: Guepedia, 2020), hlm 11-12.

[25]Wahyuni, "Teknologi Dan Transformasi Sosial Agama Masyarakat Di Era New Normal," IAIN Pare-Pare, 2020.

[26]Edy Chandra, "Youtube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi," *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni* 1, no. 2 (2018): 406, https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i2.1035.

[27]Hikmah Fitriyani et al., "Youtube Sebagai Strategi Dakwah Milenial," *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam* 4, no. 1 (2023): 71–86, https://doi.org/10.53429/j-kis.v4i1.651.

dakwah lebih efektif dan mudah diterima oleh khalayak. Dengan begitu, YouTube menjadi media yang efektif dalam penyebaran informasi serta mencerminkan bentuk baru media yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Peran YouTube dalam penyampaian informasi keislaman kini telah menjadi bagian dari transformasi penyebaran ilmu keagamaan oleh para da'i.

6. Teori Analisis Isi

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori analisis isi atau Content analisis, teori ini merupakan sebuah teori yang menggunakan teknik penelitian yang digunakan untuk membuat sebuah kesimpulan mengenai sebuah topic yang dibahas dengan menerapkan secara runtut dalam konteksnya. Analisis isi merupakan sebuah pembelajaran tentang isi komunikasi, oleh sebab itu landasan yang digunakan pada komunikasi pasti memiliki sebuah pesan-pesan tersirat baik dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Komunikasi menjadi hal yang mendominasi pada sebuah kejadian komunikasi[28].

Budd menjelaskan analisis isi yaitu sebuah metode atau cara yang terstruktur untuk melakukan analisis sebuah isi pesan, dan selanjutnya dilakukan pengolahan pesan untuk melakukan observasi dan menganalisa isi dari perilaku komunikasi yang jelas dan dipilih dari seorang penyampai komunikasi[29].

Menurut Krippendorff terdapat langkah-langkah penelitian dalam analisis isi terdiri dari unitizing, sampling, recording or coding, reducing, inferring, and narrating[30].

7. Teori Stimulus-Organisme-Respon

Teori Stimulus-Organisme-Respon (SOR) adalah salah satu teori dalam psikologi dan komunikasi yang menjelaskan bagaimana individu

---

[28]Burhan ungin, Penelitian Kualitatif, (Jakarta: Kencana, 2007), hlm. 163

[29] Rahmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi,* (Jakarta: Kencana Pranata Media Group, 2010) hlm. 223-233.

[30] Klaus Krippendorff, Analisis Isi Pengantar Teori dan Metodologi Terjemahan, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1993), hlm. 15

merespons suatu stimulus berdasarkan proses yang terjadi di dalam dirinya (organisme). Teori ini pertama kali dikembangkan dalam bidang psikologi perilaku dan kemudian diterapkan dalam berbagai disiplin ilmu, termasuk komunikasi dan pemasaran. Menurut teori ini, sebuah stimulus dari lingkungan akan diterima oleh individu (organisme), yang kemudian mengolah informasi tersebut sebelum memberikan respon tertentu[31].

Teori ini relevan dalam studi komunikasi dakwah karena menunjukkan bahwa efektivitas sebuah pesan tidak hanya bergantung pada isi pesan itu sendiri, tetapi juga pada bagaimana audiens menerimanya. Dalam kasus channel YouTube CulapCulip, animasi dakwah yang disajikan menjadi stimulus yang menarik perhatian penonton. Organisme, dalam hal ini audiens, akan memproses pesan dakwah berdasarkan pengalaman dan pemahaman mereka tentang Islam. Jika pesan yang disampaikan relevan dan menarik, maka respon yang dihasilkan bisa berupa peningkatan pemahaman keagamaan, perubahan sikap, atau bahkan tindakan nyata seperti meningkatkan ibadah dan perilaku Islami dalam kehidupan sehari-hari.

F. Penelitian Relevan

Pertama adalah penelitian yang dilaksanakan oleh Irsal, Muhammad Ishaq, Andi Hasriani yang berjudul Pesan Dakwah Dalam Animasi CulapCulip Di Media Youtube[32]. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan analisis deskriptif, penelitian ini memaparkan bahwa pada animasi YouTube CulapCulip memiliki peran dalam memberikan pesan dakwah melalui bentuk dialog dan visual. Dalam animasi tersebut terdapat beberapa unsur-unsur dakwah, antara lain pesan akidah, syariah, dan akhlak. Animasi YouTube CulapCulip dapat digunakan untuk menjadi media dakwah yang sesuai dengan perkembangan zaman serta sesuai dengan tuntunan

[31] Mustika Abidin, "Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran" *Nivedana : Jurnal Komunikasi & Bahasa* Vol. 3, No. 3 (2021)

[32]Irsal, Muhammad Ishaq, and Andi Hasriani, "PESAN DAKWAH DALAM ANIMASI CULAPCULIP DI MEDIA YOUTUBE," *Relinesia: Jurnal Kajian Agama Dan Multikulturalisme Indonesia* 7693, no. 4 (2024): 161–70.

Rasulullah SAW.

Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini. Persamaannya adalah sama-sama meneliti channel YouTube CulapCulip sebagai objek penelitian. Perbedaannya adalah penelitian ini meneliti isi pesan dakwah yang ada di dalam animasi CulapCulip. Sedangkan penulis akan meneliti struktur animasi dan respon netizen terhadap konten dari channel YouTube CulapCulip.

Kedua yaitu penelitian yang dilaksanakan oleh Sri Wulandari dalam skripsi yang berjudul Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Animasi Nussa Di Channel Youtube Nussa Official Episode "Adab Menasehati". Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan analisis isi, penelitian ini memaparkan isi pesan dakwah dalam film animasi Nussa dan Rara[33]. Dalam film animasi tersebut mengandung pesan aqidah dan pesan akhlak. Pesan yang paling menonjol adalah pesan akhlak yakni tolong menolong, ucapan terimakasih, adab menasehati dan saling menasehati.

Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini. Persamaannya adalah sama-sama meneliti channel YouTube animasi sebagai media dakwah dan menggunakan analisis isi. Perbedaannya adalah penelitian ini meneliti isi pesan aqidah dalam channel YouTube nussa pada episode bab menasehati. Sedangkan penulis akan meneliti struktur animasi dan respon netizen terhadap konten dari channel YouTube CulapCulip.

Ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Fatma Izzatun Nafi'ah berjudul Efektifitas Youtube Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Akun YouTube Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi) dengan menggunakan metode penelitian pendekatan deskriptif kualitatif dengan teori efektifitas dari Stewart L. Tubbs dan Silvia Moss. Penelitian ini memaparkan bahwa pemanfaatan YouTube sebagai media dakwah untuk Pondok Pesantren Darussalam Blokagung dianggap efektif karena audiens dapat menerima pesan dakwah yang ditayangkan melalui

[33]SRI WULANDARI, "Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Animasi Nussa Di Channel Youtube Nussa Official Episode 'Adab Menesehati'" (UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM, 2023).

media YouTube. Selain itu pendengar juga menunjukkan sebuah perubahan sikap dan tindakan setelah menonton konten dakwah pada channel YouTube Darussalam Blokagung. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media dakwah berupa YouTube dapat memberikan efek pada audiens dan menjadi media dakwah yang cukup efektif karena dinilai dapat dijangkau dimana saja dan kapan saja[34].

Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini. Persamaannya adalah sama-sama meneliti efek yang ditimbulkan audiens dari channel YouTube media dakwah. Perbedaannya adalah penelitian ini membahas keefektifan penggunaan channel YouTube sebagai media dakwah bukan dalam bentuk animasi, serta efeknya terhadap audiens. Sedangkan penulis akan meneliti struktur animasi dan respon netizen terhadap konten dari channel YouTube CulapCulip.

Keempat yaikni penelitian yang dilaksanakan oleh Salma Laila Qodriyah berjudul Youtube Sebagai Media Dakwah di Era Milenial (Channel NussaOfficial) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif menyebutkan bahwa melalui channel YouTube NussaOfficial sebagai media dakwah berupa audio visual dengan berbentuk animasi, tulisan melalui nyanyian lagu dan juga bacaan-bacaan sehingga membuat pengajaran dalam islam lebih mudah dimengerti serta dipahami. Selain itu, media dakwah ini dianggap menarik untuk audiens dan memberikan dampak positif bagi para audiensnya. Dengan demikian media dakwah berupa YouTube NussaOfficial ini dapat dijadikan sebagai salah satu upaya dalam menyampaikan pesan dakwah agar para generasi muda menjadi lebih tertarik dengan ajaran-ajaran agama Islam[35].

---

[34]FATMA IZZATUN NAFI'AH, "EFEKTIFITAS YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Studi Kasus Akun YouTube Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi)" (INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM BLOKAGUNG BANYUWANGI, 2021).

[35]Salma Laila Qodriyah, "Youtube Sebagai Media Dakwah Di Era Milenial (Channel Nussa Official)," *Jurnal Studi Islam Dan Kemuhammadiyahan (JASIKA)* 1, no. 2 (2021): 151–61, https://doi.org/10.18196/jasika.v1i2.14.

Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini. Persamaannya adalah sama-sama meneliti channel YouTube animasi sebagai media dakwah. Perbedaannya adalah penelitian ini meneliti isi pesan dakwah yang ada di dalam animasi Nussa. Sedangkan penulis akan meneliti struktur animasi dan respon netizen terhadap konten dari channel YouTube CulapCulip.

Kelima yakni penelitian yang dilakukan oleh M. Alfaynannur Rifqi melalui skripsinya yang berjudul YouTube Sebagai Media Dakwah Di Era Digital (Analisis Terhadap Anza Channel KH. Anwar Zahid). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menjelaskan bagaimana Anza Channel KH. Anwar Zahid memanfaatkan YouTube sebagai sarana dakwah di era digital. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi, sementara analisis datanya mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Anza Channel KH. Anwar Zahid merupakan salah satu channel yang memakai platform YouTube untuk menyampaikan dakwah, di mana kehadiran platform tersebut sangat membantu dalam memperkenalkan, menyebarkan, serta memengaruhi masyarakat melalui konten video yang diunggah[36].

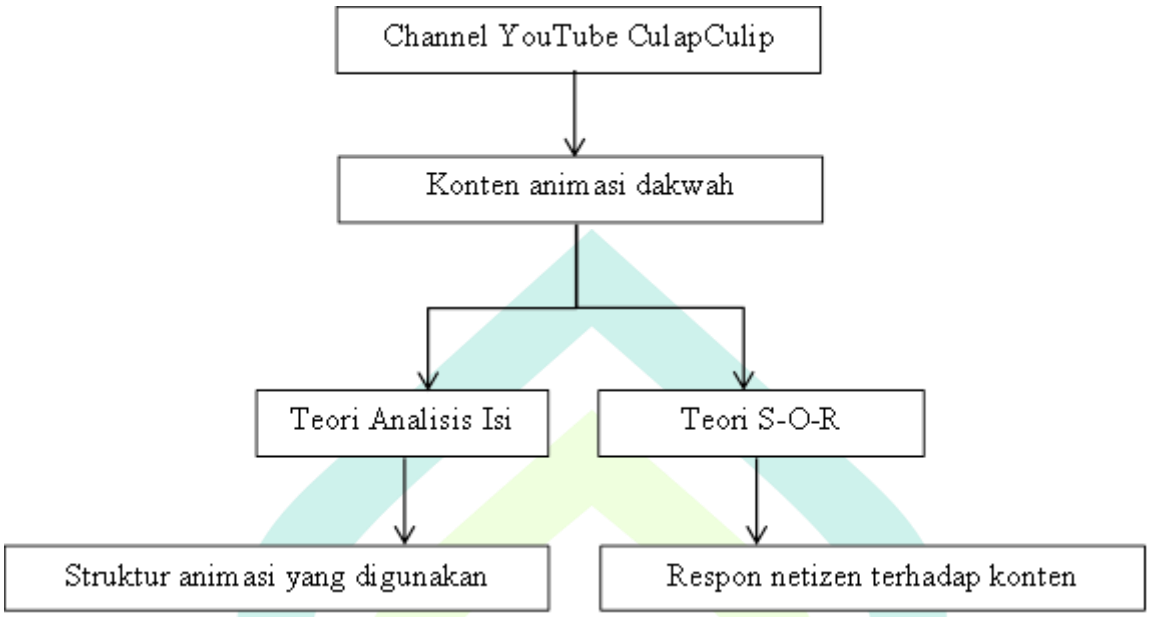
Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini. Persamaannya adalah sama-sama meneliti channel YouTube sebagai media penyebaran dakwah. Perbedaannya adalah penelitian ini meneliti membahas penggunaan YouTube sebagai media dakwah. Sedangkan penulis akan meneliti struktur animasi dan respon netizen terhadap konten dari channel YouTube CulapCulip.

G. Kerangka Berpikir

Penelitian ini menggunakan dua teori, yaitu teori analisis isi dan teori stimulus-organisme-respon (sor). Kedua teori tersebut akan digunakan untuk mengkaji channel youtube CulapCulip berdasarkan rumusan masalah. Sehingga dapat diambil kesimpulan yang berisi jawaban-jawaban yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teori Analisis isi berfungsi untuk menganalisis

[36]M. ALFAYNANUR RIFQI, "YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI ERA DIGITAL (ANALISIS TERHADAP ANZA CHANNEL KH. ANWAR ZAHID)" (UNIVERSITAS ISLAM NEGERI K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN, 2024).

struktur anmasi, sedangkan teori SOR berfungsi untuk menganalisis respon netizen.



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kualitatif, yaitu jenis penelitian yang menghasilkan data dalam bentuk deskripsi berupa kata-kata, baik lisan maupun tulisan, yang menggambarkan objek yang diteliti[37]. Penelitian kualitatif dipilih karena penelitian ini tidak bertujuan mengukur data secara numerik, melainkan untuk menggali dan menafsirkan makna pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui konten animasi. Dengan demikian, peneliti dapat memahami secara mendalam bagaimana bentuk representasi nilai-nilai religiusitas dikonstruksi dalam setiap tayangan animasi serta bagaimana audiens menanggapi pesan tersebut di ranah digital.

[37] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R Dan D* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 130.

2. Pendekatan Penelitian

Jenis pendekatan yang digunakan adalah studi kasus (case study). Studi kasus digunakan untuk meneliti secara mendalam suatu fenomena tertentu yang terjadi dalam konteks kehidupan nyata, dengan tujuan memperoleh pemahaman yang menyeluruh dan mendalam terhadap objek yang diteliti. Dalam konteks ini, objek penelitian difokuskan pada channel YouTube CulapCulip sebagai contoh pemanfaatan animasi sebagai media dakwah dalam meningkatkan religiusitas penontonnya. Melalui desain studi kasus, peneliti menganalisis isi struktur animasi serta dimensi religiusitas yang terkandung dalam video animasi CulapCulip.

Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan pendekatan netnografi ringan sebagai bagian dari analisis data untuk memahami respon netizen terhadap konten dakwah yang disajikan. Pendekatan ini dilakukan dengan cara mengamati dan menganalisis komentar-komentar netizen pada video CulapCulip di YouTube untuk melihat sejauh mana pesan dakwah diterima dan dimaknai oleh audiens digital. Dengan demikian, kombinasi antara studi kasus dan pendekatan netnografi memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap proses dakwah digital melalui media animasi, baik dari sisi konten maupun dari sisi penerimaan audiensnya.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Sumber data primer adalah data yang berupa informasi relevan dikumpulkan oleh peneliti. Data segera diterima penyedia informasi menjadi sasaran penyelidikan informasi terkait banyak permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian[38]. Data primer pada penelitian ini yaitu hasil mengamati channel YouTube CulapCulip, konten "Kompilasi 13 Animasi Islami Culap Culip", dan komentar netizen.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang digunakan untuk mengambil informasi.data yang berkaitan dengan topik penelitian biasanya

[38] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R Dan D,* hlm. 132

disediakan oleh pihak kedua atau organisasi mana pun yang dengan sengaja mengumpulkan data atau secara tidak langsung kepada institusi lain[39]. Data sekunder pada penelitian ini yaitu data berupa studi kepustakaan, serta informasi yang berkaitan dengan subjek atau objek penelitian terhadap akun YouTube CulapCulip. Data ini diperoleh dari karya tulis ilmiah, referensi buku, jurnal ilmiah, dokumen-dokumen, dan informasi tertulis lainnya yang relevan serta data yang berkaitan dengan Channel YouTube CulapCulip seperti jumlah penonton, jumlah suka, komentar, dan subscriber.

4. Teknik Penentuan Sampel

Teknik sampling merupakan metode yang digunakan peneliti untuk menentukan bagian dari populasi yang akan dijadikan sumber data penelitian. Secara umum, teknik sampling dibedakan menjadi dua kategori, yaitu probability sampling dan non-probability sampling. Probability sampling adalah metode pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi responden. Sebaliknya, non-probability sampling adalah teknik di mana tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel penelitian[40].

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teknik non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Teknik ini digunakan untuk menentukan respon netizen sebagai sampel, dengan 279 komentar pada "Kompilasi 13 Animasi Islami CulapCulip" sebagai populasinya. Teknik ini dilakukan dengan cara memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan sesuai tujuan penelitian[41]. Pemilihan teknik tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa tidak seluruh anggota populasi memenuhi kriteria yang relevan dengan fokus penelitian, sehingga peneliti

[39] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R Dan D,* hlm. 132.

[40] Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D." (Bandung: CV. Alfabeta, 2017), hlm 82.

[41] Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D." (Bandung: CV. Alfabeta, 2017), hlm 85.

hanya memilih sampel yang dianggap paling representatif dan sesuai dengan kebutuhan analisis.

Adapun kriteria dalam menentukan respon netizen adalah sebagai berikut:

a. Komentar yang relevan atau bersifat menanggapi isi pesan dakwah di dalam video.
b. Komentar yang mengandung respon kognitif, afektif, dan konatif.
c. Komentar yang menggunakan kalimat dan bahasa yang jelas, serta bisa dianalisis maknanya.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi yaitu kegiatan mencatat sebuah kejadian atau peristiwa, perilaku, objek, serta hal-hal lain yang terlihat selama proses penelitian yang sedang berlangsung[42]. Dalam metode observasi ini dilakukan guna mendapatkan data sesuai keperluan penelitian. Pada penelitian ini, peneliti mengamati Channel YouTube CulapCulip pada video "Kompilasi 13 Animasi Islami Culap Culip".

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan pengambilan dokumen dari peristiwa yang sudah terjadi, baik buku, catatan, foto, video, dan lain-lain[43]. Dokumentasi pada penelitian ini yakni mengenai channel YouTube CulapCulip, konten "Kompilasi 13 Animasi Islami Culap Culip", komentar netizen, dan lain sebagainya.

6. Teknik Analisis Data

Berdasarkan data yang dihasilkan, proses analisis dapat dilakukan secara bertahap, dimulai dengan membaca, menelaah, dan mengkaji data diantaranya sebagai berikut, Pertama, Reduksi Data (Data Reduction), data yang telah ditemukan ketika melakukan observasi dan dokumentasi akan

---

[42] Ifit Novita Sari, Lilla Puji Lestari, and Dedi Wijaya Kusuma, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cet. 1 (Malang: Malang: UNISMA Press, 2022), hlm. 55.

[43] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R Dan D* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 270.

diringkas oleh peneliti dalam langkah ini, namun data yang telah ditemukan akan lebih difokuskan pada hal yang penting untuk mempermudah peneliti mencari data selanjutnya jika dibutuhkan. Kedua, Penyajian Data (Data Display), setelah melakukan reduksi data maka akan menghasilkan sebuah data, kemudian data yang dihasilkan akan didisplay dalam bentuk uraian singkat, bagan, dan sejenisnya. Ketiga, Penarikan Kesimpulan, dalam teknik ini rumusan masalah yang dibuat oleh peneliti akan terjawab.

I. Sistematika Penulisan

Pada penelitian ini, sistematika penulisan terbagi menjadi 5 bab yang saling berkaitan. Setiap bab memiliki beberapa sub bab yang akan memaparkan isi pada setiap bab dan untuk mempermudah pembaca dalam memahami hasil penelitian ini. Sistematika penulisan tersebut dibagi menjadi berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan memaparkan hasil observasi awal mengenai permasalahan penelitian serta gambaran umum dari penelitian. Pada bab pendahuluan terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, kegunaan atau manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode yang digunakan dalam penelitian dan sistematika kepenulisan.

BAB II LANDASAN TEORITIS

Pada bab kajian teoritis penulis memaparkan teori yang digunakan dalam penelitian. Teori tersebut berkaintan dengan animasi, media dakwah, religiusitas, youtube serta teori teori analisis isi dan teori sor.

BAB III GAMBARAN UMUM DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini terdiri dari gambaran umum mengenai Channel Youtube CulapCulip dan data temuan mengenai struktur animasi dalam peningkatan religiusitas dan respon audiens.

BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan memaparkan hasil analisis mengenai struktur animasi yang digunakan dalam meningkatkan religiusitas dan respon netizen.

BAB V PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan dari penelitian ini mengenai struktur animasi yang digunakan dan respon netizen serta saran.

BAB II
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah dianalisis dalam penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Dalam meningkatkan religiusitas netizen,struktur animasi Channel Youtube CulapCulip mengintegrasikan lima dimensi religiusitas melalui pendekatan naratif berbasis situasi nyata yang diperkuat oleh dalil syariat. Pada dimensi keyakinan, tayangan ini mengemas isu-isu kontemporer dengan menonjolkan konsekuensi pahala dan siksa, yang kemudian diperkuat oleh dimensi praktik melalui sajian visual tuntunan doa harian. Untuk menyentuh dimensi pengalaman, alur ceritanya mengeksplorasi emosi karakter guna memicu empati serta refleksi diri penonton, lalu diberi landasan rasional pada dimensi pengetahuan melalui penayangan ayat Al-Qur'an dan hadis. Keseluruhan kombinasi pemahaman akidah, ibadah, emosi, dan literasi keagamaan tersebut pada akhirnya bermuara pada dimensi konsekuensi, yaitu dengan memberikan keteladanan berupa tindakan menjauhi maksiat dan menerapkan akhlak terpuji dalam kehidupan sehari-hari.

Respon netizen terhadap animasi dakwah di channel YouTube CulapCulip terbagi menjadi tiga yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Pada respon kognitif, netizen mampu memahami isi pesan moral dan ajaran Islam yang disampaikan melalui sajian animasi yang menarik. Respon afektif terlihat dari munculnya rasa senang, tersentuh, serta persepsi positif netizen terhadap pendekatan dakwah yang kreatif dan menghibur. Sementara itu, pada respon konatif, netizen menunjukkan tindakan seperti membatalkan niat buruk atau perbuatan dosa yang hendak dilakukannya setelah menonton tayangan tersebut. Dengan demikian, tayangan animasi CulapCulip terbukti efektif menjadi media stimulus yang berhasil memicu respon positif secara menyeluruh dari para penontonnya.

B. Saran

1. Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi dan dakwah Islam, khususnya terkait pemanfaatan animasi YouTube sebagai media dakwah. Penerapan analisis isi Klaus Krippendorff, lima dimensi religiusitas Glock dan Stark, serta teori S-O-R dapat menjadi referensi teoretis dalam mengkaji pesan-pesan keagamaan, pemahaman, sikap, dan perilaku khalayak terhadap konten digital.

2. Praktis

   Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi channel YouTube CulapCulip dalam mengembangkan animasi sebagai media dakwah dengan memperhatikan aspek religiusitas, seperti keyakinan, praktik, pengalaman, pengetahuan, dan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari. Pesan dakwah hendaknya disampaikan melalui bahasa dan visual yang mudah dipahami. Bagi penonton, animasi dakwah dapat dimanfaatkan sebagai sumber pengetahuan dan pengingat untuk menerapkan nilai-nilai keagamaan.

3. Penelitian Selanjutnya

   Penelitian selanjutnya dapat mengkaji animasi sebagai media dakwah melalui objek, platform, dan konten yang lebih beragam. Selain analisis isi, metode wawancara atau observasi dapat digunakan untuk mengetahui pemahaman dan penerimaan khalayak terhadap pesan dakwah. Penggunaan dimensi religiusitas Glock dan Stark juga dapat dikembangkan dengan menganalisis hubungan antara pesan dalam konten dan respons penonton.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Alwi, Said. *Perkembangan Religiusitas Remaja*. Bantul: Kaukaba Dipantara, 2014.

Ancok, Djamaludin, dan Fuad Nashori Suroso. *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.

Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana, 2007.

Effendi, Dudy Imandudin, Aang Ridwan, dan Ahmad Sarbini. *Dakwah Media Massa: Perspektif Sosiologi dan Budaya Populer*. Edisi Revisi. Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2019.

Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003.

Ilahi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.

Jasafat. *Konvergensi Media Dakwah*. Vol. 11. Banda Aceh: Ar-Raniry Press, 2019.

Krippendorff, Klaus. *Analisis Isi: Pengantar Teori dan Metodologi*. Jakarta: CV Rajawali, 1991.

Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.

Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.

Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1999.

Sakti. *Jejak Virtual Pemuda Ternate*. Bogor: Guepedia, 2020.

Sari, Ifit Novita, Lilla Puji Lestari, dan Dedi Wijaya Kusuma. *Metode Penelitian Kualitatif*. Cet. 1. Malang: UNISMA Press, 2022.

Shihab, M. Quraish. *Menabur Pesan Ilahi: Al-Qur'an Dan Dinamika Kehidupan Masyarakat*. Jakarta: Lentera Hati, 2006.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Suryadi, Bambang, dan Bahrul Hayat. *RELIGIUSITAS: Konsep, Pengukuran, dan Implementasinya di Indonesia*. Jakarta: Bibliosmia, 2021.

Suyanto, A. *Pengantar Animasi dan Multimedia*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2020.

Jurnal

Abidin, Mustika. "Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran." *Nivedana: Jurnal Komunikasi & Bahasa* 3, no. 3 (2021).

Aini, Syifa Ainun Nur, Anayanti Rahmawati, dan Jumiatmoko Jumiatmoko. "Penerapan Video Animasi Interaktif Untuk Mengenalkan Nilai-Nilai Keagamaan Pada Anak." *ThufuLA: Jurnal Inovasi Pendidikan Guru Raudhatul Athfal* 9, no. 2 (2021): 313–326. https://doi.org/10.21043/thufula.v9i2.11893.

Chandra, Edy. "Youtube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi." *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni* 1, no. 2 (2018): 406–414. https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i2.1035.

Fadilah. "Pemanfaatan Animasi dalam Media Pembelajaran dan Dakwah." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 15, no. 2 (2020): 123–134.

Fitriyani, Hikmah, Nur Sholekhati, Nailatun Nafisah, Nur Hanifah, dan Vyki Mazaya. "Youtube Sebagai Strategi Dakwah Milenial." *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam* 4, no. 1 (2023): 71–86. https://doi.org/10.53429/j-kis.v4i1.651.

Hadi, R. Pratama. "Perkembangan Teknologi Animasi dalam Industri Kreatif." *Jurnal Teknologi Informasi* 9, no. 1 (2021): 45–54.

Hendra, Tomi, Siti Amalia Nur Adzani, dan Kori Lilie Muslim. "Dakwah Islam Dan Kearifan Budaya Lokal." *Journal of Da'wah* 2, no. 1 (2023): 65–82. https://doi.org/10.32939/jd.v2i1.2660.

Irsal, Muhammad Ishaq, dan Andi Hasriani. "PESAN DAKWAH DALAM ANIMASI CULAPCULIP DI MEDIA YOUTUBE." *Relinesia: Jurnal Kajian Agama Dan Multikulturalisme Indonesia* 3, no. 4 (2024): 161–170.

Lestari, Pitri, Iis Irma Lisnawati, Sri Ana, dan Ani Nur Aeni. "Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Kibudi Books Pada Bidang Sejarah Kebudayaan Islam Di Sekolah Dasar." *Journal of Research and Thought on Islamic Education (JRTIE)* 5, no. 1 (2022): 19–32. https://doi.org/10.24260/jrtie.v5i1.2198.

Muna, Kurnia Faizatul, dan Fathurrohman Husen. "Media Dakwah Anak Dan Respons Masyarakat: Analisis SWOT Terhadap Animasi Nussa Dan Rarra." *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 8, no. 1 (2023). https://doi.org/10.29240/jdk.v8i1.7626.

Putra, Y., dan Kurniawan, A. "Animasi sebagai Media Komunikasi Visual dalam Penyampaian Pesan Edukasi." *Jurnal Desain Komunikasi Visual* 6, no. 2 (2019): 89–97.

Qodriyah, Salma Laila. "Youtube Sebagai Media Dakwah Di Era Milenial (Channel Nussa Official)." *Jurnal Studi Islam Dan Kemuhammadiyahan (JASIKA)* 1, no. 2 (2021): 151–161. https://doi.org/10.18196/jasika.v1i2.14.

Rizqy, Muhammad, Nur Salsa Auliya Zachani, Saniyatul Fajri, dan Meity Suryandari. "Pengaruh Media Teknologi Informasi Modern Terhadap Aktivitas Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0." *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora* 1, no. 1 (2023). https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.146.

Sungadi. "Pengaruh Religiusitas terhadap Kematangan Karier Pustakawan Kajian Empiris pada Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam di Daerah Istimewa Yogyakarta." *Jurnal Perpustakaan* 11, no. 1 (2020): 15–34.

Wulandari. "Peran Media Animasi dalam Pembentukan Karakter Anak." *Jurnal Pendidikan Karakter* 8, no. 1 (2018): 77–88.

Ya'qub, Hamzah. *Publisistik Islam: Teknik Penyiaran dan Publisitas Islam*. Bandung: Diponegoro, 1992.

Internet

APJII. "APJII: Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang." Diakses pada 5 Agustus 2025. https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang.

Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI. "Laman Resmi Badan Litbang dan Diklat Kemenag RI." Diakses pada 5 Agustus 2025. https://balitbangdiklat.kemenag.go.id.

Culapculip. “Video Animasi Islami Culapculip.” YouTube video. Diakses pada 20 Oktober 2025. https://youtu.be/mtjubWfulQE?si=vt2wL2cWE8ng_NBx.

Microsoft. “Microsoft Official Portal.” Diakses pada 5 Agustus 2025. https://new.microsoft.com.

Skripsi

Bakar, Syarifah Nabila Bi Syekh Abu. “Animasi Sebagai Media Dakwah Pada Anak (Analisis Semiotika Pada Tayangan Animasi Nussa).” Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022.

Hakiki, Iko Cahyo. “Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram dalam Pandangan Islam.” Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2021.

Nafi’ah, Fatma Izzatun. “EFEKTIFITAS YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Studi Kasus Akun YouTube Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi).” Skripsi, Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi, 2021.

Nurhikmah, N. “Media Sosial Penyampai Pesan Dakwah Di Era Digital.” Skripsi, IAIN Parepare, 2022. http://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/4079.

Rifqi, M. Alfaynanur. “YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI ERA DIGITAL (ANALISIS TERHADAP ANZA CHANNEL KH. ANWAR ZAHID).” Skripsi, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2024.

Wahyuni. “Teknologi Dan Transformasi Sosial Agama Masyarakat Di Era New Normal.” Skripsi, IAIN Parepare, 2020.

Wulandari, Sri. “Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Animasi Nussa Di Channel Youtube Nussa Official Episode 'Adab Menesehati'.” Skripsi, Universitas Muhammadiyah Mataram, 2023.

Wulansari, Indah. “Efektivitas Penggunaan Media Film Animasi Untuk Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Anak (Analisis Film Animasi Nusa Dan Rara).” Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021.