

ABSTRAK

Naufal Muhammad Fayyadh. “Penyajian Pesan Dakwah Melalui Animasi di Fitur IGTV (Analisis Deskriptif Pesan Dakwah Terhadap Akun Instagram @taarts_gram).”

Media Instagram menjadi salah satu media sosial dengan angka pengguna tertinggi di dunia. Penyebaran informasi edukatif, informatif, atau entertain tentu menjadi hal yang dimanfaatkan dalam penggunaan pada platform satu ini. Hal ini yang dimanfaatkan oleh salah satu contoh perkembangan dakwah Islam melalui media sosial dilakukan oleh akun Instagram @taarts_gram.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses pembuatan video dakwah animasi. Secara lebih rinci tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana bentuk penyajian pesan informatif, persuasif, dan koersif yang disajikan melalui fitur Igtv sebagai sarana media dakwah yang diunggah pada akun Instagram @taarts_gram.

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif sebagai metode penelitian dan dibantu dengan menggunakan teori CMC (*Computer Mediated Communication*) yang diperkenalkan oleh Marshall McLuhan mengenai bentuk komunikasi antar individu atau kelompok melalui jaringan komputer. Penelitian ini juga menggunakan sebuah konsep bentuk penyajian pesan dari A.W. Widjaja, dengan membagi kedalam tiga bentuk penyajian pesan yaitu, pesan informatif, persuasif, dan koersif.

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, maka dari itu kita dapat mencari makna kata beserta kalimat pada sebuah karya. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Setelah penelitian yang dilakukan terhadap akun Instagram @taarts_gram memberikan hasil bahwa bentuk penyajian pesan yang ada pada postingan video dakwah animasi tersebut masuk kedalam bentuk penyajian pesan informatif, persuasif, dan koersif. Bentuk penyajian pesan informatif yang menjadi paling banyak dibuat oleh akun Instagram @taarts_gram, hal ini karena terdapat banyak informasi mengenai kajian-kajian dakwah Islam yang harus diketahui oleh para pengguna Instagram lainnya. Kemudian dilanjut dengan bentuk postingan penyajian pesan persuasif, karena bertujuan untuk mengajak para pengguna Instagram dalam menjalankan ajaran syariat Islam. Dan yang terakhir bentuk postingan penyajian pesan koersif, video dakwah berisi tentang informasi yang disajikan berupa intruksi yang didalamnya terdapat sebuah ancaman dan sanksi apabila tidak menjalankan syariat Islam, hal ini bertujuan untuk memberikan wawasan, pemahaman dan perubahan tingkah laku para pengguna Instagram yang melihatnya.

Kata Kunci: Animasi, Media Sosial, Instagram.