



## **Kartun sebagai media dakwah bagi anak-anak: Studi pada tayangan Upin dan Ipin**

**Bima Surya Febbriyanto<sup>1</sup>, Samsul Rifa'i<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah, Tulungagung, Indonesia

<sup>1</sup>Email: bimasuryafebbriyanto18@gmail.com

<sup>2</sup>Email: rifai.saja090@gmail.com

### **Abstract**

*Da'wa through film media has been widely carried out, including cartoons. In general, Upin and Ipin animations incorporate more Islamic values into their shows, not just ordinary cartoon shows. In contrast to other cartoons, animation that makes children the target of the message must pay attention to the message, language, and context by the object. Making children mad'u da'wah requires special materials according to their needs and packaged lightly so that they are easily accepted. This study aims to explain how much Upin and Ipin shows contain da'wah messages in each episode, as well as what forms of da'wah material are contained in Upin and Ipin shows. The descriptive quantitative method was chosen as the approach to get a clear picture of the data. Data were taken randomly as many as 30 of 240 episodes. Data is analyzed simply by giving meaning to the numbers. The results showed that 90 % of the shows contained da'wah methods or elements of da'wah. Meanwhile, 10% of the rest shows that do not display da'wah messages. This shows that the Upin and Ipin shows, judging from the material, have three elements of da'wah. First, the show is very child-friendly, there is no element of violence or pornography in the show. Second, it contains an element of entertainment so that the material is easily accepted by children. The audio-visual presentation displayed by the program makes children more interested and not bored. Third, to meet the needs of children in terms of quality shows and full of noble values. Such as values about filial piety and respect for parents, please help fellow friends, respect differences, uphold a sense of tolerance, keep the environment clean, learn to explore nature, love the homeland, and have faith in Allah SWT.*

**Keywords:** *Cartoon, media of da'wah, Upin and Ipin.*

## Abstrak

Dakwah melalui media film telah banyak dilakukan, tak terkecuali film kartun. Bukan hanya tayangan kartun biasa seperti pada umumnya, animasi Upin dan Ipin lebih banyak memasukkan nilai-nilai keislaman ke dalam tayangannya. Berbeda dengan film kartun lainnya, animasi yang menjadikan anak-anak sebagai sasaran pesan harus memperhatikan pesan, bahasa, dan konteks yang sesuai dengan objeknya. Menjadikan anak-anak sebagai mad'u dakwah membutuhkan materi khusus sesuai dengan kebutuhannya serta dikemas dengan ringan agar mudah diterima. Penelitian ini bertujuan menjelaskan tentang seberapa besar tayangan Upin dan Ipin memuat pesan dakwah dalam setiap episodenya, serta apa saja bentuk materi dakwah yang terkandung dalam tayangan Upin dan Ipin. Metode kuantitatif deskriptif dipilih sebagai pendekatan agar mendapatkan gambaran yang jelas tentang data. Data diambil secara random sebanyak 30 dari 240 episode. Data dianalisis secara sederhana dengan memberikan makna atas angka-angka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 90% tayangan memuat metode dakwah ataupun unsur dakwah. Sedangkan 10% dari sisanya adalah tayangan yang tidak menampilkan pesan dakwah. Hal ini menunjukkan bahwa tayangan Upin dan Ipin, dilihat dari materi, memiliki tiga unsur dakwah. Pertama, tayangan yang sangat ramah pada anak-anak, tidak ada unsur kekerasan ataupun pornografi dalam tayangan. Kedua, mengandung unsur hiburan sehingga materi mudah diterima oleh anak-anak. Sajian audio visual yang ditampilkan oleh tayangan lebih membuat anak-anak tertarik dan tidak bosan. Ketiga, mencukupi kebutuhan anak-anak dalam hal tontonan berkualitas serta sarat akan nilai-nilai yang luhur. Seperti nilai tentang berbakti dan menghormati orang tua, tolong menolong pada sesama teman, menghargai perbedaan, menjunjung tinggi rasa toleransi, menjaga kebersihan lingkungan, belajar mengeksplorasi alam, cinta pada tanah air, serta beriman kepada Allah Swt.

**Kata kunci:** Kartun, media dakwah, Upin dan Ipin.

## 1. PENDAHULUAN

Dakwah dapat dilakukan dengan cara yang beragam, baik menggunakan dakwah secara lisan (*bi lisan*), dakwah dengan menggunakan contoh tindakan yang baik (*bi hal*), atau dakwah dengan menggunakan tulisan baik tulisan yang melalui media non digital maupun media digital. Seiring dengan kemajuan jaman dan teknologi, dakwah berkembang dengan sangat pesat dan signifikan, mulai dari metode yang digunakan dalam dakwah, mad'u atau objek dakwah, hingga da'i (Unde, 2015)(Karim et al, 2021).

Media yang mudah digunakan dalam dakwah salah satunya adalah media massa. Saat semua sudah serba digital, konten dakwah ikut bertransformasi sesuai dengan perkembangan zaman, terlebih dalam hal kecanggihan teknologi. Media dakwah sendiri dapat dipahami sebagai alat bantu untuk menyampaikan pesan dakwah. Untuk memberitahukan tuntunan Islam, dakwah dapat memakai berbagai macam media seperti tulisan, audio, visual, hingga audio visual sekaligus. Pemanfaatan televisi sebagai media lebih pada kelebihan penggunaan audio visual secara sekaligus sehingga menjadikan televisi sebagai salah satu media yang tepat untuk jenis mad'u yang banyak membutuhkan interaksi motorik seperti anak-anak.

Anak-anak membutuhkan tontonan di televisi yang memiliki karakter lucu, menggemaskan dan penuh dengan warna serta petualangan seru. Dalam tayangan televisi Indonesia dijumpai serial kartun Upin dan Ipin. Animasi tersebut menjadi pilihan anak bukan hanya bentuknya saja yang disuguhkan dengan menggunakan animasi, namun juga sentuhan pesan dakwah yang dikemas dalam berbagai adegan. Adanya tontonan yang dapat memberikan edukasi, dengan sasaran dakwah anak-anak, masih sangat dibutuhkan.

Tayangan Upin dan Ipin telah banyak dikaji dalam hal pengaruhnya pada sikap anak (Satria, 2020); (Purnamasari, 2020); (Ilham, Arifin, 2021) maupun gaya bahasa anak (Anggraeni, Permana, 2019). Anak-anak yang sering menonton serial Upin dan Ipin mengalami perubahan dalam hal berbicara. Mereka sering menirukan bahasa-bahasa sederhana yang digunakan dalam film. Anak-anak menyerap banyak pesan moral, perilaku sosial serta nilai-nilai edukatif dari serial Upin dan Ipin. Hal inilah yang akhirnya memengaruhi pola sikap dan perilaku anak-anak dalam kesehariannya.

Kartun, sebagai film telah mengalami perkembangan yang pesat. Kartun tidak hanya dijadikan sebagai media hiburan yang ringan untuk anak-anak, namun juga dapat dijadikan sebagai media pembelajaran (Artawan, dan Astuti, 2015); (Nurohimah, Kurniawan, dan Ashari, 2012), sampai pada pengenalan nilai-nilai spiritual keagamaan ((Firmansyah, 2018). Sebagai media pembelajaran, tayangan Upin dan Ipin dinilai telah banyak memberikan pembelajaran tentang menumpuhkan perilaku sosial anak-anak seperti kerja sama, simpati, ramah tamah, murah hati, serta tidak mementingkan diri sendiri (Ilham, Arifin, dan Ummah, 2021).

Meski telah banyak dikaji, serial Upin dan Ipin penting dikaji dari sudut pandang kebutuhan mad'u dakwah, secara spesifik anak-anak. Seberapa penting tayangan ini mampu memberikan pesan-pesan pada mad'u serta dapat diterima mad'u dengan baik. Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan pada muatan dakwah yang terkandung di dalam tiap episode. Menyadari akan keterbatasan kajian, penulis tidak membahas tiap episode secara keseluruhan, akan tetapi hanya memilih topik-topik yang sesuai dengan pokok bahasan dalam penelitian.

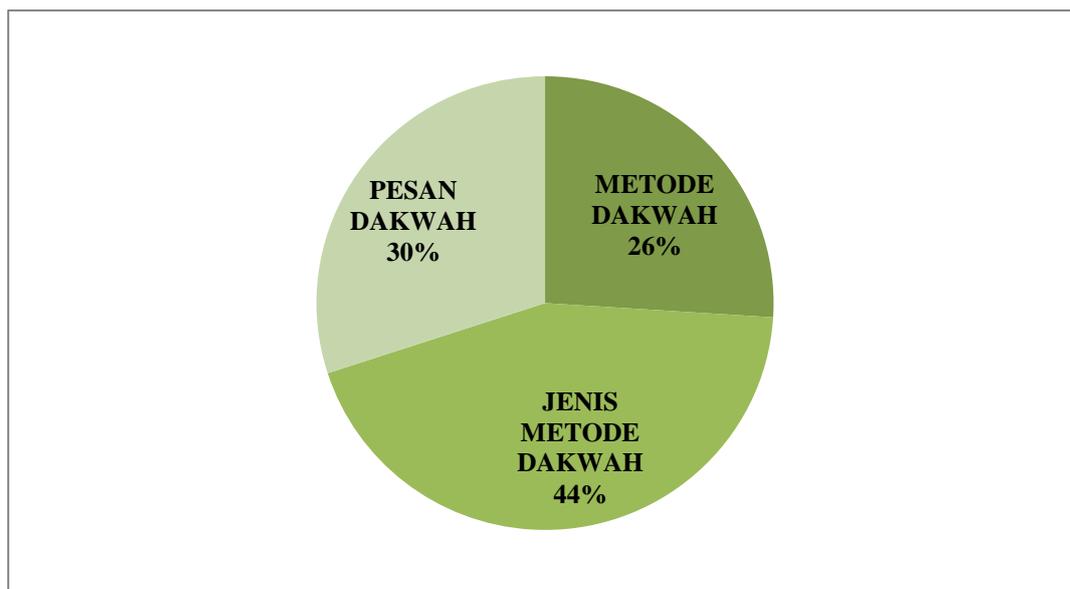
## **2. METODE**

Metode yang dipilih dalam penelitian ini ialah kuantitatif. Kendati penelitian kuantitatif cenderung bersifat menguji sebuah fenomena, penelitian ini juga ingin mendapatkan gambaran yang umum mengenai sebuah fenomena dengan melakukan analisis pesan dakwah yang dimuat di dalam tayangan Upin dan Ipin. Karena penelitian ini sifatnya hendak membuktikan sebuah fenomena, maka analisis data dilakukan dengan cara deduktif, yakni dari yang sifatnya umum menuju yang bersifat khusus. Analisis isi kuantitatif digunakan dalam rangka sebagai pisau analisis untuk mengupas secara detail data-data kuantitatif yang diperoleh. Penelitian dengan menggunakan metode ini mampu mempelajari berbagai macam fenomena yang berlangsung dalam suatu masyarakat (Eriyanto, 2011).

Objek utama penelitian ini ialah tayangan serial Upin dan Ipin yang telah dipilih beberapa episode secara random. Pemilihan ini berdasarkan kriteria episode yang memiliki muatan pesan dakwah atau ajaran keislaman di dalamnya. Populasi ini dihitung sejumlah dengan episode Upin dan Ipin yakni 10 musim dengan kurang lebih 240 episode. Sedangkan sampel dari penelitian ini adalah 30 episode dan dipilih secara random. Adapun data dianalisis menggunakan analisis sederhana dengan cara menginterpretasikan atau memberikan penafsiran atas penemuan-penemuan berdasarkan rumusan masalah yang telah dirancang di awal (Creswell, 2019).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum membahas lebih jauh, penulis akan menunjukkan hasil temuan dari tayangan Upin dan Ipin, berdasarkan gambar 1 di bawah ini, penulis melakukan klasifikasi tayangan Upin dan Ipin menjadi tiga, yakni pesan dakwah, metode dakwah, dan jenis metode dakwah. Total persentase keseluruhan tabel ini ialah 100%, dengan rincian 26% terdiri dari metode dakwah, 44% terdiri dari jenis metode dakwah, dan 30% terdiri dari pesan dakwah.



Gambar 1 Analisa keseluruhan

#### a. Perkembangan Media Dakwah

Media memiliki peranan yang sangat penting dalam dakwah. Mengingat media merupakan suatu alat yang menjadi perantara pesan yang disampaikan oleh pelaku dakwah (da'i kepada mad'u). Media dakwah (*wasilatu al dakwah*) terbagi menjadi enam macam. Pertama, media tatap muka. Jenis media ini memiliki kelebihan karena interaksi yang dilakukan secara langsung, sehingga respon yang diberikan oleh komunikan kepada komunikator, atau mad'u kepada da'i, dapat dilakukan secara langsung. Mad'u juga dapat bertanya secara langsung kepada da'i apabila menemui hal yang belum dipahami, serta dapat melakukan konfirmasi apabila terjadi kesalahpahaman. Kedua, media audio visual. Di antara jenisnya dapat berupa *teater*, film, dan televisi. Berbeda dengan media tatap muka yang memiliki keterbatasan jangkauan, media audio visual ini umumnya memiliki jangkauan yang lebih luas hingga ke pelosok-pelosok. Apalagi, inovasi yang diciptakan dari media ini sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang hidup pada dunia dengan segenap kecanggihan teknologynya. Ketiga, media visual. Jenis media ini lebih sempit karena hanya menampilkan visual saja. Biasanya berupa peta dan foto. Akan tetapi tetap saja jenis media ini dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memahami sebuah kejadian, terlebih di masa lampau. Keempat, media individual, yang berupa siaran radio, kaset khutbah dan pelajaran. Jenis media ini juga memiliki keterbatasan, baik secara skala ataupun ruang. Kelima, media lisan, berupa ceramah, khutbah, ataupun *mauidzoh hasanah*. Memiliki sifat yang monoton sehingga rentan memunculkan rasa bosan, dan biasanya

bersifat indroktiner. Keenam media elektronik, yang memiliki kelebihan mampu menyampaikan pesan secara massif. Meskipun begitu, jenis media ini sangat bergantung pada sinyal (Rakhmawati, 2013).

Televisi, di mana menjadi media yang menyampaikan tayangan Upin dan Ipin, termasuk ke dalam kategori media audio visual. Ia tidak hanya menyampaikan pesan melalui suara atau audio, melainkan visual atau gambar secara bersamaan. Inilah yang disebut Zaini sebagai daya persuasi yang tinggi (Zaini, 2015). Televisi pun memiliki fungsi sebagai pendidik, yang artinya penyampai informasi, sehingga masyarakat dapat menerima pencerahan, pengetahuan, serta ketrampilan dari informasi yang berasal dari televisi. Selain fungsi tersebut, televisi dianggap mampu menjadi kontrol sosial dalam bentuk pemberian evaluasi pengawasan serta kritik pada pembangunan bangsa (Unde, 2015).

Film dan tayangan sejenisnya yang bersifat audio visual memiliki beberapa kelebihan sehingga dapat lebih menarik perhatian masyarakat daripada media lain. Secara psikologis, pesan yang disampaikan melalui audio visual akan tampak lebih hidup, beberapa film berupa animasi bahkan memiliki kecenderungan yang unik mampu menarik perhatian masyarakat. Bahkan, beberapa hal abstrak serta samar yang sulit dijelaskan, dengan mudah dapat dipahami melalui film. Selanjutnya, pesan yang disampaikan melalui audio visual tersebut akan membantu penonton untuk mudah mengingat dan tidak dilupakan begitu saja (WD, 1998).

Beberapa fungsi media televisi di atas dapat dijumpai dalam tayangan Upin dan Ipin. Materi yang terkandung di dalam tayangan Upin dan Ipin ini sangat sarat dengan nilai-nilai keislaman. Materi dakwah atau bahasa lainnya pesan, *message*, disampaikan oleh subyek dakwah pada sasaran dakwah. Materi ini dalam dakwah disebut pula sebagai idiologi dakwah, yakni syari'at Islam yang bersumber dari al-Qur'an dan as-sunnah. Dalam tayangan Upin dan Ipin, materi dakwah berupa hal-hal yang disampaikan oleh setiap karakter, baik itu disampaikan secara lisan, tulisan, maupun tingkah laku serta perbuatan.

#### **b. Anak-anak sebagai Mad'u Dakwah**

Kata *mad'u* berasal dari Bahasa Arab yang diambil dari isim *ma'ul*. Secara istilah, *mad'u* diartikan sebagai orang atau sekelompok orang, baik itu laki-laki ataupun perempuan, yang sedang menuntut ajaran agama (Saputro, 2011). Kaitannya dengan proses dakwah, *mad'u* diperlakukan sebagai subjek, bukanlah objek. Selain menjadi unsur yang penting dalam dakwah, *mad'u* sangat dimungkinkan memiliki interaksi aktif dengan da'i dan terhadap proses dakwah. Oleh karena itu, *mad'u* bukanlah objek pasif yang kehadirannya tidak dapat membuat perubahan pada kegiatan dakwah.

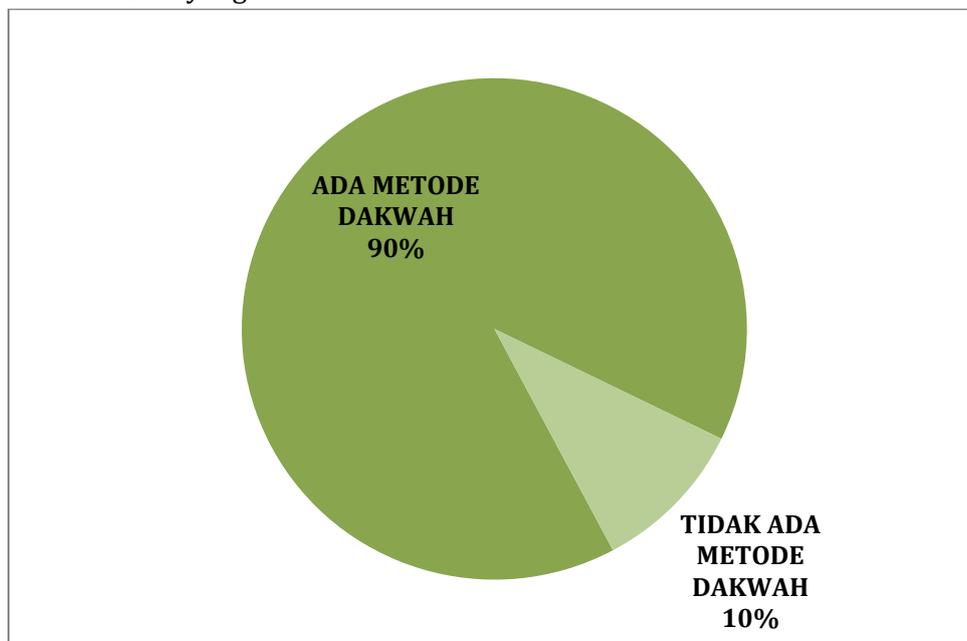
Lebih jauh, Saputra (Saputro, 2011) membuat klasifikasi pada *mad'u* menjadi delapan kategori. Pertama, *mad'u* sebagai sasaran dakwah dilihat dari sisi sosiologis. Dari sini tercipta *mad'u* pedesaan atau perkotaan, *mad'u* kelompok marginal atau aristokrat, dan lainnya. Kedua, *mad'u* dilihat dari struktural, yang terdiri dari kelembagaan, pemerintah, keluarga, atau kelompok masyarakat tertentu. Ketiga, *mad'u* dilihat dari kelompok sosial kultural, yakni golongan priyai, santri, atau abangan. Keempat, *mad'u* dilihat dari pekerjaan atau profesi, seperti dokter, petani, pelajar, saudagar, dan lainnya. Kelima, *mad'u* dilihat berdasarkan tingkat kemapanan ekonomi, yang meliputi kaya atau miskin, *aghniya'* atau *fuqara'*. Keenam, *mad'u* dilihat dari jenis kelamin, laki-laki, perempuan, ataukah yang lainnya. Ketujuh, *mad'u* dilihat dari tingkatan usia, yaitu tua, muda, remaja, anak-anak, lansia, dan lain sebagainya. Kedelapan, *mad'u* dilihat dari tingkat katgori khusus, seperti tuna susila, tuna wisma, narapidana, dan lainnya.

Dalam pembahasan ini, yang disebut dengan *mad'u* di sini masuk dalam kategori berdasarkan tingkatan usia. *Mad'u* terdiri dari orang dengan kategori usia anak-anak. Seorang da'i dianjurkan dapat memahami karakter serta dapat mengenal dengan baik orang yang menjadi penerima pesan dakwah. Da'i dalam menyampaikan pesan dakwah perlu untuk mengetahui terlebih dahulu klasifikasi dan juga karakter dari objek dakwahnya. Dengan begitu, pesan dakwah yang disampaikan oleh seorang da'i bisa dicerna dengan baik oleh seorang *mad'u*.

Karakter Upin dan Ipin dibuat berdasarkan animasi anak-anak usia PAUD atau TK, yakni usia antara 5-7 tahun. Sebagai tokoh dalam film, Upin dan Ipin (dan teman-temannya) ditempatkan sebagai da'i (depan layar) oleh kreator (da'i di balik layar) yang memberikan banyak pelajaran hidup tentu saja untuk *mad'u* yang memiliki usia yang sama dengan tokoh. Cara demikian disebut sebagai pendekatan atau metode berdakwah dengan kalangan anak-anak sebagai *mad'u*.

Anak-anak sebagai *mad'u* dakwah artinya menjadikan anak-anak sebagai subjek dakwah. Pentingnya dakwah diberikan kepada anak-anak ini dilihat oleh Hadiah (Hadiah, 2020) dengan tujuan agar dakwah sudah menjadi kebiasaan serta pedoman bagia anak saat dewasa. Dakwah di sini dipandang sebagai proses pendidikan, sehingga jangka waktu yang diperlukan lama. Jika proses ini berjalan dengan baik, maka seorang anak akan menjadi generasi yang memiliki komitmen kuat pada ajaran agama. Hadiah juga memandang bahwa metode yang digunakan dalam berdakwah pada anak harus menyenangkan, sehingga mudah dipahami.

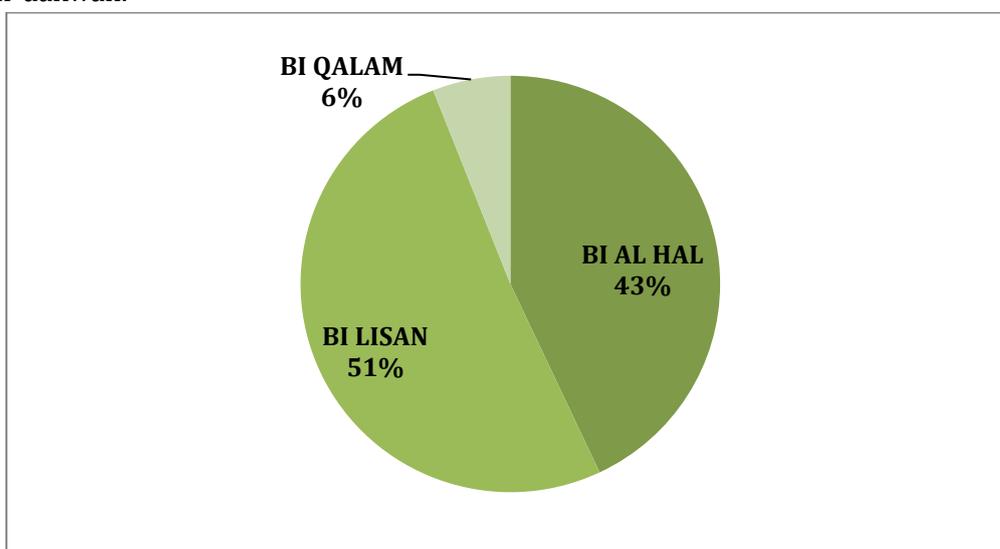
Terdapat cara atau metode berdakwah yang disampaikan oleh tokoh dalam setiap adegannya. Cara tersebut disebut dengan metode *bil lisan*, *bil qalam*, dan *bil hal*. Metode *bil lisan* terlihat dari setiap perbuatan baik dan terpuji yang dinyatakan dalam bentuk kata-kata bijak, baik, maupun kata mutiara. Metode *bil qalam* lebih dinyatakan dalam bentuk tulisan-tulisan yang ada dalam setiap adegan film. Sementara metode *bil hal* terlihat pada setiap tindakan baik yang dilakukan oleh tokoh dalam film.



Gambar 2 Persentase metode dakwah

Gambar 2 di atas merupakan penjelasan mengenai ada atau tidaknya metode dakwah yang digunakan dalam tayangan serial Upin dan Ipin, tayangan tersebut dapat diidentifikasi sebagai tayangan dakwah apabila terdapat unsur dakwah, *da'i*, *mad'u*, pesan dakwah, efek, serta metode dakwah dalam tayangannya. Sedangkan postingan dari tayangan tersebut tidak akan diidentifikasi sebagai kegiatan dakwah apabila tidak mengandung unsur-unsur dakwah dalam tayangan.

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan dari total 30 tayangan, terdapat 90% tayangan yang memuat metode dakwah ataupun mengandung unsur dakwah di dalamnya. 90% dari tayangan tersebut berjumlah 27 dari 30 postingan. Dan 10% sisanya merupakan tayangan yang tidak dapat menampilkan metode dakwah. Metode dakwah yang dimuat dalam tayangan ini meliputi metode *bil-hal*, *bil-lisan*, serta *bil-qalam*. Dari analisa ini dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas dari tayangan upin dan Ipin ini mengandung unsur-unsur dakwah.



Gambar 3 Jenis metode dakwah

Dalam tayangan Upin dan Ipin ada beberapa metode dakwah yang digunakan, di antaranya metode *bi al-lisan* menduduki angka tertinggi dalam tayangan ini yaitu dengan persentase nilai di %, selanjutnya dengan menggunakan metode *bi al hal* yang menduduki presentasi nilai tertinggi berikutnya yaitu di 43%, sedangkan penggunaan metode *bi al-qalam* hanya mencapai persentase 6% nya saja. Jumlah persentase tersebut menunjukkan total keseluruhan metode yang ada dalam serial Upin dan Ipin.

Metode *bi Lisan* merupakan salah satu metode yang sering digunakan dalam tayangan Upin dan Ipin. Terbukti bahwa, total dari keseluruhan jumlah 26/51 tayangan. Metode *bi Lisan* merupakan salah satu metode dakwah dengan bertutur kata secara lisan dalam tujuan untuk menyampaikan pesan dakwah. Maksud dari bertutur kata di sini yaitu dengan metode yang santun, elok dan mudah untuk dipahami secara langsung oleh mad'u.

Penggunaan metode *bil lisan* dalam tayangan ini biasanya meliputi nasihat-nasihat yang banyak diucapkan oleh orang tua ataupun oleh guru. Tidak hanya itu, terkadang tokoh yang berperan sebagai Upin dan Ipin sering memberikan pengertian mengenai dakwah terhadap teman-teman sebayanya. Tidak jarang juga dakwah *bi lisan* disampaikan oleh teman-teman Upin dan Ipin yang lintas agama. Contoh dakwah dengan menggunakan metode *bi lisan* ada di dalam episode "Apa Benda Tu?" di mana saat berada di durasi menit

ke 10:36 Kak Ros mengatakan; “Kita cari makhluk itu sambil memungut sampah”. Ajakan ini bisa disebut sebagai dakwah, karena merupakan ajakan untuk kebaikan.

Metode *bil Hal* merupakan metode berikutnya yang juga banyak digunakan dalam tayangan Upin dan Ipin. Hal tersebut terbukti dari keseluruhan jumlah dari 22/51 tayangan. Metode *bil Hal* ini biasanya disampaikan melalui contoh atau tindakan, baik tindakan yang dibarengi dengan *lisan* atau murni tindakan saja. Sedangkan metode *bi Hal* dalam tayangan ini biasanya meliputi contoh-contoh perbuatan baik yang sesuai dengan syariat agama Islam. Seperti yang sering digambarkan melalui tokoh Upin dan Ipin saat bersalaman dengan orang tua ketika berangkat maupun pulang sekolah, merawat alam, sikap gemar mencintai makhluk ciptaan Allah SWT, tolong menolong sesama teman, serta menjaga erat tali silaturahmi. Metode dakwah ini cenderung lebih banyak digunakan, karena pada dasarnya anak-anak lebih suka dan lebih mudah untuk meniru perbuatan orang lain.

Metode *bil qalam* merupakan metode berikutnya dengan angka pengaplikasian paling sedikit dibanding dengan metode lain. Metode ini memiliki persentase nilai 6% saja dengan jumlah frekuensi 3 dari total 51 tayangan. Kendati tayangan Upin dan Ipin sudah mengimplementasikan penerapan metode *bil qalam* akan tetapi frekuensi dari penerapan metode ini sangatlah minim. Salah satu episode yang memuat metode *bil qalam* ada dalam episode “Ehsan Pindah”, dalam episode tersebut teman-teman tokoh Upin dan Ipin membuat buku memori untuk diberikan kepada Ehsan. Buku tersebut bisa dimaknai sebagai dakwah *bil qalam* sebab mampu menggambarkan perwujudan cinta antar sesama umat manusia. Contoh lainnya juga ada dalam episode “Mulanya Ramadhan”, di sana tercantum teks nyanyian yang berisi ajakan kepada umat manusia untuk berbuat baik dan menjalankan perintah Allah, salah satunya dengan menjalankan perintah puasa.

Pesan dakwah *bil hal*, *bil lisan*, dan *bil qalam* dalam tayangan kartun juga didapatkan dalam serial animasi Nussa. Hal ini diungkapkan oleh Jannah (Jannah, 2020), menurutnya animasi Nussa dan Rara mengajarkan tentang pesan dakwah berupa nilai aqidah, syari’ah, dan akhlak. Hampir setiap episode menampilkan keteladanan yang tercermin dari perilaku tokoh, sehingga pantas dijadikan sebagai materi dakwah yang diteladani. Selain itu, kemasan cerita yang unik dan lucu, serta banyak memiliki pesan moral serta nilai islami menjadikan tayangan ini menarik bagi mad’u dengan segmentasi anak-anak.

Da’i, yang dalam hal ini adalah kreator konten animasi telah memiliki banyak pesan kebaikan yang disampaikan kepada masyarakat. Da’i melakukan dakwah melalui karyanya, media yang digunakan dalam menyampaikan karya seakan menjadi mimbar bagi sang da’i. Melalui perpaduan teknik animasi dan teknologi, da’i telah menyebarkan nilai-nilai kebaikan. Daya tarik dari sebuah animasi dituangkan dalam kemampuannya memvisualisasikan hal-hal yang bersifat imajinatif ke dalam realitas kehidupan manusia, seperti tersenyum, menangis, bahagia, bersedih atau sifat-sifat manusia pada umumnya sehingga membuat gambar ini lebih terkesan nyata (Utami, 2011).

Anak-anak merupakan sasaran yang sangat tepat dipilih sebagai objek dakwah menggunakan animasi dengan cara menanamkan pesan moral pada sebuah film animasi atau kartun. Dakwah dengan media film atau animasi kartun ini merupakan salah satu metode yang tepat, karena pada dasarnya anak-anak akan sangat menyukai animasi berdasarkan tampilan yang disajikan dalam film atau animasi ini menarik.

Biasanya film animasi yang secara khusus ditujukan untuk anak-anak tidak dibuat sembarangan, ada beberapa penerapan dasar yang harus ada dalam film. Penerapan dasar itu diantaranya tentang cara menghargai orang lain, kegiatan gotong-royong, mengenal Tuhan dan juga lingkungan. Dalam keperluan dakwah, tentunya aspek penerapan paling

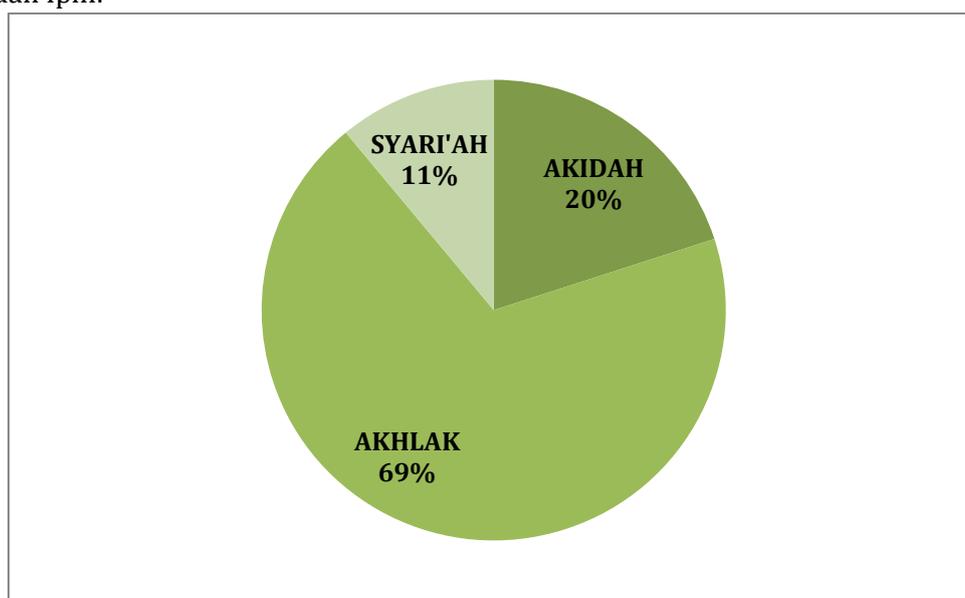
dasar dalam mengenal Tuhan benar-benar harus disematkan ke dalam film animasi yang dibuat.

### c. Materi Dakwah dalam Serial Upin Ipin

Materi yang terkandung dalam tayangan Upin dan Ipin dapat dikategorikan menjadi dua, yakni secara tersurat dan tersirat. Secara tersurat artinya materi dakwah dapat dengan mudah ditemukan dalam percakapan serta tindakan tokoh dalam film. Sementara secara tersirat menandakan bahwa pesan dakwah tidak dapat ditemukan dengan mudah melalui pendengaran dan penglihatan saja, namun membutuhkan analisis atas tiap-tiap kejadian ataupun konteks yang ada dalam film. Materi dakwah dapat dipahami sebagai pesan, isi, dan muatan yang disampaikan da'i kepada mad'u, baik dalam bentuk akidah, *syari'ah*, ibadah, *mu'amalah*, akhlak, maupun permasalahan umum (Ridha, Rifa'i, Suisyanto, 2017). Materi, atau pesan dakwah diartikan Aziz (Aziz, 2004) tidak harus berupa ayat Al-Qur'an dan Hadits Nabi. Keduanya merupakan sumber utama dari pesan dakwah, namun bentuknya tidak harus berupa dalil, melainkan dapat berupa pesan moral atau nilai yang terdapat dari kedua sumber tersebut.

Seperti yang dilakukan oleh Arifuddin (Arifuddin, 2017) dalam menganalisis film "Dalam Mihrob Cinta" sebagai media dakwah. Dalam tulisannya, penulis bahkan mengidentifikasi hingga pada busana yang dikenakan oleh tokoh, ungkapan-ungkapan bahasa, serta dialek bahasa yang dipakai, semuanya bukanlah tanpa arti. Sebagai contoh, penulis menemukan nilai religius dalam film dari busana yang dikenakan serta bahasa yang digunakan oleh tiap-tiap tokoh. Bahwa setiap yang ditampilkan dalam film merupakan sebuah simbol yang memiliki arti.

Pesan atau materi yang terkandung dalam tayangan Upin dan Ipin tidak kalah menarik untuk dibahas. Dalam dakwah, pesan atau materi ini disebut sebagai pesan dakwah dan materi dakwah. Yakni, informasi yang akan disampaikan oleh da'i kepada mad'u berupa kebaikan-kebaikan. Informasi ini disampaikan oleh da'i (pembuat film) baik terkandung secara tersurat maupun tersirat. Di bawah ini gambaran dari pesan dakwah dalam tayangan Upin dan Ipin:



Gambar 4 Pesan dakwah

Gambar 4 di atas menunjukkan presentasi pesan dakwah dalam serial animasi Upin dan Ipin. Pesan dakwah tersebut terdiri dari pesan akidah dengan jumlah presentasi 20%, akhlak dengan jumlah presentase sebanyak 69%, dan syari'ah dengan jumlah presentase mencapai 11%. Pesan dakwah tentang akhlak sangat mendominasi dan paling banyak ditemukan dalam tayangan Upin dan Ipin.

Dalam tayangan Upin dan Ipin, pesan dakwah berupa akidah mendapatkan persentase nilai sebanyak 20%. Kemunculan pesan akidah dalam tayangan ini sebanyak 7/36 tayangan. Akidah merupakan salah satu topik dakwah yang penting bagi anak-anak agar mereka mampu mengenal Islam dengan baik semenjak usia dini. Pesan akidah yang terkandung di dalam animasi Upin dan Ipin sering tergambarkan melalui ajakan mengenal Tuhan, mengajak kepada ke-Esa-an Allah atau memberi keyakinan bahwa Allah itu Esa. Salah satu contoh implementasi pesan akidah pada tayangan Upin dan Ipin adalah ajaran untuk melakukan ibadah puasa sejak dini serta belajar membaca dan mencintai Al-Qur'an sejak dini, seperti yang ada dalam episode "Sinar Syawal". Tokoh "Opa", atau Nenek Upin dan Ipin mengajarkan pelaksanaan ibadah puasa dan mengaji sebagai perwujudan mengenal Tuhan.

Sementara itu, pesan dakwah berupa Akhlak mendapatkan persentase terbanyak dengan jumlah 69%. Frekuensi dari pesan yang berupa akhlak sebanyak 25/36 tayangan. Pesan berupa akhlak ini merupakan pesan hubungan antar manusia dan sesama makhlukNya di dunia atau dengan kata lain *hablumminannas* dan *hablum minal alam*. Sedangkan makna akhlak dipahami sebagai nilai yang terkoordinir dengan tindakan serta bentuk sikap manusia seluruh muka bumi. Adanya nilai ini merupakan ajaran agama itu sendiri, berlandaskan firman Allah SWT serta Sunnah Nabi sebagai poros dari nilai-nilai agama, dan perjuangan di jalan Allah SWT sebagai cara untuk berpikir secara islami.

Pesan dakwah untuk anak-anak di sini tergambarkan melalui ajakan kepada anak-anak untuk belajar menghormati orang lain serta ikut menjaga alam lingkungan sekitar. Bentuk implementasi dari pesan ini terdapat pada tayangan Upin dan Ipin episode "Tanya Sama Pokok". Dalam episode ini, tokoh Upin dan Ipin berubah menjadi sebuah pohon dan menjalani kehidupan sebagai pohon yang tidak mudah dikarenakan ulah jahil manusia. Pesan dakwah ini termasuk dalam kategori akhlak dalam menjaga alam, yang dimunculkan melalui menjaga dan merawat tanaman sebagai makhluk Allah.

Pesan dakwah berupa materi akhlak dijumpai juga dalam penelitian Rachman dan Nadiyah (2018) pada serial animasi Syamil dan Dodo. Film animasi dengan segmen anak-anak ini dinilai banyak mengandung dakwah. Salah satu nilai yang terkandung di dalamnya adalah nilai tentang sabar, hormat kepada teman dan sahabat, serta berbuat baik kepada sesama. Melalui serial animasi, anak-anak yang mudah perilaku orang lain dianggap lebih dapat memahami dengan baik keteladanan dari tokoh. Serial animasi ini sengaja dirancang untuk pendidikan keagamaan anak-anak, khususnya Islam. Rachman dan Nadiyah secara jelas mencontohkan materi akhlak melalui adegan tokoh. Nilai-nilai yang terkandung dalam tayangan dinilai mampu dijadikan sebagai referensi bagi orang tua, bahkan pendidik, dalam menambahkan nilai-nilai *respect* pada sesama.

Adapun pesan dakwah yang terakhir berupa *syari'ah*. Jika akhlak adalah pesan dakwah yang lebih cenderung mengajak kepada *hablumminannaas* (hubungan antar manusia kepada manusia) dan *hablum minal'alam* (hubungan antar manusia kepada lingkungan dan seluruh makhluk), maka pesan dakwah *syari'ah* cenderung mengajak kepada *hablumminallah* (hubungan antar manusia kepada Allah). Artinya, pesan ini berupa ajakan menjalankan perintah dan menjauhi larangan sebagai bentuk dari implementasinya

(Mahmud, 2002). Dalam tayangan Upin dan Ipin, pesan dakwah yang membawa pesan *syari'ah* memperoleh presentase sekitar 11%, dengan frekuensi 4/36 tayangan. Pesan dakwah yang ditujukan untuk anak-anak ditunjukkan dengan ajaran menjalankan perintah dan menjauhi larangan-larangan Allah. Implementasi pesan dalam tayangan ini seperti yang ada dalam episode "Amal Jariyah". Anak-anak belajar berqurban sebagai salah satu bentuk taat menjalankan perintah Allah. Selain berqurban, anak-anak juga belajar bersedekah, sebagai salah satu tindakan wujud taat akan perintah Allah. Tayangan ini termasuk pesan *syari'ah* karena merupakan salah satu bentuk ajaran ketaatan dan beribadah kepada Allah.

Ilham, Arifin, dan Ummah (2021) juga menemukan hal yang sama, dalam menyoroiti materi dakwah berupa perilaku sosial dalam beberapa tayangan Upin dan Ipin. Menurutnya, dalam episode "Cerita Kami season 5 bagian kedua", "Ikhlas dari Hati season 5 bagian pertama, kedua, dan ketiga", "Indahnya Syawal season 10 bagian pertama", "Untuk Prestasi season 12 bagian ketiga", mengandung nilai-nilai luhur seperti kerjasama, kemurahan hati, simpati, sikap ramah, serta sikap tidak mementingkan diri sendiri.

#### 4. KESIMPULAN

Tayangan animasi Upin dan Ipin sangat cocok diperuntukkan sebagai tayangan harian bagi anak-anak. Selain menghibur, tayangan Upin dan Ipin sarat akan nilai dakwah serta keislaman. Cepatnya perkembangan dan kemajuan teknologi membuat pengguna aktif dan konsumen teknologi mampu mengemas segala sesuatu menjadi menarik dan modern agar bisa menyesuaikan peralihan zaman. Oleh karena itu hal ini juga tidak menutup kemungkinan bagi dakwah untuk ikut bersaing di kemajuan teknologi yang sedang terjadi saat ini.

Da'i dituntut pandai mengemas *wasilah* dakwah agar bisa lebih menarik minat mad'u, serta agar pesan dakwah yang disampaikan bisa diterima mad'u lebih mudah. Sebuah karya animasi yang banyak mengandung pesan dakwah dengan nuansa islami seperti tayangan Upin dan Ipin sangat berguna bagi perkembangan anak usia dini. Selain itu tayangan animasi ini memiliki porsi dakwah yang disesuaikan dengan target dakwah atau pemirsa yang mayoritas adalah anak-anak.

Sebagian besar tayangan Upin dan Ipin yang memuat pesan dakwah menunjukkan bahwa tayangan Upin dan Ipin sangat sarat akan pesan dakwah yang relevan untuk anak-anak. Hal ini dikarenakan sifatnya yang sangat ramah pada anak-anak, sertatidak ada unsur kekerasan ataupun pornografi dalam tayangan. Selain itu, tayangan Upin dan Ipin mengandung unsur hiburan sehingga materi mudah diterima oleh anak-anak. Sajian audio visual yang ditampilkan oleh tayangan lebih membuat anak-anak tertarik dan tidak bosan. Kebutuhan anak-anak dalam hal tontonan berkualitas serta sarat akan nilai-nilai yang luhur menjadi tercukupi. Seperti nilai tentang berbakti dan menghormati orang tua, tolong menolong pada sesama teman, menghargai perbedaan, menjunjung tinggi rasa toleransi, menjaga kebersihan lingkungan, belajar mengeksplorasi alam, cinta pada tanah air, serta beriman kepada Allah Swt.

#### 5. REFERENSI

- Arifuddin, A. F. P. (2017) 'Film sebagai Media Dakwah Islam', Jurnal Aqlam: Journal of Islam and Plurality, 2(2), pp. 111–128.
- Aziz, M. A. (2004) Ilmu Dakwah. Jakarta: Prenada Media.
- Cokorda Alit Artawan, N. K. R. A. (2015) 'Kartun sebagai Elemen Visual Media Pembelajaran Lalu Lintas Ditlintas Polda Bali', Jurnal Segara Widya, 3(1), pp. 418–427.

- Creswell, J. W. (2019) *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Eriyanto (2011) *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Firmansyah, M. L. H. (2018) 'Memahami Nilai Spiritual dalam Film Upin Ipin sebagai Tayangan yang Layak Ditonton Anak Usia 2-4 Tahun', *SELING, Jurnal Program Studi PGRA*, 4(1), pp. 51-67.
- Hadiah, N. (2020) 'Meningkatkan Keimanan Anak Usia Dini Melalui Metode Pengenalan Dakwah', *OSF Preprints*, 1(1), pp. 1-9.
- Ira Anggraeni, Tesa Apriani, A. P. (2019) 'Pengaruh Tayangan Upin Ipin Terhadap Gaya Berbahasa Siswa Sekolah Dasar', *Parole; Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 2(2), pp. 159-164.
- Jannah, M. (2020) 'Keteladanan Tokoh dalam Serial Animasi Nussa Official', *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 3(2), pp. 1-13.
- Karim, A., Adeni, A., Fitri, F., Fitri, A. N., Hilmi, M., Fabriar, S. R., & Rachmawati, F. (2021). Pemetaan untuk Strategi Dakwah di Kota Semarang Menggunakan Pendekatan Data Mining (Mapping for Da'wah Strategy in Semarang City Using Data Mining Approach). *Jurnal Dakwah Risalah*, 32(1), 40-55.
- M. Rasyid Ridha, Afif Rifa'i, S. (2017) *Pengantar Ilmu Dakwah; Sejarah, Perspektif, dan Ruang Lingkup*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Mahmud, A. (2002) *Dakwah Islam*. Bogor: Pustaka Thariqul Izzah.
- Nadiyah, A. R. dan I. (2018) 'Dakwah melalui Film Animasi', *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 9(2), pp. 29-42.
- Purnamasari, R. Y. D. (2020) 'Pengaruh Film Kartun Upin Ipin Terhadap Perilaku Anak Usia 7-9 Tahun', *Jurnal Edukasi Nonformal*, 1(1), pp. 121-126.
- Rakhmawati, I. (2013) 'Kontribusi Retorika Dalam Komunikasi Dakwah (Relasi Atas Stelistika Bahasa)', *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1, pp. 1-19.
- Saputro, M. E. (2011) 'Upin dan Ipin: Melayu Islam, Politik Kultur, dan Dekomodifikasi New Media', *Kontekstualita*, 26(1), pp. 39-69.
- Satria, M. F. (2020) 'Analisis Tayangan Film Upin Ipin di MNCTV dalam Merubah Perilaku Anak Sekolah Dasar Negeri 07 Bermani Ilir', *Profesional; Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 7(2), pp. 55-60.
- Siti Nurohimah, Eko Setyadi Kurniawan, A. (2012) 'Pemanfaatan Kartun Fisika sebagai Media Pembelajaran untuk Meningkatkan Motivasi Belajar pada Siswa Kelas VII MTsN Purworejo', *Radiasi*, 1(1), pp. 45-48.
- Unde, A. A. (2015) *Televisi dan Masyarakat Pluralistik*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Utami, D. (2011) 'Animasi Dalam Pembelajaran', *Majalah Ilmiah Pembelajaran*, 1(7), pp. 44-52.
- WD, H. B. (1998) *Ilmu Dakwah*. Surabaya: Biro Penerbitan dan Pengembangan Ilmu.
- Widyaningsih Ilham, Andi Agustan Arifin, D. M. U. (2021) 'Analisis Tayangan Serial Upin dan Ipin dalam Perkembangan Pola Perilaku Sosial Anak Usia Dini', *JICP; Jurnal Ilmiah Chaya PAUD*, 3(2), pp. 35-49.
- Zaini, A. (2015) 'Dakwah Melalui Televisi', *At-Tabsyir*, 3(1), pp. 1-19.