

**ANALISIS ISI PESAN AKHLAK DALAM TAYANGAN CHANNEL
YOUTUBE ANIMASI NUSSA DAN RARA**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

**Oleh:
Ayu Yunanda
16210087**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2020



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-291/Un.02/DD/PP.00.9/02/2021

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS ISI PESAN AKHLAK DALAM TAYANGAN CHANNEL
YOUTUBE ANIMASI NUSSA DAN RARA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AYU YUNANDA
Nomor Induk Mahasiswa : 16210087
Telah diujikan pada : Kamis, 28 Januari 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 602a15a442136



Penguji I

Drs. Mukhammad Sahlan, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 6022c78934d79



Penguji II

Saptoni, S.Ag., M.A
SIGNED

Valid ID: 602617337aea8



Yogyakarta, 28 Januari 2021
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 602f0c9de3a34



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230
E-mail: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamua'alaikum.wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Ayu Yunanda
NIM : 16210087
Judul Skripsi : **Analisis Isi Pesan Akhlak dalam Tayangan Channel Youtube Animasi Nussa dan Rara**

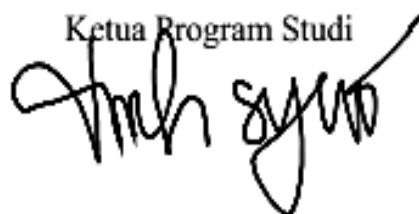
Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Ilmu Sosial.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum.wr.wb.

Yogyakarta, 14 Januari 2021

Mengetahui,
Pembimbing Skripsi

Ketua Program Studi


Nanang Mizwar Hasvim, S.Sos., M.Si
NIP. 19840307 201101 1 013



Dr. Musthofa, S. Ag., M.Si
NIP. 19680103 199503 1 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabaraktuh

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ayu Yunanda
NIM : 162100087
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul : **Analisis Isi Pesan Akhlak Dalam Tayangan Channel Youtube Animasi Nussa dan Rara** adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penulis tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penulis ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabaraktuh

Yogyakarta, 06 Januari 2021

Yang menyatakan



Ayu Yunanda

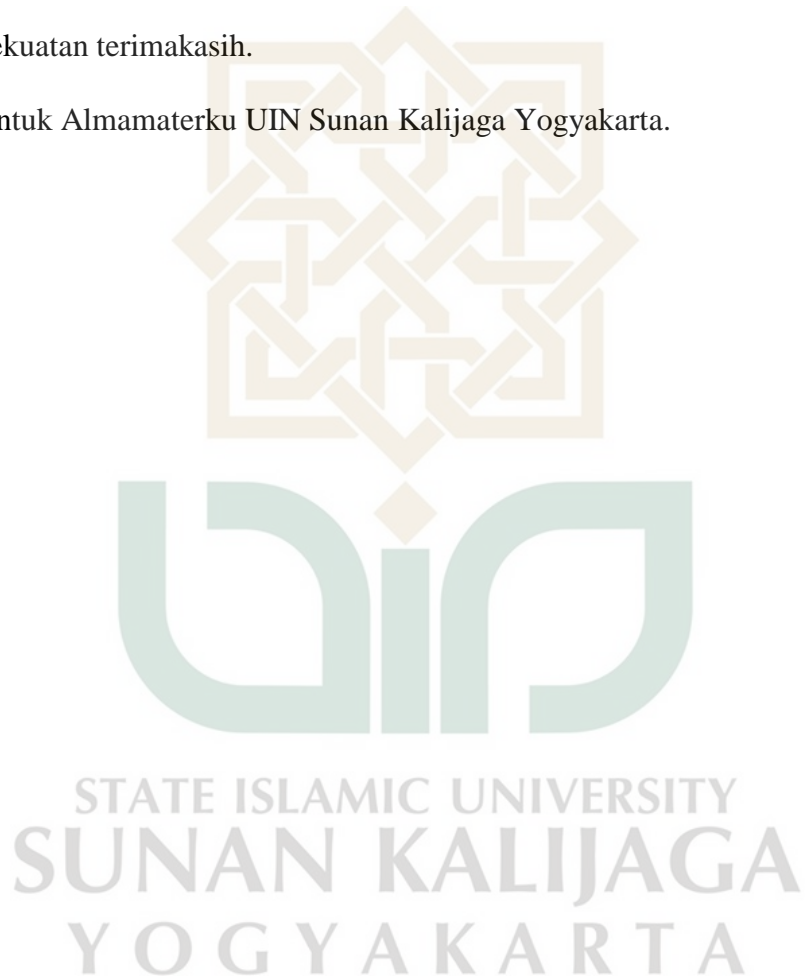
16210087

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Mamah dan Bapak (Iyun Ruhani dan Akhmad Rifai) tercinta, terimakasih atas doa, dukungan dan kasih sayang yang tak terhingga selama ini.
2. Kakak-kakak, dan adikku tersayang yang selalu memberi semangat dan kekuatan terimakasih.
3. Untuk Almamaterku UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



MOTTO

Man Jadda Wa Jada

“Barangsiapa yang bersungguh-sungguh maka dia akan berhasil”



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah SWT atas berkat rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, beserta para keluarga, sahabat dan penerusnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam sebagai syarat gelar sarjana. Skripsi ini berjudul **“Analisis Isi Pesan Akhlak Dalam Tayangan *Channel Youtube Animasi Nussa dan Rara*”**.

Terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Musthofa, S. Ag., M.Si., selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan dan bimbingan hingga terselesainya skripsi ini.
5. Bapak Muhammad Sahlan, selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama menjalani perkuliahan.
6. Seluruh Dosen dan karyawan di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu serta berbagai pengalaman.
7. Kedua orangtua ku, mamah dan bapak yang tidak henti-hentinya memberi dukungan, semangat dan berdoa untuk kelancaran penyelesaian skripsi ini.
8. Kakaku Iik Maulana, Hapid Handrian, Adikku Rival Ahmad yang aku sayangi untuk selalu memberikan doa semangat.

9. Imam Khoerurrohman yang senantiasa menemani dalam suka dan duka, serta tidak henti memberikan motivasi dorongan dan doa,
10. Fenny Kurniasih dan seluruh teman-teman dekat terimakasih telah membantu dan menguatkan selama proses mengerjakan skripsi ini.
11. Seluruh teman-teman seperjuangan, teman-teman kelas C Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2016, Kos Pak Roto, semoga kita selalu diberi kemudahan dalam segala urusan.
12. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung hingga proses studi dan skripsi ini selesai, Semoga Allah membalas kebaikan dan kemudahan disetiap urusan.

Akhir kata penulis mengakui bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 09 Februari 2021

Hormat Saya,

Ayu Yunanda

NIM 16210087

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Ayu Yunanda (16210087), Analisis Isi Pesan Akhlak dalam Tayangan Channel Youtube Animasi Nussa Dan Rara

Film animasi adalah film yang berupa serial gambar yang difilmkan satu persatu dengan memperhatikan kesinambungan gerak sehingga muncul sebagai satu gerakan dalam film kemudian disusun sesuai dengan storyboard sehingga menghasilkan satu film animasi yang utuh. Pesan akhlak merupakan pesan yang disampaikan yang dikemas sedemikian rupa dengan tujuan mudah dipahami oleh semua orang berdasarkan ajaran Al-quran dan tuntunan Rasulullah SAW.

Peneliti sendiri sangat tertarik untuk menganalisis isi pesan akhlak yang terdapat dalam tayangan Nussa dan Rara, karena tayangan animasi yang dibuat bukan hanya sebagai tontonan anak-anak berupa kartun yang jenaka akan tetapi juga terdapat selingan berupa pesan akhlak yang disampaikan berdasarkan kutipan dari Al-quran dan hadis. Penelitian ini berusaha menjawab pesan akhlak apa yang paling dominan dan apakah terdapat pendekatan persuasif dalam penyampaian pesan akhlak dalam tayangan video animasi Nussa dan Rara pada periode bulan November 2018 - September 2020 dalam *playlist* seri animasi. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif. Sedangkan teori yang digunakan adalah teori Holsti mengenai analisis isi, pesan akhlak dan pendekatan persuasif yang dilihat berdasarkan syarat pesan persuasif menurut Crider.

Setelah dilakukan penelitian, maka peneliti menyimpulkan untuk pesan akhlak yang paling dominan yang terdapat dalam tayangan video animasi Nussa dan Rara adalah pesan akhlak terhadap sesama manusia yaitu sebesar 57%. Sedangkan untuk pesan terhadap Allah sebesar 40% dan pesan akhlak terhadap lingkungan sebesar 3%. Kemudian tayangan tersebut juga menggunakan pendekatan persuasif karena tayangan tersebut berisi pesan yang tidak berisi kebohongan 100%, tidak memaksa 80%, berisi dua kepentingan 80% dan memotivasi 83%. Artinya penyampaian pesan akhlak pada tayangan video animasi Nussa dan Rara memenuhi syarat pesan persuasif.

Kata Kunci: Pesan akhlak, pendekatan persuasif, video animasi Nussa dan Rara.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
D. Kajian Pustaka	6
E. Kerangka Teori.....	8
1. Teori Holsti	9
2. Tinjauan Tentang Pesan Akhlak	9
3. Pendekatan Persuasif	13
4. Pendekatan Persuasif Pesan Akhlak	15
F. Sistematika Pembahasan	17
BAB II METODOLOGI PENELITIAN	19
A. Jenis Penelitian	19
B. Definisi Konseptual.....	19
C. Definisi Operasional.....	21
D. Populasi dan Sampel	24
E. Instrumen Penelitian.....	26
F. Teknik Pengumpulan Data.....	29

G. Validitas dan Reliabilitas	30
H. Teknik Analisis Data	31
BAB III GAMBARAN UMUM.....	33
A. Gambaran Umum Serial Animasi Nussa	33
B. Gambaran Umum The Little Giantz	36
C. Episode Serial Animasi Nussa dan Rara	38
D. Sosial Media Nussa	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Uji Reliabilitas.....	41
1. Unit Analisis Pesan Akhlak Terhadap Allah	44
2. Unit Analisis Pesan Akhlak Terhadap Manusia	45
3. Unit Analisis Pesan Akhlak Terhadap Lingkungan	45
4. Pesan Akhlak secara keseluruhan	46
5. Unit Analisis Pendekatan Persuasif Pesan Akhlak	46
B. Temuan Data	47
1. Frekuensi Pesan Akhlak yang Paling Dominan	48
2. Frekuensi Pendekatan Persuasif Pesan Akhlak	49
C. Analisis Data	52
1. Pesan Akhlak yang Paling Dominan	52
2. Pendekatan Persuasif Pesan Akhlak	57
D. Pembahasan.....	64
1. Pesan Akhlak	65
2. Pendekatan Persuasif Pesan Akhlak.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Kategorisasi isi Pesan Akhlak	22
Tabel 2.2	Unit Analisis dan Kategori Pesan Persuasif	23
Tabel 2.3	Unit Analisis Objek Penelitian	25
Tabel 2.4	Kisi-kisi Lembar Coding I.....	27
Tabel 2.5	Kisi-kisi Lembar Coding II	28
Tabel 4.1	Koefisien Reliabilitas Unit Analisis Pesan Akhlak terhadap Allah	44
Tabel 4.2	Koefisien Reliabilitas Unit Analisis Pesan Akhlak terhadap Sesama Manusia	45
Tabel 4.3	Koefisien Reliabilitas Unit Analisis Pesan Akhlak terhadap Lingkungan	45
Tabel 4.4	Koefisien Reliabilitas Keseluruhan Isi Pesan Akhlak.....	46
Tabel 4.5	Koefisien Reliabilitas Unit Analisis Pendekatan Persuasif Pesan Akhlak	46
Tabel 4.6	Persentase Frekuensi Kategori Pesan Akhlak yang Paling Dominan	48
Tabel 4.7	Persentase Frekuensi Syarat Pesan Persuasif (Tidak Berisi Kebohongan)..	50
Tabel 4.8	Persentase Frekuensi Syarat Pesan Persuasif (Tidak Memaksa)	50
Tabel 4.9	Persentase Frekuensi Syarat Pesan Persuasif (Berisi Dua Kepentingan)	51
Tabel 4.10	Persentase Frekuensi Syarat Pesan Persuasif (Memotivasi)	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Cover animasi Nussa	34
Gambar 3.2	Tokoh Utama sebagai Nussa	35
Gambar 3.3	Tokoh Utama sebagai Rara	35
Gambar 3.4	Tokoh Utama Sebagai Umma	36
Gambar 4.1	Akhlak Terhadap Manusia Kategori Berperilaku Jujur...	53
Gambar 4.2	Akhlak Terhadap Manusia Kategori Menolong	54
Gambar 4.3	Akhlak Terhadap Manusia Kategori Saling Memaafkan	54
Gambar 4.4	Akhlak Terhadap Manusia Kategori Sedekah	55
Gambar 4.5	Akhlak Terhadap Manusia Kategori Pandai Berterimakasih.....	56
Gambar 4.6	Persentase Frekuensi Pesan Akhlak	56
Gambar 4.7	Persentase Tidak Berisi Kebohongan	58
Gambar 4.8	Contoh Tayangan Pesan Persuasif Tidak Berisi Kebohongan.....	58
Gambar 4.9	Persentase Tidak Berisi Memaksa	59
Gambar 4.10	Contoh Tayangan Pesan Persuasif Tidak Memaksa.....	60
Gambar 4.11	Persentase Berisi Dua Kepentingan.....	61
Gambar 4.12	Contoh Tayangan Pesan Persuasif Berisi Dua Kepentingan.....	62
Gambar 4.13	Presentase Memotivasi	63
Gambar 4.14	Contoh Tayangan Pesan Persuasif Memotivasi	63
Gambar 4.15	Contoh Tayangan Akhlak terhadap Allah	69
Gambar 4.16	Contoh Tayangan Akhlak terhadap sesama Manusia.....	71
Gambar 4.17	Contoh Tayangan Akhlak terhadap Lingkungan	74

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bergerak semakin pesat dewasa ini, telah berpengaruh dalam segala bidang kehidupan manusia. Kini terdapat banyak sekali bermunculan media baru yang mendorong cepatnya penyebaran informasi. Media massa mempunyai beberapa fungsi umum selain memberikan informasi, yaitu untuk edukasi, hiburan dan alat untuk menyampaikan pesan atau dalam istilah agamanya disebut dengan dakwah.

Dakwah merupakan proses mengubah seseorang maupun masyarakat (pemikiran, perasaan, perilaku) dari kondisi yang buruk ke kondisi lebih baik.¹ Dakwah sebagai aktivitas yang sudah dilaksanakan semenjak adanya kenabian dan seruan risalah bagi manusia.² Semua nabi memang mengemban tugas memanggil, menyeru, dan mengajak manusia kepada agama Allah SWT.³ Tugas dan kewajiban mulia itu tertera sangat jelas dalam firman Allah dalam surah Al Imran ayat 104:⁴

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

¹ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 157.

² Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 159.

³ *Ibid*, hlm. 169.

⁴ <https://quran.kemenag.go.id/sura/3/104> diakses pada 16 September 2020

Artinya :

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung”.

Ayat tersebut memerintahkan umat Islam untuk melaksanakan dan menyelesaikan urusan dakwah, menyuruh berbuat yang makruf (segala bentuk yang dipandang baik oleh syara' dan akal) dan mencegah berbuat yang mungkar (segala yang dipandang tidak baik oleh syara' dan akal) maka mereka itulah orang-orang yang beruntung.

Kegiatan berdakwah saat ini dapat dilakukan dengan menggunakan media elektronik yang berbasis internet salah satunya adalah youtube. Peneliti sendiri tertarik pada kegiatan dakwah yang terdapat dalam tayangan video di youtube, karena *platform* yang dikembangkan pada tahun 2005 di Amerika Serikat ini merupakan salah satu platform online paling populer saat ini, karena berhasil mencapai 1 (satu) milyar pengguna perbulan di seluruh dunia dan popularitasnya akan terus meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna.⁵

Tayangan yang tersedia di youtube pun beragam salah satunya yaitu tayangan serial film animasi. Film animasi adalah film yang berupa serial gambar yang difilmkan satu persatu dengan memperhatikan kesinambungan gerak sehingga muncul sebagai satu gerakan dalam film kemudian disusun sesuai dengan storyboard sehingga menghasilkan satu film animasi yang utuh.⁶

⁵ <https://www.kompasiana.com/clivent/5d96263e097f364f90289572/perkembangan-youtube-di-indonesia> diakses pada hari Rabu, tanggal 16 September 2020, pada pukul 19.57 WIB.

⁶ Jean ann wright, *Animation Writing and Development: From Script Development to Pitch*, (Oxford: Elsevier Inc, 2005), hlm 1.

Bahkan akhir-akhir ini lebih banyak bermunculan film animasi 3 (tiga) dimensi daripada film animasi 2 (dua) dimensi. Tayangan animasi 3 (tiga) dimensi yang hadir di youtube salah satunya adalah serial animasi Nussa dan Rara.

Tayangan serial animasi Nussa dan Rara merupakan kartun animasi yang menceritakan tentang kehidupan sehari-hari tentang 2 (dua) orang anak yang diperankan oleh Nussa seorang anak laki-laki dan Rara sebagai anak perempuan atau adik Nussa. Tayangan serial animasi Nussa dan Rara ini bertema agama islam yang dikemas secara menarik, dengan penyampaian bahasa yang mudah dimengerti, gambar dan efek suara yang menyenangkan, sehingga anak-anak akan lebih mudah memahami nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari.⁷

Tayangan tersebut terdapat dalam *Channel* youtube Nussa Official, yang diproduksi oleh Rumah animasi *The little Giantz* berkolaborasi dengan *@4stripe_productions*.⁸ *Channel* youtube ini dibuat pada tanggal 25 Oktober 2018, dengan video perdananya yang kini telah disaksikan oleh 33 (tiga puluh tiga) juta penonton dan saat ini *Channel Youtube Nussa Official* memiliki 6,3 (enam koma tiga) juta *subscriber* atau pengikut dan akan terus bertambah seiring dengan tayangan-tayangan berkualitas yang mereka tawarkan. *Channel* Nussa Official sendiri sudah mengunggah lebih dari 100 (seratus) video dengan jumlah penonton yang berbeda-beda jumlahnya.⁹

⁷ Medina Nur Asyifah, *Nilai-Nilai Pendidikan Moral (Santun dan Hormat pada Orang lain) dalam Film Animasi Nussa dan Rara (dalam Episode Kak Nussa)*, Jurnal Pendidikan dan Multikulturalisme, Vol. 2:1, (Maret, 2020), hlm. 39.

⁸ Nussa Official Website – Home, <https://www.nussaofficial/biography> diakses tanggal 20 febuari 2020

⁹ Channel Youtube Nussa Official, <https://www.youtube.com/c/NussaOfficialSeries> diakses tanggal 16 September 2020

Video yang diunggah merupakan video yang bernuansa anak-anak dan didalam video tersebut terdapat banyak pesan yang dapat kita temukan, terutama pesan akhlakul karimah. Peneliti sendiri memilih tayangan Nussa dan Rara sebagai objek penelitian dalam karya tulis ini, salah satunya karena tayangan animasi Nussa dan Rara ini merupakan sebuah animasi yang diproduksi di Indonesia dan merupakan karya anak bangsa, yang memiliki pesan moral berupa nilai tata karma, dan keteladanan dalam lingkungan yang sangat bagus, sehingga bisa digunakan sebagai media penanaman nilai-nilai dalam kehidupan sehari-hari.¹⁰

Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis isi pesan akhlak yang paling dominan yang terdapat dalam beberapa tayangan video Nussa dan Rara. Kemudian peneliti akan menganalisis pendekatan persuasif pesan akhlak apa yang terdapat dalam tayangan video Nussa dan Rara. Penelitian ini berbentuk kuantitatif, dimana peneliti mengumpulkan episode-episode yang menayangkan pesan mengenai akhlak. Berdasarkan pada hasil pengamatan tersebut, peneliti tertarik untuk menganalisis isi pesan tayangan animasi dalam *Channel Youtube* Nussa dan Rara, dengan judul penelitian “**Analisis Isi Pesan Akhlak dalam Tayangan *Channel Youtube* Animasi Nussa dan Rara**”.

¹⁰ Medina Nur Asyifah, *Nilai-Nilai Pendidikan Moral (Santun dan Hormat pada Orang lain) dalam Film Animasi Nussa dan Rara (dalam Episode Kak Nussa)*, hlm. 47.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti membagi rumusan masalah dalam beberapa poin sebagai berikut:

1. Apakah pesan akhlak yang paling dominan dalam tayangan *channel youtube* animasi Nussa dan Rara?
2. Apakah terdapat pendekatan persuasif pesan akhlak dalam tayangan *channel youtube* animasi Nussa dan Rara?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menjelaskan pesan akhlak yang terkandung dalam tayangan *channel youtube* animasi Nussa dan Rara dan pesan akhlak yang paling dominan.
- b. Untuk mengetahui pendekatan persuasif pesan akhlak apa saja yang disampaikan dalam tayangan *channel youtube* animasi Nussa dan Rara

Berdasarkan tujuan tersebut, diharapkan penelitian ini memuat kegunaan penelitian sebagai berikut:

2. Kegunaan Penelitian

- a. Kegunaan Akademis

Diharapkan dari hasil penelitian ini, dapat meningkatkan pembangunan ilmu pengetahuan terutama dalam studi komunikasi islam dan juga penggunaan media sosial sebagai media dakwah, selain

itu sebagai sumbangan wawasan dalam penelitian yang menggunakan analisis isi.

b. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh peneliti-peneliti di kemudian hari untuk mengembangkan teori lanjutan terkait analisis isi.

c. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi tambahan wawasan bagi penulisan dan juga menjadi bahan pertimbangan dalam memilih tayangan bermanfaat dan menjadi bahan evaluasi untuk melakukan komunikasi persuasif atau menyusun pesan persuasif dalam menggunakan media sosial.

D. Kajian Pustaka

Berdasarkan tinjauan yang dilakukan peneliti, terdapat penelitian terdahulu yang juga membahas mengenai analisis isi di antaranya adalah:

Pertama, skripsi yang dibuat oleh Rizal Ahmad Zaini mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini berjudul “Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Web Series Pulang-Pulang Ganteng Episode 3-5 di *youtube*”. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui apa-apa saja pesan dakwah dalam web series Pulang-Pulang Ganteng episode 3-5 edisi pertama 2016. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan menggunakan instrument observasi dan dokumen, selain itu penelitian ini menggunakan teori Ekologi Media.

Hasil dari penelitian ini adalah web series Pulang-Pulang Ganteng episode 3-5 mengandung pesan dakwah Akhlaq yang paling dominan dengan presentase sebanyak 22,2%. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan terletak pada metodologi penelitian, teori dan model analisis. Peneliti menggunakan model analisis isi versi Holsti dan menggunakan metode kuantitatif deskriptif.¹¹

Kedua, sebuah penelitian yang dilakukan oleh Salsabila Affa, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang, yang melakukan penelitian dengan judul “Pesan Budaya Pada Media Sosial Youtube (Analisis Isi Video Pada Channel Sunny29 Periode September 2016-Maret 2019)”. Jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan jenis deskriptif kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa analisis video pesan komunikasi lintas budaya dalam akun youtube Sunny29 pada periode September 2016 – Maret 2017 dinyatakan reliabel. Hal itu karena hasilnya menunjukkan angka diatas 0,75% atau 75%. Dapat diketahui bahwa kategori yang sering muncul adalah ilmu pengetahuan dengan presentase 31% dari 9 Kategori. ¹²Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan terletak pada unit analisis penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan unit analisis video dalam channel youtube *Sunny29* sedangkan penelitian yang akan diteliti menggunakan unit analisis video dalam channel youtube Nussa Official.

¹¹ Rizal Ahmad Zaini, Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Web Series Pulang-Pulang Ganteng Episode 3-5 Di Youtube, *Skripsi* (Surabaya: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Ampel, 2018).

¹² Salsabila Affa, Pesan Budaya Pada Media Sosial Youtube Analisis Isi Video Pada Channel Sunny29 Periode September 2016-Maret 2019, *Skripsi* (Malang: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang, 2017).

Ketiga, Skripsi yang diusung oleh Airani Demillah mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, yang memiliki judul “Peran Film Animasi Nussa dan Rara di *channel youtube* Dalam Meningkatkan Pemahaman Tentang Ajaran Islam Pada Pelajar SD Bagan Batu Riau”. Dalam penelitian ini ingin mengetahui bagaimana peran film animasi Nussa dan Rara di *channel youtube* dalam meningkatkan pemahaman tentang ajaran islam pada pelajar SD Pembangunan Bagan Batu Riau, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif.

Dalam penelitian ini terdapat persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, terletak pada objek yang akan diteliti yaitu tayangan animasi Nussa dan rara dalam channel youtube Nussa official, sedangkan untuk perbedaannya terletak pada metodologi penelitian dan teori yang akan peneliti gunakan, Peneliti menggunakan teori analisis isi versi Holsti dan menggunakan metode kuantitatif deskriptif.¹³

E. Kerangka Teori

Kerangka teori merupakan kerangka konseptual atau konsep teoritis yang digunakan oleh peneliti dalam mengkaji permasalahan dalam penelitian.¹⁴ Untuk itu sebagai dasar penelitian dan juga alat analisis bagi penelitian ini, peneliti mengambil beberapa teori yang akan dijelaskan dalam beberapa poin berikut:

¹³ Rizal Ahmad Zaini, Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Web Series Pulang-Pulang Ganteng Episode 3-5 Di Youtube, *Skripsi* (Surabaya: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Ampel, 2018).

¹⁴ Waryono, dkk., *Pedoman Penulisan Skripsi* (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2014).

1. Teori Holsti

Menurut Holsti, analisis isi adalah suatu teknik membuat kesimpulan dengan cara mengidentifikasi karakteristik-karakteristik pesan tertentu secara objektif dan sistematis.¹⁵ Pada hal ini konsep yang diangkat oleh Holsti menjelaskan analisis isi digunakan untuk menjawab pertanyaan “*what, to whom, dan how*”, dari suatu proses komunikasi. Pertanyaan “*what*” berkaitan dengan penggunaan analisis isi untuk menjawab pertanyaan mengenai apa isi dari suatu pesan. Pertanyaan “*to whom*” dipakai untuk menguji hipotesis mengenai isi pesan yang ditunjukkan kepada khalayak. Sementara pertanyaan “*how*” terutama berkaitan dengan penggunaan analisis isi untuk menggambarkan bentuk dan teknik-teknik pesan. (misalnya teknik persuasi).¹⁶ Fungsi utama analisis isi, yaitu :

1. Menggambarkan karakteristik komunikasi dengan mengajukan pertanyaan: apa, bagaimana, dan kepada siapa pesan itu disampaikan.
2. Membuat kesimpulan-kesimpulan, antara pesan komunikasi, dengan mengajukan pertanyaan mengapa pesan itu disampaikan.
3. Membuat kesimpulan-kesimpulan tentang konsekuensi komunikasi.

¹⁵ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, hlm. 15.

¹⁶ Almaidah, Philep dan Johny, “*Analisis Isi Berita Kontroversi Basuki Tjahaja Purnama dalam Konteks Pengangkatan Gubernur DKI Jakarta pada Surat Kabar Tribun Manado*”, Manado: E-jurnal Acta Diurna, Vol. IV No. 3, (2015), Hlm. 3

2. Tinjauan tentang Pesan Akhlak

a. Pengertian Pesan

Pesan adalah seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator. Lambang yang dimaksudkan disini adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan.

Selain itu, pesan juga merupakan gagasan atau ide yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan untuk tujuan tertentu. Menurut kamus besar bahasa Indonesia, Pesan adalah perintah, nasihat, permintaan, amanat yang harus dilakukan atau disampaikan kepada orang lain. Menilik hal ini, bentuk pesan dibagi menjadi tiga macam, yaitu:

- 1) Informatif, yaitu pesan yang berisi keterangan-keterangan dan kemudian komunikan dapat membuat kesimpulan sendiri.
- 2) Persuasif, yaitu pesan yang berisi ajakan yang bertujuan membangkitkan kesadaran seseorang. Pesan ini memiliki tujuan untuk mengajak komunikan melakukan sesuatu.
- 3) Koersif, yaitu pesan yang berisi perintah yang jika tidak dilakukan akan mendapat ganjaran berupa sanksi-sanksi. Pesan jenis ini bisa berupa perintah, instruksi, dan lain-lain.¹⁷

b. Pengertian Akhlak

¹⁷ Yantos, Analisis Pesan-Pesan Dakwah Dalam Syair-Syair Lagu Opick, (Riau: Jurnal Risalah Vol. 24, Edisi 2, 2013), hlm. 3.

Menurut bahasa (etimologi) perkataan akhlak ialah bentuk jamak dari khuluq (*khuluqun*) yang berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku, atau tabi'at.¹⁸ Akhlak disamakan dengan kesusilaan, sopan santun. *Khuluq* merupakan gambaran sifat batin manusia, gambaran bentuk lahiriah manusia, seperti raut wajah, gerak anggota badan dan seluruh tubuh.

Dalam kamus *AL-Munjid*, *Khuluq* berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabiat. Akhlak diartikan sebagai ilmu tata karma, ilmu yang berusaha mengenal tingkah laku kepada manusia, kemudian memberi nilai kepada perbuatan baik atau buruk sesuai dengan norma-norma dan tata susila.¹⁹

Ruang lingkup akhlak Islami adalah sama dengan ruang lingkup ajaran Islam itu sendiri, khususnya yang berkaitan dengan pola hubungan. Akhlak dunia (agama/Islami) mencakup beberapa aspek, dimulai dari akhlak terhadap Allah dan kepada sesama makhluk (manusia, binatang, tumbuh-tumbuhan, dan benda-benda yang tak bernyawa).²⁰

Berbagai bentuk dan ruang lingkup akhlak-Islami yang demikian itu dipaparkan sebagai berikut:

1) Akhlak Terhadap Allah

¹⁸ M. Yatimin Abdullah, *Studi Akhlak dalam Perspektif Al-Qur'an*, (Jakarta: Amzah, 2007), hlm. 2.

¹⁹ *Ibid*, hlm.3.

²⁰ M. Yatimin Abdullah, *Studi Akhlak dalam Perspektif Al-Qur'an*, hlm. 56.

Akhlak kepada Allah dapat diartikan sebagai sikap atau perbuatan yang seharusnya dilakukan manusia sebagai makhluk Tuhan sebagai Khalik.²¹ Manusia sebagai hamba Allah sepantasnya mempunyai akhlak yang baik kepada Allah. Hanya Allah lah yang patut disembah. Sebagai makhluk ciptaan Allah, manusia diberikan oleh Allah kesempurnaan dalam penciptaan-Nya yang lain. Diberikan akal untuk berpikir, perasaan dan nafsu.²²

Adapun bentuk-bentuk perbuatan yang berakhlakul karimah kepada Allah, diantaranya mentauhidkan Allah, beribadah kepada Allah, bertakwa kepada Allah, berdoa khusus kepada Allah, berdzikir kepada Allah, bertawakal, bersabar, senantiasa bersyukur kepada Allah.²³

2) Akhlak Terhadap Sesama Manusia

Banyak sekali rincian yang dikemukakan Al-Qur'an berkaitan dengan perlakuan terhadap sesama manusia. Petunjuk mengenai hal ini bukan hanya dalam bentuk larangan melakukan hal-hal negatif seperti menyakiti hati sesama.²⁴ Islam memerintahkan pemeluknya untuk menunaikan hak-hak pribadinya dan berlaku adil terhadap dirinya. Islam dalam pemenuhan hak-hak pribadinya tidak boleh merugikan hak-hak orang lain.

²¹ Abuddin Nata, *Akhlak Tassawuf*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012), cet. 11, hlm. 149.

²² M. Yatimin Abdullah, *Studi Akhlak dalam Perspektif Al-Qur'an*, hlm. 56.

²³ M. Yatimin Abdullah, *Studi Akhlak dalam Perspektif Al-Qur'an*, hlm. 201-208.

²⁴ Abuddin Nata, *Akhlak Tasawuf*, hlm. 149.

Akhlak terhadap sesama manusia merupakan sikap seseorang terhadap orang lain. Sikap-sikap tersebut diantaranya, menghormati perasaan orang lain, pandai berterima kasih, tidak boleh mengejek, tidak mencari-cari kesalahan, adil, jujur, husnudzon, ikhlas, tolong menolong, berbagi, pemaaf, sabar, tanggung jawab, dan peduli sosial.²⁵

3) Akhlak Terhadap Lingkungan

Lingkungan yang dimaksudkan adalah segala sesuatu yang disekitar manusia, baik binatang, tumbuh-tumbuhan, maupun benda-benda tak bernyawa. Pada dasarnya akhlak yang diajarkan Al-Qur'an terhadap lingkungan bersumber dari fungsi manusia sebagai khalifah. Kekhalifahan menuntut adanya interaksi antara manusia dengan sesamanya dan manusia terhadap alam.²⁶ Alam ialah segala sesuatu yang ada di langit dan di bumi beserta seluruh isinya, selain Allah. Allah melalui Al-Qur'an mewajibkan kepada manusia untuk mengenal alam semesta beserta seluruh isinya.²⁷

Diantara bentuk-bentuk akhlak kepada lingkungan alam sekitar, diantaranya menyayangi hewan, melestarikan tumbuh-tumbuhan, menjaga kebersihan dan ketentraman dilingkungan sekitar.

3. Pendekatan Persuasif

a. Pesan Persuasif

²⁵ M. Yatimin Abdullah, *Studi Akhlak dalam Perspektif Al-Qur'an.*, hlm. 212-230.

²⁶ Abuddin Nata, *Akhlak Tassawuf*, hlm. 152.

²⁷ M. Yatimin Abdullah, *Studi Akhlak dalam Perspektif Al-Qur'an*, hlm. 230.

Kata persuasif berasal dari bahasa Inggris *persuasion* yang berinduk kepada kata kerja *to persuade*, yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu.²⁸ Pengertian lain menurut Tan, persuasif adalah suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya dengan lambang bahasa) untuk mempengaruhi perilaku orang lain (komunikan).²⁹

Berdasarkan beberapa pengertian yang ada diatas, maka dapat dipahami bahwa pendekatan persuasif adalah pendekatan yang diperoleh dari proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan untuk mengubah kepercayaan, sikap dan perilaku dengan mempengaruhi aspek-aspek psikologi komunikan. Suatu pesan dinilai persuasif apabila dalam kemasannya berisi isi, stuktur, dan format penyajian pesan yang sesuai dengan karakteristik dalam kebutuhan khalayak sasaran.³⁰

Menurut Vik & Gilsdrorf Haryani mengungkapkan bahwa pesan persuasif adalah pesan yang dimaksudkan untuk mengubah pendapat, sikap, kepercayaan atau perilaku individu maupun organisasi.³¹ Pesan sendiri dapat berupa lambang atau tanda seperti kata-kata tertulis secara lisan, gambar, angka, gestur.³² Untuk menyajikan pesan persuasif perlu adanya manajemen atau strategi yang tepat untuk menjadikan komunikasi

²⁸ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, hlm. 125.

²⁹ M. Nasor, *Studi Ilmu Komunikasi* (Bandar Lampung: Fakultas Dakwah Iain Raden Intan Lampung, 2009), hlm. 36.

³⁰ Jamiludin, *Tipologi Pesan Persuasif*. (Jakarta: indeks 2005), hlm. 11.

³¹ Widjaja, H.A W, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. (Jakarta: Bumi Aksara, 1986), hlm. 66.

³² Jamiludin, *Tipologi Pesan Persuasif*, hlm. 1.

lebih efektif. Oleh karena itu perlu adanya pemilihan tipologi untuk menambah daya tarik informasi yang akan disampaikan.

b. Syarat Pesan Persuasif

Menurut Crider ada dua syarat yang harus diperhatikan dalam isi pesan persuasif.³³ *Pertama*, pesan haruslah tidak bias. Agar pesan tidak bias, setidaknya ada tiga hal yang harus dipenuhi.

- 1) Pesan yang disampaikan pada khalayak tidak mengandung atau berisi kebohongan. Penyampaian pesan hendaknya diberi penjelasan seperlunya, dan tidak menyinggung dari fakta mengenai produk atau jasa yang dikomunikasikan.
- 2) Pesan hendaknya berisi dua kepentingan sekaligus, yaitu kepentingan yang ingin disampaikan oleh penyampai (*persuader*) dan penerima (khalayak sasaran), atau dalam dunia perdagangan disebut produsen dan konsumen. Dua kepentingan disini hendaknya disajikan secara seimbang. Artinya, data melalui pesan yang disampaikan benar-benar menunjukkan perbandingan data yang seimbang, baik sisi positif maupun negatif.
- 3) Dalam mengemas pesan persuasif tidak menggunakan unsur memaksa, baik paksaan psikologis maupun fisik.

Kedua, pesan harus memotivasi. Suatu pesan yang dirancang hendaklah dapat mendorong khalayak sasaran untuk dapat menentukan pilihan dan keinginannya sendiri.

³³ Jamiludin, *Tipologi Pesan Persuasif*, hlm. 6.

4. Pendekatan Persuasif Pesan Akhlak

Persuasi merupakan bujukan, rayuan, atau meyakinkan pihak lain agar mau melakukan sesuatu yang komunikator inginkan dengan kesadaran sendiri tanpa merasa komunikator memintannya. Pesan persuasif adalah pesan yang dimaksudkan untuk mengubah pendapat, sikap, kepercayaan atau perilaku individu maupun organisasi. Pesan sendiri dapat berupa lambang atau tanda seperti kata-kata tertulis secara lisan, gambar, angka, gestur.³⁴

Menurut bahasa (etimologi) perkataan akhlak ialah bentuk jamak dari khuluq (*khuluqun*) yang berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku, atau tabi'at.³⁵ Akhlak diartikan sebagai ilmu tata karma, ilmu yang berusaha mengenal tingkah laku kepada manusia, kemudian memberi nilai kepada perbuatan baik atau buruk sesuai dengan norma-norma dan tata susila. Jadi pada hakikatnya *khuluq* (budi pekerti) atau akhlak ialah suatu kondisi atau sifat yang telah meresap dalam jiwa dan menjadi kepribadian. Pokok-pokok yang dibahas dalam ilmu akhlak pada intinya adalah perbuatan manusia.³⁶

Pendekatan persuasif pesan akhlak yang dimaksud merupakan karakter penyampaian pesan yang mempengaruhi dan terdapat di dalamnya pesan-pesan kebaikan tentang akhlak. Sehingga, proses terjadinya pesan yang disampaikan kepada penerima pesan akan mampu menciptakan lingkungan yang aman, rukun dan tentram antara satu dengan yang lain. Karakter pesan tersebut seringkali ditemui dalam penyampaian komunikasi yang dilakukan oleh seorang da'i yang biasa dikenal dengan komunikasi dakwah persuasif, yaitu

³⁴ Jalaludin Ritonga, *Tipologi Pesan Persuasif*, hlm. 11.

³⁵ M. Yatimin Abdullah, *Studi Akhlak dalam Perspektif Al-Qur'an*, hlm. 2.

³⁶ Abuddin Nata, *Akhlak Tassawuf*, hlm. 9.

strategi dakwah (penyampaian pesan) yang mempengaruhi penerima pesan, sehingga dapat membangkitkan kesadaran untuk menerima dan melakukan suatu tindakan sesuai nilai-nilai kebaikan.³⁷

Proses pendekatan persuasif pesan akhlak yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis pada isi pesan akhlak yang terkandung dalam film animasi channel youtube nussa dan rara ditinjau dari pendekatan persuasif. Sehingga akan dihasilkan bentuk-bentuk isi pesan akhlak yang terdapat dalam film animasi *channel youtube* nussa dan rara. Maka dapat disimpulkan persuasif pesan akhlak dapat diperoleh melalui tayangan film animasi.

F. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam pendahuluan peneliti menjelaskan latar belakang dari penelitian ini, kemudian akan diikuti dengan rumusan masalah, tujuan serta kajian pustaka untuk menjadi tolak ukur dalam penelitian ini. Kemudian akan diikuti dengan teori-teori yaitu teori holsti, pesan akhlak dan juga pendekatan persuasif dalam pesan akhlak.

BAB II METODE PENELITIAN

Dalam bab ini peneliti menggambarkan metode yang dipakai, disini peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dan juga menjelaskan definisi konseptual dan operasional terkait pesan akhlak, serta tayangan vidio animasi. Dalam bab ini juga akan dijelaskan populasi dan juga sampel penelitian, dimana populasi dari penelitian ini adalah tayangan animasi Nussa

³⁷ Mubasyaroh, "Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat", *Academic Journal for Homiletic Studies*, Vol. 11:2, (2017), hlm. 322.

dan Rara yang mengandung pesan akhlak sedangkan sampel diambil dengan teknik *cluster sampling*. Kemudian selanjutnya akan dirincikan dalam instrumen penelitian dan diakhiri dengan teknik analisis data.

BAB III GAMBARAN UMUM

Bab ini selanjutnya akan dijelaskan terkait gambaran umum dari tayangan animasi *youtube channel* Nussa dan Rara.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang penyajian data dan pembahasan. Data yang telah didapatkan selama penelitian akan dijabarkan dan dibahas untuk pada akhirnya dapat menjawab hipotesis yang ada.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang merupakan jawaban atas permasalahan pada penelitian, dalam bab ini juga terdapat saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terhadap temuan data yang peneliti peroleh dari analisis data, penelitian ini berusaha menjawab pesan akhlak apa yang paling dominan dan juga terkait pendekatan persuasif pesan akhlak yang terdapat dalam tayangan channel youtube animasi Nussa dan Rara pada periode bulan November 2018 - September 2020 dalam *playlist* seri animasi, maka peneliti memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam penelitian analisis isi pesan akhlak yang ada dalam tayangan animasi Nussa dan Rara pada periode bulan November 2018 - September 2020 dalam *playlist* seri animasi, terdapat tiga kategorisasi isi pesan akhlak, diantaranya yaitu akhlak terhadap Allah, Akhlak terhadap manusia, dan akhlak terhadap lingkungan. Dari hasil analisis dan pengolahan data yang terdapat dalam tayangan animasi Nussa dan Rara dapat diketahui pesan akhlak yang paling dominan dalam kategori yang diteliti. Untuk presentase akhlak terhadap Allah sebesar 40%, Akhlak terhadap manusia sebesar 57% dan pesan akhlak terhadap lingkungan sebesar 3%. Jadi dapat disimpulkan pesan akhlak yang paling dominan adalah pesan akhlak terhadap manusia.
2. Sedangkan untuk mengetahui pendekatan persuasif pesan akhlak yang terdapat dalam tayangan channel youtube animasi Nussa dan Rara pada periode bulan November 2018 - September 2020 menggunakan pesan

persuasif oleh Crider dan Kriyantono, yakni syarat pesan persuasif yaitu tidak berisi kebohongan, tidak memaksa, berisi dua kepentingan, dan memotivasi. Dari hasil analisis dan pengolahan data yang terdapat dalam tayangan animasi Nussa dan Rara dapat diketahui pendekatan persuasif pesan akhlak tayangan tersebut pesan akhlak yang disampaikan memenuhi syarat pesan persuasif dengan persentase frekuensi yang berdasarkan kesepakatan para juri diperoleh persentase tidak berisi kebohongan sebesar 100%, kemudian tidak memaksa 80%, selanjutnya berisi dua kepentingan 80%, dan memotivasi sebesar 83%. Sehingga dapat disimpulkan terdapat pendekatan persuasif dalam penyampaian pesan akhlak pada tayangan video animasi Nussa & Rara.

B. Saran

1. Bagi penggemar tayangan animasi, khususnya anak-anak hingga orang dewasa, agar lebih cerdas dalam memilih tayangan animasi atau kartun mana yang layak untuk ditonton, dan memperhatikan makna tayangan animasi bukan hanya sekedar hiburan, karena tayangan animasi bisa dijadikan sebagai media pembelajaran yang efektif dengan melihat, mendengar dan mencermati isi pesan dari tayangan animasi tersebut, lalu kita bisa aplikasikan kedalam kehidupan sehari-hari. dan hindarilah menonton tayangan animasi yang isinya mengandung hal-hal negatif agar terhindar dari keburukan.
2. Untuk kreator Indonesia khususnya kreator dengan konten dakwah, diharapkan untuk terus memaksimalkan teknologi serta mengembangkan

film animasi dakwah, karena film animasi sebagai sarana hiburan yang sangat populer pada masa kini, animasi juga sangat efektif dan efisien dalam menyampaikan *message* (pesan) positif kepada penonton dengan nilai-nilai dakwah islam.

3. Untuk para peneliti hendaknya lebih mengembangkan penelitian ini dari segi teori ataupun metode analisis data penelitian karena adanya keterbatasan dalam teori dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Yatimin, *Studi Akhlak dalam Perspektif Al-Qur'an*, Jakarta:Amazah, 2007.
- Airani,. D, *Peran Film Animasi Nussa dan Rara di Channel Youtube Dalam Meningkatkan Pemahaman Tentang Ajaran Islam Pada Pelajar SD Bagan Batu Riau*, Medan: Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2019.
- Almaidah, Philep dan Johny, “*Analisis Isi Berita Kontroversi Basuki Tjahaja Purnama dalam Konteks Pengangkatan Gubernur DKI Jakarta pada Surat Kabar Tribun*”, eJurnal Acta Diurna, Vol.IV No. 3, 2015.
- Al-Qur'an dan terjemahan. Kementrian Agama Republik Indonesia, 2020.
- Dio Peratama. A, “*Exploitasi Tubuh Perempuan dalam film: Air Terjun Pengantin Karya Rizal Mantovani (Analisis Semiotika Roland Barthes)*”, eJournal Ilmu Komunikasi, vol.2 No. 4, 2014.
- Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta:Kencana, 2011.
- Farah Entertainment, *Nussa dan Rara, Film Karya Anak Indonesia Berkonten Islami*, Retrieved form <http://www.farah.id/read/2019/02/07/359/nussa-dan-rara-film-karya-anak-indonesia-berkonten-islami-07-Februari-2019>.
- Gerhard Sondakh, *Perkembangan YouTube di Indonesia*, Retrieved form <https://www.kompasiana.com/clivent/5d96263e097f364f90289572/perkembangan-youtube-di-indonesia-03-Oktober-2019>.
- Hadi Mulyono, *Makna Surah Al Hujurat Ayat 13: Sesama Manusia Jangan Pernah Bedakan Warna Kulit*, Retrieved form <https://akurat.co/rahmah/id-1141880-read-makna-surah-alhujurat-ayat-13-sesama-manusia-jangan-pernah-bedakan-warna-kulit> 16 Juni 2020.
- Ilahi Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.
- Indah Kusuma Tri, “*Komunikasi Verbal dan Non Verbal*” *Jurnal Pendidikan dan Konseling Al-Irsyad*, Vol.6:2, 2016.
- Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Penada Kencana Media, 2009.

- Lusiana Mustinda, *Pengertian Akhlak dan Pandangannya dalam Islam*, Retrieved form <https://news.detik.com/berita/d-5205206/pengertian-akhlak-dan-pandangannya-dalam-islam> 08 Oktober 2020.
- Medina Nur Asyifa, “*Nilai-Nilai Pendidikan Moral (Santun dan Hormat pada Orang lain) dalam Film Animasi Nussa dan Rara (dalam Episode Kak Nussa)*”, *Jurnal Pendidikan dan Multikulturalisme*, Vol.2 No.1, 2020.
- M Resky S, *Surah Sad Ayat 45-48; Terjemahan dan Tafsir Al Qur'an*, Retrieved form <https://pecihitam.org/surah-sad-ayat-45-48-terjemahan-dan-tafsir-al-quran/> 01 Mei 2020.
- Mu'alim, *Tafsir Surat Al Ikhlas dan Keutamaannya*, Retrieved form <http://www.elmiffa.com/2020/01/tafsir-surat-al-ikhlas-dan-keutamaannya.html> 21 Januari 2020.
- Mubasyaroh, “*Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat*”, *Academic Journal for Homiletic Studies*, Vol. 11:2, 2017.
- Muchlisin Riadi, *Pengertian, Sejarah dan Unsur-unsur Film*, Retrieved form <http://www.kajianpustaka.com/2012/10/pengertian-sejarah-dan-unsur-unsur-film.html?m=1> 14 Oktober 2012.
- Muhammad Huzaifi, *Akhlak: Pengertian, Contoh, Dalil dll. (Pemaparan Lengkap)*, Retrieved form <https://hasana.id/belajar-akhlak/> 12 November 2020.
- Nasor, M., *Studi Ilmu Komunikasi*, Bandar Lampung: Fakultas Dakwah Iain Raden Intan Lampung, 2009.
- Natta, Abuddin., *Akhlak Tassawuf*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012.
- Noor, Juliansyah., *Metode Penelitian*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2011.
- Nurfina Fitri Melina, *Nussa dan Rara: Gebrakan Animasi Indonesia, Siapa Sih di Belakangnya?*, Retrieved form <https://www.google.com/amp/s/m.tribunnews.com/amp/seleb/2018/11/29/nussa-dan-rara-gebrakan-animasi-indonesia-siapa-sih-di-belakangnya> 29 November 2018.
- Nussa Official – The LittleGiantz, *Biography*, Retrieved form <https://www.nussaofficial.com/biography> 2018-2020.
- Ritonga, J., *Tipologi Pesan Persuasif*. Jakarta: indeks 2005.
- Rizal, A., *Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Web Series Pulang-Pulang Ganteng Episode 3-5 Di Youtube, Skripsi*, Surabaya: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Ampel, 2018.

Salsabila,. A, *Pesan Budaya Pada Media Sosial Youtube Analisis Isi Video Pada Channel Sunny29 Periode September 2016-Maret 2019*, Malang: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang, 2017.

Sandiuno TV, *Ngobrol dengan Pembuat Kartun Nussa*, Retrieved form <https://www.youtube.com/watch?v=iqkNaAkBgUc> 15 Juli 2019.

Saputra Wahidin, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

Siti Rohmatul U, *Konsep Manusia sebagai Hamba dalam Al-Qur'an dan Perannya dalam Kehidupan Bermasyarakat*, Pancawahana: Jurnal Studi Islam, Vol.14, No.2, 2019.

Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013.

Syahery, *Serba-serbi Pembuatan Film Animasi*, Retrieved form <http://syaherytea.blogspot.com/2012/01/serba-serbi-pembuatan-film-animasi.html?m=1>, 30 Januari 2012.

The Little Giantz , *Membawa Industri Animasi Hollywood ke Indonesia*, Retrieved form <https://blog.thelittlegiantz.com/2018/07/membawa-industri-animasi-hollywood-ke.html> 17 Juli 2018.

Undang-undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1992, Undang-Undang Perfilman, Pasal 1 ayat 1.

Waryono, dkk., *Pedoman Penulisan Skripsi*, Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2014.

Widjaja, H.A W, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta:Bumi Aksara, 1986.

Yantos, Analisis Pesan-Pesan Dakwah Dalam Syair-Syair Lagu Opick, Riau: Jurnal Risalah Vol. 24, Edisi 2, 2013.

LAMPIRAN

HASIL CODING

Kategori Pesan Akhlak terhadap Allah

Kategori	Peneliti	Coder 1	Coder 2
1	1	1	1
2	2	2	2
3	1	1	1
4	2	1	2
5	1	1	1
6	2	1	2
7	2	1	2
8	2	2	2
9	2	2	2
10	1	1	1
11	1	1	1
12	1	1	1
13	2	1	2
14	2	2	2
15	1	2	1
16	1	1	1
17	2	2	2
18	1	1	2
19	2	1	2
20	1	1	2
21	2	2	2
22	2	2	2
23	1	1	1
24	1	1	1
25	2	1	2
26	2	2	2
27	2	2	2
28	2	2	2
29	1	1	1
30	2	2	2
31	2	1	2
32	2	2	2
33	2	2	2
34	1	1	1
35	2	2	2
36	1	1	1
37	2	1	2

Kategori	Peneliti	Coder 1	Coder 2
38	1	2	1
39	2	1	2
40	1	1	1
41	1	1	1
42	1	1	1
43	1	1	1
44	1	1	1
45	2	1	1
46	2	1	2
47	1	1	1
48	2	1	2
49	2	2	2
50	1	1	2
51	2	1	1
52	2	1	1
53	1	1	1
54	2	2	2
55	1	1	1
56	2	2	2
57	1	1	2
58	1	1	1
59	1	1	2
60	1	1	1

$$\begin{aligned}
 CR1 &= \frac{2M}{N1+N2} \\
 &= \frac{2.44}{60+60} \\
 &= 88/120 \\
 &= 0,73
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 CR2 &= \frac{2M}{N1+N2} \\
 &= \frac{2.52}{60+60} \\
 &= 104/120 \\
 &= 0,86
 \end{aligned}$$

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Kategori Pesan Akhlak terhadap sesama Manusia

Kategori	Peneliti	Coder 1	Coder 2
1	2	1	2
2	2	1	1
3	2	1	1
4	1	2	2
5	2	1	2
6	2	1	1
7	2	1	1
8	2	2	2
9	2	2	2
10	1	1	2
11	2	1	2
12	1	1	1
13	1	1	1
14	1	1	2
15	1	1	2
16	1	1	1
17	1	1	1
18	1	1	1
19	1	1	1
20	1	1	1
21	1	1	1
22	2	1	2
23	2	2	2
24	2	1	2
25	2	1	1
26	1	1	2
27	1	1	1
28	1	1	2
29	2	1	2
30	2	2	1
31	1	1	1
32	1	1	2
33	1	1	1
34	2	2	2
35	2	1	2
36	2	1	2
37	2	1	1
38	1	2	2
39	1	1	1
40	1	1	1
41	2	2	2
42	1	1	1

Kategori	Peneliti	Coder 1	Coder 2
43	1	1	1
44	1	1	1
45	1	1	1
46	1	1	1
47	1	1	1
48	1	1	1
49	1	1	1
50	2	2	2
51	1	1	1
52	2	2	2
53	1	1	2
54	1	1	2
55	1	1	1
56	1	1	1
57	2	2	2
58	1	1	1
59	2	2	2
60	1	1	1
61	2	2	2
62	2	2	2
63	2	2	2
64	1	1	2
65	1	1	1
66	1	1	1
67	1	1	1
68	1	1	1
69	1	1	1
70	1	1	2

$$\begin{aligned}
 CR1 &= \frac{2M}{N1+N2} & CR2 &= \frac{2M}{N1+N2} \\
 &= \frac{2.54}{70+70} & &= \frac{2.52}{70+70} \\
 &= 108/140 & &= 102/140 \\
 &= 0,77 & &= 0,72
 \end{aligned}$$

Kategori Pesan Akhlak terhadap Lingkungan

Kategori	Peneliti	Coder 1	Coder 2
1	2	2	2
2	2	2	2
3	2	2	2
4	2	2	2
5	2	2	2
6	2	2	2
7	2	2	2
8	2	2	2
9	2	2	2
10	2	2	2
11	1	2	1
12	1	2	1
13	2	2	2
14	1	1	1
15	2	2	2
16	2	2	2
17	2	1	2
18	2	2	2
19	2	2	2
20	2	2	2
21	2	2	2
22	2	2	2
23	2	2	2
24	2	2	2
25	2	2	2
26	2	2	2
27	2	2	2
28	2	2	2
29	2	2	2
30	2	2	2

$$\begin{aligned}
 CR1 &= \frac{2M}{N1+N2} \\
 &= \frac{2 \cdot 27}{30+30} \\
 &= 54/60 \\
 &= 0,9
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 CR2 &= \frac{2M}{N1+N2} \\
 &= \frac{2 \cdot 30}{30+30} \\
 &= 60/60 \\
 &= 1
 \end{aligned}$$

Syarat Pesan Persuasif

Kategori	Peneliti	Coder 1	Coder 2
1	1	1	1
2	1	1	1
3	1	1	1
4	1	1	1
5	1	1	1
6	1	1	1
7	1	1	1
8	1	1	1
9	1	1	1
10	1	1	1
11	2	2	1
12	1	1	1
13	2	2	2
14	1	1	1
15	1	1	1
16	1	1	1
17	1	1	1
18	1	1	1
19	1	2	1
20	1	1	1
21	1	1	1
22	1	1	1
23	2	2	2
24	1	1	1
25	2	2	2
26	1	1	1
27	1	1	1
28	1	1	1
29	1	1	1
30	1	1	1
31	1	1	1
32	1	1	1
33	1	1	1
34	1	1	1
35	1	1	1
36	1	2	1
37	1	2	1
38	1	2	1
39	1	2	1
40	1	2	1

$$\begin{aligned}
 CR1 &= \frac{2M}{N1+N2} \\
 &= \frac{2.34}{40+40} \\
 &= 68/80 \\
 &= 0,85
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 CR2 &= \frac{2M}{N1+N2} \\
 &= \frac{2.39}{40+40} \\
 &= 78/80 \\
 &= 0,982
 \end{aligned}$$

UNIT ANALISIS 1 : Syarat Pesan Persuasif (Tidak Berisi Kebohongan)

Kategori	Peneliti	Coder 1	Coder 2
1	1	1	1
2	1	1	1
3	1	1	1
4	1	1	1
5	1	1	1
6	1	1	1
7	1	1	1
8	1	1	1
9	1	1	1
10	1	1	1

UNIT ANALISIS 2 : Syarat Pesan Persuasif (Tidak Memaksa)

Kategori	Peneliti	Coder 1	Coder 2
1	2	2	1
2	1	1	1
3	2	2	2
4	1	1	1
5	1	1	1
6	1	1	1
7	1	1	1
8	1	1	1
9	1	2	1
10	1	1	1

UNIT ANALISIS 3 : Syarat Pesan Persuasif (Berisi Dua Kepentingan)

Kategori	Peneliti	Coder 1	Coder 2
1	1	1	1
2	1	1	1
3	2	2	2
4	1	1	1
5	2	2	2
6	1	1	1
7	1	1	1
8	1	1	1
9	1	1	1
10	1	1	1

UNIT ANALISIS 4 : Syarat Pesan Persuasif (Memotivasi)

Kategori	Peneliti	Coder 1	Coder 2
1	1	1	1
2	1	1	1
3	1	1	1
4	1	1	1
5	1	1	1
6	1	2	1
7	1	2	1
8	1	2	1
9	1	2	1
10	1	2	1

Keterangan:

CR : *Coefisien Reliability*

M : Jumlah pernyataan yang disetujui oleh pengkodingan (hakim) dan periset

N1, N2 : Jumlah pernyataan yang diberi kode oleh pengkoding (hakim) dan periset

TABEL FREKUENSI

Frekuensi Pesan Akhlak terhadap Allah

No	Kategorisasi	Jumlah Poin	Persentase	Keterangan
1	Ada	97	53, 8888889	Dibulatkan menjadi 54
2	Tidak Ada	83	46	
	Total	180	100	

Frekuensi Pesan Akhlak terhadap Sesama Manusia

No	Kategorisasi	Jumlah Poin	Persentase	Keterangan
1	Ada	136	64	Dibulatkan menjadi 65
2	Tidak Ada	74	35	
	Total	210	100	

Frekuensi Pesan Akhlak terhadap Lingkungan

No	Kategorisasi	Jumlah Poin	Persentase	Keterangan
1	Ada	8	8, 8888889	Dibulatkan menjadi 9
2	Tidak Ada	82	91	
	Total	90	100	

Pesan Akhlak yang paling Dominan

No	Kategorisasi	Jumlah Poin	Persentase	Keterangan
1	Akhlak terhadap Allah	97	40,25	Dibulatkan menjadi 40%
2	Akhlak terhadap Sesama Manusia	136	56,43	Dibulatkan menjadi 57%
3	Akhlak terhadap Lingkungan	8	3,32	Dibulatkan menjadi 3%
	Total	241	100	

Frekuensi Syarat pesan persuasif 1 : Tidak Berisi Kebohongan

No	Kategorisasi	Jumlah Poin	Persentase	Keterangan
1	Ada	30	100	
2	Tidak Ada	0	0	
	Total	30	100	

Frekuensi Syarat pesan persuasif 2: Tidak Memaksa

No	Kategorisasi	Jumlah Poin	Persentase	Keterangan
1	Ada	24	80	
2	Tidak Ada	6	20	
	Total	30	100	

Frekuensi Syarat pesan persuasif 3 : Berisi Dua Kepentingan

No	Kategorisasi	Jumlah Poin	Persentase	Keterangan
1	Ada	24	80	
2	Tidak Ada	6	20	
	Total	30	100	

Frekuensi Syarat pesan persuasif 4 : Memotivasi

No	Kategorisasi	Jumlah Poin	Persentase	Keterangan
1	Ada	25	83	
2	Tidak Ada	5	17	
	Total	30	100	

Lampiran Gambar

Gambar 3.1



Gambar 3.2



Gambar 3.3



Gambar 3.4



Gambar 4.1



Gambar 4.3



#nussa #nussa
NUSSA : AMBIL GAK YAA???

6.997.026 x ditonton • 17 Jan 2020

66 RB 11 RB BAIKAN SIMPUN

#nussa #nussa
NUSSA : MARAHAN NIH?

9.735.536 x ditonton • 7 Feb 2020

34 RB 12 RB BAIKAN SIMPUN

Gambar 4.2



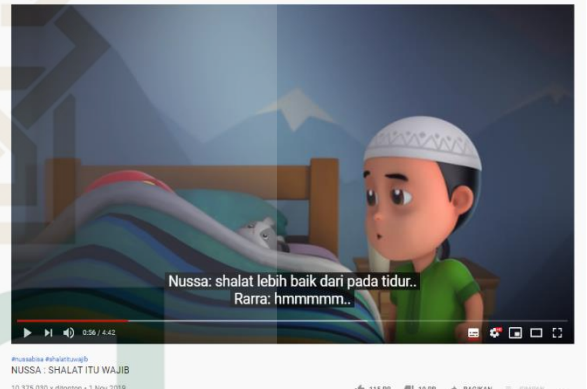
Gambar 4.5



Gambar 4.4



Gambar 4.8



Gambar 4.10



Gambar 4.12



Gambar 4.14



Gambar 4.17



Gambar 4.15



Gambar 4.16



Lampiran

Biodata Coder

Coder I



Saya adalah pribadi yang easy going dan menyukai hal-hal baru, mampu bekerja secara individu maupun bekerja sama dalam team.

ANNISA HIDAYATI

INFORMASI KONTAK

085601020565
@saaa_hd
annisahidayati195@gmail.com

PRESTASI

- Top 5 Duta Kampus UIN Sunan Kalijaga 2019
- Semifinalis Lomba News Anchor Adi TV. 2018
- Semifinalis Lomba Staran Radio PPI Dunia 2018
- The Best Voice Over Rasida Radio School 2016

PENDIDIKAN

- 2016 - 2020 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
- 2013 - 2016 MAN 1 Pesawaran
Jurusan IPA

PENGALAMAN ORGANISASI

- 2017-2020 Reporter LPM Rhetor
2019-2020 PSDM LPM Rhetor
- 2016-2020 Penyiar Rasida FM
2018-2019 HRD Rasida FM
- 2016-2020 Volunteer Suka Peduli
2017-2018 Ketua Suka Peduli
- 2013-2016 Anggota PMR MAN 1 Pesawaran
2015-2016 Ketua PMR MAN 1 Pesawaran
- 2013-2016 Anggota Rohis MAN 1 Pesawaran

PENGALAMAN LAIN

- Guru Ekstrakurikuler Public Speaking di SD Budi Mulia 2 2020
- Reporter Magang di RRI Pro 1 Yogyakarta 2019
- Guru Les Privat 2019
- Owner Terserah Snack

KETERAMPILAN

- Public Speaking
- MC, Host, Reporter
- VO Talent



Coder 2



MOHAMAD HASAN AS'ADI

PROFILE

Jember, 22 May 1997

CONTACT

TELEPON:
089673791687

SITUS WEB:
Sastraislami.id

EMAIL:
Adyhasan59@gmail.com

HOBBY

Menulis, Bulutangkis, dan Riset.

RESEARCH AND CONFERENCE

1. LPPM UIN SUNAN KALIJAGA Community Service Conferences.
2. Publikasi artikel ilmiah di Kalijaga Journal of Communication
3. Publikasi artikel ilmiah di Profetik: Journal of communication (Sinta 2)
4. Full Paper Review in Journal of Media and Communication (Portugal Scopus Q1)

PENDIDIKAN

TK Annuriyah Kaliwining
2001 – 2003

MI Kaliwining
2003 – 2009

SMPN 6 Jember
2009 – 2012

SMKN 5 Jember
2012 – 2015

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2016 – 2020

PENGALAMAN KERJA

PT PAL INDONESIA (Public Relations Intership)
2013

Kimas Stell (Drafter, Web Desain)
2015-2016

PRESTASI DAN BEASISWA

2013 : Beasiswa Pertanian

2015 - Winning Design Street Industrial German

2017 : Runner Up Meccaproduction needs an innovative new logo

2012 : Winning Desain RAT & TAT BIO BG

2017 : Runner Up Gotham Goddess Logo

2017 - 2020 : Beasiswa Unggulan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan

KOMUNITAS DAN PENGABDIAN

LSP PP. Wahid Hasyim Yogyakarta
2016 – Sekarang

KKN Madinatul Ilimi Gorontalo Utara
2019

LAB KPI FDK (Writer, Web Desain)
2018-2019



**KEMENTERIAN AGAMA
REPUBLIK INDONESIA**

IJAZAH

**MADRASAH ALIYAH
PROGRAM KEAGAMAAN**

TAHUN PELAJARAN 2015/2016

Nomor : MA.114/16.03/PP.01.1/170/2016

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Madrasah Aliyah **Negeri**
Balaraja Kabupaten Tangerang .. menerangkan bahwa :

nama	: AYU YUNANDA
tempat dan tanggal lahir	: Tangerang, 07 Maret 1998
nama orang tua/wali	: Ahmad Ripai
nomor induk siswa	: 13141030
nomor induk siswa nasional	: 9987899702
nomor peserta ujian madrasah	: 3 ~ 16 ~ 30 ~ 08 ~ 114 ~ 170 ~ 7
madrasah asal	: MAN Balaraja

LULUS

dari satuan pendidikan setelah memenuhi seluruh kriteria sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Tangerang, 07 Mei 2016

Kepala Madrasah,



MA NEGERI BALARAJA



H. SUBANDI, M.Pd.
NIP. 197111241997031002

MA 164000051

**DAFTAR NILAI
MADRASAH ALIYAH
PROGRAM KEAGAMAAN
TAHUN PELAJARAN 2015/2016**

Nama : **AYU YUNANDA**
 Tempat dan Tanggal Lahir : **Tangerang, 07 Maret 1998**
 Nomor Induk Siswa : **13141030**
 Nomor Induk Siswa Nasional : **9987899702**

No.	Mata Pelajaran	Nilai Rata-rata Rapor	Nilai Ujian Madrasah
1.	Pendidikan Agama Islam		
	a. Akhlak	83,00	96,00
	b. Sejarah Kebudayaan Islam	86,67	92,00
2.	Pendidikan Kewarganegaraan	86,33	94,00
3.	Bahasa Indonesia	83,67	90,00
4.	Bahasa Arab	80,67	80,00
5.	Bahasa Inggris	83,00	83,00
6.	Matematika	84,67	75,00
7.	Tafsir	86,67	92,00
8.	Hadis	94,33	78,00
9.	Fikih	89,00	82,00
10.	Ilmu Kalam	85,00	78,00
11.	Seni Budaya	86,00	88,00
12.	Pendidikan Jasmani, Olahraga, dan Kesehatan	85,33	85,00
13.	Teknologi Informasi dan Komunikasi	85,33	91,00
14.	Keterampilan/Bahasa Asing	82,33	83,00
15.	Muatan Lokal		
	a. Mahwu Sharaf	80,00	78,00
	b.		
	c.		
Rata-rata		85,13	85,31

2016



Tangerang, 07 Mei 2016

Kepala Madrasah,

SUBANDI, M. Pd
NIP. 197111241997031002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
LEMBAGA PENELITIAN DAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

SERTIFIKAT

Nomor: B-4683.14/UN/L3/PM.3.2/P3.746/09/2019

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga memberikan sertifikat kepada:

Nama : Ayu Yunanda
Tempat, dan Tanggal Lahir : Tangerang, 07 Maret 1998
Nomor Induk Mahasiswa : 16210087
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Semester Pendek, Tahun Akademik 2018/2019 (Angkatan ke-99), di:

Lokasi : Hargomulyo
Kecamatan : Gedangsari
Kabupaten/Kota : Kab. Gunungkidul
Propinsi : D.I. Yogyakarta

dari tanggal 01 Juli s.d. 29 Agustus 2019 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 95,31 (A). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status mata kuliah intra kurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munaqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 26 September 2019
Ketua

Prof. Dr. Pnti. At Makin, S.Ag., M.A.
NIP. : 19720912 200112 1 002



Nomor : B-1686/Un.02/DD/PM.03.2/08/2016

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Sertifikat

diberikan kepada

Nama : AYU YUNANDA
NIM : 16210087
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Sebagai Peserta
dalam kegiatan

SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI

Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun Akademik 2016/2017

dan telah mengikuti seluruh kegiatan yang berlangsung mulai tanggal 22 s.d. 24 Agustus 2016 (24 jam pelajaran)

Yogyakarta, 24 Agustus 2016



Dr. Nurjannah, M.Si. ✕
NIP. 19600310 198703 2 001



SERTIFIKAT



NO: /Pan.OPAK/UNIVERSITAS/VIII/2016

Diberikan kepada:

Sebagai:
PESERTA

DALAM KEGIATAN ORIENTASI PENGENALAN AKADEMIK DAN KEMAHASISWAAN (OPAK)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2016

DENGAN TEMA:

TRANSFORMASI PENGETAHUAN MENUJU PENDIDIKAN HUMANIS
BERASASKAN NILAI-NILAI KEISLAMAN DAN KEINDONESIAAN

Mengetahui,
Wakil Rektor
Bid: Kemahasiswaan dan Kerjasama

Dr. H. Warsono, M. Ag.
NIP. 19701010 19993 1 002

Mengetahui,
Ketua DEMA-U UIN Sunan Kalijaga

Arta Wijaya
NIM.12230048

Mengetahui,
Panitia OPak

Zaky Aftonul M
NIM.13410019



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta Telp: 0274-515856 Email : fd@uin-suka.ac.id

SERTIFIKAT

NO : B-835.1/Un.02/DD/PP.01.2/04/2017

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan ini menyatakan bahwa :

AYU YUNANDA

NIM: 16210087

LULUS dengan Nilai 100 (A)

Ujian Sertifikasi Baca Tulis Al-Qur'an yang diselenggarakan oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



Dekan

Dr. Nufjannah, M.Si.

NIP. 19600310 198703 2 001

Yogyakarta, 13 April 2017
Ketua Panitia

Dr. Abdur Rozaki, M.Si
NIP. 19750701 200501 1 007

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Ayuyunanda9@gmail.com



0895421581879

A. Identitas Diri

Nama : Ayu Yunanda
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, tanggal lahir : Tangerang, 07 Maret 1998
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat Asal : Kp. Kadongdong RT/RW 01/03 Ds. Pasir Nangka
Tigaraksa Tangerang Banten
Alamat Sekarang : Jl. Timoho Gg. Gading No 390 RT/RW 04/01
Ngentak Sapen Selatan, Catur Tunggal Depok
Sleman Yogyakarta

B. Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal

Jenjang	Nama Sekolah	Tahun
TK	TK Ar-Rahman	Lulus Tahun 2004
SD	SDN Kadongdong	Lulus Tahun 2010
SMP	MTsn 2 Tangerang	Lulus Tahun 2013
SMA	MAN 2 Tangerang	Lulus Tahun 2016
S1	UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	Masuk Tahun 2016

C. Prestasi Penghargaan

1. Reporter Terbaik SukaTV 2017
2. Finalis AdiTV News Anchor Hunt 2018

D. Pengalaman Organisasi

1. Sunan Kalijaga Televisi (SUKA TV)
2. Jamaah Cinema Mahasiswa (JCM) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Himpunan Mahasiswa Tangerang Yogyakarta (HIMATA-YO)

E. Keahlian

1. Pengisi Suara (Voice Over)
2. Dalam Produksi Siaran TV, Pernah Menjadi News Anchor, Reporter, Floor Director.