

**EFEKTIVITAS VIDEO ANIMASI (*MOTION GRAPHIC*) SEBAGAI
MEDIA SOSIALISASI MODERASI BERAGAMA PADA PENONTON
YOUTUBE CONVEY INDONESIA**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

Disusun Oleh:

Rachmadani Nurul Savitri

NIM 17102010083

Pembimbing:

Khoiro Ummatin, S.Ag., M..Si.

NIP 197103281997032001

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2022

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada :

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum, wr.wb.

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

Nama : Rachmadani Nurul Savitri

NIM : 17102010083

Judul Skripsi : Efektivitas Video Animasi (Motion Graphic) Sebagai Media Sosialisasi Moderasi Beragama Pada Penonton YoutubeConvey Indonesia

Sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjaan Strata Satu dalam Jurusan / Program Stidu Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum,wr.wb

Yogyakarta, 30 Juni 2022

Mengetahui

Ketua Jurusan



Nanang Mizwar H.,S.Sos.,M.Si.

NIP. 19840307 201101 1 013

Pembimbing Skripsi



Khoiro Ummatin, S.Ag.,M.Si.

NIP. 19710328 199703 2 001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1244/Un.02/DD/PP.00.9/08/2022

Tugas Akhir dengan judul : EFEKTIVITAS VIDEO ANIMASI (MOTON GRAPHIC) SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI MODERASI BERAGAMA PADA PENONTON YOUTUBE CONVEY INDONESIA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RAHMADANI NURUL SAVITRI
Nomor Induk Mahasiswa : 17102010083
Telah diujikan pada : Senin, 04 Juli 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 62f2fe7747fa8



Penguji I
Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 62daba652ea85



Penguji II
Seiren Ikhtiar, M.A.
SIGNED

Valid ID: 62e20e2a2781d



Yogyakarta, 04 Juli 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

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

Valid ID: 62fb2882b85e0

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rachmadani Nurul Savitri
NIM : 17102010083
Tempat, Tanggal Lahir : Gunung Kidul , 7 Januari 1999
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya yang berjudul “**Efektivitas Video Animasi (Motion Graphic) Sebagai Media Sosialisasi Moderasi Beragama Pada Penonton Youtube Convey Indonesia**” tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di instansi pendidikan manapun. Skripsi yang saya tunarungus ini murni dari hasil penelitian saya pribadi dan bukan suatu hasil penelitian dari plagiasi.

Demikian surat pernyataan saya buat dengan sadar dan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 30 Juni 2022

Yang membuat pernyataan,



Rachmadani Nurul Savitri

NIM. 17102010083

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rachmadani Nurul Savitri
NIM : 17102010083
Tempat, Tanggal Lahir : Gunung Kidul , 7 Januari 1999
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa untuk kelengkapan ijazah Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan sadar saya memakai jilbab pada foto diri saya , dan saya tidak akan memperlakukan foto saya dikemudian hari kepada siapapun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun juga.

Yogyakarta, 30 Juni 2022

Yang membuat pernyataan,



Rachmadani Nurul Savitri

NIM. 17102010083

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur Alhamdulillah kepada Tuhan Yang Maha Esa, tugas akhir ini saya persembahkan untuk;

1. Kedua orang tua saya, Bapak Sumargo dan Ibu Sumarti memberikan motivasi, dukungan, semangat dan doa yang tiada henti untukku, terima kasih telah memberikan semangat dan kasih sayang tiada tara. Semoga Allah SWT selalu membalas kebaikan beliau. Sehingga penulisan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan untuk meraih gelar Sarjana.
2. Kakak, Adik dan seluruh keluarga saya yang telah memberikan dukungan, motivasi dan doa agar tetap semangat dalam menyusun Tugas Akhir.
3. Seluruh teman-teman dan sahabat yang telah memberikan dukungan, motivasi dan doa dalam menyusun Tugas Akhir.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

"Inna sholati wanusuki wamahyaya wamamati lillahi rabbil alamin"
(iftitah)

“Selesaikan satu urusan baru urausan lainnya”
(Sumargo, Ayah ku tercinta)

"Kekayaan yaitu hati yang selalu merasa cukup"
(HR.Bukhari)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala bentuk rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul: **“Efektivitas Video Animasi (Motion Graphic) Sebagai Media Sosialisasi Moderasi Beragama Pada Penonton Youtube Convey Indonesia”**, Penyusunan Tugas Akhir ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana bidang studi Komunikasi Penyiaran Islam di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah sangat membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir secara langsung maupun tidak langsung oleh karena itu penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kekuatan dan kelancaran dalam penyusunan laporan Tugas Akhir.
2. Prof.Dr.phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk dapat menimba ilmu di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Prof.Dr. Hj. Marhumah, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Nanang Mizwar Hasyim H, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang memberikan izin sehingga dapat melaksanakan penelitian.
5. Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si. selaku Dosen pembimbing yang selalu sabar dan pengertian dalam memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama waktu pembelajaran perkuliahan.
7. Staff dan karyawan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang selama ini telah membantu dalam menyelesaikan kebutuhan studi.
8. Youtube Convey Indonesia dan Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan tempat untuk menambah ilmu serta mengizinkan untuk penelitian.
9. Dr. Phil. Munirul Ikhwan dan Najib Kailani, S. Fil.I., M.A., Ph.D selaku peneliti dari video animasi yang telah bekerja sama telah memberikan ilmu pengetahuannya serta

informasi dalam pengambilan data yang dibutuhkan dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.

10. Bapak Sumargo dan Ibu Sumarti yang telah memberikan motivasi, semangat dan doa yang tiada henti untukku, terima kasih telah memberikan semangat dan kasih sayang tiada tara. Semoga Allah SWT selalu membalas kebaikan beliau.
11. Ichwan Nudin Ahmad dan Ali Nur Viansyah, kakak dan adik tercinta serta seluruh keluarga dalam memberikan dukung tiada henti-hentinya.
12. Aditya Irvan Prasetyawan calon dari ayah anak-anak saya kelak yang telah memberikan tenaga, waktu, pikiran dan semangat lahir dan batin serta doa-doa yang dipanjatkan terima kasih sudah menjadi pacar satu-satunya yang terbaik dalam hidup saya.
13. Sahabat terbaik saya Dina Febriani, Indah Pramesti, Andina Khoiriyah, Aurely Mumtaza, Laras Pakarti, Aida Nurmajdina yang setia mendengarkan segala keluh kesah, tawa, tangis saya secara tulus, terimakasih atas semua dukungan dan persahabatan yang indah ini.
14. Teman-teman yang baik saya Nurul Latifah, Faizah, Nurul Fauziah, Ery yang telah memberi semangat dan dukungan secara emosional maupun non emosional, temikasih atas pertemanan ini.
15. Teman-teman tak terduga saya Devia Talikasih, Laili, Mutawakil yang telah memberi banyak informasi dan berbagi ilmu selama mengerjakan video animasi dan skripsi ini, terimakasih teman tak terduga yang baik sekali.
16. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu dalam membantu dan mendukung tercapainya penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwasanya penulisan Tugas Akhir masih jauh dari kata sempurna, hal itu disadari oleh keterbatasan, kemampuan serta pengetahuan yang dimiliki penulis. Adapun harapan penulis, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua orang. Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis banyak mendapatkan dukungan, motivasi, harapan dari berbagai pihak.

Yogyakarta, 4 Juli 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN..	iv
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian..	4
E. Tinjauan Pustaka.	5
F Kerangka Teori.....	6
G Hipotesis.....	12
H Sistematika Pembahasan.	12
BAB II METODE PENELITIAN.....	14
A. Jenis Analisis Penelitian.....	14
B. Definisi Konseptual.....	14
C. Definisi Operasional.....	15
D. Populasi dan Sampel.	18

1 Populasi.....	18
2 Sampel.	19
E. Instrumen Penelitian.....	20
F Teknik Pengumpulan Data.	20
G. Validitas dan Reliabilitas.	23
H Teknik Analisis Data.....	26
BAB III GAMBARAN UMUM.	29
A. Video animasi (motion graphic) Youtube Convey Indonesia.	29
B. Penonton Youtube Convey Indonesia.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.	35
A. Deskripsi Bata Hasil Penelitian.	35
1. Indikator Pengertian.	35
2. Indikator Kesenangan.....	38
3. Indikator Memengaruhi Sikap.....	42
4. Indikator Relasi Sosial yang Baik.	43
5. Indikator Tindakan.	44
6. Hasil Skor Rata-Rata.	48
B. Pembahasan.	48
1. Indikator Pengertian.	49
2. Indikator Kesenangan.....	49
3. Indikator Memengaruhi Sikap.....	50
4. Indikator Relasi Sosial yang Baik.	51
5. Indikator Tindakan.	51
BAB V PENUTUP.....	52
A.Kesimpulan.....	52
B. Saran.	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN-LAMPIRAN	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel Efektivitas.	16
Tabel 2. Relasi Variabel, Indikator, Pengukuran, dan Instrument.	20
Tabel 3 Kuisisioner Penelitian.....	21
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X.	24
Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Alpha Cronbach Penelitian.	25
Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha Variabel Efektivitas.	26
Tabel 7 Indikator Pengertian.....	36
Tabel 8 Indikator Pengertian.....	37
Tabel 9 Indikator Pengertian.....	37
Tabel 10. Indikator Kesenangan	39
Tabel 11. Indikator Kesenangan	39
Tabel 12. Indikator Kesenangan	40
Tabel 13. Indikator Kesenangan	41
Tabel 14. Indikator Memengaruhi Sikap	42
Tabel 15. Indikator Relasi Sosial yang Baik	44
Tabel 16. Indikator Tindakan	45
Tabel 17. Indikator Tindakan.....	46
Tabel 18. Indikator Tindakan	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kanal Youtube Convey Indonesia.....	30
Gambar 2. Video Pertama Youtube Convey Indonesia.....	30
Gambar 3. Video Animasi Pertama Youtube Convey Indonesia.....	31
Gambar 4. Video Animasi Penelitian ini berjudul “Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan” Kanal Youtube Convey Indonesia.....	32
Gambar 5. Kumpulan Video Animasi Youtube Convey Indonesia	33
Gambar 6. Penonton Youtube Convey Indonesia.....	34

ABSTRAK

Rachmadani Nurul Savitri (17102010083), “Efektivitas Video Animasi (Motion Graphic) Sebagai Media Sosialisasi Moderasi Beragama Pada Penonton Youtube Convey Indonesia”.

Indonesia merupakan negara beranekaragaman kultur, agama, suku, bahasa yang dimilikinya mempertontonkan sebagai salah satu bangsa yang memiliki masyarakat multikultural. Pengetahuan dan pemahaman mengenai perbedaan ini sering kali kurang diperhatikan dan menjadi isu yang sensitif di masyarakat. Edukasi mengenai moderasi beragama yang menjadi jalan untuk membuat masyarakat menjadi lebih toleran terhadap perbedaan ini. Hal ini membuat media sosialisasi di era digital ini tumbuh kreatif seperti video animasi (*motion graphic*) pada kanal Youtube Convey Indonesia.

Pada penelitian bertujuan mengetahui bagaimana efektivitas video animasi (*motion graphic*) sebagai media sosialisasi moderasi beragama pada penonton *Youtube Convey Indonesia*. Pada penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif. Jumlah banyaknya dalam pada penelitian merupakan seluruh *subscriber* Youtube Convey Indonesia dan diperoleh sampel sebanyak 69 orang responden menggunakan cara *purposive sampling* dan pengambilan minimalisir sampel melalui rumus Rao Purba. Teori digunakan pada penelitian yaitu teori efektivitas komunikasi dari Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss dengan metode pengumpulan data yaitu kuisisioner secara online, wawancara kepada peneliti serta pembuat video.

Hasil dari pada penelitian menunjukkan sejumlah 3,0 yang termasuk dalam kategori efektif. Jadi dapat disimpulkan bahwa video animasi (*motion graphic*) efektif sebagai media sosialisasi moderasi beragama pada penonton *Youtube Convey Indonesia*.

Kata kunci : Efektivitas, video animasi (*motion graphic*) , media sosialisasi, *Youtube Convey Indonesia*.

ABSTRACT

Rachmadani Nurul Savitri (17102010083), "The Effectiveness of Video Animation (Motion Graphic) as a Media for Disseminating Religious Moderation to Youtube Convey Indonesia Viewers".

Indonesia is a country with a diversity of cultures, religions, ethnicities, and languages which shows that it is a nation that has a multicultural society. Knowledge and understanding of these differences are often overlooked and become a sensitive issue in society. Education about religious moderation is a way to make society more tolerant of these differences. This makes socialization media in this digital era grow creatively, such as animated videos (motion graphics) on the Youtube Convey Indonesia channel.

This study aims to determine the effectiveness of animated videos (motion graphics) as a medium for socializing religious moderation to Youtube Convey Indonesia viewers. This research uses quantitative research methods. The population in this study were all subscribers of Youtube Convey Indonesia and a sample of sixty-nine respondents was obtained using the purposive sampling technique and taking the minimum sample with the Rao Purba formula. The theory used in this research is the theory of communication effectiveness from Stewart L. Tubbs and Sylvia Moss by using data collection methods in the form of distributing online questionnaires, interviews with researchers and video makers.

The results of this study show the number 3.0 which is included in the effective category. So it can be concluded that animated videos (motion graphics) are effective as a medium for socializing religious moderation to Youtube Convey Indonesia viewers.

Keywords: Effectiveness, video animation (motion graphic), socialization media, Youtube Convey Indonesia.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Indonesia merupakan Negara dengan keanekaragaman budaya, agama, suku, bahasa yang dimilikinya menunjukkan sebagai salah satu bangsa yang memiliki masyarakat multikultural¹. Keberagaman ini tercantum dalam semboyan Negara yakni “Bhinneka Tunggal Ika” yang berarti berbeda-beda tetapi tetap satu jua. Perbedaan yang begitu banyak menjadi kekuatan bagi kesatuan bangsa, maka perlu adanya sikap moderasi beragama dalam bermasyarakat.

Moderasi beragama sendiri berarti satu aktivitas yang tidak menyimpang dari ketetapan atau aturan yang telah disepakati sebelumnya. Kata ini merupakan bentuk sikap seseorang yang memiliki nilai-nilai kejujuran, keadilan, kasih sayang serta toleransi terhadap orang lain. Kata moderasi beragama dihadapkan pula dengan kata ekstremisme dan radikalisme. Dengan demikian sikap moderasi beragama ini banyak disuarakan oleh para tokoh, ulama, dan lembaga seperti kementerian agama sebagai satu hal yang urgen dan penting.

Sikap toleran merupakan salah satu sikap dasar dalam menghadapi perbedaan dan keragaman dalam masyarakat. Toleransi menurut (KBBI) berarti sifat menghargai 2 pihak beda kultur itu berelasi serta penuh². Dalam makna lain toleransi yaitu tindakan menerima, memahami dan hidup berdampingan dalam perbedaan budaya bahkan agama. Toleransi dapat membuka hati dan nurani manusia dalam membangun peradaban kemanusiaan yang lebih dialogis dan inklusif. Toleransi dianggap sebagai tindakan praktis, bahkan berkembang di berbagai negara untuk memberikan harapan kesetaraan, kedamaian, dan kerukunan.³

Konflik akibat sikap tidak toleran atau intoleransi menjadi penyebab perpecahan. Dalam sejarah perkembangan manusia agama dan keyakinan sebenarnya memberi andil besar dalam perdamaian dunia. Akan tetapi karena pengetahuan dan kedewasaan masyarakat yang kurang mengenal toleransi, persoalan agama justru

¹ Agus Akhmadi, “Moderasi Beragama dalam Keberagaman Indonesia (Religious Moderation In Indonesia’s Diversity)”, Jurnal Diklat Keagamaan 13, No.2 (2019), hal-47.

² Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) arti toleransi

³ Zuhairi Misrawi, *Al-Qur’an Kitab Toleransi Tafsir Tematik Islam Rahmatan Lil ‘Alamin*, PustakaOASIS, Jakarta, 2007, hlm.8

menjadi pemicu konflik. Kasus intoleransi terbesar yang pernah terjadi yaitu konflik poso, konflik tanjung balai, dan konflik sampang⁴. Konflik antar umat beragama tersebut menimbulkan perpecahan, memberi dampak panjang karena berujung pada kekerasan dan kebrutalan. Konflik-konflik ini juga tak jarang menjadi berlarut tanpa ada akhir. Menurut tirto.id pada masa pandemi ini intoleransi tetap bersemi. Beberapa kasus terjadi seperti pembangunan Gereja Kristen Protestan Dairi (GKPPD) yang dipersulit di Aceh Singgil, penganut Kristen digrebek saat beribadah di Desa Ngastemi Kabupaten Mojokerto, bahkan surat edaran bagi siswa SMA/SMK bahwa wajib membaca buku Muhammad Al-fatih di Kepulauan Bangka Belitung.

Isu intoleransi ini dapat diredam dengan adanya kesadaran atas moderasi beragama di era digital ini. Dimana pandemi juga menjadi faktor yang cukup mempengaruhi kesensitifan masyarakat terhadap perbedaan yang ada. Dengan demikian dibutuhkan cara yang efektif dalam mensosialisasikan isu moderasi beragama ini. Efektivitas media yang digunakan juga perlu diperhatikan dalam menyampaikan isu ini. Efektivitas sendiri menurut Kurniawan yaitu kemampuan melakukan tugas, fungsi (operasi kegiatan program) akan tetapi organisasi atau sejenisnya yang tidak adanya ketegangan antara implementasinya. Dalam arti lain efektifitas yaitu tahapan pencapaian keberhasilan dalam mengapai maksud yang telah ditentukan. Efektifitas berkaitan dengan relasi diantara hasil dengan keinginan dicapai⁵. Maka efektifitas yang menjadi pusat perhatian penulis yaitu media video animasi pada kanal youtube Convey Indonesia.

Video animasi pada banyak penelitian dinyatakan efektif dalam menyampaikan pesan terutama pada pembelajaran anak di sekolah. Maka pada penelitian ini penulis ingin mencari tahu apakah video animasi dalam youtube Convey Indonesia juga efektif dalam mensosialisasikan isu moderasi beragama. Video animasi merupakan sebuah gambar bergerak yang berasal dari kumpulan berbagai objek yang disusun secara khusus sehingga bergerak sesuai alur yang sudah ditentukan. Objek yang dimaksud berupa manusia, tunarungusan teks, gambar hewan gedung dan sebagainya. Video animasi juga memiliki manfaat sebagai media pengirim pesan atau informasi berupa audio dan visual yang menarik dan mudah dipahami. Maka video animasi banyak digunakan dalam berbagai poster, pamflet, baliho dan video di sosial media untuk

⁵ Agung Kurniawan, *Transformasi Pelayanan Publik*, buku(Yogyakarta : Pembaruan, 2005),hlm.109.

menarik perhatian. Visual yang bergerak dan penuh warna menjadi daya tarik, apalagi akhir-akhir ini ada animasi motion graphic yang cukup populer di Youtube.

Motion Graphic sendiri merupakan jenis video animasi yang simple pergerakan yang sederhana, namun dapat menyampaikan pesan sesuai dan memberi visual yang mudah dipahami. *Motion Graphic is type of animation which combines motion storytelling and graphic design to create an engaging video. It can illustrate different information in many ways and there are different methods to achieve this.* Video motion graphic sering ditemui pada berbagai platform bumper, video iklan televisi, video layanan masyarakat pada baliho dan video youtube. Contoh video youtube yang menggunakan motion graphic yakni kanal youtube Neuron, Kok Bisa Sih?, dan Convey Indonesia. Youtube sebagai salah satu media sosial paling populer di Indonesia memiliki andil yang cukup besar dalam mengolah isu yang ada dalam masyarakat. Salah satunya mengenai isu moderasi beragama.

Convey Indonesia merupakan lembaga penelitian yang didirikan oleh UNDP Indonesia bersama dengan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Tujuan Convey Indonesia yaitu menjawab tantangan dalam menghadapi radikalisme di Indonesia. Dalam mencapai tujuannya Convey Indonesia menggunakan 4 materi yaitu penelitian dan peninjauan, advis dan keterikutan kebijakan, kampanye umum, jaminan mutu dan sistem. Penelitian dan survei dihasilkan oleh Convey Indonesia diwujudkan dalam beberapa produk penelitian diantaranya poster, silabus, infografik, dan videografi berupa video animasi. Video animasi inilah yang diunggah pada Youtube Convey Indonesia. Youtube Convey Indonesia memiliki 5.630 subscriber dengan 136 video pada tanggal 8 oktober 2021.

Video animasi berjudul "Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan" merupakan video animasi terbaru hasil kajian keislaman dari puspidep dan dosen pascasarjana uin sunankalijaga. Tema kajian ini mengenai moderasi beragama dan penyebaran ekstremisme di Indonesia. Pada awal tahun ini Youtube Convey Indonesia telah mengunggah 5 hasil kajian berupa animasi dan video animasi berjudul "Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan" memiliki jumlah penonton terbanyak yaitu 751 views. Video animasi lainnya yang diupload diantaranya:

1. Pada 9 maret 2021 "Hasil Riset Tren Keberagaman Gerakan Hijrah Kontemporer" memiliki 229 views.

2. Pada 11 maret 2021 mengupload “ hasil survei nasional toleransi beragama di perguruan tinggi” memiliki 476 views.
3. Pada 12 maret 2021 mengupload “masjid ala Rosulullah-Penguat Moderasi Beragama di Masjid” memiliki 253 views.
4. Pada 18 maret 2021 mengupload “ Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan ” memiliki 1.862 views bekerjasama dengan uin sunankalijaga yogyakarta
5. Pada 3 April 2021 mengupload “ Moderasi Beragam di PTKIN” miliki 471 views bekerjasama dengan uin bandung.

Pada penelitian ini penulis fokus terhadap bagaimana relasi video animasi (*motion graphic*) sebagai media sosialisasi moderasi beragama pada penonton Youtube Convey Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan peneliti, jadi rumusan masalah yang peneliti berikan pada penelitian yaitu bagaimana efektivitas video animasi (*motion graphic*) sebagai media sosialisasi moderasi beragama pada penonton Youtube Convey Indonesia.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan ndari pada penelitian yaitu untuk mengetahui efektivitas akun media video animasi (*motion graphic*) Youtube Convey Indonesia sebagai media sosialisasi bagi penonton pada penonton Youtube Convey Indonesia. Pemahaman penonton mengenai moderasi beragama yang dilakukan melalui media video animasi (*motion graphic*) tersampaikan dengan baik, dan dapat sampai tingkat tindakan pada audiens Youtube Convey Indonesia. Makna moderasi beragama yang sesuai dengan konsep beragama yang adil dan damai terhadap perbedaan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dijadikan bahan edukasi untuk melakukan penelitian yang sama. pertama untuk hasil penelitian ini, diharapkan membuat pengetahuan yang jitu bagi pihak yang menggunakan video animasi sebagai media sosialisasi dalam menyampaikan pesan moderasi beragama.

2. Manfaat Praktis

Selain manfaat teoritis diatas, adapun manfaat praktis penelitian ini yaitu untuk memberi referensi dan informasi bagi Youtube Convey Indonesia bahwa

implementasi video animasi dapat menaikkan tingkat efektivitas media.

E. Kajian Pustaka

Untuk pemetaan yang sama dan disimilaritas penelitian penulis beserta penelitian-penelitian sebelumnya, penulis memudahkan pembaca dengan membuat tabel. Berapa penelitian yang dipilih berimbang dengan judul penelitian yaitu :

Penelitian pertama yaitu skripsi Kurnia Khoirul Candra berjudul Efektivitas Tingkat Penggunaan Bahasa Isyarat Pada Program Berita SCTV Liputan 6 Siang pada Tingkat Kepuasan Komunikasi Tunarungu DiGerkin DPD Daerah Istimewa Yogyakarta” prodi komunikasi penyiaran islam di UIN Sunankalijaga tahun 2020.⁶ Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui relasi ketertarikan dan kepuasan implementasi bahasa isyarat di program berita SCTV Liputan 6 Siang pada komunikasi Tunarungu Gerkin DPD Daerah Istimewa Yogyakarta. Kesamaan antara penelitian dan apa yang peneliti lakukan terletak pada topik penelitian: efektivitas media dan metode penelitian kuantitatif. Perbedaan antara kajian terletak pada topik dan topik, yaitu video animasi di YouTube menyampaikan Indonesia.

Kedua, penelitian terkait sebelumnya adalah skripsi Khoirunnisa Shyavitri yang berjudul “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Eksistensi Diri” oleh Pondok Pesantren Santriwati Al-Hikmah Wahid Hasim Yogyakarta. Program Penelitian Penyiaran Islam di UIN Sunankalijaga Tahun 2019⁷.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektifitas santriwati Asrama Al-Kebijaksanaan dalam membentuk keberadaan seseorang dengan bantuan jejaring sosial Instagram. Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Kesamaan antara penelitian dengan apa yang akan peneliti lakukan terletak pada topik penelitian, yaitu efektivitas dan metode kuantitatif penelitian. Akan tetapi perbedaan terletak pada objek dan topik yang diteliti yaitu Youtube animasi menyampaikan Indonesia dan metode penelitian kuantitatif.

Ketiga, Jurnal Bimas Islam Vol 13 No.1 berjudul Moderasi Beragama dalam Ruan Digital: Studi Pengarusutamaan Moderasi Beragama di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri. Oleh Wildani Hefni . Jurnal ini menyatakan bagaimana

⁶ Kurnia Khoirul Candra. *Efektivitas Tingkat Penggunaan Bahasa Isyarat Pada Program Berita SCTV Liputan 6 Siang Terhadap Tingkat Kepuasan Komunikasi Tuli Di Gerkin DPD Daerah Istimewa Yogyakarta*, Skripsi (Yogyakarta : UIN Sunanklijaga, 2020)

⁷ Khoirunnisa Syawitri. *Efektiviitas Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Eksistensi Diri Oleh Santriwati Asrama Al-Hikmah Pondok Pesantren Wahid asyim Yogyakarta*, Skripsi (Yogyakarta,;UIN Sunankalijaga,2019)

catatan awal mengenai pengarusutamaan moderasi beragama alam ranah digital untuk menyuarakan narasi keagamaan yang moderat dan toleran. Melalui media sosial yang membuat informasi mengenai keagamaan yang mudah dialih isukan menjadi konflik dan menghidupkan politik identitas. Kemudian perguruan tinggi dinilai dapat menjadi laboratorium sebagai penyeimbang arus informasi yang deras di ruang digital seperti media sosial.

Keempat, Jurnal Pemikiran Islam berjudul Moderasi Beragama dalam bingkai toleransi kajian islam dan keberagaman oleh Mhd.Abror STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau vol 1 No 2 2020. Jurnal ini meneliti mengenai telaah mendalam mengenai moderasi beragama di tinjau dari aspek toleransi. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kepustakaan (library research) dengan hasil bahwa moderasi beragama menghormati, keragaman , serta tidak terjebak pada intoleransi ekstremisme dan radikalisme, Toleransi bukanlah meleburkan diri pada keyakinan agama lain , tidak saling bertukar keyakinan . Esensi moderasi beragama menyediakan ruang toleransi dimana masing-masing pihak diharapkan bisa mengendalikan diri dan keunikan yang dimiliki masing-masing dengan tidak adanya rasa ketakutan terhadap hak dan keyakinannya.

Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian observasi non partisipan dan metode dokumentasi. Analisis data dengan menggunakan model Van Dijk yang mana meneliti teks, kognisi sosial dan konteks sosial. Kesamaan antara penelitian dengan apa yang akan peneliti lakukan terletak pada persoalan moderasi beragama. Sedangkan perbedaan penelitian terletak pada objek dan subjek yang diteliti yaitu video animasi di Youtube Convey Indonesia.

F. Kerangka Teori

1. Efektivitas Media

Efektivitas media merupakan kemampuan suatu media dalam mempengaruhi sasaran sesuai dengan yang diinginkan. Dalam menyampaikan pesan media berperan penting dalam mempengaruhi tingkat efektivitas komunikasi. Saluran dan media komunikasi menentukan gaya, nada dan seluruh komposisi pesan. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) kata efektif berarti ada efeknya (akibatnya, pengaruhnya, kesannya) manjur atau mujarab dan dapat membawa

hasil.⁸ Menurut E.Mulyasa, efektivitas merupakan bagaimana suatu organisasi berhasil mendapatkan dan memanfaatkan sumber daya dalam usaha mewujudkan tujuan operasional. Efektivitas menunjukkan perbandingan antara tingkat pencapaian tujuan dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya, atau perbandingan hasil nyata dengan hasil yang direncanakan.⁹

Menurut Stewart L.Tubbs dan Sylvia Moss dari sudut pandang komunikasi, ada lima indikator komunikasi dikatakan efektif. Yang pertama, pengertian atau pemahaman. Pemahaman mengenai rangsangan yang dimaksud dari pengirim pesan. Sebuah komunikasi dikatakan efektif apabila komunikan sebagai penerima pesan dapat memperoleh pemahaman atas pesab yang disampaikan oleh komunikator. Kedua, Kesenangan. Komunikasi yang bertujuan unruk menimbulkan kesejahteraan bersama atau untuk mempertahankan hubungan anatr manusia. Komunikasi yan gdilakukan untuk memperoleh kesenangan daari sebuah pertemuan dan obrolan. Komunikan yang menjadikan hubungan antar individu menjadi akrab dan menyenangkan.

Ketiga, memengaruhi sikap. Tindakan memengaruhi orang termasuk salah satu bagaian dari kehidupan sehari-hari. Proses mengubah dan merumuskan kembali sikap atau pengaruh sikap akan beralngsung seumur hidup. Hal ini merupakan tujuan dair komunikasi yaitu memengaruhi orang lain, naik dalam pikiran tindakan hingga sikap. Keempat, hubungan sosial yang baik. Komunikasi efektif dapat tercapai melalui pengaruh suasana dan psikologis yang baik serta kepercayaan dari kedua komunikator. Hasil dari komunikasi yang baik antar komunikator dan komunikan akan terjadi hubungan sosial ynag baik pula.

Kelima, tindakan. Komunikasi mendorong orang lain untuk melakukan suatu tindakan sesuai komunikator. Hasil dari komunikasi berupa tindakan ini merupakan tingkatan hasil komunikasi dari tahapan ynag cukup panjang. Berawal dari pemahaman pesan yang sesuai, meyakinkan penerima pesan, dan mempertahankan hubungan baik antar komunikan.

⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia

⁹ Mishadin, Efektivitas Media Pembelajaran Berbasis Komputer Pada Mata Pelajaran Elektronika Terhadap Prestasi Belajar Siswa Kelas XI Di SMK Sedayu Bantul, Skripsi (Yogyakarta: UNY,2012) hlm . 35

2. Video animasi

Video adalah teknologi untuk menangkap merekam memproses mentranmisikan dan menata ulang gambar bergerak. Video mengandung informasi yang disimpan menggunakan signal dari video televisi, film, video tape atau media non komputer lainnya.¹⁰ Video bertujuan sebagai dokumentasi, pendidiakan, dan hiburan. Video juga dapat menyajikan informasi memaparkan proses menjelaskan konsep-konsep yang rumit mengajarkan ketrampilan menyingkat atau memperpanjang waktu dan mempengaruhi sikap.

Video animasi merupakan sebuah gambar bergerak yang berasal dari kumpulan berbagai objek yang disusun secara khusus sehingga bergerak sesuai alur yang sudah ditentukan. Gambar atau desain grafis dalam video animasi bagian dari komunikasi visual. Komunikasi visual sendiri berarti kegiatan komunikasi yang menggunakan unsur rupa (visual) pada berbagai media: percetakan/ grafika, luar ruang (marka, grafis, ppan reklame), televisi, film / video, internet dan sebagainya. Proses pembelajaran melalui video dinilai efektif, karena video merupakan media dengan melibatkan dua indera yaitu penglihatan dan pendengaran. Informasi yang didapatkan melalui mata dan telinga lebih mudah diingat dan dimengerti daripada melalui media tulisan saja.¹¹

3. Media Sosialisasi

Media Sosialisasi adalah pihak atau unsur dari luar yang terlibat dalam sosialisasi. Media Sosialisasi memiliki beberapa macam seperti: keluarga, teman sebaya , sekolah, lingkungan kerja dan media massa. Media massa ini dapat berupa media cetak dan medi aelektronik. Media ini digunakan agar dapat menjangkau masyarakat secara luas seacra langsung.

Sosialisasi sendiri dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti proses belajar seorang anggota masyarakat untuk mengenal dan menghayati kebudayaan masyarakat dalam lingkungannya, atau upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat, pemasyarakatatan. Menurut Charles h. Cooley bahwa konsep sosialisasi dikenal dengan istilah *self-concept* (konsep diri) seseorang melalui interaksinya dengan indivisu dan kelompokk manusia lainnya. Cooley mengembangkan pemikiran

¹⁰ Bambang Eka Purnama, *Konsep Dasar Multimedia* (Yoyakarta : Graha Ilmu, 2013), hlm 87

¹¹ Indriana Puspita. *Efektivitas penggunaan Media Video Animasi Dalam Prpses Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Kelas VII-I Di SMP Negeri 9 Tangerang Selatan*. Skripsi. hlm 27

tersebut menjadi istilah *looking glass-self* yaitu analogi antara pembentukan diri seseorang dengan perilaku seseorang yang sedang bercermin. *Looking glass-self* menanamkan pemahaman bahwa cermin memantulkan objek yang ada didepannya maka manusia juga sama, manusia akan memantulkan apa yang dirasakan sebagai reaksi dari tanggapan masyarakat terhadap dirinya. Menurut Cooley terdapat tiga tahap dalam sosialisasi, yaitu:

1. Persepsi mengenai pandangan orang lain terhadapnya
2. Persepsi mengenai orang lain terhadap penampilannya
3. Seseorang mempunyai perasaan terhadap apa yang dirasakannya sebagai penilaian orang lain terhadapnya.

Dalam sosialisasi terdapat agen sosialisai yaitu pihak yang melaksanakan atau melakukan sosialisasi. Bentuk agen sosialisai diantaranya keluarga, sekolah kelompok teman sebaya, media massa, agama, lingkungan tempat tinggal dan lingkungan kerja. Agen-agen ini berperan meningkatkan partisipasi individu dalam masyarakat melalui pembentukan pengetahuan sikap, nilai, norma, dan perilaku bermakna.

Dalam arti lain sosialisasi juga merupakan bagian dari komunikasi persuasif yang dapat mengajak, menyeru dan mendorong seseorang melakukan suatu hal. Usaha mengajak dengan berbagai Komunikasi ini dilakukan dengan metode lisan, tulisan atau gambar (*visual*).

4. Moderasi Beragama

Moderasi yaitu jalan pertengahan, hal ini sesuai dengan ajaran islam dan tujuan manusia¹². Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) moderasi adalah pengurangan kekerasan atau penghindaran keestreman. Maka Moderasi juga berarti sebuah jalan tengah dalam mengurangi kekerasan dalam upaya menghindari ekstremisme. Dengan demikian moderasi beragama berarti cara beragama jalan tengah yang tidak melebihi lebihkan agamanya agar terhindar dari kekerasan dan ekstremisme beragama. Moderasi merupakan istilah yang cukup populer dikalangan umat islam. Moderasi beragama juga dipandang sebagai cara pandang, sikap dan perilaku untuk bertindak secara adil dan seimbang. Pemahaman moderasi ini dipahami secara berbeda tergantung siapa dan dalam konteks apa¹³

¹² Asnawi Syarbini, *Moderasi Agama Meneladani Nabi Muhammad SAW*, (Banten, 2015-2020), hlm 18-19.

¹³ Zainuddin Muhammad dan In'am Esha, *Islam Moderat (Konsepsi, Interpretasi, dan Aksi)*,

Sifat moderat yang mengedepankan sikap toleransi dalam perbedaan di dalam masyarakat yang multikultural seperti di Indonesia menjadi sangat penting dan diperlukan dalam bermasyarakat. Sikap toleran menjadi faktor penting dalam memahami perbedaan terutama keberagaman agama. Mengedepankan rasa menghormati dan menghargai perbedaan yang ada. Tidak melecehkan dan menghakimi ajaran-ajaran agama lain. Dengan demikian akan timbul persaudaraan yang erat dan kuat serta melahirkan persatuan antar sesama. Wacana moderasi dalam Islam selalu lekat dengan isu radikalisme dalam Islam. Dalam Al-Quran dijelaskan secara sederhana bahwa eksistensi umat moderat (Ummatan Wasatan) sebagai induk bagi pemahaman Islam atau seorang muslim moderat¹⁴

Indikator moderasi beragama menurut Kemenag Republik Indonesia terdapat empat hal yaitu 1. Komitmen kebangsaan, 2. Toleran, 3. anti – kekerasan, dan 4. Akomodatif terhadap kebudayaan lokal. Keempat indikator ini digunakan untuk mengetahui dan mengenali seberapa kuat moderasi beragama yang dipraktikkan oleh seseorang di Indonesia dan seberapa besar kerentanan yang dimiliki.¹⁵ Komitmen kebangsaan merupakan indikator yang sangat penting untuk melihat sejauh mana cara pandang, sikap dan praktik beragama seseorang berdampak pada kesetiaan terhadap konsensus dasar kebangsaan terutama terkait dengan penerimaan Pancasila sebagai ideologi negara, sikap terhadap ideologi yang berlawanan dan nasionalisme.

Toleransi merupakan indikator yang mengacu pada sikap terbuka, lapang dada, sukarela dan lembut dalam menerima perbedaan. Toleransi yang berarti tidak mengganggu hal orang lain untuk berkeyakinan dan mengekspresikan keyakinannya dan menyampaikan pendapat dalam perbedaan. Toleransi beragama menjadi fondasi penting dalam demokrasi, sebab demokrasi hanya bisa berjalan ketika seseorang mampu menahan pendapatnya dan kemudian menerima pendapat orang lain. Aspek toleransi sebenarnya tidak terkait dengan keyakinan agama, namun bisa terkait dengan perbedaan ras, jenis kelamin, orientasi seksual, suku, budaya dan sebagainya.

Malang : UIN Maliki Press. 2016. Hlm 63.

¹⁴ Nurul Faiwah, *Radikalisme Islam dan Moderasi Islam upaya membangun wajah Islam Indonesia Yang Damai*, 2018. Hlm 56

¹⁵ Lukman Hakim Saifuddin, *Moderasi Beragama*, Kementerian Agama RI 2019, hlm 42-43

Radikalisme atau kekerasan dalam konteks moderasi beragama dipahami sebagai suatu ideologi dan paham yang ingin dilakukan perubahan pada sistem sosial dan politik dengan menggunakan cara-cara ekstrem/kekerasan atas nama agama baik kekerasan verbal, fisik dan pikiran. Tindakan radikalisme adalah sikap dan tindakan seseorang atau kelompok tertentu yang menggunakan cara-cara kekerasan dalam mengusung perubahan yang diinginkan. Persepsi ketidakadilan dan perasaan terancam serta didorong oleh ideologi kebencian terhadap kelompok yang dianggap tidak adil dan mengancam identitasnya.

Akomodatif terhadap budaya lokal dalam beragama, perilaku yang digunakan untuk melihat kesediaan untuk menerima keagamaan yang mengakomodasi kebudayaan lokal dan tradisi. Kecenderungan untuk ramah pada tradisi dan budaya lokal yang tidak bertentangan dengan ajaran utama dalam agama. Hal ini juga disebut sebagai tradisi keberagaman yang tidak kaku. Orang-orang yang moderat inilah yang melakukan akomodasi terhadap tradisi lokal, selama tindakan ini dianggap tidak mengotori agama.¹⁶

5. Technological Determinism Theory

Teori ini di kemukakan pertama kali oleh Marshall McLuhan pada tahun 1962 dalam tulisannya berjudul *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Teori ini hadir berdasarkan ide bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi media yang dapat mengubah atau revolusi yang besar di masyarakat yang sangat tergantung pada teknologi.¹⁷ Teknologi juga dapat membentuk bagaimana pola pikir seorang individu dan berperilaku dalam masyarakat.

Teori ini merupakan paham bahwa teknologi bersifat determinan atau ikut menentukan dalam membentuk kehidupan manusia. Pemikiran McLuhan ini sering juga dinamakan teori tentang ekologi media yang didefinisikan sebagai sebuah studi mengenai lingkungan media, gagasan bahwa teknologi dan teknik, mode informasi dan kode komunikasi memainkan peran penting dalam kehidupan manusia.¹⁸

Menurut McLuhan budaya terbentuk dari bagaimana cara kita berkomunikasi. Teknologi komunikasi menyediakan pesan dan membentuk perilaku kita sendiri. Teori ini juga menunjukkan bahwa kehidupan manusia sekarang ditentukan oleh

¹⁶ Ibid, hlm 46

¹⁷ Morrison, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, hlm.486

¹⁸ Ibid,487

perkembangan teknologi. McLuhan memandang bahwa teknologi merupakan kepanjangan dari kekuatan ilmu pengetahuan dan persepsi dari pikiran manusia.

Menurut McLuhan, media tidak terbatas pada media massa tetapi pada segala sarana, *instrument*, atau alat yang mempunyai fungsi untuk mendukung dan memperkuat organ, indra, dan fungsi yang ada pada tubuh manusia. Media tidak hanya memperluas jangkauan yang bisa meningkatkan efisiensi manusia, tetapi juga berfungsi sebagai filter yang mampu mengatur dan menafsirkan keberadaan manusia secara sosial. Media juga memengaruhi periodisasi dalam sejarah.¹⁹

G. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan tentatif dari pertanyaan penelitian membutuhkan data untuk mendukung kebenarannya. Hipotesis penelitian yang diajukan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Hipotesis alternatif (Ha) : Video animasi (motion graphic) efektif sebagai media sosialisasi moderasi beragama pada penonton Youtube Convey Indonesia.
2. Hipotesis nol/nihil (Ho) : Video animasi (motion graphic) tidak efektif sebagai media sosialisasi moderasi beragama pada penonton Youtube Convey Indonesia.

H. Sistematika Pembahasan

Penulisan skripsi dalam penelitian ini dibagi menjadi 5 bab, bertujuan adalah mengetahui pentingnya bab Sistematika pembahasan dalam pada penelitian adalah :

Bab I : PENDAHULUAN

Bab I menjabarkan terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan, kegunaan dalam penelitian, tinjauan pustaka, latar belakang teori, struktur pemikiran, hipotesis, dan taksonomi..

BAB II : METODE PENELITIAN

Bab II menjabarkan jenis-jenis analisis survei, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel, perangkat survei, pengumpulan data validitas dan reliabilitas, dan metode survei termasuk analisis data.

BAB III : PEMBAHASAN

Bab III memberikan contoh eksplisit tentang apa yang Anda pelajari. Pada bab tersebut, peneliti memberikan contoh umum pada video animasi (motion graphics) yang berjudul “Kisah Radikal Agama Indonesia”. Upaya pendidikan dan keagamaan pada youtube convey indonesia. Gambaran umum meliputi latar belakang, tujuan pembuatan video,

¹⁹ Ibid,488

pembuat video animasi .

BAB IV : KESIMPULAN

Bab terakhir menyajikan hasil penelitian data yang diperoleh dan dianalisis dengan menggunakan unit analisis yang terdapat pada ilmu efektifitas dari Stewart L.Tubbs dan Sylvia Moss untuk mengetahui adanya efektifitas video animasi (motion graphic) sebagai media sosialisasi pada penonton youtube convey indonesia.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi rangkuman dari hasil dan pembahasn pada bab sebelumnya kemudian ditarik kesimpulan . Bab ini juga menyediakan saran yang berkaitan dengan penelitian.



BAB II

METODE PENELITIAN

A. Jenis Analisis Penelitian

Metode dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan sebuah metode yang digunakan untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti relasi antar variabel²⁰. Penelitian ini mempunyai satu variabel. Data-data dalam penelitian kuantitatif terdiri dari angka-angka yang dapat dianalisis menggunakan prosedur statistik.

Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan metode survei yang merupakan penelitian dengan mengambil sampel dari satu populasi menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpul data yang pokok²¹. Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan kuisisioner secara *online* dengan menggunakan *google formulir* pada responden melalui media sosial *WhatsApp*. Penelitian ini didukung dengan wawancara, dokumenter, buku, jurnal, internet, atau data sekunder pada penelitian terdahulu yang sama dengan penelitian penulis.

B. Definisi Konseptual

Definisi konseptual yaitu menjelaskan landasan teori yang digunakan pada membahas variabel penelitian dan parameter-parameter yang dipakai. Keterangan konseptual juga berisi tentang batas pada ruang lingkup penelitian. Konsep pada penelitian ini yaitu efektivitas dalam komunikasi yang dikemukakan oleh Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss. Komunikasi yang efektif menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, dapat menimbulkan lima hal, yaitu:

1. Pengertian.

Akun *Youtube* Convey Indonesia memberikan pengertian kepada para pengikut akunnya berupa unggahan pesan moderasi beragama dari fenomena keberagaman yang ada di Indonesia.

²⁰ John W. Creswell, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, terj. Achamd Fawaid (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), hlm. 5.

²¹ Lijan Poltak Sinambela, *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, dan Ilmu Sosial Lainnya* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm. 68.

2. Kesenangan.

Dalam unggahan akun Youtube Convey Indonesia, pesan yang disampaikan informative berdasarkan hasil penelitian. Convey Indonesia melakukan beberapa penelitian dengan unggahan pesan yang dikemas dengan visualisasi yang informatif dan menghibur.

3. Memengaruhi sikap.

Unggahan akun Youtube Convey Indonesia menggunakan kalimat ajakan dengan dukungan visualisasi yang dapat memengaruhi sikap para pengikut akun sesuai dengan pesanyang disampaikan pada unggahan tersebut.

4. Relasi sosial yang baik.

Adanya relasi yang baik antara pengurus akun Youtube Convey Indonesia sebagai komunikator dengan para pengikut akun sebagai komunikan.

5. Tindakan.

Unggahan akun Youtube Convey Indonesia dapat membuat para pengikut akunnya untuk melakukan hal-hal yang telah disampaikan dalam unggahannya, menginspirasi para pengikut akunnya untuk perilaku toleran dan moderasi beragama.

C. Definisi Operasional

Definisi operasional yaitu konsep yang menjelaskan istilah-istilah dalam kajian dalam variabel penelitian. Dengan demikian istilah tersebut harus mengandung konsep pokok yang berkaitan erat dengan masalah yang diteliti (variabel penelitian). Definisi operasional variabel dititik beratkan pada pengertian yang diberikan oleh peneliti terhadap variabel yang diteliti dengan berlandaskan teori-teori yang sudah ada²².

Berdasarkan konseptualisasi efektifitas di atas maka peneliti membuat kuisisioner dengan indikator konsep tersebut.

²² Waryono dkk, Pedoman Penulisan Skripsi (Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2014), hlm .24

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel Efektivitas

Variabel	Indikator	Deskriptor
Efektivitas	1. Pengertian	<p>1. Pemahaman tentang unggahan pesan yang disampaikan</p> <p>2. Unggahan pesan moderasi beragama yang disampaikan mudahdipahami</p> <p>3. Unggahan pesan yang dijelaskan layak dengan kejadian terjadi di waktu sekarang</p>
	2. Kesenangan	<p>1. Unggahan yang disampaikan dapat memuaskan rasa ingin tahu para <i>subscribers</i>. Para <i>subscribers Youtube Convey Indonesia</i> merasa terhibur setelah melihat video animasi berjudul “Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan” pada kanal <i>Youtube Convey Indonesia</i></p> <p>2. Para <i>subscribers</i> merasa senang melihat visualisasi dari video animasi berjudul “Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan” pada kanal <i>Youtube Convey Indonesia</i></p>

Variabel	Indikator	Deskriptor
		3. Metod sosialisasi yang digunakan sangat menarik
	3. Memengaruhi Sikap	1. Para pelanggan kanal Youtube Convey Indonesia menjadi lebih toleran setelah melihat unggahan video animasi berjudul “ Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan ” pada kanal <i>Youtube Convey Indonesia</i>
	4. Relasi Sosial yang Baik	1. Pengurus kanal <i>Youtube Convey Indonesia</i> suka membalas pada kolom komentar
	5. Tindakan	1. Para pelanggan kanal Youtube Convey mengikuti isi pesan yang disampaikan oleh video animasi berjudul “ Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi

Variabel	Indikator	Deskriptor
		<p>Keagamaan ” pada kanal <i>Youtube Convey Indonesia</i></p> <p>2. Para pelanggan kanal Youtube Convey tertarik untuk melakukan ajakan dakwah seperti yang video animasi berjudul “ Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan ” pada kanal <i>Youtube Convey Indonesia</i></p> <p>3. Para pelanggan kanal Youtube Convey Indonesia membagikan unggahan video animasi berjudul “ Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan ” pada kanal <i>Youtube Convey Indonesia</i></p>

Sumber: olahan peneliti (disarikan dari kerangka teori)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Populasi yaitu keseluruhan jumlah dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga, dan peneliti menentukan subjek dan objek penelitian.

Populasi dalam penelitian ini yaitu semua orang yang pernah menonton

video animasi berjudul “ Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan ” pada kanal *Youtube Convey Indonesia*. Penonton video animasi ini memiliki jumlah penonton sebanyak 1.862 ribu, dan terus mengalami perubahan dalam jumlah penontonnnya. Hal ini membuat penelitian ini menggunakan teknik sampel non probabilitas.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.²³ Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *non probability sampling* yaitu *porposive sampling*. Teknik ini dipilih karena tidak memberikan peluang yang sama bagi populasi untuk menjadi sampel. *Purposive sampling*, yakni teknik penentuan sampel dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan yaitu berdasarkan karakteristik responden seperti jenis kelamin dan usia.

Teknik ini digunakan pada penonton *Youtube Convey Indonesia* aktif sesuai dengan ketentuan, adapun ketentuan sebagai berikut:

- a. Penonton merupakan mahasiswa KPI UIN Sunankalijaga Yogyakarta angkatan 2017 berjumlah 80 orang..
- b. Penonton menonton video animasi berjudul “ Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan ” pada kanal *Youtube Convey Indonesia*.
- c. Pernah memberi komentar atau *like* pada video animasi berjudul “ Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan ” pada kanal *Youtube Convey Indonesia*.

Ukuran populasi dalam pada penelitian beraneka macam kapasitas belum tentu pasti, maka besaran sampel yang digunakan menurut Rao Purba (1996). Cara perhitungan ukuran sampel menggunakan rumus Rao Purba sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2}{4 (moe)^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

z : Tingkat keyakinan dalam menentukan sampel 90% = 1,65

²³ Sugiyono, Metode Kuantitatif. 2007. Hlm 19

Moe : *Margin of error* atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi di sini ditetapkan 10 % = 0,1

Dengan rumus tersebut ukuran sampel minimal harus dicapai pada penelitian yaitu sebesar :

$$n = \frac{1,65^2}{4 (0,1)^2} = 68,06$$

Berdasarkan rumus tersebut, sampel yang dapat diambil dari populasi minimal sebanyak 68,06 orang dibulatkan menjadi 69 responden.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen merupakan alat untuk mengukur, mengobservasi atau dokumentasi yang dapat menghasilkan data kuantitatif. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara, kuisioner dalam bentuk *soft file* sedangkan untuk dokumentasi dengan melihat tayangan video animasi berjudul “ Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan ” pada kanal *Youtube Convey Indonesia*. Peralatan yang digunakan dalam penelitian ini dirancang untuk menghasilkan data yang akurat dengan menggunakan skala likert..

Tabel2. Relasi Variabel, Indikator, Pengukuran dan Instrumen

Variabel	Indikator	Pengukuran	Instrumen
Efektivitas	Pengertian	Ordinal	Kuisioner
	Kesenangan		
	Mempengaruhi		
	Sikap		
	Relasi Sosial yang Baik		
	Tindakan		

F. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuisioner

Kuisioner merupakan jawaban tertunrungus dari informan atas daftar

kuisisioner dari peneliti²⁴. Dalam penelitian ini kuisisioner akan dibagikan secara *online* yang dikirim melalui media sosial *Whatsapp* kepada para mahasiswa komunikasi penyiaran islam UIN Sunankalijaga Yogyakarta angkatan 2017-2019

Tabel 3. Kuisisioner Penelitian

Variabel	Indikator	Deskriptor	No. Soal
Efektivitas	1.Pengertian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemahaman tentang unggahan pesan yang disampaikan 2. Unggahan pesan moderasi beragama yang disampaikan mudahdipahami 3. Unggahan pesan yang disampaikan sesuai dengan fenomena yang terjadi di masa sekarang 	1-3
	2.Kesenangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Unggahan yang disampaikan dapat memuaskan rasa ingin tahu para pengikut akun pelanggan kanal <i>Youtube Convey Indonesia</i> . 2. Para pelanggan kanal <i>Youtube Convey Indonesia</i> merasa tersosialisasi setelah melihat unggahan video animasi pada kanal <i>Youtube Convey Indonesia</i> 3. Para pelanggan akun <i>Youtube Convey Indonesia</i> merasa senang melihat visualisasi dari unggahan video animasi akun <i>Youtube Convey Indonesia</i> 4. Video animasi yang digunakan sangat menarik 	4-7

²⁴ Sugiharto dkk, *Teknik Sampling* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm .18

	3. Memengaruhi Sikap	1. Para pelanggan kanal <i>Youtube Convey Indonesia</i> menjadi lebih toleran dan memahami moderasi beragama setelah melihat unggahan video animasi kanal <i>Youtube Convey Indonesia</i>	8
	4. Relasi Sosial yang Baik	1. Pengurus kanal <i>Youtube Convey Indonesia</i> suka membalas pada kolom komentar	9-10
	5. Tindakan	<p>1. Para pelanggan akun <i>Youtube Convey Indonesia</i> mengikuti isi pesan yang disampaikan oleh kanal <i>Youtube Convey Indonesia</i></p> <p>2. Para pelanggan akun <i>Youtube Convey Indonesia</i> tertarik untuk bersikap toleran seperti yang dilakukan oleh kanal <i>Youtube Convey Indonesia</i></p> <p>3. Para pelanggan akun <i>Youtube Convey Indonesia</i> membagikan unggahan kanal <i>Youtube Convey Indonesia</i></p>	11-12

Sumber: Olahan Peneliti

b. Dokumentasi

Pada penelitian data dokumentasi digunakan merupakan video dari unggahan kanal *Youtube Convey Indonesia* untuk mendukung penelitian ini.

G. Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas Uji Ukur

Validitas adalah alat untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (benar-benar). Instrumen yang diuji dalam penelitian ini adalah kuesioner penelitian dengan menggunakan skala Likert, yaitu metode skala bipolar yang mengukur respon positif dan negatif terhadap suatu pertanyaan..²⁵ Syarat minimum untuk memenuhi syarat yaitu jika $r = 0,3$. Jika skor total kurang dari 0,3 maka butir instrumen dinyatakan tidak valid. Semakin tinggi koefisien korelasi, semakin tinggi tingkat validitas butir instrumen. Penelitian ini menggunakan korelasi *product moment* sebagai berikut :

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden uji coba

Y = Jumlah skor butir X

X = Jumlah skor butir Y

Penghitungan korelasi *product moment* menggunakan *software SPSS (Statistical Product And Service Solution)*. Kriteria penafsiran dikategorikan melalui indeks korelasi (r) sebagai berikut:

Antara 0,800 – 1,000 : Sangat Tinggi

Antara 0,600 – 0,799 : Tinggi

Antara 0,400 – 0,599 : Cukup

Antara 0,200 – 0,399 : Rendah

Antara 0,000 – 0,199 : Sangat Rendah

²⁵ Sofian Effendi & Tukiran, *Metode Penelitian Survei*, buku (Jakarta : LP3ES, 2012) hlm. 124.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X

Variabel	Indikator	Pernyataan	r Hitung	rtabel 5% (N=69) dk=69-2=67	Ket
Efektivitas	1	X1	0,661	0,199	Valid
		X2	0,672	0,199	Valid
		X3	0,717	0,199	Valid
	2	X4	0,696	0,199	Valid
		X5	0,619	0,199	Valid
		X6	0,493	0,199	Valid
		X7	0,699	0,199	Valid
	3	X8	0,499	0,199	Valid
	4	X9	0,383	0,199	Valid
		X10	0,428	0,199	Valid
	5	X11	0,700	0,199	Valid
		X12	0,542	0,199	Valid

Sumber: Olahan Peneliti

Keputusan dari kesimpulan hitungan korelasi diberikan sebagai r-aritmatika dan r-kritis. Artinya, jika r-hitung > r-kritis, atau jika nilai korelasi lebih besar dari 0,3, maka valid. Ketika r dihitung.

Jika < r penting atau nilai korelasi lebih besar dari 0,3 berarti tidak valid. Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4 dapat disimpulkan bahwa ke-12 pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih²⁶. Apabila instrumen diuji dengan baik, maka instrumen pengukuran tersebut mampu mengukur apa yang ingin diukur²⁷.

²⁶ Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, cet. 1 revisi (Jakarta: LP3ES Anggota IKAPI, 1989), hlm. 122.

²⁷ Munawar Syamsudin AAN, *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013) hlm. 24

Penelitian ini menggunakan rumus koefisien Reliabilitas *AlphaCronbach*, dengan kriteria bahwa variabel yang diteliti dapat dinyatakan reliabel apabila nilai *alphacronbach* $r_{11} > 0,6$.

$$r_{11} = \left\{ \frac{k}{k-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma_t^2} \right\}$$

Keterangan :

r_{11} : Reliabilitas instrumen

k : Banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$: Jumlah varian butir

σ_t^2 : Varian total

Apabila nilai *AlphaCronbach* $> 0,6$; maka konstruk dikatakan reliabel. Sedangkan jika nilai *Alpha Croncbach* $< 0,6$; maka suatu kontruk atau variabel disebut tidak reliabel. Dengan menggunakan bantuan *software SPSS (Statistical Product And Service Solution)*. Berikut hasil uji reliabilitas penelitian untuk variabel efektivitas yang tertera pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Alpha Cronbach Penelitian

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	69	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	69	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure .			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,829	12

Dengan nilai Alpha 0,829 maka kuisisioner reliabel, karena lebih besar dari 0,6. Untuk melihat hasil dari semua indikator, uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung nilai koefisien *Alpha Cronbach*.

**Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha
Variabel Efektivitas**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,829	12

Berdasarkan uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian untuk variabel efektivitas dapat dikatakan reliabel dengan nilai koefisien 0,829 lebih dari 0,6.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul lalu data dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenis responden. Dan dimaksudkan untuk memahami apa yang terdapat dibalik semua data tersebut.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *statistic descriptive*. *Statistic descriptive* yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang terkumpul. Penelitian yang dilakukan pada populasi, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.⁵⁴ Penelitian ini menggunakan analisis tabulasi sederhana dan menggunakan skala pengukuran skala likert.

1. Skala Pengukuran

Mendapatkan skala seperti Likert, instrument harus dirancang menggunakan pertanyaan tertutup dengan lima (4) alternatif jawaban secara berjenjang yakni:

Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

2. Analisis Tabulasi Sederhana

Dalam analisis tabulasi sederhana, data yang diperoleh diolah ke dalam bentuk presentase dengan rumus:

$$P = \frac{f_i}{\sum f_i} = 100\%$$

Keterangan

P = Presentase responden memilih kategori tertentu.

Fi = Jumlah responden memilih kategori tertentu.

$\sum f_i$ = Banyaknya jumlah responden.

3. Skor Rata-Rata

Setelah menerima penilaian terhadap tanggapan responden dari kuesioner, maka dilakukan pembobotan. Metode penilaian dengan menjumlahkan semua produk dari setiap bobot dan membaginya dengan frekuensi total. rumus:

$$X = \frac{\sum f_i \cdot \sum w_i}{\sum f_i}$$

Keterangan

X = Skor rata-rata

f_i = frekuensi

w_i = bobot

Gunakan rentang skala penilaian menggunakan skor masing-masing variabel untuk memposisikan tanggapan responden. Bobot respons alternatif dihasilkan menggunakan metode skala peringkat yang atas dari rentang 1 hingga 4 yang mewakili posisi sangat negatif atau positif..

kemudian dihitung rentang skala dengan rumus berikut:

$$R_s = \frac{R}{M}$$

Keterangan :

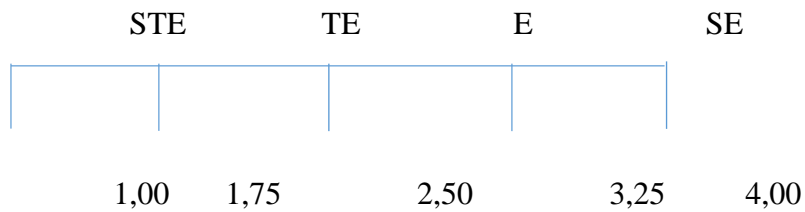
R = Bobot tertinggi – bobot terendah

M = Banyaknya kategori bobot

Rentang skala likert dalam penelitian ini yaitu 1 sampai 4, maka skala penilaian yang dapat yaitu:

$$Rs = \frac{4-1}{4} = 0,75$$

Sehingga posisi keputusannya menjadi:



Keterangan:

STE : Sangat Tidak Efektif (1,00-1,75)

TE : Tidak Efektif (1,75-2,50)

E : Efektif (2,51-3,25)

SE : Sangat Efektif (3,26-4,00)



BAB III

GAMBARAN UMUM

Penelitian ini memfokuskan pada efektivitas video animasi (*motion graphic*) yang digunakan sebagai media sosialisasi terhadap para penonton youtube convey indonesia

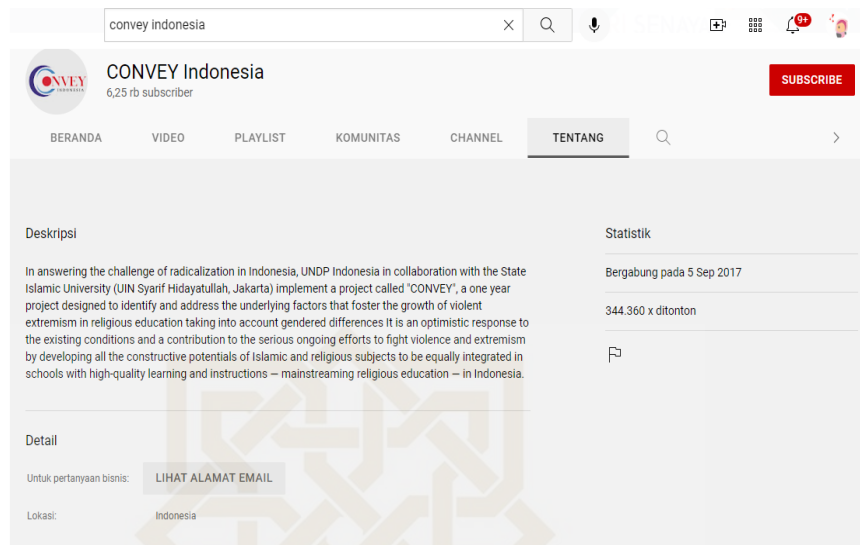
A. Video Animasi Kanal Youtube Convey Indonesia

Kanal Youtube Convey Indonesia merupakan salah satu media sosial milik Lembaga Convey Indonesia. Kegiatan Convey Indonesia berfokus pada penelitian mengenai isu toleransi terutama perbedaan agama di Indonesia. Hasil penelitian ini akan disosialisasikan melalui beberapa media seperti buku, flayer, dan video animasi. Media video ini kemudian didistribusikan melalui kanal Youtube Convey Indonesia Kanal ini juga merupakan wujud eksistensi dalam sosialisasi hasil penelitian yang dilakukan oleh Convey Indonesia.²⁸

Kanal ini berisi banyak video beragam mulai dari seminar hingga infografi animasi dari hasil penelitian yang dilakukan Convey Indonesia. Implementasi platform sosial media youtube menjadi bentuk sosialisasi yang dapat menjangkau banyak kalangan penonton sehingga informasi toleransi ini lebih mudah ditemukan. Kalangan yang dapat dijangkau lebih luas, dengan media yang tidak terbatas seperti youtube mulai dari anak-anak hingga usia dewasa.

²⁸ Wawancara dengan peneliti convey indonesia

Gambar 1. Kanal Youtube Convey Indonesia



Sumber: Youtube

Youtube Convey Indonesia dibuat sejak 17 september 2017 dengan unggahan video pertamanya berjudul “ Islam dan Radikalisme di Mata Inayah Wahid”. Video ini memaparkan pendapat tokoh mengenai isu perbedaan di Indonesia terutama perbedaan dalam beragama. Sebagai Lembaga yang bertujuan menyebarkan perdamaian terutama bagi umat beragama di Indonesia tentu video yang ada dalam kanal youtube Convey Indonesia berrelasi erat dengan isu toleransi dan moderasi beragama.

Gambar 2. Video pertama Youtube Convey Indonesia



Sumber: youtube convey indonesia

**Gambar 3. Video animasi pertama
Youtube Convey Indonesia**



Sumber : youtube convey indonesia

Seiring berjalan waktu youtube Convey mulai berkembang dengan mengunggah video animasi yang atraktif bagi penonton dengan spektrum jangkauan audiens yang lebih luas. Video animasi ini dibuat berdasarkan hasil kajian atau penelitian yang dilakukan lembaga convey indonesia. Setiap tahunnya convey indonesia melakukan project penelitian mengenai toleransi beragama dan moderasi beragama. Project ini melibatkan banyak peneliti dari berbagai kampus di indonesia salah satunya yaitu Pusidep dan Pasca Sarjana UIN Sunankalijaga Yogyakarta.

Gambar 4. Video animasi penelitian ini “Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan”

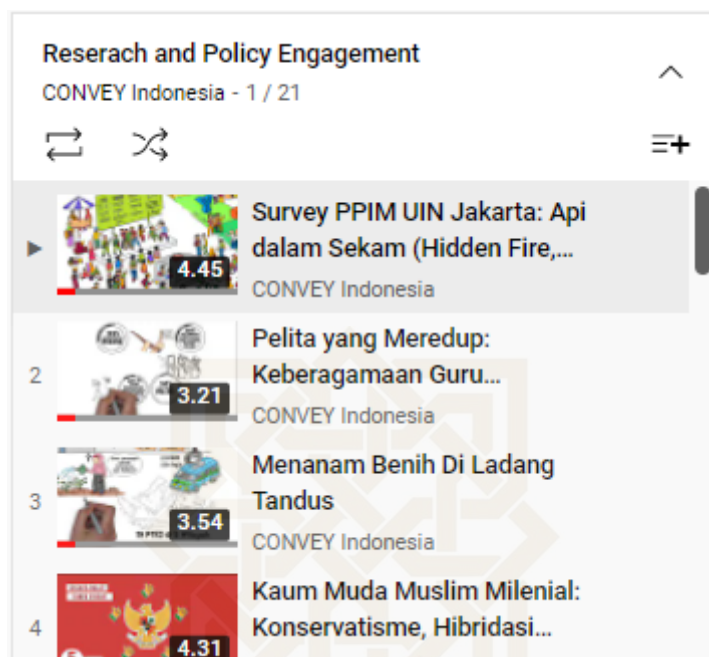


Sumber : youtube convey indonesia

Berdasarkan hasil observasi pada youtube convey indonesia pada unggahan video animasi pertamanya memiliki banyak antusias dari penonton dengan memiliki 13.700 *views*. Video berjudul Pesace Maker –Contoh Kisah Nabi Muhammas saat Pemindagan Hajar Aswad merupakan video animasi dengan teknik *motion graphic*. Teknik animasi motion graphic meruakan salah satu teknik videografi pada animasi yang bergerak secara sederhana. Berbeda dair infografis dengan media gambar, motion graphic digunakan pada media video. *Motion Graphic* memiliki fungsi sebagai media penyampai informasi secara singkat melalui visualisasi yang menarik dan lebih berkesan.²⁹

²⁹ Wawancara dengan Rahmadani creator video animasi “Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan” tanggal oktober 2021

Gambar 5. Kumpulan video animasi Youtube Convey Indonesia



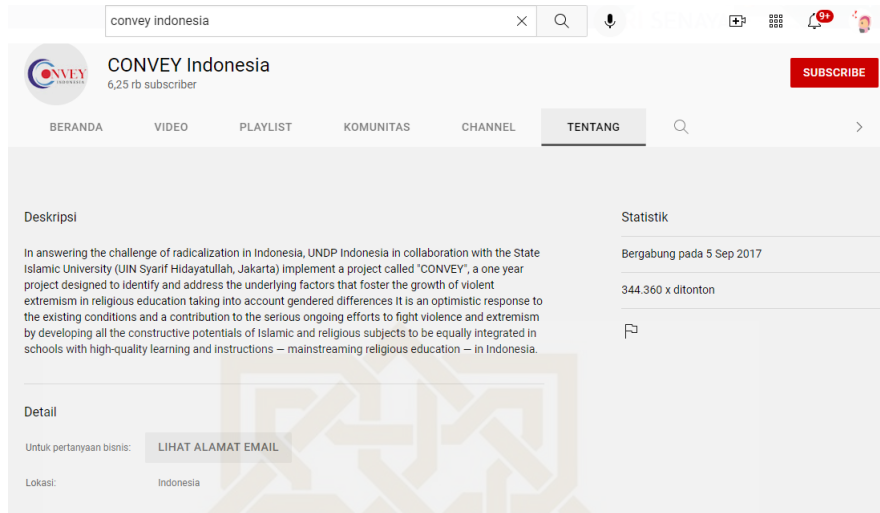
Sumber : youtube convey indonesia

B. Penonton Kanal Youtube Convey Indonesia

Penonton atau *viewers* kanal youtube Convey Indonesia merupakan anak-anak muda usia 18 tahun hingga usia dewasa 35 tahun yang memiliki ketertarikan pada isu toleransi beragama atau moderasi beragama di Indonesia. Ada penonton yang menggunakan video sebagai referensi pembelajaran dalam perkuliahan dan bahkan penelitian serupa.

Mayoritas penonton pada kanal ini merupakan akademisi dan mahasiswa. Beberapa komentar pada video unggahan kanal ini mengatakan bahwa mereka ingin menggunakan video sebagai referensi penelitian dan rujukan dalam pembelajaran di kelas. Video animasi bagi penonton juga mengatakan bahwa gambar yang disajikan menarik dan atraktif sebagai media informasi. Pesan yang disampaikan mengenai moderasi beragama dinilai memberi kesan dan atraktif. Jumlah penonton pada kanal ini selama empat tahun terakhir berjumlah 344.360 *views*, sejak 5 September 2017.

Gambar 6. Penonton Youtube Convey Indonesia



Sumber : youtube convey indonesia

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB IV

PEMBAHASAN

Pada bab IV, peneliti membagikan hasil penelitian dan pembahasan tentang efektivitas video animasi (grafik bergerak) sebagai sarana sosialisasi dengan menggunakan contoh pemirsa YouTube Convey Indonesia. Penelitian ini menggunakan kerangka konseptual yang dikemukakan oleh Stuart L. Tubbs dan Sylvia Moss dengan beberapa modifikasi. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuisioner online kepada penonton video animasi “Kisah Para Ekstremis Keagamaan di Indonesia”, “Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan”. Peneliti melakukan penyebaran kuisioner secara *online* mulai tanggal 1 Juni 2022 sampai dengan 14 Juni 2022.

Bab IV diawali dengan penjelasan dan pembahasan mengenai data penelitian. Uraian data survei menyajikan hasil survei, dan semua unit analisis mengumpulkan hasil dan menarik kesimpulan pada bagian pembahasan..

A. Deskripsi Data Hasil Penelitian

Penelitian ini memiliki satu variabel, yaitu efektivitas. Data yang diperoleh yaitu hasil dari penyebaran kuisioner pada responden penelitian. Menurut Stewart L Tubbs dan Sylvia Moss suatu komunikasi bisa dikatakan efektif jika memiliki 5 kriteria. Kelima tanda itu peneliti jadikan sebagai indikator dalam penelitian. Lima kriteria efektivitas dalam komunikasi, yaitu perhatian, kesenangan, mempengaruhi sikap, relasi sosial yang baik, dan tindakan. Dalam analisis ini dilakukan dengan cara menganalisis setiap indikator efektivitas dalam komunikasi. Cara ini digunakan untuk mengetahui seberapa efektif video animasi (*motion graphic*) sebagai media sosialisasi moderasi beragama.

1. Indikator Pengertian

Indikator pengertian merupakan proses penerimaan isi pesanyang disampaikan oleh komunikator pada komunikan. Dalam hal ini, indikator perhatian menginformasikan apakah pesan moderasi beragama yang disampaikan kanal youtube convey indonesia dapat dipahami oleh penonton. Indikator ini digunakan untuk

mengetahui adanyapemahaman yang sama antara komunikan dan komunikator. Ada tiga pertanyaan dalam indikator pengertian seperti dibawah ini.

Tabel 7. Indikator Pengertian Pemahaman video animasi tentang pesan yang disampaikan

		x1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ts	2	2,9	2,9	2,9
	S	42	60,9	60,9	63,8
	ss	25	36,2	36,2	100,0
	Total	69	100,0	100,0	

Sumber : data olahan dari kuesioner item 1

$$X = \frac{\sum x}{N} = \frac{(2 \times 2) + (42 \times 3) + (25 \times 4)}{69} = \frac{4 + 126 + 100}{69} = \frac{230}{69} = 3,33$$

Berdasarkan data pada tabel 7 dalam indikator pengertian dengan pertanyaan “Saya memahami isi pesan yang disampaikan dalam video animasi berjudul “Kisah Ekstremisme Keagamaan Indonesia, Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan” di kanal Youtube Convey Indonesia. Sampel sebanyak 25 orang atau 36,2% responden menjawab kuat. 42 atau 60,9% setuju, 2 atau 2,9% tidak menjawab, 0% atau tidak menjawab setuju.

Kemudian, berdasarkan nilai rata-rata yang diperoleh dari indikator perhatian item 1 sebesar 3,33 berada dalam rentang 3,26- 4,00 angka ini termasuk pada kategori sangat efektif. Artinya para *penonton* paham dengan pesan yang disampaikan melalui video animasi (*motion graphic*) pada youtube convey indonesia.

**Tabel 8. Indikator Pengertian
Pesan moderasi beragama mudah dipahami.**

x2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ts	1	1,4	1,4	1,4
	S	37	53,6	53,6	55,1
	ss	31	44,9	44,9	100,0
	Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Olahan dari data hasil kuisioner item 2.

$$X = \frac{\sum x}{N} = \frac{(1 \times 2) + (37 \times 3) + (31 \times 4)}{69} = \frac{2 + 111 + 124}{69} = \frac{237}{69} = 3,43$$

Berdasarkan data pada tabel 8 dalam indikator pengertian dengan pertanyaan “pesan moderasi beragama mudah dipahami.” dapat Dari 69 responden, 31 atau 44,9% sangat "untuk", 37 atau 53,6% - "untuk", 1 atau 1,4% - "menentang" dan 0% - "untuk". Atau tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Kemudian, berdasarkan nilai rata-rata yang diperoleh dari indikator perhatian item 1 sebesar 3,43 berada dalam rentang 3,26-4,00 angka ini termasuk pada kategori sangat efektif. Artinya pesan video animasi (*motion graphic*) pada youtube convey indonesia mudah dipahami para *penonton* youtube convey indonesia.

**Tabel 9. Indikator Pengertian
Pesan video animasi yang disampaikan sesuai dengan fenomenayang
terjadi di masa sekarang**

x3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ts	3	4,3	4,3	4,3
	s	47	68,1	68,1	72,5
	ss	19	27,5	27,5	100,0
	Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Olahan dari data hasil kuisioner item 3.

$$X = \frac{\sum x}{N} = \frac{(3 \times 2) + (47 \times 3) + (19 \times 4)}{69} = \frac{6 + 141 + 76}{69} = \frac{223}{69} = 3,23$$

Berdasarkan data pada tabel 9 dalam indikator pengertian dengan pertanyaan “video animasi berjudul Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan sesuai dengan fenomena yang sedang terjadi” dapat Dari 69 responden sampel, 19 atau 27,5% setuju penuh, 47 atau 68,1% setuju, dan 3 tidak setuju atau diketahui 4,3% dan 0% atau tidak setuju sama sekali. Saya. Responden sangat tidak setuju.

Kemudian, berdasarkan nilai rata-rata yang diperoleh dari indikator perhatian item 3 sebesar 3,23 berada dalam rentang 3,26-4,00 angka ini termasuk pada kategori sangat efektif. Artinya video animasi berjudul Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan sesuai dengan fenomena yang sedang terjadi.

Analisis perhitungan rata-rata indeks perhatian secara keseluruhan bermaksud mengetahui nilai tingkat efektivitas. Perhitungannya adalah :

Diketahui:

Nilai rerata item nomor 1 : 3,33

Nilai rerata item nomor 2 : 3,43

Nilai rerata item nomor 3 : 3,23

$$\frac{3,33 + 3,43 + 3,23}{3} = \frac{9,99}{3} = 3,33$$

Dari perhitungan tersebut, nilai untuk indikator perhatian yaitu sebesar 3,33 nilai ini berada pada rentang skala 3,26 – 4,00 yaitu sangat efektif.

2. Indikator Kesenangan

Indikator kesenangan menjelaskan bahwa tidak semua komunikasi bertujuan untuk menyampaikan informasi dan membentuk pengertian, komunikasi juga mengupayakan agar orang merasa senang. Dalam hal ini indikator kesenangan menginformasikan apakah responden merasa bahwa pesan dakwah dalam bentuk visualisasi desain dan video yang disampaikan melalui video animasi berjudul Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan dapat menimbulkan kesenangan. Pada indikator kesenangan terdapat empat item pertanyaan.

Tabel 10. Indikator Kesenangan
Video animasi berisi pesan moderasi beragama yang disampaikan
dapat memuaskan rasa ingin tahu para penonton

x4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ts	7	10,1	10,1	10,1
	S	49	71,0	71,0	81,2
	Ss	13	18,8	18,8	100,0
	Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Olahan dari data hasil kuisioner item 4.

$$X = \frac{\sum x}{N} = \frac{(7 \times 2) + (49 \times 3) + (13 \times 4)}{69} = \frac{14 + 147 + 52}{69} = \frac{213}{69} = 3,08$$

Berdasarkan data pada tabel 10 dalam indikator kesenangan dengan pertanyaan “pesan moderasi beragama yang disampaikan video animasi berjudul Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan dapat memuaskan rasakeingintahuan saya” dapat Dari 69 responden yang disurvei, 13 atau 18,8% sangat setuju, 49 atau 71,0% setuju, 7 atau 10,1% mengatakan tidak menemukan, 0%, atau tidak ada yang menyatakan tidak setuju sama sekali.

Kemudian, berdasarkan nilai rata-rata yang diperoleh dari indikator kesenangan item 4 sebesar 3,08 berada dalam rentang 2,51-3,25 angka ini termasuk pada kategori efektif. Artinya video animasi youtube convey indonesia dapat dapat memuaskan rasa ingin keingintahuan penonton kanal youtube convey indonesia.

Tabel 11. Indikator Kesenangan
Para penonton merasa terhibur setelah melihat video animasi Youtube
Convey Indonesia

x5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	Ts	9	13,0	13,0	13,0
	S	47	68,1	68,1	81,2
	Ss	13	18,8	18,8	100,0
	Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Olahan dari data hasil kuisisioner item 5.

$$X = \frac{\Sigma x}{N} = \frac{(9 \times 2) + (47 \times 3) + (13 \times 4)}{69} = \frac{18 + 141 + 52}{69} = \frac{211}{69} = 3,05$$

Berdasarkan data pada tabel 11 dalam indikator kesenangan dengan pertanyaan “saya merasa terhibur dengan melihat video animasi berjudul Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan pada kanal *Youtube Convey Indonesia*” dapat Dari 69 responden yang dijadikan sampel, 13 responden menyatakan sangat setuju atau 18,8%, 47 setuju atau 68,1%, 9 tidak setuju atau 13,0%, 0% atau tidak ada yang menjawab. sangat tidak setuju.

Kemudian, berdasarkan nilai rata-rata yang diperoleh dari indikator kesenangan item 5 sebesar 3,05 berada dalam rentang 2,51-3,25 angka ini termasuk pada kategori efektif. Artinya video animasi youtube convey indoneisa dapat menghibur penonton youtube convey indonesia.

Tabel 12. Indikator Kesenangan

Para penonton merasa senang melihat visualisasi dari video animasi berjudul “Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan” pada kanal *Youtube Convey Indonesia*

x6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ts	2	2,9	2,9	2,9
	S	36	52,2	52,2	55,1
	Ss	31	44,9	44,9	100,0
	Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Olahan dari data hasil kuisisioner item 6.

$$X = \frac{\Sigma x}{N} = \frac{(2 \times 2) + (36 \times 3) + (31 \times 4)}{69} = \frac{4 + 108 + 124}{69} = \frac{236}{69} = 3,42$$

Berdasarkan data pada tabel 12 dalam indikator kesenangan dengan

pertanyaan “saya merasa terhibur dengan melihat video animasi berjudul “ Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan ” pada kanal *Youtube Convey Indonesia* ” dapat dari 69 responden yang diambil sebagai sampel, 31 atau 44,9% sangat setuju, 36 atau 52,2% setuju dan 2 atau 4,35% tidak setuju. Dan 0% atau tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Kemudian, berdasarkan nilai rata-rata yang diperoleh dari indikator kesenangan item 6 sebesar 3,42 berada dalam rentang 3,26-4,00 angka ini termasuk pada kategori sangat efektif. Artinya *penonton youtube convey* senang melihat bentuk visualisasi dari video animasi youtube convey indonesia.

Tabel 13. Indikator Kesenangan

Metode sosialisasi yang digunakan sangat menarik

		x7			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ts	12	17,4	17,4	17,4
	S	31	44,9	44,9	62,3
	Ss	26	37,7	37,7	100,0
	Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Olahan dari data hasil kuisioner item 7.

$$X = \frac{\sum x}{N} = \frac{(12 \times 2) + (31 \times 3) + (26 \times 4)}{69} = \frac{24 + 93 + 104}{69} = \frac{221}{69} = 3,20$$

Berdasarkan data pada tabel 13 dalam indikator kesenangan dengan pertanyaan “metode sosialisasi yang dipakai kanal *Youtube Convey Indonesia* sangat kreatif.” dapat Dari 69 responden yang dijadikan sampel, 26 atau 37,7% setuju sepenuhnya, 31 atau 44,9% setuju, 12 atau 17,4% tidak setuju, 0% Atau tidak sama sekali diketahui tidak setuju. Yang menjawab sangat tidak setuju.

Kemudian, berdasarkan nilai rata-rata yang diperoleh dari indikator kesenangan item 7 sebesar 3,20 berada dalam rentang 2,51-3,25 angka ini termasuk pada kategori sangat efektif. Artinya metode sosialisasi yang dipakai kanal *Youtube Convey Indonesia* sangat kreatif sehingga dapat

menarik perhatian para penonton *Youtube Convey Indonesia*

Analisis perhitungan rata-rata indeks kegembiraan secara keseluruhan bertujuan mengetahui nilai tingkat kinerja. Perhitungannya adalah :

Diketahui:

Nilai rerata item nomor 4: 3,08

Nilai rerata item nomor 5: 3,05

Nilai rerata item nomor 6: 3,42

Nilai rerata item nomor 7: 3,20

$$\frac{3,08 + 3,05 + 3,42 + 3,20}{4} = \frac{12,75}{4} = 3,18$$

Dari perhitungan diatas, nilai untuk indikator kesenangan yaitu sebesar 3,18 nilai ini pada rentang 2,51-3,25 angka ini termasuk pada kategori efektif

3. Indikator Memengaruhi Sikap

Indikator memengaruhi sikap merupakan efek dari indikator pemahaman dan kesenangan yang dapat mempengaruhi sikap. Pada penelitian ini indikator menginformasikan moderasi beragama yang disampaikan oleh kanal Youtube Convey Indonesia yang berupa desain dan video dapat memengaruhi sikap dari penonton Youtube Convey Indonesia atau tidak.

Tabel 14. Indikator Memengaruhi Sikap

Para penonton menjadi lebih toleran setelah melihat video animasi berjudul “ Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan ” pada kanal Youtube Convey Indonesia

x8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ts	22	31,9	31,9	31,9
	S	38	55,1	55,1	87,0
	Ss	9	13,0	13,0	100,0

x8				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Olahan dari data hasil kuisisioner item 8.

$$X = \frac{\sum x}{N} = \frac{(22 \times 2) + (38 \times 3) + (9 \times 4)}{69} = \frac{44 + 114 + 36}{69} = \frac{194}{69} = 2,81$$

Berdasarkan data pada tabel 14 dalam indikator memengaruhi sikap dengan pertanyaan “saya menjadi lebih toleran setelah melihat video animasi berjudul “ Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan ” pada kanal *Youtube Convey Indonesia*” dari 69 orang responden diambil sampel, sebanyak 9 orang dalam presentase 13,0% menjawab sangat setuju, sebanyak 38 orang dalam presentase 55,1% menjawab setuju, 22 orang dalam presentase 31,9% menjawab tidak setuju, dan 0% tidak satupun orang yang menjawab sangat tidak setuju.

Kemudian, berdasarkan nilai rata-rata yang diperoleh dari indikator memengaruhi sikap item 8 sebesar 2,81 berada dalam rentang 2,51-3,25 angka ini termasuk pada kategori efektif. Artinya video animasi *Youtube Convey Indonesia* dapat membuat penonton *Youtube Convey Indonesia* menjadi lebih toleran.

4. Indikator Relasi Sosial yang Baik

Indikator hubungan sosial yang baik adalah ketergantungan pada interaksi dengan orang lain, keinginan untuk dicintai dan dicintai, dan relasi yang baik dengan orang lain pada interaksi dan komunikasi, kontrol dan kekuasaan, cinta dan kasih sayang. Metrik ini menandakan bahwa ada relasi sosial yang baik sesama komunikator, audiens, serta komunikator, pengelola akun.

Tabel 15. Indikator Relasi Sosial yang Baik Pengurus akun Youtube Convey Indonesia suka membalas pada kolom komentar

x9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ts	15	21,7	21,7	21,7
	s	49	71,0	71,0	92,8
	ss	5	7,2	7,2	100,0
	Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Olahan dari data hasil kuisisioner item 9.

$$X = \frac{\sum X}{N} = \frac{(15 \times 2) + (49 \times 3) + (5 \times 4)}{69} = \frac{30 + 147 + 20}{69} = \frac{197}{69} = 2,85$$

Berdasarkan data pada tabel 15 dalam indikator kesenangan dengan pertanyaan “pengurus kanal *Youtube Convey Indonesia* suka membalas komentar para subscribers kanal *Youtube Convey Indonesia* pada kolom komentar” dari 69 responden sebagai sampel, sebanyak 5 7,2% sangat setuju, 49 atau 71,0% setuju, 15 atau 21,7% tidak setuju, 0% atau tidak ada sangat tidak setuju.

Kemudian, berdasarkan nilai rata-rata yang diperoleh dari indikator relasi sosial yang baik item 9 sebesar 2,85 berada dalam rentang 2,51-3,25 angka ini termasuk pada kategori efektif. Artinya pengurus kanal *Youtube Convey Indonesia* suka membalas komentar para subscribers kanal *Youtube Convey Indonesia* pada kolom komentar.

Analisis perhitungan rata-rata dari keseluruhan indikator relasi sosial yang baik hal ini dirancang untuk menentukan nilai tingkat efisiensi. Perhitungannya adalah sebagai berikut: Diketahui:

Nilai rata-rata item nomor 9: 2,85

Dari perhitungan diatas, nilai untuk indikator perilaku yaitu sebanyak 2,85 nilai ini pada jangkauan indeks 2,51-3,25 yaitu efektif.

5. Indikator Tindakan

Indikator tindakan merupakan hasil dari kumulatif dari keseluruhan proses komunikasi. Karena dalam indikator ini diperlukan pemahaman dari

semua sistematika psikolog yang terlibat dalam proses komunikasi dan indikator lain juga memengaruhi perilaku manusia. Pada efektivitas, indikator tindakan merupakan hal yang paling penting.

Karena sebelum mencapai indikator tindakan, diperlukan indikator-indikator sebelumnya seperti indikator pemahaman, membentuk dan mengubah sikap atau menimbulkan relasi yang baik. Dalam indikator tindakan ini menginformasikan adanya perubahan tindakan setelah melihat pesan moderasi beragama yang disampaikan oleh *Youtube Convey Indonesia*. Perubahan yang mengikuti dari pesan dakwah yang disampaikan akun.

Tabel 16. Indikator Tindakan
Para penonton *Youtube Convey Indonesia* mengikuti isi pesan yang disampaikan

		x10			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ts	21	30,4	30,4	30,4
	S	43	62,3	62,3	92,8
	ss	5	7,2	7,2	100,0
	Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Olahan dari data hasil kuisioner item 10.

$$X = \frac{\sum X}{N} = \frac{(21 \times 2) + (43 \times 3) + (5 \times 4)}{69} = \frac{42 + 129 + 20}{69} = \frac{191}{69} = 2,76$$

Berdasarkan data pada tabel 17 dalam indikator tindakan dengan pertanyaan “saya mengikuti isi pesan yang ada dalam video animasi berjudul *Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan pada kanal Youtube Convey Indonesia*” dapat Dari 69 orang, 7,2% dari 5 sangat setuju, 62,3% dari 43 orang setuju, dan 1% dari 21 orang tahu itu mungkin. 30,4% tanggapan tidaksetuju.

Kemudian, berdasarkan nilai rata-rata yang diperoleh dari indikator tindakan item 10 sebesar 2,91 berada dalam rentang 2,51-3,25 angka ini termasuk pada kategori efektif. Artinya para penonton *Youtube Convey Indonesia* mengikuti isi pesan dalam video animai oleh akun *Youtube Convey Indonesia*.

Tabel 17. Indikator Tindakan
Para penonton *Youtube Convey Indonesia* tertarik membuat video animasi yang sama seperti video animasi pada kanal *Youtube Convey Indonesia*

x11					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ts	15	21,7	21,7	21,7
	S	46	66,7	66,7	88,4
	ss	8	11,6	11,6	100,0
	Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Olahan dari data hasil kuisisioner item 12.

$$X = \frac{\sum X}{N} = \frac{(15 \times 2) + (46 \times 3) + (8 \times 4)}{69} = \frac{30 + 138 + 32}{69} = \frac{200}{69} = 2,89$$

Berdasarkan data pada tabel 18 dalam indikator tindakan dengan pertanyaan “saya tertarik membuat video animasi yang sama seperti video animasi berjudul “ Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan ” pada kanal *Youtube Convey Indonesia*” 69 responden sebagai sampel, 8 orang presentase 11,6% menjawab sangat setuju, 46 orang presentase 66,7% menjawab setuju, 15 orang presentase 21,7% menjawab tidak setuju, dan 0% tidak satupun orang yang menjawab sangat tidak setuju.

Kemudian, berdasarkan nilai rerata yang diperoleh dari indikator tindakan item 11 sebesar 2,89 berada dalam rentang 2,51-3,25 angka ini termasuk pada kategori efektif. Artinya penonton *Youtube Convey Indonesia* tertarik membuat video animasi yang sama seperti video animasi berjudul “ Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan ” pada kanal *Youtube Convey Indonesia*.

Tabel 18. Indikator Tindakan

Para penonton *Youtube Convey Indoneisa* membagikan video animasi berjudul “ Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan ” pada kanal *Youtube Convey Indonesia* .

x12					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ts	19	27,5	27,5	27,5
	S	41	59,4	59,4	87,0
	ss	9	13,0	13,0	100,0
	Total	69	100,0	100,0	

Sumber: Olahan dari data hasil kuisioner item 12

$$X = \frac{\sum x}{N} = \frac{(19 \times 2) + (41 \times 3) + (9 \times 4)}{69} = \frac{38 + 123 + 36}{69} = \frac{197}{69} = 2,85$$

Berdasarkan data pada tabel 19 dalam indikator tindakandengan pertanyaan “saya ingin membagikan video animasi berjudul “ Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan ” pada kanal *Youtube Convey Indonesia*.” 69 responden sebagai sampel, sebanyak 9 orang presentase 13,0% menjawab sangat setuju, sebanyak 41 orang presentase 59,4% menjawab setuju, 19 orang presentase 27,5% menjawab tidak setuju, dan 0% tidak satupun orang yang menjawab sangat tidak setuju.

Kemudian, berdasarkan nilai rata-rata yang diperoleh dari indikator tindakan item 12 sebesar 3,04 berada dalam rentang 2,51-3,25 angka ini termasuk pada kategori efektif Artinya para penonton ingin membagikan video animasi berjudul “ Narasi Kaum Ekstremis Berbasis Agama di Indonesia Latar Pendidikan dan Aspirasi Keagamaan ” pada kanal *Youtube Convey Indonesia*.

Analisis perhitungan rerata dari jumlah parameter tindakan dimaksudkan mengetahui tingkat efektifitasnya. Perhitungannya sebagai

berikut :

Diketahui:

Nilai rerata item nomor 10: 2,76

Nilai rerata item nomor 11: 2,89

Nilai rerata item nomor 12: 2,85

$$\frac{2,76 + 2,89 + 2,85}{3} = \frac{8,5}{3} = 2,83$$

Dari perhitungan tersebut, nilai untuk indikator tindakan yaitu sebesar 2,83 nilai ini berada pada rentang skala 2,51-3,25 yaitu efektif.

6. Hasil Skor Rata-Rata

Setelah masing-masing dari indikator efektivitas komunikasi seperti perhatian, kesenangan, mempengaruhi sikap, relasi sosial yang baik, dan tindakan diketahui jumlah rata-ratanya, selanjutnya yaitu menghitung berdasarkan keseluruhan dari indikator efektivitas untuk mengetahui jumlah rata-rata akhir. Diolah dengan menggunakan rumus skor rata-rata:

$$\frac{3,33 + 3,18 + 2,81 + 2,85 + 2,83}{5} = \frac{15}{5} = 3,0$$

Berdasarkan data hasil rata-rata akhir dari keseluruhan indikator efektivitas komunikasi, diketahui bahwa skor pemberian bobot yang dimiliki oleh masing-masing tahapan indikator dari jawaban 69 responden. Pada indikator pengertian terdapat skor rata-rata sebesar 3,33, kesenangan, 3,18, mempengaruhi sikap 2,81, dan relasi sosial yang baik 2,85. Adapun tindakan di angka 2,83. Didapatkan skor rata-rata keseluruhan efektivitas komunikasi sebesar 3,0 yang berada pada rentang skala 2,51-3,35 yaitu efektif.

B. Pembahasan

Berdasarkan data-data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dan pengisian kuisioner seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka pada bab ini peneliti akan melakukan pembahasan terhadap data yang diperoleh dan kemudian akan dilihat apakah data yang didapat mendukung atau bertentangan dengan teori dan penelitian yang telah ada sebelumnya. Oleh karena itu, berikut pembahasan efektivitas video animasi

sebagai media sosialisasi *Youtube Convey Indonesia*.

1. Indikator Pengertian

Pada indikator pengertian lebih menekankan pada pemahaman para penonton *Youtube Convey Indonesia* terhadap pesan moderasi beragama yang disampaikan lewat video animasi (*motion graphic*) *Youtube Convey Indonesia*. Berdasarkan rata-rata, nilai yang diperoleh yaitu 3,33 dalam hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengertian para penonton *Youtube Convey Indonesia* terhadap pesan moderasi beragama yang disampaikan lewat video animasi (*motion graphic*) *Youtube Convey Indonesia* tergolong sangat tinggi. Hal ini ditandai dengan banyaknya responden yang memilih jawaban sangat paham dengan pesan moderasi beragama dalam video animasi (*motion graphic*) *Youtube Convey Indonesia*.

Dalam menyampaikan pesan, utamanya dalam menyampaikan sosialisasi moderasi beragama melalui video animasi (*motion graphic*) *Youtube Convey Indonesia* yang mempunyai target audiens yang luas dituntut untuk mengemassosialisasi moderasi beragama yang disampaikan dengan ringkas, jelas, mudah dipahami, sesuai dengan fenomena yang sedang terjadi, dan pengemasan visualisasi yang menarik. Karena menurut teori ini, indikator pengertian merupakan tahap awal dalam upaya penyampaian pesan. Maka unggahan video animasi (*motion graphic*) *Youtube Convey Indonesia* harus mampu menyajikan sosialisasi yang ringkas, mudah dipahami, dan sesuai dengan fenomena yang sedang terjadi agar mampu menarik perhatian penonton *Youtube Convey Indonesia*. Hal ini dikarenakan tahap pengertian merupakan tahap penentu untuk melanjutkan pada tahap selanjutnya.

2. Indikator Kesenangan

Pada indikator kesenangan dilihat dari kepuasan rasa ingin tahu para penonton *Youtube Convey Indonesia*, metode sosialisasi yang menarik, dan visualisasi unggahan video animasi (*motion graphic*) *Youtube Convey Indonesia*. Indikator ini lebih menekankan pada kepuasan akan rasa ingin tahu dan senang melihat visualisasi dari unggahan *Youtube Convey Indonesia*. Berdasarkan rata-rata, nilai yang diperoleh yaitu 3,18 dalam hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesenangan para penonton terhadap video

animasi (*motion graphic*) *Youtube Convey Indonesia* tergolong sangat tinggi. Hal iniditandai dengan banyaknya responden yang memilih jawaban sangat setuju bahwa pesan moderasi beragama yang disampaikan video animasi (*motion graphic*) *Youtube Convey Indonesia* dapat memberikan kesenangan.

Dalam menyampaikan pesan, utamanya dalam menyampaikan sosialisasi moderasi beragama melalui video animasi (*motion graphic*) *Youtube Convey Indonesia* yang mempunyai target audiens yang luas dituntut untuk mengemassosialisasi moderasi beragama dengan kreatif dan unik agar menyenangkan untuk dilihat. Selain itu, di berbagi pesan moderasi beragama baik menghindari implementasi bahasa yang sulit dimengerti oleh target atau segmentasi yang dituju. Hindari implementasi kalimat yang terkesan menggurui dan memojokkan. Berikan informasi secara ringkas dan jelas, agar pesan moderasi beragama yang disampaikan video animasi (*motion graphic*) *Youtube Convey Indonesia* mudah dipahami oleh para pengikut akun, para pengikut puas akan rasa ingin tahunya, dan meminimalisir kemungkinan terjadinya salah persepsi para penonton *Youtube Convey Indonesia*.

3. Indikator Memengaruhi Sikap

Pada indikator memengaruhi sikap dilihat dari perubahan sikap penonton yang lebih toleran setelah melihat video animasi (*motion graphic*) *Youtube Convey Indonesia*. Berdasarkan rata-rata, nilai yang diperoleh yaitu 2,81 dalam hal ini menunjukkan bahwa tingkat perubahan sikap para penonton *Youtube Convey Indonesia* ke arah toleransi tergolong tinggi. Hasil ini sesuai dengan teori efektivitas dalam komunikasi menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss yang menyatakan bahwa suatu komunikasi dinyatakan efektif jika pesan dakwah yang disampaikan komunikator berhasil mempengaruhi sikap dari komunikan. Maka video animasi (*motion graphic*) *Youtube Convey Indonesia* sudah mampu menyajikan pesan moderasi beragama dengan ringkas, mudah dipahami, sesuai dengan fenomena yang sedang terjadi, dan visualisasi yang menarik berhasil mempengaruhi para penonton *Youtube Convey Indonesia* dalam perubahan sikap yang lebih toleran.

4. Indikator Relasi Sosial yang Baik

Pada parameter relasi sosial yang baik dilihat dari interaksi penonton *Youtube Convey Indonesia* dengan pengurus kanal *Youtube Convey Indonesia*. Indikator ini lebih menekankan pada interaksi antara pengurus kanal *Youtube Convey Indonesia* dengan penonton *Youtube Convey Indonesia* melalui fitur kolom komentar. Berdasarkan rata-rata, nilai yang diperoleh yaitu 2,85 dalam hal ini menunjukkan bahwa tingkat relasi sosial yang baik antara penonton *Youtube Convey Indonesia* dengan pengurus kanal *Youtube Convey Indonesia* melalui fitur kolom komentar dan *direct message* tergolong tinggi.

5. Indikator Tindakan

Pada indikator tindakan menekankan pada ketertarikan penonton *Youtube Convey Indonesia* untuk membuat karya serupa dengan video animasi (*motion graphic*) *Youtube Convey Indonesia* dan keinginan para penonton akun untuk membagikan video animasi (*motion graphic*) *Youtube Convey Indonesia*. Berdasarkan rata-rata, nilai yang diperoleh yaitu 2,83. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat ketertarikan penonton *Youtube Convey Indonesia* untuk membuat karya serupa dengan video animasi (*motion graphic*) *Youtube Convey Indonesia* dan keinginan para penonton akun untuk membagikan video animasi (*motion graphic*) *Youtube Convey Indonesia* tergolong tinggi.

Video animasi (*motion graphic*) *Youtube Convey Indonesia* dapat menimbulkan keinginan para penonton *Youtube Convey Indonesia* untuk membagikan video animasi (*motion graphic*) *Youtube Convey*, dengan metode yang sama seperti yang dilakukan oleh *Youtube Convey Indonesia*, dan para penonton *Youtube Convey Indonesia* yang mengikuti pesan dari unggahan *Youtube Convey Indonesia*. Sosialisai melalui video animasi (*motion graphic*) seperti yang dilakukan oleh *Youtube Convey Indonesia* dapat meyakinkan para penonton akun hingga ke tahap tindakan. Sesuai dengan teori komunikasi bahwa sebuah komunikasi dikatakan berhasil apabila pesan yang disampaikan dapat mempengaruhi tindakan komunikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan deskripsi data hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan yang terdapat pada rumusan masalah bagaimana efektifitas video animasi (*motion graphic*) sebagai media sosialisasi moderasi beragama pada penonton youtube convey indonesia, didapat hasil perhitungan dari lima indikator efektivitas media yaitu pengertian, kesenangan, memengaruhi sikap, relasi sosial yang baik, dan tindakan. Untuk kesimpulan perindikator dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengertian. Hasil analisis data pada tahap pengertian dapat diketahui bahwa video animasi (*motion graphic*) sebagai media sosialisasi moderasi beragama pada penonton Youtube Convey Indonesia dengan kesimpulan rata-rata 3,33 yaitu rentang skala 3,26-4,00 angka ini pada kategori sangat efektif. Dari hasil rata-rata yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa video animasi (*motion graphic*) sebagai media sosialisasi moderasi beragama pada penonton Youtube Convey Indonesia sangat efektif dalam memberi sosialisasi mengenai toleransi dalam beragama dan segala perbedaan yang ada.

2. Kesenangan. Hasil analisis data pada tahap kesenangan dapat diketahui bahwa melalui video animasi (*motion graphic*) sebagai media sosialisasi moderasi beragama pada penonton Youtube Convey Indonesia hasil skor rata-rata 3,18 yaitu pada rentang skala 2,25-3,25 angka ini termasuk pada kategori efektif. Dari hasil rata-rata yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa video animasi (*motion graphic*) sebagai media sosialisasi moderasi beragama pada penonton Youtube Convey Indonesia sangat efektif dalam menghibur, metode yang digunakan menarik, memuaskan rasa ingin tahu para penonton dan merasa senang melihat visualisasi video tersebut.

3. Memengaruhi sikap. Hasil analisis data pada tahap memengaruhi sikap dapat diketahui bahwa video animasi (*motion graphic*) sebagai media sosialisasi moderasi beragama pada penonton Youtube Convey Indonesia hasil skor rata-rata 2,81 yaitu pada rentang skala 2,25-3,25 angka ini termasuk pada kategori efektif. Dari hasil rata-rata yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa video animasi (*motion graphic*) sebagai media sosialisasi moderasi beragama pada penonton Youtube Convey Indonesia cukup efektif dalam memengaruhi penonton dalam bertoleransi setelah melihat video animasi Youtube Convey Indonesia.

4. Relasi sosial yang baik. Hasil data pada tahap relasi sosial yang baik dapat diketahui bahwa video animasi (*motion graphic*) sebagai media sosialisasi moderasi beragama pada penonton Youtube Convey Indonesia hasil skor rata-rata 2,85 yaitu pada rentang skala 2,25-3,25 angka ini termasuk pada kategori efektif. Dari hasil rerata yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa video animasi (*motion graphic*) sebagai media sosialisasi moderasi beragama pada penonton Youtube Convey Indonesia cukup baik. Terjalannya relasi yang baik antara kanal Youtube dengan para penonton melalui kolom komentar

5. Tindakan. Hasil analisis data pada tahap tindakan dapat diketahui bahwa video animasi (*motion graphic*) sebagai media sosialisasi moderasi beragama pada penonton Youtube Convey Indonesia dengan hasil skor rata-rata 2,83 yaitu pada rentang skala 2,25-3,25 angka ini termasuk pada kategori efektif. Dari hasil rata-rata yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa video animasi (*motion graphic*) sebagai media sosialisasi moderasi beragama pada penonton Youtube Convey Indonesia sangat efektif dalam membuat penonton Youtube Convey Indonesia mengikuti pesan yang disampaikan melalui video animasi, tertarik melakukan sosialisasi moderasi beragama dengan metode yang sama, dan mendorong penonton Youtube Convey Indonesia membagi unggahan video animasi Youtube Convey Indonesia.

Berdasarkan kelima indikator ini diperoleh rata-rata yang berada pada rentang, yaitu efektif. Dengan demikian video animasi (*motion graphic*) efektif sebagai media sosialisasi moderasi beragama pada penonton Youtube Convey Indonesia.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, video animasi (*motion graphic*) sebagai media sosialisasi moderasi beragama pada penonton youtube convey indonesia dinyatakan efektif. Dikarenakan masih ditingkatkan lagi menjadi sangat efektif dengan melakukan evaluasi. Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Convey Indonesia

Diharap kepada pihak Convey Indonesia agar lebih sering berinteraksi dengan para penonton youtube dan para pelanggan atau subscribers dengan mengelola

komunitas pada kanal Youtube Convey Indonesia.

2. Bagi Masyarakat

Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin berkembang dan semakin canggih, masyarakat diharap lebih cerdas dalam memanfaatkan media sosial dalam hal yang baik dan positif. Masyarakat dapat memanfaatkan perkembangan teknologi dalam berbagai bidang diantaranya sebagai sarana informasi belajar online, berdiskusi, sarana sosialisasi dalam berbagai perbedaan yang ada.

3. Bagi Pembuatan Video Animasi (*motion graphic*)

Diharap bagi pembuat video animasi (*motion graphic*) dapat mengikuti perkembangan zaman terutama trend yang sedang diminati para penonton, lebih atraktif dan lebih kreatif dalam menggambarkan moderasi beragama. Seperti yang dilakukan Youtube Convey Indonesia mencari topik terkini dalam menggambarkan perbedaan agar mudah diterima.

4. Bagi Akademis

Akademisi diharapkan dapat memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi dan kreatifitas dalam pendidikan. Seperti menggunakan video animasi dalam menyampaikan hasil penelitian, berdiskusi melalui media sosial, dan menggunakan e-mail sebagai sarana pengumpulan tugas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan, Munawar Syamsudin, *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013
- Creswell, John W, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*.terj.Achmad Fawaid, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015
<http://conveyindonesia.com/id/>
- Indriana Puspita. “ *Efektivitas implementasi Media Video Animasi Dalam Proses Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Kelas VII-I Di SMP Negeri 9 Tangerang Selatan* ”.Skripsi 2018.
- Isnaini, Afidah nur Hidayah, *Efektivitas Media Dakwah Pada Followers Akun Instagram @Nunuzoo di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, Yogyakarta: prodi KPI UIN Sunan Klajaga, 2018
- Jusrianto, Abi, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta:C.V Andi Offset, 2009.
- Liliweri, Alo, *Komunikasi Antarpersonal Edisi Pertama*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group , 2015
- Mafis, Ahmad Ghifary Rijalun, *Efektiviitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada Produk Jilbab Afra*, Semarang : Fakultas ekonomu dan Bisnis Islam UIN Walisongo, 2017
- Mishadin . 2012. “ *Efektivitas Media Pembelajaran Berbasis Komputer Pada Mata Pelajaran Elektronika Terhadap Prestasi Belajar Siswa Kelas XI Di SMK Sedayu Bantul* ” dalam Skripsi.Yogyakarta.UNY.
- Mochamad Caherul Latief, Dkk.2018 . “ *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Penerimaan Pesan Mahasiswa Dalam Kegiatan Pembelajaran Mengajar Di Fakultas Teknologi Informasi Dan Komunikasi USM* ” dari jurnal *Dinamika Sosial Budaya*.Semarang.USM.
- Nasrullah, Rulli, *Media Sosial*, Bandung:Alfabeta, 2016.
- Oktivita Putri, *Efektivitas Implementasi Media Pembelajaran Mengenal Produk Hasil Pengawetan Bahan Hewani Yang Diasinkan Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas Viii Smp Negeri 1 Kalibawang*, Thesis, (Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta,2019)
- Sugiharto dkk, *Teknik Sampling* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003
- Waryono dkk, *Pedoman Penulisan Skripsi*, Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan

Kalijaga, 2014.

Wicak,Hidayat.2014."Pegguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia",
https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pegguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media diakses pada 9 nov 2021 pukul
23:16



Youtube convey indonesia

Zainal Abidin dkk , *Video Animasi sebagai Media Pembelajaran Efektif bagi siswa sekolah dasar di masa pandemi covid-19* oleh di jurnal of media communication Science 2021.

