

DAKWAH MELALUI BONEKA (STUDI PADA USTADZAH LULU SUSANTI)

Nanda Elma Fitriani

maullananda13@gmail.com

Lina Amiliya S

linaamelia529@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Abstract

The purpose of this study was to find out the proselytizing strategy carried out by Ustadzah Lulu Susanti with puppet media. Modern society that tends to be pragmatic is also inseparable from the target of da'i. However, people tend to like a unique treat in proselytizing, namely using the medium of proselytizing. This research method uses qualitative with a descriptive approach. The primary data in this study was obtained by looking at the proselytizing carried out by Ustadzah Lulu Susanti in the media. Meanwhile, secondary data in this study were obtained from literature studies, journals, and other documents needed for the preparation of this article. This data analysis technique uses the Miles and Huberman Model with data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of this study show that Dolls are one of the proselytizing media used by Ustadzah Lulu Susanti in delivering her syiar. This will certainly attract the attention of mad'u, especially among children. Thus, the treat of proselytizing becomes the satisfaction of mad'u who listens to the proselytizing. Ina is a doll name used in delivering proselytizing by Ustadzah Lulu which is able to attract a lot of attention from the public.

Keywords: Da'wah, Da'wah Media, Dolls

Abstrak

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dakwah yang dilakukan oleh Ustadzah Lulu Susanti dengan media boneka. Masyarakat modern yang cenderung pragmatis juga tidak terlepas dari sasaran da'i. Namun, masyarakat cenderung menyukai suguhan yang unik dalam dakwah yaitu menggunakan media dakwah. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data primer dalam penelitian ini adalah diperoleh dengan cara melihat dakwah yang dilakukan oleh Ustadzah Lulu Susanti dalam media. Sedangkan, data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi pustaka, jurnal, dan dokumen lain yang diperlukan untuk penyusunan artikel ini. Teknik analisis data ini menggunakan Model Miles dan Huberman dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Boneka merupakan salah satu media dakwah yang digunakan oleh Ustadzah Lulu Susanti dalam menyampaikan syiarnya. Hal ini tentunya akan menarik perhatian mad'u terutama pada

kalangan anak-anak. Sehingga, suguhan dakwah menjadi kepuasan mad'u yang mendengarkan dakwah tersebut. Ina merupakan nama boneka yang digunakan dalam menyampaikan dakwah oleh Ustadzah Lulu yang mampu menarik banyak perhatian dari masyarakat.

Kata Kunci: Dakwah, Media Dakwah, Boneka

A. PENDAHULUAN

Perkembangan media komunikasi saat ini memiliki pengaruh yang sangat kuat bagi masyarakat luas.¹ Hal ini perlu disadari oleh setiap da'i. Bahwa metode-metode ataupun media yang digunakan dalam menyampaikan materi dakwah perlu mengikuti perkembangan media yang ada. Media dakwah dengan menggunakan mimbar, ceramah ataupun komunikasi satu arah perlu dilakukan sebuah inovasi baru sebagai sebuah jawaban atas perkembangan media tersebut. Inovasi yang dilakukan tentu juga tanpa mengecilkan peran pendekatan dakwah dengan metode ceramah atau mimbar ini. Sudah saatnya para da'i mulai mengubah strategi dakwahnya kepada dakwah yang lebih substantif (bersifat langsung pada inti persoalan), objektif (sesuai persoalan objeknya, baik materi maupun sasaran dakwahnya), efektif (mempertimbangkan kondisi ruang dan waktu), aktual (mengikuti perkembangan arah dan orientasi budaya masyarakat) serta faktual (berdasarkan fakta-fakta empirik).²

Strategi dakwah dengan inovasi baru harus dilakukan secara terus menerus, mengingat dakwah adalah upaya menyampaikan nilai-nilai keIslaman. Sehingga agar materi dakwah dapat diterima dengan baik oleh mad'u, perlu dilakukan upaya secara konsisten dan bahkan dapat dilakukan sejak masa kanak-kanak. Dengan penyampaian dakwah sejak usia dini, apabila nanti dewasa anak-anak akan terbiasa dengan kegiatan dakwah. Namun untuk dapat menyampaikan dakwah dengan baik kepada anak-anak, perlu disesuaikan dengan dunia mereka. Termasuk salah satunya adalah dakwah

¹ Zuhdan Aziz, "Fluxus Animasi Dan Komunikasi Di Era Media Baru Digital," *Channel Jurnal Komunikasi* Vol. 07, no. 01 (April 2019).

² Irzum Farihah, "Media Dakwah Pop," *Jurnal At-Tabsyir, Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* Vol 01, no. 02 (July 2013).

menggunakan media boneka. Boneka adalah salah satu permainan yang digemari oleh anak-anak. Selain itu, boneka juga digunakan untuk media pembelajaran termasuk dalam proses kegiatan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan, atau dalam hal ini dapat digunakan sebagai media penyampai pesan dakwah dari da'i kepada mad'u.³

Dakwah melalui boneka bukan suatu hal asing lagi. Sebagaimana dakwah yang dilakukan oleh Ustadzah Lulu Susanti yang menyampaikan materi dakwah dengan sasaran anak-anak menggunakan boneka. Karakter dalam boneka yang digunakan Ustadzah Lulu Susanti bersifat positif, ceria serta ekspresif. Dengan proses inilah dakwah bisa disampaikan secara baik sehingga menghasilkan interaksi yang baik dan lancar antara da'i atau Ustadzah Lulu dengan mad'u atau anak-anak. Melalui cerita dari boneka yang digerakkan oleh tangan tersebut menumbuhkan rasa sosial, intelektual, emosional pada diri anak-anak yang menumbuhkan imajinasi tersendiri terhadap apa yang disampaikan.⁴ Boneka yang bernama Ina merupakan teman dalam menyampaikan dakwah oleh Ustadzah Lulu yang mampu menarik banyak perhatian dari masyarakat.

Sudah banyak yang mengatakan bahwa dakwah dapat dilakukan melalui media apapun selama media tersebut dapat diterima oleh mad'u dan efisien dalam menyampaikan materi dakwah. Diantaranya penelitian dari Lina Amiliya dengan judul *Pertunjukan Sholawat Rodad sebagai Media Dakwah* yang menjelaskan bahwa setiap gerakan yang dimainkan penari memiliki makna dakwah tentang habluminallah dan habluminannas.⁵ Selain itu penelitian dari Eko Setiawan dengan judul *Makna Nilai Filosofi Wayang Kulit sebagai Media Dakwah* juga menjelaskan bahwa nilai-nilai filosofi yang terdapat dalam cerita pewayangan selalu mengajak masyarakat untuk berbuat

³ Mar'atul Fatimatuz Zahro, Iklila Febrianti Fiorentisa, dan Aisyaroh Fatini, "Pengembangan Bahasa Anak Usia Dini Melalui Metode Bercerita Dengan Boneka Tangan," *Jurnal Preschool* Vol. 01, no. 01 (July 2020).

⁴ Intan, Dang. 2018. "Model Dakwah Melalui Media Boneka". *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Vol. 3, No. 4.

⁵ Lina Amiliya, "Pertunjukan Solawat Rodad Sebagai Media Dakwah," *Jurnal AlMishbah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi* Vol. 18, no. 01 (2022).

baik dan menghindari kejahatan.⁶ Penelitian dari Muhammad Yusuf dengan judul *Seni sebagai Media Dakwah* juga menjelaskan bahwa dengan memanfaatkan seni sebagai media dakwah tersebut, terbukti agama Islam bisa diterima ditengah-tengah masyarakat Jawa dan berkembang pesat.⁷

Menanggapi latarbelakang di atas, maka diperlukan suatu penelitian terkait dakwah melalui boneka khususnya yang dilakukan oleh Ustadzah Lulu Susanti. Mengingat penyampaian materi dakwah dapat dilakukan melalui media apa saja, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh ketiga penulis yang telah disebutkan di atas. Selain itu, boneka sebagai media dakwah adalah suatu inovasi yang jarang dilakukan oleh da'i-da'i lainnya. Padahal boneka memiliki daya tarik tersendiri bagi kalangan usia anak-anak. Sehingga nantinya diketahui bagaimana dakwah yang dilakukan oleh Ustadzah Lulu Susanti melalui boneka bernama Ina.

B. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, metode yang penulis gunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Metode Definisi deskriptif ini mengarah kepada penelitian dengan metode yang menggambarkan suatu hasil penelitian. Sesuai dengan namanya, deskriptif memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan, deskripsi mengenai fenomena yang diteliti.⁸ . Data primer dalam penelitian ini adalah diperoleh dengan cara melihat dakwah yang dilakukan oleh Ustadzah Lulu Susanti dari berbagai literatur. Sedangkan, data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi pustaka, jurnal, dan dokumen lain yang diperlukan untuk penyusunan artikel ini. Teknik analisis data ini menggunakan model Miles dan Huberman, yang mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data

⁶ Eko Setiawan, "Makna Nilai Filosofi Wayang Kulit Sebagai Media Dakwah," *Jurnal Al-Hikmah* Vol. 18, no. 01 (April 2020).

⁷ Muhammad Yusuf, "Seni Sebagai Media Dakwah," *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* Vol. 02, no. 01 (2018).

⁸ Muhammad Ramdhan, *Metode Penelitian*, ed. Cipta Media Nusantara (Surabaya, 2021), hlm. 7.

kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus hingga tuntas.⁹

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Dakwah Ustadzah Lulu Susanti

Dakwah merupakan kata yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Dakwah adalah kegiatan untuk mengajak dan menyeru manusia kepada Islam, agar manusia memperoleh jalan hidup yang baik.¹⁰ Sehingga, diridhoi oleh Allah SWT sehingga hidup dan kehidupannya selama di dunia dan akhirat kelak. Pada hakikatnya kehidupan di dunia ini adalah pengantar kehidupan akhirat yang abadi.

Pemahaman tentang dakwah tidaklah bisa di ketahui melalui dari segi bahasanya saja, hal ini dikarenakan dakwah dari segi bahasa masih memiliki sifat dan karakteristik yang umum. Menurut Dr. Qurasy Shihab dakwah merupakan seruan kepada manusia untuk mengubah situasi yang lebih baik.¹¹ Perwujudan dakwah bukan hanya sekedar usaha peningkatan pemahaman dalam tingkah laku saja, melainkan harus berperan secara langsung menuju pelaksanaan ajaran yang lebih menyeluruh dari berbagai aspek kehidupan.

Dakwah yang diterima masyarakat saat ini adalah dakwah mempunyai ragam dan ciri khas dalam penyampaianya terutama dengan media yang digunakan.¹² Masing-masing komponen dakwah yang disampaikan juga harus memperhatikan nilai-nilai budaya yang sedemikian rupa sehingga membentuk relativitas. Media merupakan segala hal yang dapat mengantarkan tercapainya hal yang dimaksud. Media juga sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Perlu diperhatikan juga oleh seorang da'i dalam menggunakan media dakwah sebab setiap media memiliki karakteristik yang berbeda-beda.

⁹ Kartika Dewi Anggraini, "Gaya Bahasa Pesan Dakwah Ustadzah Lulu Susanti Dalam Video Youtube Pemuda Masa Lalu, Kini Dan Nanti," *KPI UIN Sunan Ampel*, 2019.

¹⁰ Aminudin, "Media Dakwah," *Al-Munzir* Vol. 9. No (2016).

¹¹ Toha, *Islam dan Dakwah*, (Jakarta: Zakia Islami Press, 2004), 67.

¹² Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), 403.

Media dakwah yang digunakan untuk menyampaikan informasi tersebut bukan hanya bertujuan untuk orang lain mengerti dan memahami isi dari informasi, akan tetapi supaya memahami isi dari suatu pesan yang disampaikan dan orang tersebut menundukkan diri pada isi pesan dakwah tersebut. Dengan hal tersebut, kegiatan dakwah akan berisi kegiatan sosialisasi idea dan konsep serta internalisasi nilai dan kaidah ajaran Islam, sehingga termasuk ke dalam kepribadian seseorang.

Dakwah terhadap anak-anak membutuhkan pendekatan secara khusus, karena mengingat anak-anak adalah generasi penerus bangsa yang diharapkan memiliki akhlak yang baik. Seiring berkembangnya zaman yang semakin global, dakwah dilakukan dengan berbagai metode yang dikembangkan dengan inovasi baru. Seperti halnya yang dilakukan oleh Ustadzah Lulu Susanti yang melakukan dakwah menggunakan media boneka yang mampu menyampaikan pesan kepada anak-anak yang menjadi mad'unya.

Ustadzah Lulu Susanti merupakan pendakwah yang memiliki cara unik untuk menarik perhatian pendengarnya. Menggunakan media dakwah boneka yang dinamai Ina, dakwahnya berhasil diterima oleh banyak kalangan terutama anak-anak. Melalui cerita dongeng yang disampaikan pesan tersebut bisa memotivasi dan menginspirasi. Video dakwah yang banyak di unggah melalui media sosial, youtube, atau tayangan televisi menyampaikan karakter dakwahnya yang memiliki ciri khas. Diantara ciri khas tersebut tentunya ada dua peran yang dimainkan yaitu peran sebagai Ustadzah Lulu Susanti sendiri dan juga peran boneka Ina.

Dari uraian diatas, dapat ditarik benang merah bahwa secara mendasar dakwah memiliki dua pengertian. Pertama, dakwah ditujukan kepada seluruh umat manusia di dunia tanpa terkecuali. Kedua, dakwah ditujukan khusus bagi umat Islam. Namun, pada hakikatnya dakwah merupakan segala usaha manusia yang dilakukan secara sadar dan terencana dengan baik dalam bentuk lisan, tulisan dan lain sebagainya. Dakwah sangat memerlukan sebuah media untuk menyampaikan dengan jelas dan menarik perhatian pendengarnya. Hal

tersebut bisa mengajak manusia untuk beramal *ma'ruf nahi mungkar* dengan tanpa adanya unsur paksaan.¹³

2. Dakwah Melalui Media Boneka

Media berasal dari bahasa Latin, *median* yang memiliki arti medium secara etimologi berarti alat perantara. Media sebagai teknologi informasi yang digunakan dalam pengajaran. Media juga bisa disebut dengan alat-alat yang menjelaskan isi dari pesan yang disampaikan seperti buku, film, benda, dan sebagainya. Secara umum, media di pahami sebagai sarana komunikasi kepada audiens terutama dalam menyediakan pengisi waktu luang. Sehingga, media dakwah merupakan peralatan yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Seorang da'i tentunya sudah memiliki tujuan yang hendak dicapai, tujuan tersebut harus efektif dan efisien.

Da'i harus mampu mengorganisir komponen-komponen dakwah secara baik dan tepat. Salah satu komponen tersebut ialah media dakwah.¹⁴ Banyaknya media yang ada, da'i harus pandai dalam memilih media yang efektif dengan prinsip-prinsip media. Dalam memilih sebuah media seorang da'i harus mengetahui dan menguasai media tersebut.

Wasilah atau media dakwah merupakan segala hal yang dapat menghantarkan tercapainya sesuatu yang diinginkan. Menurut Ibn Mandzur, media dakwah diartikan sebagai bentuk jamak dari kata al Washalu dan al Washailu yang berarti singgahsana raja, derajat atau dekat. Sedangkan, secara istilah adalah segala sesuatu yang dapat mendekatkan kepada suatu lainnya.¹⁵ Termasuk media yang digunakan oleh Ustadzah Lulu Susanti dengan media dakwahnya yaitu boneka Ina.

Kehadiran boneka Ina memberikan kolaborasi yang menarik banyak perhatian. Hal tersebut terbukti bahwa komunikasi yang disampaikan dengan

¹³ Eko Sumadi, "Dakwah Dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi," *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* Vol. 4, No (2016).

¹⁴ Irzum Farihah, "Media Dakwah Pop," *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* Volume 1, (2013).

¹⁵ dan Nase Saepudin Zuhri Intan Nurjanah, Dang Eif Saiful Amin, "Model Dakwah Melalui Media Boneka," *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* Vol. 3 No. (2018).

sapaan dan cengkerama dengan anak-anak dan pendengar lainnya. Peran boneka Ina sangat membangkitkan ceritanya dalam berdakwah kepada anak-anak. Berbagai cerita Islami yang disuguhkan Ustadzah Lulu Susanti juga sering melakukan dakwahnya dengan Road Show di berbagai tempat, seperti play grup, TK, RA, Madrasah Tsanawiyah, Pondok Pesantren dan lain sebagainya.

3. Memanfaatkan Boneka Sebagai Media Dakwah

Boneka Ina sebagai sarana penyampaian pesan sangat berperan dalam menyiarkan ajaran Islam. Dalam penyampaiannya, boneka selain sebuah hiburan ternyata boneka juga berfungsi sebagai media yang berisikan tuntutan. Media boneka memiliki peluang besar bagi komunikasi persuasif yang mendapatkan feedback secara positif. Ustadzah Lulu Susanti memiliki cara yang unik dalam berdakwah sehingga pesan yang disampaikan mudah diterima oleh mad'u. dengan cara tersebut mad'u akan fokus untuk mendengarkan kajian yang disampaikan.



*Gambar C.1 Boneka sebagai Media Dakwah
Sumber:¹⁶*

¹⁶ Diary The Onsu, *Ustadzah Lulu Lagi Cerita Tentang Kisah Nabi Ibrahim Nih, Yuk Disimak!* (Youtube, 2022), https://youtu.be/4C_w0A41MAU.

Dakwah terhadap anak-anak membutuhkan pendekatan secara khusus, dakwah juga menjadi kewajiban umat Islam yang tidak hanya disampaikan kepada orang dewasa melainkan kepada anak-anak sebagai penerus bangsa. Ustadzah Lulu Susanti merupakan pendakwah yang menggunakan media boneka. Dalam menyampaikan materinya menggunakan boneka Ina ini yang membuat daya tarik tersendiri untuk anak-anak. Dalam menyampaikan dakwahnya, Ustadzah Lulu Susanti menyampaikan pesan-pesan Islam, kisah-kisah nabi dan lain sebagainya.

Secara tidak langsung melalui proses dakwahnya peran boneka menjadi penting dengan suara Ustadzah Lulu Susanti yang sudah melakukan komunikasi kepada publik. Apapun yang disampaikan kepada pendengarnya itu merupakan sebuah pesan guyonan dan melakukan komunikasi secara langsung. Ina sebagai alat perantara berhasil menyampaikan pesan yang dimainkan menggunakan jari-jari tangan.



*Gambar C2. Cara Ustadzah Lulu Susanti Memainkan Boneka
Sumber:¹⁷*

Dakwah yang dilakukan dengan mendongeng dan bercerita kerap kali disampaikan dengan karakter pembawaannya yang menyenangkan. Sehingga,

¹⁷ Dunia Kheyli, *Safari Dakwah Ustazah Lulu Susanti Dan Boneka Ina Yang Lucu* (Youtube, 2022), <https://youtu.be/uxJX8O3bMDo>.

dakwah yang dilakukan bisa dikatakan berhasil karena tema sesuai dengan karakter anak itu sendiri. Pembawaan dengan cara menyapa dan bercengkerama dan tentunya menceritakan peran Ina dalam membangkitkan citanya dalam berdakwah kepada anak. Anak-anak sebagai pendengar tentunya sudah memiliki daya tarik tersendiri dengan apa yang disampaikan oleh Ustadzah Lulu Susanti.

Ustadzah Lulu Susanti menggunakan ruang publik yang mudah di akses oleh banyak kalangan. Sasaran dalam dakwahnya menuju pesantren-pesantren, panti asuhan, televisi, youtube. Ruang publik yang meluas dan mudah di temukan ini mempermudah jalannya dakwah. Sehingga esesensi dakwah yang disampaikan menimbulkan banyak respon baik dari berbagai kalangan.

Konteks dakwah Ustadzah Lulu Susanti juga dikaitkan dengan fenomena yang terjadi. Konteks yang terlibat di dalamnya kebanyakan dari anak-anak sehingga tema yang dibawakan juga disesuaikan dengan apa yang ada. Didalamnya terlibat hubungan yang kompleks antara da'i dengan mad'u, sehingga ada kesinambungan diantara keduanya. Peran ustadzah Lulu Susanti memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap anak-anak. Ina boneka yang berhasil melakukan kolaborasi yang melahirkan generasi anak yang berintelektual dan berprestasi dengan apa yang disampaikan. Peran *story teller* dan kecintaannya kepada dunia anak membuatnya belajar untuk menjadi pendongeng yang baik.

Akan tetapi, dalam kehidupan sehari-hari banyak persoalan yang terjadi. Banyaknya kelibatan publik juga akan mempengaruhi esensi dari berbagai aspek. Isu-isu publik yang semakin banyak di kalangan masyarakat menimbulkan banyak perspektif dalam masyarakat. Salah satunya isu-isu dalam dunia dakwah, apa yang disampaikan jika tidak difikirkan secara matang baik terkait tema, sasaran dakwah juga akan menimbulkan permasalahan. Dalam dakwah yang dilakukan Ustadzah Lulu Susanti bisa memberikan kebijakan publik yang baik diiringi dengan berkembangnya zaman.

Teknologi yang semakin berkembang pesat juga akan menambah permasalahan yang akan dihadapi. Disinilah strategi dakwah sangat dibutuhkan

untuk terus mengembangkan nilai-nilai Islam yang dipadukan secara kreatif dan inovatif dalam kehidupan masyarakat. Dakwah tersebut harus mampu mengisi kekosongan hati mad'u tentang ilmu agama, yang di dalamnya mengajarkan perkembangan masa depan yang mengandung nilai dan ajaran Islam. Strategi dakwah yang dilakukan Ustadzah Lulu Susanti juga menyampaikan dakwah yang diunggah dalam beberapa laman Youtube yang memudahkan publik untuk melihatnya.

Metode bercerita merupakan salah satu metode yang dapat digunakan kepada anak-anak dengancerita dongeng. Cerita yang dibawakan juga menarik dan mengandung perhatian anak yang tidak lepas dari tujuan pendidikan kepada anak tersebut. Memanfaatkan media boneka sebagai sarana komunikasi publik menunjukkan bahwa dalam berkomunikasi ada proses yang dibentuk dari dalam terlebih dahulu, sehingga bisa membentuk pribadi yang lebih kompeten. Boneka yang digunakan sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesan terhadap publik secara tidak langsung akan membantu memahami makna dari sebuah pesan yang disampaikan. Dengan media tersebut komunikasi akan berjalan dan melahirkan ide kreatif dalam penciptaan cerita dan merangsang imajinasi mad'u.

D. PENUTUP

Boneka sebagai sarana dakwah Ustadzah Lulu Susanti menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah dilakukan dengan strategi yang tepat. Sarana penyampaian isi pesan dengan sebuah media boneka yang digunakan akan menciptakan komunikasi yang baik. Sehingga publik akan menerima dengan mudah dan saling memberikan *feedback*. Kelebihan dari dakwah yang dilakukan Ustadzah Lulu Susanti ini menunjukkan bahwa keberhasilan *action* memberikan dasar keagamaan bagi anak-anak yang sangat diperlukan sehingga ketika tumbuh dewasa mereka bisa menata pola pikir dan memiliki pijakan dasar. Hal inilah yang membuat dakwah bisa berjalan dengan baik sehingga kemampuan anak-anak yang mendengarkan juga biasa diasah untuk dijadikan bahan dasar komunikasi publik

yang memiliki esensi baik terhadap kemajuan zaman. Prediksinya, mad'u akan meningkatkan kemampuan komunikasi dengan memainkan imajinasi terhadap pesan yang disampaikan. Sedangkan, kekurangan dalam dakwah tersebut sasaran dakwah lebih banyak ditujukan kepada anak-anak saja. Sedangkan mad'u dalam dakwah mencakup semua orang. Dengan mengetahui banyak hal melalui cerita atau dongeng juga diharapkan untuk menambah wawasan atau pengetahuan terhadap ajaran-ajaran Islam. Pengaplikasian media boneka dalam kegiatan dakwah akan menunjukkan aksi dakwah terhadap komunikator lain yang melahirkan daya tarik tersendiri di zaman modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiliya, Lina. "Pertunjukan Solawat Rodad Sebagai Media Dakwah." *Jurnal AlMishbah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi* Vol. 18, no. 01 (2022).
- Aminudin. "Media Dakwah." *Al-Munzir* Vol. 9. No (2016).
- Aziz, Zuhdan. "Fluxus Animasi Dan Komunikasi Di Era Media Baru Digital." *Channel Jurnal Komunikasi* Vol. 07, no. 01 (April 2019).
- Eko Sumadi. "Dakwah Dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi." *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* Vol. 4, No (2016).
- Fariyah, Irzum. "Media Dakwah Pop." *Jurnal At-Tabsyir, Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* Vol 01, no. 02 (July 2013).
- Intan Nurjanah, Dang Eif Saiful Amin, dan Nase Saepudin Zuhri. "Model Dakwah Melalui Media Boneka." *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* Vol. 3 No. (2018).
- Irzum Fariyah. "Media Dakwah Pop." *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* Volume 1, (2013).
- Kartika Dewi Anggraini. "Gaya Bahasa Pesan Dakwah Ustadzah Lulu Susanti Dalam Video Youtube Pemuda Masa Lalu, Kini Dan Nanti." *KPI UIN Sunan Ampel*, 2019.
- Kheylya, Dunia. *Safari Dakwah Ustadzah Lulu Susanti Dan Boneka Ina Yang Lucu*. Youtube, 2022. <https://youtu.be/uxJX8O3bMDo>.
- Muhammad Ramdhan. *Metode Penelitian*. Edited by Cipta Media Nusantara. Surabaya, 2021.

Setiawan, Eko. "Makna Nilai Filosofi Wayang Kulit Sebagai Media Dakwah." *Jurnal Al-Hikmah* Vol. 18, no. 01 (April 2020).

The Onsu, Diary. *Ustadzah Lulu Lagi Cerita Tentang Kisah Nabi Ibrahim Nih, Yuk Disimak!* Youtube, 2022. https://youtu.be/4C_w0A41MAU.

Yusuf, Muhammad. "Seni Sebagai Media Dakwah." *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* Vol. 02, no. 01 (2018).

Zahro, Iklila Febrianti Fiorentisa, dan Aisyaroh Fatini, Mar'atul Fatimatuz. "Pengembangan Bahasa Anak Usia Dini Melalui Metode Bercerita Dengan Boneka Tangan." *Jurnal Preschool* Vol. 01, no. 01 (July 2020).