

# **RIKO THE SERIES: KOMBINASI MEDIA PEMBELAJARAN ISLAM, NEGOSIASI IDENTITAS MUSLIM DAN PRAKTIK DAKWAH KEKINIAN**

**Fathayatul Husna**

UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Email: fathayatulhusna@gmail.com

## **Abstract**

*This article examined an Islamic cartoon film represented by a popular title of Riko The Series movie. The basic question raised in this paper is how Riko The Series is utilized as a media for teaching Islam to society? This article employs a qualitative research method, using virtual ethnography and combined with literature study. The results show that Riko the Series is not only functioning as a media of teaching Islam, but also become a way to express Islamic identity, especially through clothes wearing by the family members of Riko the Series. Besides, Riko the Series also confirm how negotiation, as well as combination, between Islamic teachings and sciences is practiced. It can be concluded that this article shows how Riko the Series has a significant contribution in developing learning media of Islam, negotiating identity, and practicing a contemporary dakwah.*

**Keywords:** *Riko The Series, Islamic Teaching Media, Identity, and Modern Da'wah.*

## **Intisari**

Tulisan ini mengkaji kartun Islami, dengan studi kasus pada kartun Riko The Series. Dasar utama dalam tulisan ini adalah menjawab bagaimana kartun Riko The Series dijadikan sebagai media pembelajaran Islami bagi masyarakat? Untuk menjawab pertanyaan mendasar ini, penulis melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan dianalisis dengan teori The Communication Theory of Identity. Data dikumpulkan melalui virtual etnografi dan dikombinasikan dengan studi

pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kartun Riko The Series tidak hanya menjadi media pembelajaran islami, tetapi juga menjadi cara mengekspresikan identitas muslim. Muslim memiliki banyak cara untuk mengekspresikan identitasnya, salah satunya melalui busana yang dikenakan oleh anggota keluarga Riko The Series. Selain itu, melalui studi kasus Riko The Series juga menunjukkan adanya praktik negosiasi dan kombinasi antara ajaran Islam dan ilmu sains. Oleh karena itu, tulisan ini berkontribusi memperkaya wacana akademik terkait media dan totonan pembelajaran Islam, negosiasi identitas dan praktik dakwah kekinian.

*Kata kunci: Riko The Series, Media Pembelajaran Islam, Identitas, Praktik Dakwah Kekinian*

## A. Pendahuluan

Belakangan ini, dakwah Islam secara gencar dilakukan di media sosial. Sejumlah kelompok atau komunitas gerakan dakwah Islam memproduksi konten-konten tertentu sesuai dengan strategi dan segmen yang direncanakan. Selain fleksibel dan mudah diakses oleh berbagai kalangan Muslim, konten dakwah di media sosial dinilai hadir sebagai upaya menunjukkan identitas diri.<sup>1</sup>

Media sosial kerap digunakan sebagai wadah hiburan bagi setiap penggunanya. setiap penggunanya saling berlomba memproduksi konten hiburan untuk menarik perhatian penonton. Selain itu, media sosial juga sangat berpotensi untuk menghasilkan pendapatan bagi penggunanya. tidak heran, banyak dari kalangan selebriti tanah air memanfaatkan akun media sosialnya untuk meraup keuntungan, terutama media sosial youtube.

Sejalan dengan berkembangnya media sosial, ikut berkembang pola dan ragam konten di kalangan masyarakat. Sejumlah aplikasi muncul menawarkan kemudahan untuk mengedit foto dan video. Sejalan dengan kemudahan ini, konten video menjadi salah satu jenis konten yang banyak mendapatkan sentuhan *editting* dari pengguna media sosial. Namun, isi konten yang disajikan masih banyak ditemukan kerancuan di dalamnya. Misalnya, masih ditemukan video berbau pornografi, tayangan kekerasan, kriminal, menyinggung unsur SARA, dan lain sebagainya. Akibat meluasnya konten-konten tersebut

---

<sup>1</sup> Suci Wahyu Fajriani and Yogi Surayogi, "Hijrah Islami Milenial Berdasarkan Paradigma Berorientasi Identitas," *SosioGlobal: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi* 3, no. 2 (2019): 77-88.

menimbulkan keresahan pada beberapa kalangan masyarakat Muslim.<sup>2</sup> mereka berupaya untuk menyebarkan konten dakwah melalui media sebagai salah satu langkah menyelamatkan generasi Muslim. Tidak hanya sekadar menyebarkan dakwah Islam, masing-masing produser memproduksi konten dakwah menggunakan kualitas video dan foto dengan cara yang unik. Bahkan, beberapa kalangan produser membentuk tim khusus yang bertugas untuk membuat konten dakwah Islam. Hal ini menjadi salah satu alasan dakwah di media sosial banyak dinikmati oleh pengguna media sosial.<sup>3</sup>

Belakangan, dakwah Islam di media banyak diproduksi dalam bentuk film.<sup>4</sup> Film Islami ini diproduksi sesuai dengan jenis segmen yang disasar oleh produser. Misalnya, film Islami Ketika Cinta Bertasbih diproduksi dengan tujuan mengedukasi anak muda Muslim untuk menjaga pergaulan dengan lawan jenis. Selain itu, film iqra' ditujukan untuk mengedukasi anak-anak Muslim bermimpi tinggi dan fokus untuk belajar dengan baik. Bahkan, film dakwah Islam juga diproduksi dalam bentuk kartun Islami.<sup>5</sup> Tidak hanya kalangan anak muda dan dewasa, dakwah Islam di media juga perlu memberikan perhatian khusus kepada kalangan anak-anak muslim.

Salah satu serial kartun Islam yang diminati kalangan anak-anak saat ini adalah *Riko The Series*. Konten ini mengemas konsep kartun lucu dan menampilkan cerita kehidupan sehari-hari. Dalam tayangannya juga melibatkan sebuah robot yang hidup bersama sebuah keluarga manusia. Penggabungan konsep kehidupan nyata dan fantasi menjadi poin penting dalam pembuatan *short movie* ini.

<sup>2</sup> Achmad Farid, "Optimalisasi Media Sosial Pesantren Untuk Mmembendung Konten Negatif Di Dunia Maya," *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 15, no. 1 (2019): 31.

<sup>3</sup> Eko Sumadi, "Dakwah Dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi," *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 2 4, no. 1 (2016): 173; Guntur Cahyono and Nibros Hassani, "Youtube: Seni Komunikasi Dakwah Dan Media Pembelajaran," *Jurnal Dakwah*, 2019, 23; Fadly Usman, "Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah," *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam* 1, no. 1 (2016): 1; M. Ali Musyafak, "Film Religi Sebagai Media Dakwah Islam," *Jurnal Islamic Review* II, no. 2 (2013): 327.

<sup>4</sup> James B. Hoesterey and Clark Marshall, "Film Islami: Gender, Piety and Pop Culture in Post-Authoritarian Indonesia," *Jurnal Asian Studies Review* 36 (2012): 207-26; Musyafak, "Film Religi Sebagai Media Dakwah Islam"; Airani Demillah, "Peran Film Animasi Nussa Dan Rara Dalam Meningkatkan Pemahaman Tentang Ajaran Islam Pada Pelajar SD," *Jurnal Interaksi* 3, no. 2 (2019).

<sup>5</sup> Abdul Basid, "Pesan Multikultural Dalam Serial Film Animasi Anak Adit, Sopo Dan Jarwo," *Penamas: Jurnal Penelitian Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 29, no. 3 (2016): 29; Demillah, "Peran Film Animasi Nussa Dan Rara Dalam Meningkatkan Pemahaman Tentang Ajaran Islam Pada Pelajar SD."

Berbeda dengan beberapa jenis kartun lainnya yang kebanyakan hanya mengusung konsep fantasi, seperti Tom and Jerry, Donald Duck, Superman Barbie dan sebagainya. *Riko The Series* hadir sebagai kartun pendek untuk menghibur kalangan anak-anak hingga dewasa serta menampilkan nilai-nilai edukasi. Kartun ini juga menampilkan edukasi yang berkaitan dengan bidang *sains* dan didukung dengan pemahaman Islam. Hal ini dapat dilihat melalui *closing* video dengan menampilkan ayat-ayat Al-Quran dan hadits Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi wasalam*.

Melalui kartun *Riko The Series*, penulis berargumen bahwa hadirnya konten *Riko The Series* juga sejalan dengan berkembangnya perkembangan Islam di Indonesia. Selain itu, juga sejalan dengan berkembangnya media pembelajaran secara *online*. Hal ini telah didiskusikan oleh kalangan akademisi. Rangkaian kegunaan dan proses implementasi teknologi informasi dalam mendukung kegiatan belajar mengajar.<sup>6</sup> Berbeda dari studi-studi tersebut, penulis mengangkat fenomena film kartun sebagai media pembelajaran. Tidak hanya sebagai media pembelajaran bagi kalangan anak-anak, tetapi juga sebagai ruang untuk mengekspresikan identitas.

Berdasarkan fenomena di atas, tulisan ini menggunakan *Riko The Series* sebagai jendela untuk membahas beberapa diskursus akademik, yaitu media pembelajaran islami, negosiasi identitas dan praktik dakwah Islam kekinian. Untuk mengetahui lebih detail terkait keterkaitan diskursus tersebut, tulisan ini akan membagikan menjadi beberapa subbab pembahasan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis juga berargumen bahwa melalui kartun *Riko The Series* juga melakukan upaya untuk melakukan negosiasi identitas sebagai muslim yang baik. Hal ini terlihat dari karakter tokoh mengenakan kerudung, gaya berbicara menggunakan kalimat-kalimat Islami, dan penggunaan ayat-ayat Al-Quran serta hadits Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi wassalam*. Beberapa poin menjadi bagian penting untuk mendakwahkan Islam melalui konten *short movie* di kanal *Youtube*.

---

<sup>6</sup> Mohammad Yazdi, "E-Learning Sebagai Media Pembelajaran Interaktif Berbasis Teknologi Informasi," *Jurnal Ilmiah Foristek* 2, no. 1 (2012): 143; Ali Muhson, "Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi," *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia* VIII, no. 2 (2010): 2; Muhammad Mushfi El Iq Bali, "Implementasi Media Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Distance Learning," *Tarbiyatuna: Kajian Pendidikan Islam* 3, no. 1 (2019): 30.

## B. Metodologi

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penulis akan menjelaskan setaipa data yang telah peneliti kumpulkan secara *online* atau disebut dengan virtual etnografi. Pendekatan ini penulis gunakan mengingat situasi kondisi saat ini masih dalam keadaan pandemi covid-19, sehingga seluruh data penelitian penulis kumpulkan secara *online*. peneliti mengumpulkan data peneliti dengan berbagai cara, diantaranya dengan cara menonton beberapa *short movie Riko The Series* di *Youtube*, mengamati kontennya melalui *instagram @rikotheseries*, mengamati jumlah *follower*, *like* dan kolom komentar, baik di kanal *Youtube* dan *instagram*. Selain itu, penulis juga mengamati penyampaian dari tim *creator Riko The Series* terkait ulasan mereka tentang *Riko The Series*. Penulis menggunakan teori *The Communication Theory of Identity* sebagai landasan teori utama dalam artikel untuk menganalisis kemunculan tayangan *Riko The Series* di kanal *Youtube*. Melalui teori ini penulis ingin melihat bagaimana konsep yang terlihat dan alasan lain di balik kemunculan *Riko The Series* sebagai kartun Islam anak-anak. Kemudian, data-data tersebut penulis perkuat dengan kajian akademik dari berbagai sumber studi literatur. Dengan demikian, tulisan ini akan turut berkontribusi pada diskursus akademik garis besarnya, yaitu mengenai media.

*Riko The Series* penulis gunakan sebagai jendela yang akan mengarah pada beberapa diskursus penting, yaitu media pembelajaran Islami, identitas muslim dan praktik dakwah. Ketiga pembahasan tersebut dibagi berdasarkan wacananya masing-masing dan dikuatkan dengan literatur yang mendukung.

## C. Hasil dan Pembahasan

### 1. Kemunculan Film Kartun dan Urgensi Tontonan Islami bagi Anak-anak

Kemunculan film animasi kartun di dunia mendapatkan perhatian khusus dalam setiap kalangan, khususnya pembuatan konten animasi. Setiap tahunnya film animasi semakin berkembang, baik dari segi visualisasinya, tingkat proses pengerjaannya, alat yang digunakan untuk mendesain dan sebagainya. Tidak hanya terkait teknis pengerjaan, refleksi edukasi dan norma di dalamnya juga menjadi prioritas penting.

Film kartun pertama kali muncul di dunia pada tahun 1928 yang

dibuat oleh Walt Disney dan Ub Iwerks.<sup>7</sup> Film kartun ini berdurasi 7 menit 42 detik dan menampilkan *Steamboat Willie* dan menampilkan *Mickey and Minnie Mouse* untuk pertama kalinya. Kemudian disusul dengan hadirnya kartun *Trolley Troubles*, *The Adventures of Prince Achmed*, *Alice in Wonderland* dan sederet film kartun ternama lainnya.<sup>8</sup> Sejarah hadirnya film kartun ini telah mewarnai dunia media dan menjadi inspirasi bagi banyak kalangan untuk memproduksi film kartun dengan kualitas yang lebih baik lagi.

Tidakhanya diluar negeri, film kartun juga masuk dan berkembang di Indonesia dengan pesat. Pada tahun 1955, film kartun mulai dikenalkan kepada negara Indonesia, yaitu dengan cara pengiriman utusan dari Indonesia ke Disney Amerika. Dukut Hendronoto dikirim oleh Presiden Soekarno untuk menghadiri pelatihan dan belajar banyak tentang pembuatan animasi di Disney Amerika.<sup>9</sup> Dari hasil pembelajaran ini, lahirnya sebuah film kartun pertama di Indonesia berjudul "Si Doel Memilih". Film ini menceritakan tentang gambaran pemilu di Indonesia pada saat itu. Namun, film kartun ini tidak empat diarsipkan dengan baik oleh negara dikarenakan mengundang banyak kontroversi berbagai kalangan di Indonesia.<sup>10</sup>

Tidak berhenti sampai di situ, melihat banyaknya cerita dongeng di Indonesia, beberapa kalangan mengambil kesempatan emas ini untuk dijadikan sebagai bahan pembuatan film kartun. Cerita yang beredar dan banyak digemari masyarakat saat Indonesia tentang Timus Mas. Kisah ini dijadikan sebagai objek untuk pembuatan film kartun.<sup>11</sup> selain itu, cerita dongeng Petualangan di Huma juga menjadi objek untuk dikemas menjadi film kartun. Hal ini menunjukkan bahwa cerita rakyat menjadi pilihan terbaik untuk dijadikan film kartun pada saat itu.

Perkembangan film kartun di Indonesia terbagi berdasarkan masanya. Tahun 1980-1990an menjadi tahun keemasan untuk memproduksi film kartun bertajuk cerita rakyat dan mengangkat kisah kerarifan lokal sumber. Tahun 1955-2007 film kartun yang

<sup>7</sup> Adilan Bill Azmy, "Sebelum Tonton Film Kartun Terbaru, Kenali Sejarah Kartun Dunia," Tirto.id, 2019, <https://tirto.id/sebelum-tonton-film-kartun-terbaru-kenali-sejarah-kartun-dunia-elPC>.

<sup>8</sup> Adilan Bill Azmy, "Sebelum Tonton Film Kartun Terbaru, Kenali Sejarah Kartun Dunia," Tirto.id, 2019.

<sup>9</sup> Mohamad Taufik, "Berguru Ke Walt Disney," Merdeka, 2012, <https://www.merdeka.com/khas/berguru-ke-walt-disney-animasi-indonesia-1.html>.

<sup>10</sup> Basid, "Pesan Multikultural Dalam Serial Film Animasi Anak Adit, Sopo Dan Jarwo."

<sup>11</sup> Basid.



diproduksi masih masih mengangkat cerita rakyat, namun sudah diperkaya dengan fantasi, misalnya Doraemon, Chibi Maruko Chan dan sebagainya. Pada era tahun tersebut juga telah tercatat sebanyak 33 film kartun yang tayang di Indonesia.<sup>12</sup> Kemudian, tahun 2008-2017 perkembangan produksi film kartun menjadi semakin berkembang. Pada masa ini tercatat telah diproduksi sebanyak 51 film kartun oleh studio lokal di Indonesia.<sup>13</sup> Menariknya, tema-tema yang diangkat lebih beragam. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan secara pesat dalam kurun waktu waktu 10 tahun untuk memproduksi film kartun.

Melihat perkembangan film kartun yang diawali pada tahun 2008 menunjukkan bahwa adanya konsistensi yang dibangun sejalan dengan perkembangan internet yang semakin pesat.<sup>14</sup> Hal ini tidak hanya menjadi momentum berkembangnya internet, tetapi juga sebagai tahun penting perkembangan film kartun di Indonesia, tidak hanya produksi studio lokal, tetapi juga membangun kerjasama dengan berbagai jenis film kartun dari luar Indonesia. Misalnya, setelah sukses digemari banyak penonton 2007 di Malaysia, kartun Upin dan Ipin berhasil masuk ke Indonesia.<sup>15</sup> Kesuksesan film kartun ini mengangkat motivasi bagi pegiat animator Indonesia untuk dapat memproduksi film kartun nasional. Berkaca dari rangkaian cerita Upin dan Ipin yang mengangkat kisah kehidupan sehari-hari, hadirilah sejumlah film kartun dengan nada yang serupa dengan film kartun tersebut. Misalnya, hadirnya film kartun Si Somad, Si Unyil, Si Entong, Adit, Sopo dan Jarwo, Si Juki The Movie dan ragam film kartun Indonesia lainnya. Dari beberapa jenis film kartun tersebut, masih ada beberapa diantaranya yang masih eksis sampai saat ini, yaitu Adit dan Sopo Jarwo.

Kehadiran film kartun Upin dan Ipin memang membawa pengaruh positif dan negatif di Indonesia. Negatifnya, film kartun sangat laris dan digemari oleh masyarakat Indonesia meskipun disuguhkan dengan bahasa melayu. Namun, belakangan ini sudah diproduksi dengan mencantumkan terjemahan *subtitle* dalam bahasa Indonesia. Positifnya, kehadiran film kartun ini membuka ruang bagi pegiat animator Indonesia untuk lebih banyak memproduksi film

<sup>12</sup> Andrian Wikayanto, "Representasi Budaya Dan Identitas Nasional Pada Animasi Indonesia," *International Conference ARTESH 2018*, 2018, 3.

<sup>13</sup> Wikayanto.

<sup>14</sup> Lilis Sariyanti, "Nussa Dan Rara: Media Baru Keluarga Millennial Belajar Agama," in *KLIKNOMIK: Islam Moderat, Anak Muda Dan Media Sosial*, ed. Sehat Ihsan Shadiqin (Banda Aceh: Bandar Publishing, 2020), 79.

<sup>15</sup> Alamsyah, "Selama 13 Tahun Tayang Di Indonesia, Tahukah Kamu Kenapa Upin Dan Ipin Botak Dan Yatim Piatu?," 2020.

kartun bertajuk kehidupan sehari dan mengangkat wacana-wacana kebudayaan Indonesia. Di samping itu, juga mementingkan edukasi, nilai-nilai dan norma dalam pembuatan film kartun. Sehingga, tidak hanya nilai-nilai kebudayaan Indonesia, tetapi juga tontonan edukasi dapat dinikmati dengan sangat sederhana oleh berbagai kalangan, khususnya anak-anak. Dampak baik ini yang perlu ditanamkan agar pembelajaran juga dapat diterima dengan baik.

Menyinggung tentang wacana Indonesia dan edukasi penonton, penulis berargumen bahwa penting sekali mengemas pesan-pesan positif dalam film kartun. Hal ini tentu telah dilakukan oleh para pegiat animator di Indonesia dan telah dikemas dengan baik dalam setiap produksi film kartun. Misalnya, Nussa dan Rara menjadi tontonan favorit masyarakat Indonesia, khususnya kalangan anak-anak saat ini. Berawal pada tahun 2018, kalangan pegiat animator dari *The Little Giant* berhasil memproduksi film kartun Nussa dan Rara.<sup>16</sup> Film kartun ini ditayangkan di kanal *Youtube Nussa dan Rara* dan konsisten dipublikasikan setiap minggu pada hari Jum'at tepatnya setelah waktu Subuh. Penulis menilai bahwa film kartun ini mengangkat banyak sekali pembelajaran di dalamnya. Pesan yang dikemas tidak hanya menceritakan tentang Indonesia, tetapi juga tentang edukasi ajaran Islam.<sup>17</sup> Setiap episodenya menampilkan nilai-nilai Islam, seperti ayat suci Al-Quran dan Hadits Rasulullah *shallahu 'alaihi wassalam*. Kedua pedoman ini ditampilkan untuk menjawab setiap kondisi yang diceritakan setiap minggunya. Alur ceritanya menceritakan tentang kehidupan sehari-hari tentang seorang kakak, adik dan ditemani dengan seorang ibu. Tidak hanya itu, nilai edukasi lainnya juga mengangkat isu disabilitas. Karakter Nussa divisualkan sebagai tokoh disabilitas tuna daksa sejak kecil. Dalam ceritanya juga kerap menampilkan perbincangan tentang isu tersebut.

Keberhasilan film kartun Nussa dan Rara di kanal *Youtube*, menjadi inspirasi bagi para pegiat animator. Serupa dengan film kartun tersebut, salah satu film kartun yang berhasil diproduksi di Indonesia adalah *Riko The Series*. Film kartun *Riko The Series* mulai ditayangkan di Indonesia pada 9 Februari 2020 dan didirikan oleh Teuku Wisnu, Arie Untung dan Yuda Wirafianto.<sup>18</sup> Konten video ini dibuat secara sengaja

---

<sup>16</sup> Sariyanti, "Nussa Dan Rara: Media Baru Keluarga Millennial Belajar Agama."

<sup>17</sup> Demillah, "Peran Film Animasi Nussa Dan Rara Dalam Meningkatkan Pemahaman Tentang Ajaran Islam Pada Pelajar SD."

<sup>18</sup> "Riko The Series," 2020, <https://www.garissepuluh.com/riko-the-series/>.



dan terencana untuk menyampaikan materiedukasi kepada anak-anak dan agar mereka dapat mudah mengingat dan menyerap dengan mudah.<sup>19</sup>

Film kartun ini juga banyak digemari oleh setiap kalangan masyarakat di Indonesia. Hampir serupa dengan film kartun Nussa dan Rara, film kartu *Riko The Series* juga mengemas alur cerita berupa kehidupan seorang Riko beserta keluarganya. Tetapi, film kartun ini juga ditambahkan dengan kosnsep fantasi, seperti dihadirkan karakter robot bernama Q110 (baca: Qio) sebagai teman bermain Riko. Karakter robot ini untuk menjawab setiap permasalahan yang berkaitan dengan sains. Hal ini dikarenakan film kartun *Riko The Series* juga mengemas keilmuan sains di dalamnya.

Film kartun *Riko The Series*, penulis berargumen bahwa film ini fokus pada beberapa diskursus penting, yaitu sains, ke-Indonesian, dan nilai-nilai ajaran Islam. Ketiga poin penting menjadi hal penting sebagai jalan atau media untuk menyampaikan nilai-nilai kebaikan. Sehingga, penulis berargumen film kartun menjadi media pembelajaran bagi penontonnya, khususnya kalangan anak-anak.

## **2. *Riko The Series*: Pengembangan Praktik Dakwah Islam Kekinian**

Gerakan dakwah Islam di era kekinian banyak ditemukan dalam berbagai strategi. Salah satu media yang digunakan untuk menyebarkan dakwah Islam adalah menggunakan media sosial. Tidak hanya tingkat kecepatan dalam menyebar informasi, media sosial juga menyediakan layanan serta fitur gratis yang dapat digunakan masyarakat secara terbuka. Media sosial juga memiliki power untuk menarik jejaring penggunaanya berdasarkan alogaritma angka. Sehingga, konten yang disajikan di media sosial sesuai dengan riwayat pencarian penggunaanya.

Media sosial menjadi “ladang” terbuka bagi masyarakat untuk menyalurkan informasi, termasuk informasi dakwah Islam.<sup>20</sup> konten dakwah Islam disajikan dalam ragam yang berbeda, misalnya adanya upaya untuk pembuatan konten gambar, video pendek berdurasi 1 menit, film Islami biro jodoh Islami, kartun Islami dan sebagainya. Konten-konten ini disajikan dengan tujuan agar masyarakat dapat

<sup>19</sup> “Riko The Series.”

<sup>20</sup> Encep Dulwahab, “Dakwah Di Era Konvergensi Dakwah,” *Jurnal Ilmu Dakwah* 5, no. 16 (2010): 19; Yuni Fitriani, “Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat,” *Jurnal Paradigma* 19, no. 2 (2017): 148.

memahami Islam dengan mudah.<sup>21</sup>

Pergerakan dakwah Islam saat ini juga dapat dilihat dengan berkembang dan bertambah jumlah penceramah sejak Orde Baru runtuh. Beberapa di antaranya mencoba untuk menyebarkan dakwah melalui musik, tulisan, film, gambar, dan lain sebagainya. Dalam berbagai diskursus mengenai praktik dakwah kontemporer atau kekininian telah dibahas oleh berbagai akademisi, seperti Dony Arung Triantoro, Najib Kailani, Annisa R. Beta. Dony Arung Triantoro menjelaskan tentang gerakan dakwah Islam kontemporer saat ini telah didominasi oleh kalangan anak muda.<sup>22</sup> Ia mengkaji tentang gerakan Teras Dakwah dalam menjalankan dakwah milenial di Yogyakarta. Menurutnya, anak muda menjadi tonggak penting untuk mempopulerkan gerakan dakwah Islam saat ini. gerakan dakwah yang dilakukan berbasis pada budaya populer (*pop culture*). Gerakan dakwah yang dilakukan sangat dinamis dan menyesuaikan dengan kebutuhan anak muda.

Studi lainnya dikaji oleh Najib Kailani. Ia menjelaskan bahwa komunitas menulis juga digunakan oleh sekelompok anak muda untuk menjalankan gerakan dakwah Islam kekinian.<sup>23</sup> Gerakan dakwah melalui tulisan ini dijalankan oleh komunitas Forum Lingkar Pena yang didalamnya terdiri dari kumpulan anak muda. Gerakan dakwah yang dilakukan adalah menyajikan tulisan-tulisan dakwah milenial yang ditujukan untuk menyangkal berkembangnya budaya populer. Budaya populer ini dianggap dapat menciderai moral anak muda.

Annisa R. Beta juga menjelaskan hal yang senada dengan studi sebelumnya. Namun, Beta mendapatkan gerakan dakwah tidak hanya terkait persoalan tulisan dan anak muda, tetapi merambah pada kalangan urban. Menurutnya, gerakan dakwah kontemporer saat ini dijalankan melalui gaya hidup, seperti menghadirkan ragam produk kosmetik halal dan pakaian Islami *fashionable*.<sup>24</sup> Tidak hanya memunculkan ide tampil *funky* dan *modesty*, cara ini dinilai juga membawa nilai-nilai Islam kepada penggemarnya. Hal ini juga

---

<sup>21</sup> Najidah Zakariya and Abu Dardaa Mohamad, "Media Sebagai Wasilah Dakwah," *Jurnal Al-Hikmah* 5 (2013): 92.

<sup>22</sup> Dony Arung Triantoro, "Dakwah Dan Keshalehan: Studi Tentang Gerakan Teras Dakwah Di Kota Yogyakarta," *2Jurnal Masyarakat Dan Budaya* 20, no. 2 (2018): 273-86.

<sup>23</sup> Najib Kailani, "Forum Lingkar Pena and Muslim Youth in Contemporary Indonesia," *Review of Indonesian and Malaysian Affairs* 46, no. 1 (2012): 33-53.

<sup>24</sup> Annisa Beta, "Hijabers: How Young Urban Muslim Women Redefine Themselves in Indonesia," *The International Communication Gazette* 76, no. 4-5 (2009): 377-89.

sebagai tujuan untuk dakwah Islam dengan mensasar kawula muda dan masyarakat urban.

Melihat adanya gerakan dakwah Islam kekinian seperti yang dilakukan oleh akademisi terdahulu, ternyata gerakan dakwah juga ditemukan dalam film. Film memiliki kemampuan menyampaikan pesan lebih hidup dan juga sebagai alat bantu menampilkan realitas sosial. Namun, hal ini tidak menutup kemungkinan melibatkan berbagai aspek untuk menyebarkan dakwah Islam.<sup>25</sup> Melihat adanya peluang kemudahan penyebaran konten Islami melalui media, banyak konten dakwah Islam diproduksi dalam bentuk film atau video pendek.<sup>26</sup> Selain itu, film kartun Islami juga semakin meluar diproduksi oleh beberapa kalangan Muslim.

Salah satu film kartun Islam yang diminati kalangan anak-anak adalah *Riko The Series*. Penulis juga berargumen film kartun *Riko The Series* juga menyajikan setiap konten sebagai tujuan menjalankan dakwah Islam. Konten dakwah yang disajikan secara khusus ditujukan untuk anak-anak berusia 7-15 tahun.<sup>27</sup> Arie Untung, sebagai salah satu penggagas dan penggerak film *Riko The Series* menjelaskan bahwa film *Riko The Series* hadir sebagai referensi tontonan baru.<sup>28</sup> Namun, praktik dakwah yang ditawarkan masih terbilang baru. Hal ini dikarenakan penyajian pesan dakwah Islam dikemas dalam bentuk konten film kartun. Proses pengerjaannya melibatkan sejumlah perangkat keras dan dibantu dengan ragam aplikasi *editing* untuk menghasilkan konten yang diinginkan.

Praktik dakwah Islam yang ditawarkan terbilang sangat *fresh*, tidak kaku, kekinian dan merambah ke seluruh kalangan. Namun, dakwah Islam yang dilakukan lebih terlihat kekinian dan mengkombinasikan kinerja perangkat keras dan lunak. Proses dakwah ini melibatkan kreatifitas untuk membentuk karakter atau tokoh animasi yang bernuansa Islami. Misalnya, karakter Kak Wulan

<sup>25</sup> Musyafak, "Film Religi Sebagai Media Dakwah Islam."

<sup>26</sup> Arief Rachman and Ismi Nadiyahati, "Dakwah Melalui Film Animasi," *Orasi: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 9, no. 2 (2018): 28; Usman, "Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah"; Andy Darmawan, "Dialektika Dakwah, Politik Dan Gerakan Keagamaan Kontemporer (Telaah Pemikiran Nasir Al-Din Al-Albani Dan Pengaruhnya Terhadap Pembentukan Salafy Kontemporer)," *Jurnal Dakwah* XIV, no. 2 (2013): 159-79; P. Efendi, "Dakwah Melalui Film," *At-Tajdid* I, no. 2 (2009): 127.

<sup>27</sup> "Riko The Series."

<sup>28</sup> Rianz, "Season Kedua, 'Riko The Series' Segera Pindah Tangan?," *Akurat News*, 2020, <https://akuratnews.com/season-kedua-riko-the-series-segera-pindah-tangan/>.

sebagai kandung Riko dan Ibu Riko, keduanya mengenakan kerudung dan akaian tertutup. Melalui karakter ini tidak hanya menunjukkan identitas sebagai muslim yang taat, tetapi juga untuk menjalankan dakwah Islam kepada penonton agar mengikuti anjuran Islam untuk menutup aurat bagi perempuan Muslim.<sup>29</sup>

Gambar 1.

Pemeran Kak Wulan dan Ibu di Konten Video Riko The Series

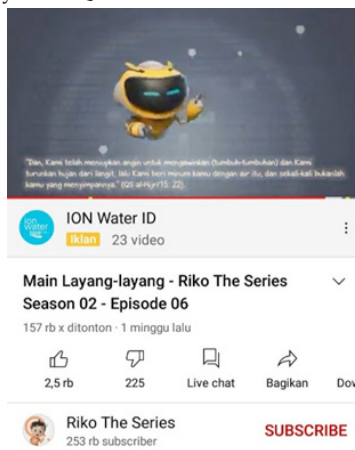


Sumber: hasil penelusuran di sosial media, 2020

Tidak hanya itu, setiap topik yang disajikan dalam setiap episodenya didukung dengan ayat-ayat Al-Quran atau hadits Rasulullah *shallallahu 'alaihi wassalam*. Misalnya, dalam gambar berikut.

Gambar 2.

Tampilan Ayat Al-Quran di Konten Video Riko The Series



Sumber: akun YouTube Riko The Series, 2020

<sup>29</sup> *Astaghfirullah AKU LUPA! - Riko The Series Season 02 - Episode 5* (Indonesia, 2020), [https://www.youtube.com/watch?v=EzC\\_oOi4EU0](https://www.youtube.com/watch?v=EzC_oOi4EU0).

Pada tayangan tersebut secara singkat menceritakan tentang layang-alayang dan bagaimana kuasa Allah menerbangkannya. Pada cuplikan tayangan tersebut menampilkan potongan ayat Al-Quran, yaitu surat Al-Hijr ayat 22 yang berbunyi:

*“Dan, Kami telah meniupkan angin untuk mengawinkan (tumbuh-tumbuhan) dan Kami turunkan hujan darilangit,lalu Kami beri minum kamu dengan air itu,dan sekali-kali bukanlah kamu yang menyimpannya”(QS. Al-Hijr: 22).*

Ayat ini digunakan dalam cuplikan video tersebut sebagai pendukung objek proses terbangnya layang-layang. Ayat tersebut digunakan juga untuk menyampaikan kepada penonton tentang pentingnya mempercayai kuasa Allah dalam hal apa pun, misalnya mempercayai bahwa angin adalah salah satu bentuk kuasa Allah.

Berdasarkan contoh tersebut dapat dilihat bahwa proses dakwah Islam juga dilakukan melalui penyajian konten film kartun *Riko The Series*. Gerakan dakwah yang disajikan secara dominan memang ditujukan kepada anak-anak, tetapi tidak hanya terbatas pada itu, kalangan remaja dan dewasa juga dapat menyaksikan tontonan ini secara bebas. Nilai-nilai edukasi Islam ditanamkan kepada anak-anak dan juga sebagai referensi keluarga Muslim untuk lebih selektif memilih tontonan keluarga. di samping itu, secara langsung, dakwah Islam yang ditujukan kepada anak-anak dan keluarga Muslim ini dapat dipraktekkan kepada anak-anak dengan cara sederhana. Misalnya, ketika anak-anak lupa mengerjakan sesuatu, maka kalimat yang diingat pertama atau secara refleks mengucapkan kalimat *astaghfirullahal ‘adhim* yang artinya “aku mohon ampun kepada Allah”. Hal ini menjadi bagian dari tujuan terbentuknya film kartun *Riko The Series* yaitu untuk mengedukasi anak-anak Muslim secara khusus.

### **3. Riko The Series: Identitas Muslim**

Film kartun *Riko The Series* mengangkat nilai-nilai ajaran Islam di dalamnya. Penulis berargumen bahwa film kartun ini tidak hanya sebatas media pembelajaran Islami, tetapi juga menjadi bagian perkembangan Islam di Indonesia. Salah satunya adalah dengan menunjukkan identitas Muslim di ruang publik. Namun, wacana mengenai identitas Muslim ini juga diawali dengan adanya momentum berkembangnya Islam di ruang publik, khususnya di Indonesia. Perkembangan Islam di Indonesia terlihat naik secara signifikan pasca runtuhnya Orde Baru. Hal ini ditunjukkan dengan

terjadi revolusi besar-besaran di Iran pada akhir 1970-an.<sup>30</sup> Revolusi ini tidak hanya membawa dampak pada perubahan tatanan sosial di Iran, tetapi juga berdampak pada negara-negara Islam, salah satunya Indonesia. Indonesia dikenal sebagai salah satu negara dengan mayoritas penduduknya muslim tentunya menuai banyak respons dari kalangan masyarakat, terutama Muslim.

Tidak hanya itu, sebagai negara dihuni oleh mayoritas Muslim, perkembangan Islam juga semakin berkembang semenjak jatuhnya rezim Orde Baru.<sup>31</sup> Di masa Orde Baru, perilaku yang mencerminkan identitas keislaman dilarang untuk tampak di ruang publik. Namun, ketika rezim ini kehilangan dukungan dan suara dari rakyat, menjadi titik terang bangkitnya Islam di Indonesia. Kegiatan dan perilaku yang menunjukkan keislaman di ruang publik Indonesia semakin tampak jelas. Terlihat dari ragam jenis produk-produk tersertifikasi halal, musik Islami, pakaian Islami, dan munculnya bentuk kegiatan lainnya yang bernuansa Islami. Hal ini tidak hanya menampilkan kebebasan ekspresi Islam di ruang publik, tetapi juga adanya negosiasi identitas yang dilakukan.

Terkait wacana identitas, sejumlah akademisi telah membahas diskursus ini secara mendetail, seperti Yusri Fajar dan Listya Ayu Saraswati. Yusri Fajar menjelaskan bahwa identitas perlu ditunjukkan kepada publik dan melakukan proses negosiasi. Selain itu, perlu ada keberanian dan kepercayaan diri untuk membangun identitas.<sup>32</sup> Selain itu, akademisi lainnya seperti Wasisto Raharjo Jati bahwa negosiasi identitas juga dilakukan oleh Muslim di ruang publik.<sup>33</sup> Senada dengan Jati, Listya Ayu Saraswati menjelaskan bahwa perempuan muslim memiliki cara untuk mempertahankan identitasnya sebagai seorang muslim. Melalui *Hijabers Community*, identitas sebagai perempuan muslim direpresentasikan sebagai muslim yang taat.<sup>34</sup>

---

<sup>30</sup> Nilufer Gole, "Islam in Public: New Visibilities and New Imagineries," *Public Culture* 14, no. 1 (2002): 173–90.

<sup>31</sup> Azyumardi Azra, "Globalization of Indonesia Muslim Discourse: Contemporary Religio-Intellectual Connection Between Indonesia and the Middle East," in *Islam in The Era of Globalization*, ed. Johan Meuleman (London: Routledge Curzon, 2002).

<sup>32</sup> Yusri Fajar, "Negosiasi Identitas Pribumi Dan Belanda Dalam Sastra Poskolonial Indonesia Kontemporer," *Jurnal Literasi* 1, no. 2 (2011): 189.

<sup>33</sup> Wasisto Raharjo Jati, "Islam Populer Sebagai Pencarian Identitas Muslim Kelas Menengah Indonesia," *Teosofi* 5, no. 1 (2015): 142.

<sup>34</sup> Listya Ayu Saraswati, "Negosiasi Identitas Perempuan Muslim Hijabers Community: Studi Kasus Pada Brand Ria Miranda," *Jurnal Becoss (Business Economic, Communicatios, and Social Sciences* 1, no. 1 (2019): 97.



Wacana identitas telah dibahas terlebih dahulu dalam teori *The Communication Theory of Identity* dan *Identity Negotiation Theory*. Dalam *The Communication Theory of Identity* dijelaskan bahwa:

*"Identitas merupakan sebuah penggabungan antara individual dan masyarakat dan komunikasi dalam hal ini berdiri sebagai mata rantai yang menghubungkan keduanya pada suatu titik temu"*<sup>35</sup>

Senada dengan penjelasan tersebut, dalam *Identity Negotiation Theory* juga menjelaskan hal yang sama. Namun, Stella Ting Toomey menambahkan bahwa sejatinya identitas diperlukan proses negosiasi, khususnya pada konteks perbedaan budaya.<sup>36</sup> Melihat dari kedua penjelasan mengenai identitas, muslim tidak terlepas dari praktik negosiasi identitas. Praktik negosiasi ini tercerminkan melalui kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan nilai-nilai keislaman, seperti menggunakan kerudung bagi perempuan Muslim saat berada di luar rumah, menghadiri kajian keislaman, menggunakan dan mengkonsumsi produk-produk berlogo halal, dan sebagainya. Hal ini merupakan bagian dari proses ekspresi keislaman di ruang publik. Penulis berargumen bahwa Muslim tidak hanya melakukan kegiatan-kegiatan sesuai dengan arahan ajaran Islam, tetapi juga sebagai sebuah cara untuk menunjukkan identitasnya sebagai seorang Muslim.

Berkaitan dengan film kartun *Riko The Series*, penulis berargumen bahwa film ini diproduksi tidak hanya sebagai wadah atau media pembelajaran keislaman, tetapi juga sebagai wadah untuk menunjukkan identitas keislaman. Tentunya film ini secara umum ditujukan epada masyarakat Muslim. hal ini terlihat dari karakter Riko dan anggota keluarganya yang menggunakan atribut Islam, seperti toko kakak perempuan dan ibu Riko mengenakan kerudung dan pakaian tertutup. Selain itu, dalam beberapa *scene* menunjukkan aktivitas shalat dan membaca Al-Quran serta kalimat-kalimat pujian kepada Allah, seperti *alhamdulillah*, *allahu akbar* dan semisalnya.<sup>37</sup> Adanya tambahan seperti ini sangat membantu untuk menunjukkan identitas keislaman.

Tidak hanya kontennya yang diproduksi untuk masyarakat Muslim, komentar sejumlah *netizen* (warga/pengguna internet) juga

<sup>35</sup> Stephen W. Littlejohn and Karen A. Foss, *Theories of Human Communication* (California: Sage Publication, 2008).

<sup>36</sup> Nurul A. Yahya and Turnomo Rahardjo, "Negosiasi Identitas Mahasiswa Papua Dengan Host Culture Di Kota Semarang Nurul Athira," *E-Journal Universitas Dipenegoro* 6, no. 1 (2018).

<sup>37</sup> *Astaghfirullah AKU LUPA! - Riko The Series Season 02 - Episode 5*.

banyak ditemukan di kolom komentar kanal *Youtube Riko The Series*.

Gambar 3.

Komentar Warganet di KontenVideo Riko The Series



**Sumber:** akun YouTube *Riko The Series*, 2020

Contoh komentar netizen tersebut menunjukkan bahwa mereka senang telah menemukan tontonan yang dianggap sangat mendidik bagi anak-anak dan mengandung nilai-nilai edukasi ajaran Islam. *netizen* juga memberikan respon di kolom komentar dengan menggunakan kalimat-kalimat Islam yang bertujuan untuk memuji Allah, seperti kalimat *maasyaa Allah wa Tabrakallah*, yang artinya “apa yang Allah kehendaki, semoga Allah memberkahimu”. Hal ini menunjukkan adanya proses ekspresi identitas Muslim di rruang media, khususnya di kanal *Youtube*. Proses ekspresi identitas ini oleh Greg Fealy disebut dengan istilah *Consuming Islam*. Ia menjelaskan dalam bukunya bahwa *Consuming Islam* merupakan bentuk perilaku kebebasan seorang muslim untuk menggunakan seluruh hal yang berkaitan dengan Islam dan melalui metode apapun.<sup>38</sup>

## D. Kesimpulan

Pembuatan film perlu mendapatkan perhatian khusus terkait dengan persoalan penanaman edukasi kepada masyarakat, khususnya

<sup>38</sup> Greg Fealy, “Mengonsumsi Islam: Agama Yang Dijadikan Jualan Dan Kesalehan Yang Diidam-Idamkan Di Indonesia,” in *Ustadz Seleb: Bisnis Moral Dan Fatwa Online* (Jakarta: Komunitas Bambu, 2012), 15.

pembuatan film kartun. Film kartun juga diproduksi sesuai dengan segmen usia yang telah ditentukan. Tidak semua film kartun menerapkan nilai edukasi dan norma positif di dalamnya. Riko The Series sebagai salah satu film kartun terbaik di Indonesia hadir membawa perubahan baru, baik dari segi ke-Indonesia-an dan nilai-nilai Islam di dalamnya. Namun, dalam artikel ini penulis menemukan beberapa diskursus penting yang dapat dianalisis dengan sudut pandang yang berbeda.

Melalui Riko The Series, penulis menyimpulkan terdapat tiga diskursus penting di dalamnya, di antaranya sebagai bentuk media pembelajaran Islami, bentuk negosiasi identitas dan strategi praktik dakwah Islam kekinian. Riko The Series mencoba untuk menasar kalangan anak-anak agar dapat memahami pembelajaran dengan baik, yaitu terkait bidang sains dan didukung dengan potongan ayat Al-Quran dan Hadits Rasulullah *shallallahu 'alaihi wassalam*. Kemudian Riko The Series juga hadir sebagai bentuk negosiasi identitas Muslim di dunia maya. Selanjutnya, Riko The Series juga sebagai strategi dakwah Islam dengan melibatkan kalimat-kalimat pujian kepada Allah, mengenakan pakaian tertutup dan mengenakan kerudung dan sebagainya. Oleh karena itu, ketiga hasil kajian ini tidak dapat dipisahkan satu dengan lainnya karena memiliki kaitan yang erat di dalamnya.

## Daftar Bacaan

- Alamsyah. "Selama 13 Tahun Tayang Di Indonesia, Tahukah Kamu Kenapa Upin Dan Ipin Botak Dan Yatim Piatu?," 2020.
- Astaghfirullah AKU LUPA!* - Riko The Series Season 02 - Episode 5. Indonesia, 2020. [https://www.youtube.com/watch?v=EzC\\_oOi4EU0](https://www.youtube.com/watch?v=EzC_oOi4EU0).
- Azmy, Adilan Bill. "Sebelum Tonton Film Kartun Terbaru, Kenali Sejarah Kartun Dunia." Tirto.id, 2019. <https://tirto.id/sebelum-tonton-film-kartun-terbaru-kenali-sejarah-kartun-dunia-elPC>.
- — —. "Sebelum Tonton Film Kartun Terbaru, Kenali Sejarah Kartun Dunia." Tirto.id, 2019.
- Azra, Azyumardi. "Globalization of Indonesia Muslim Discourse: Contemporary Religio-Intellectual Connection Between Indonesia and the Middle East." In *Islam in The Era of Globalization*, edited by Johan Meuleman. London: Routledge Curzon, 2002.

- Bali, Muhammad Mushfi El Iq. "Implementasi Media Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Distance Learning." *Tarbiyatuna: Kajian Pendidikan Islam* 3, no. 1 (2019): 30.
- Basid, Abdul. "Pesan Multikultural Dalam Serial Film Animasi Anak Adit, Sopo Dan Jarwo." *Penamas: Jurnal Penelitian Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 29, no. 3 (2016): 29.
- Beta, Annisa. "Hijabers: How Young Urban Muslim Women Redefine Themselves in Indonesia." *The International Communication Gazette* 76, no. 4-5 (2009): 377-89.
- Cahyono, Guntur, and Nibros Hassani. "Youtube: Seni Komunikasi Dakwah Dan Media Pembelajaran." *Jurnal Dakwah*, 2019, 23.
- Darmawan, Andy. "Dialektika Dakwah, Politik Dan Gerakan Keagamaan Kontemporer (Telaah Pemikiran Nasir Al-Din Al-Albani Dan Pengaruhnya Terhadap Pembentukan Salafy Kontemporer." *Jurnal Dakwah XIV*, no. 2 (2013): 159-79.
- Demillah, Airani. "Peran Film Animasi Nussa Dan Rara Dalam Meningkatkan Pemahaman Tentang Ajaran Islam Pada Pelajar SD." *Jurnal Interaksi* 3, no. 2 (2019).
- Dulwahab, Encep. "Dakwah Di Era Konvergensi Dakwah." *Jurnal Ilmu Dakwah* 5, no. 16 (2010): 19.
- Efendi, P. "Dakwah Melalui Film." *At-Tajdid I*, no. 2 (2009): 127.
- Fajar, Yusri. "Negosiasi Identitas Pribumi Dan Belanda Dalam Sastra Poskolonial Indonesia Kontemporer." *Jurnal Literasi* 1, no. 2 (2011): 189.
- Fajriani, Suci Wahyu, and Yogi Surayogi. "Hijrah Islami Milenial Berdasarkan Paradigma Berorientasi Identitas." *SosioGlobal: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi* 3, no. 2 (2019): 77-88.
- Farid, Achmad. "Optimalisasi Media Sosial Pesantren Untuk Mmembangunkan Konten Negatif Di Dunia Maya." *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 15, no. 1 (2019): 31.
- Fealy, Greg. "Mengonsumsi Islam: Agama Yang Dijadikan Jualan Dan Kesalahan Yang Diidam-Idamkan Di Indonesia." In *Ustadz Seleb: Bisnis Moral Dan Fatwa Online*, 15. Jakarta: Komunitas Bambu, 2012.
- Fitriani, Yuni. "Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat." *Jurnal Paradigma*

- 19, no. 2 (2017): 148.
- Gole, Nilufer. "Islam in Public: New Visibilities and New Imagineries." *Public Culture* 14, no. 1 (2002): 173–90.
- Hoesterey, James B., and Clark Marshall. "Film Islami: Gender, Piety and Pop Culture in Post-Authoritarian Indonesia." *Jurnal Asian Studies Review* 36 (2012): 207–26.
- Jati, Wasisto Raharjo. "Islam Populer Sebagai Pencarian Identitas Muslim Kelas Menengah Indonesia." *Teosofi* 5, no. 1 (2015): 142.
- Kailani, Najib. "Forum Lingkar Pena and Muslim Youth in Contemporary Indonesia." *Review of Indonesian and Malaysian Affairs* 46, no. 1 (2012): 33–53.
- Littlejohn, Stephen W., and Karen A. Foss. *Theories of Human Communication*. California: Sage Publication, 2008.
- Muhson, Ali. "Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi." *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia* VIII, no. 2 (2010): 2.
- Musyafak, M. Ali. "Film Religi Sebagai Media Dakwah Islam." *Jurnal Islamic Review* II, no. 2 (2013): 327.
- Rachman, Arief, and Ismi Nadiyah. "Dakwah Melalui Film Animasi." *Orasi: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 9, no. 2 (2018): 28.
- Rianz. "Season Kedua, 'Riko The Series' Segera Pindah Tangan?" *Akurat News*, 2020. <https://akuratnews.com/season-kedua-riko-the-series-segera-pindah-tangan/>.
- "Riko The Series," 2020. <https://www.garissepuluh.com/riko-the-series/>.
- Sarasvati, Listya Ayu. "Negosiasi Identitas Perempuan Muslim Hijabers Community: Studi Kasus Pada Brand Ria Miranda." *Jurnal Becoss (Business Economic, Communicatios, and Social Sciences* 1, no. 1 (2019): 97.
- Sariyanti, Lilis. "Nussa Dan Rara: Media Baru Keluarga Millennial Belajar Agama." In *KLIKNOMIK: Islam Moderat, Anak Muda Dan Media Sosial*, edited by Sehat Ihsan Shadiqin, 79. Banda Aceh: Bandar Publishing, 2020.
- Sumadi, Eko. "Dakwah Dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi." *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 2 4,

no. 1 (2016): 173.

Taufik, Mohamad. "Berguru Ke Walt Disney." Merdeka, 2012. <https://www.merdeka.com/khas/berguru-ke-walt-disney-animasi-indonesia-1.html>.

Triantoro, Dony Arung. "Dakwah Dan Keshalehan: Studi Tentang Gerakan Teras Dakwah Di Kota Yogyakarta." *2Jurnal Masyarakat Dan Budaya* 20, no. 2 (2018): 273–86.

Usman, Fadly. "Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah." *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam* 1, no. 1 (2016): 1.

Wikayanto, Andrian. "Representasi Budaya Dan Identitas Nasional Pada Animasi Indonesia." *International Conference ARTESH 2018*, 2018, 3.

Yahya, Nurul A., and Turnomo Rahardjo. "Negosiasi Identitas Mahasiswa Papua Dengan Host Culture Di Kota Semarang Nurul Athira." *E-Journal Univeritas Dipenegoro* 6, no. 1 (2018).

Yazdi, Mohammad. "E-Learning Sebagai Media Pembelajaran Interaktif Berbasis Teknologi Informasi." *Jurnal Ilmiah Foristek* 2, no. 1 (2012): 143.

Zakariya, Najidah, and Abu Dardaa Mohamad. "Media Sebagai Wasilah Dakwah." *Jurnal Al-Hikmah* 5 (2013): 92.