

**PEMANFAAT ANIMASI SERIES UPIN & IPIN EPISODE
“PERMINTAAN AJAIB” SEBAGAI PEMBELAJARAN SOSIAL
(Siswa Madrasah Ibtidaiyah Negeri 6 Gandaria Jagakarsa)**

Septian Adi Nugraha¹, Yasser Fikry²

¹ *Ilmu Komunikasi, Stikom Interstudi*

Jl. Wijaya II No 62 Kebayoran Baru DKI Jakarta Selatan 12160

septianadi760@gmail.com

² *Ilmu Komunikasi, Stikom InterStudi*

Jl. Wijaya II No 62 Kebayoran Baru DKI Jakarta Selatan 12160

yasser.vo@gmail.com

Abstrak: Animasi adalah gambar diam yang di susun untuk terlihat bergerak dan hidup seperti layaknya manusia. Saat ini banyak televisi yang menayangkan animasi series, namun tidak semua tayangan animasi memiliki konten yang positif adapun hal negatifnya juga. Namun berbeda dengan animasi Upin&Ipin tayangan ini bersifat positif dan hal negatifnya bisa di bilang wajar untuk anak-anak, karena tayangan ini sangat populer di Indonesia. Animasi ini bukan hanya untuk anak-anak tetapi juga untuk orang tua. Tayangan ini sebagai ide orang tua untuk mendidik anak. Penelitian ini merupakan wawancara kualitatif, mewawancarai 3 anak-anak, 1 Orang Tua dan 1 Psikolog anak. menggunakan Teori Sosial Kognitif Albert Bandura (1986) teori ini di gunakan untuk mencari gambaran tentang sosial *behaviorisme* yang memfokuskan pada perilaku kognitif, proses dan evaluasi yang terbagi menjadi empat bagian dari tahap perhatian terhadap Objek, penyimpanan perilaku objek, penghasilan perilaku yang ada pada objek yang di tiru oleh anak-anak dan penguatan motivasi yang akan di terapkan pada kehidupan sehari-hari anak-anak. Ada beberapa penemuan penting dalam penelitian ini, secara tidak langsung memberi Informasi, Edukasi, dan mengajarkan cara komunikasi dan berperilaku yang baik, peduli satu sama lain di lingkungan sosial, seperti melakukan kerja sama/ gotong royong, berani bersikap dan bertanggung jawab saat melakukan kesalahan. Tayangan Upin&Ipin ini seperti di realitas nyata anak-anak dan orangtua di lingkungan sosial.

Kata Kunci: *Komunikasi, Televisi, Animasi, Pembelajaran sosial, anak-anak, Perilaku sosial*

Abstract: *Animation is a still image that is arranged to look moving and live like a human. Currently, many television shows broadcast animated series, but not all animated shows have*

positive content as well as negative things. However, unlike the Upin & Ipin animation, this show is positive and the negative can be said to be natural for children, because this show is very popular in Indonesia. This animation is not only for kids but also for parents. This show is an idea for parents to educate their children. This research is a qualitative discourse, interviewing 3 children, 1 parent and 1 child psychologist. using the Social Cognitive Theory of Albert Bandura (1986) this theory is used to find a description of social behaviorism which focuses on cognitive behavior, processes and evaluation which is divided into four parts from the stage of attention to objects, storage of object behavior, generating behavior that is on the object being studied. imitated by children and strengthening motivation that will be applied to children's daily lives. There are several important findings in this research, indirectly providing information, education, and teaching good communication and behavior, caring for each other in the social environment, such as working together/gotong royong, daring to act and being responsible when making mistakes. This Upin & Ipin show is like the real reality of children and parents in a social environment.

Keyword: *Communication, Television, Animation, Social learning, Children, Social Behavior*

Pendahuluan

Animasi adalah sekumpulan gambar yang disusun secara berurutan. Rangkaian yang di tampilkan dengan kecepatan yang memadai, dan rangkaian gambar tersebut akan terlihat bergerak. Animasi berasal dari bahasa inggris, *Animation* dari kata *to anime* yang artinya “menghidupkan”. Animasi adalah gambar tetap yang disusun secara berurutan dan direkam dengan menggunakan kamera (Prof.Dr.Munir, 2012).

Televisi salah satunya media massa yang menayangkan film animasi dan dapat mengakibatkan efek bagi khalayak kaum generasi saat ini. dampak bisa berupa positif dan negatif karena televisi bisa menampilkan tayangan yang diinginkan dari tayangan yang mengandung unsur negatif atau pun positif. banyak stasiun televisi yang bisa menampilkan progam yang di inginkan dan tayangan itu bisa di saksikan 24 jam penuh yang menemani

anda untuk meluangkan waktu.(Pratama et al., 2019).

Tayangan Upin & Ipin bukan hanya tayangan favourite bagi anak anak dan orang dewasa juga menyukainya, karena kartun ini terkenal di Indonesia, di buktikan banyak barang dagangan yang ada, bahkan ringtone Upin & Ipin sering terdengar di handphone banyak orang. Khalayak tidak terganggu dengan adanya iklan dalam tayangan Upin&Ipin, berbeda dengan tayangan lain seperti sinetron “*Dunia Terbalik*” dalam penelitian sebelumnya iklan produk pada tayangan sinetron tersebut mengganggu khalayak dan tidak ada minat pembeli karena iklan tidak sesuai jalan cerita pada tayangan tersebut (Hanindar, 2020).

Tayangan Upin&Ipin ini mengambil budaya berbeda yang menyatukan kebersamaan Negara Malaysia, China, India dan Indonesia. Secara umum dapat di jelaskan tayangan Upin & Ipin sarat dengan pesan moral yang

dikemas dalam keberagaman antar budaya dalam tayangan “*Rejeki Nomplok*” yang menyoroti atribut budaya dari setiap Negara dan suku besar itu ada di Malaysia (Melayu, Tionghoa, India, dan Indonesia). Menyiarkatkan kebersamaan dan keanekaragaman budaya/suku di Malaysia. (R. S. Dewi, 2012).

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perilaku terbuka animasi dan perilaku tertutup anak anak yang menontonnya, perilaku yang di tampilkan oleh animasi, dan perilaku tertutup anak yang ada dalam pikirannya seperti halnya berpikir, sedih, khayalan, ketakutan, dll. Maka dari itu peneliti meneliti Salah satu tayangan televisi tayangan kartun serial Upin & Ipin, yang di tayangkan di *MNC TV*. Peneliti ini akan meneliti efek tayangan serial Upin & Ipin *Episode “Permintaan Ajaib”* (Prof. Dr. shahida sajjad, Dr. irshad hussain, 2017)

Peneliti ini spesifik meneliti ke masyarakat objek tujuannya 3 anak anak siswa sekolah dasar Umur 7-9, 1 Orang tua, 1 Psikolog anak, identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu apa efek dari perilaku animasi yang ditiru oleh anak dan bagaimana anak anak melakukan pembelajaran sosial dari tayangan tersebut dan dipraktikan dilingkungan sosial mereka. Peneliti mengambil episode “*Permintaan ajaib*” karena episode ini seperti halnya lingkungan sosial anak-anak umur 7-9 tahun. Ada pembelajaran sosial bersifat positif yang di kemas dalam episode tersebut salah satunya saat adegan Upin&Ipin mengajak temannya yang

bernama Ijat untuk tidak malu untuk belajar mengaji. karena itu peneliti menggunakan teori pembelajaran sosial *Albert Bandura*, Teori dalam aliran *Behaviorsme* yang menggambarkan komponen kognitif dari hasil evaluasi dan pemahaman. salah satu contoh teori ini adalah pembelajaran hasil pengamatan yang anak-anak lihat dari tayangan televisi animasi Upin&Ipin episode “*Permintaan Ajaib*” (Yulista & Purnamasari, 2020).

Tinjauan Literatur

Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan penelitian terdahulu sebagai acuan dalam bentuk pengerjaan penelitian. Dalam peneliti terdahulu peneliti mengambil sumber dari skripsi atau jurnal yang mempunyai kesamaan terhadap efek tayangan televisi kartun Upin & Ipin di media massa. Berikut penelntian yang di ambil sebagai acuan oleh peneliti :

1. Peneliti Prof. Dr. Shahida Sajjad dengan judul *Effect Of Television Viewing On Social Behaviour Of Elementary School Student: A Qualitative Study*. Latar Belakang pembelajaran menunjukkan bahwa menonton televisi memiliki sisi positif dan efek negatif pada siswa sekolah dasar. Efek sosialnya termaksud mengadopsi perilaku pro-sosial dan nilai - nilai sosial, penciptaan kesadaran dan membuat mereka mendapat informasi, menjadi warga Negara yang baik, berkomunikasi dan hidup dengan orang lain, mempelajari etika dan etiket, mengetahui peran dan hubungan gender,

menjadi sadar untuk tidak apatis pada informasi.

New Horizons, Vol.11, No.1, 2017, pp 135-144

2. Peneliti R, S, Dewi* *Representation Of Communication Between Cultures and Moral Message In Animation Film*. Latar Belakang penelitian ini adalah meneliti secara khusus pesan moral dan komunikasi antar budaya yang ada dalam serial animasi tayangan Upin & Ipin karena secara umum dapat dilihat dalam serial animasi Upin & Ipin sarat dengan pesan moral yang dikemas dalam keragaman latar budaya dalam episode yang berjudul “*Rejeki Nomplok*” episode ini menampilkan atribut dan tradisi tiga suku besar di Malaysia (Melayu, Tionghoa, dan India) menjiwai kebersamaan dan keanekaragaman budaya/ suku di Malaysia.

Jurnal Komunikasi Pembangunan, Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Andalas, Kampus Unand Limau Manis Padang.

3. Peneliti Deska Yoga Pratama, Ilham Muhammad Iqbal, Nadiem Attar Tarigan. “*Makna Televisi Bagi Generasi Z*”. Penelitian ini mendeskripsikan televisi di kalangan generasi Z. penelitian kualitatif, dari hasil wawancara hasil selective coding menyatakan pemilihan tayangan dengan bebas mengendalikan remote. Penelitian ini merujuk pada televisi namun televisi bukanlah pilihan utama bagi para generasi milenial sekarang, karena informasi dan hiburan bisa di akses melalui internet.

InterKomunika: Jurnal Komunikasi / Vol. 4, No.1, Th2019, 88-103 / P-ISSN: 25483749 E-ISSN: 26154420

Landasan Teori

Komunikasi

Menurut Professor Deddy Mulyana Komunikasi menjadi tiga bagian yaitu, komunikasi berupa Ilmu, Komunikasi sebagai penelitian, dan keterampilan. Komunikasi sebagai Ilmu yang mengajarkan pengetahuan dan keterampilan dengan berbagai konsentrasi seperti jurnalis, *public relation*, ahli manajemen komunikasi, politisi, ulama, ilmuwan, diplomat, presenter radio dan TV, dan sebagainya (Dr. Panuju Redi, 2018)

Komunikasi sebagai penelitian, Ilmu komunikasi dapat mengkaji berupa masalah sosial seperti fenomena yang terdapat dalam setiap lapisan dan aktivitas kehidupan sosial manusia, ilmu ini Mengacu pada kemampuan berkomunikasi secara efektif, termasuk hal-hal seperti memahami peran lingkungan dalam memengaruhi isi pesan. Komunikasi adalah bentuk yang paling sederhana. Ini adalah sumber informasi dan informasi kepada audiens. Selama 60 tahun terakhir, ilmuwan politik *Harold Lasswell* telah menentukan sudut pandang komunikasi dan menjelaskan metode komunikasi. Itu untuk menjawab pertanyaan, siapa, apa yang harus dikatakan, melalui frekuensi apa, kepada siapa, dan apa efek yang didapat (Ahmad & Nurhakiki, 2017)

Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan komunikasi dengan berbagai tujuan komunikasi melalui media massa, dan disampaikan kepada khalayak luas, serta disebarluaskan ke media massa sebagai saluran penyebarluasan informasi dan komunikasi penyebarluasan informasi secara besar-besaran dilakukan dengan cara akses publik yang bisa diakses oleh masyarakat (McQuail, 2011).

Komunikasi massa adalah media yang mencakup media elektronik seperti media cetak, radio, dan televisi seiring perkembangan zaman muncul istilah media digital (Internet) Oleh karena itu, peran dan proses komunikasi massa serta dampaknya terhadap masyarakat dan budaya semakin menjadi objek penelitian. Ada empat tinjauan teoritis tentang komunikasi massa, yaitu pengaruh komunikasi massa terhadap masyarakat, budaya, maupun individu dan pengaruh khalayak terhadap komunikasi massa (Ritonga, 2018).

Televisi

Media Televisi adalah suatu media komunikasi massa yang dekat dengan kehidupan masyarakat. Televisi sesuai dengan fungsi dan tujuannya, yaitu sebagai media informasi, edukasi, serta hiburan bagi masyarakat. Media televisi dengan segala kemajuannya, karena teknologi telah menarik perhatian masyarakat, televisi sangat efektif dalam menggerakkan dan mempengaruhi baik pola pikir, sikap, maupun perilaku masyarakat. Perkembangan teknologi televisi kini telah bergeser posisi media. Hal itu membuat pengusaha televisi harus berinovasi agar

televisi mudah di akses kapanpun dan dimanapun. Media televisi juga sebagai pusat bagi masyarakat sudah mulai bergeser keteknologi canggih yang disebut televisi digital (Nurchayati, 2015)

Animasi

Animasi adalah gambar yang di susun menjadi gambar bergerak. Animasi berasal dari latin yaitu “Anima” yang berarti jiwa, hidup, semangat. Animasi dapat membantu proses pembelajaran jika peserta didik hanya akan dapat melakukan proses kognitif jika di bantu dengan animasi (Prof.Dr.Munir, 2012).

Tayangan Televisi Animasi Upin & Ipin

Upin & Ipin bermula untuk menyambut bulan suci ramadhan. 11 September 2007, Managing Director Burhanuddin dan istrinya Hajah Ainon menargetkan kartun animasi ini untuk mengajak anak anak mengetahui tentang pentingnya bulan suci ramadhan dan memakai latar belakang “Kampung” di Malaysia. memulai serial animasi selama empat menit untuk mengetahui penerimaan pasar local. *Les’ Copaque* mendorong kartun pendek ini untuk mencerminkan pencitraan baik untuk masyarakat.

Upin & Ipin adalah nama anak kembar yang hidup bersama kakanya yang bernama Rose dan neneknya mak Uda (Opah) di kampung durian runtuh, dia di tinggal kedua orang tuanya saat mereka masih bayi. Upin & Ipin masih sekolah di Tadika Mesra yang terletak dalam kawasan kampung, dan mempunyai banyak teman yang mempunyai banyak tingkah laku,

seperti MeiMei yang lucu dan cerdas, Jarjit Singh yang aktif membuat pantun dan humor, Ehsan yang suka makan dan sedikit cerewet, Fizi (Sepupu Ehsan) yang mempunyai kepercayaan diri yang tinggi, dan Mail yang suka melamun dan mengantuk tetapi pintar menghitung karena mempunyai dagangan ayam dan satu lagi gadis dari Indonesia yang bernama Susanti orang Indonesia yang mempunyai kepribadian yang lemah lembut.

(<https://lescopaque.com/>)

Pengertian Anak-Anak

Pengertian anak-anak dalam undang-undang Republik Indonesia Nomor 23 tahun 2002 Pasal 1 Ayat 1 yang berbunyi orang sebelum melewati umur 18 masih disebut anak-anak dan menurut WHO batas usia anak sejak dalam kandungan sampai 19 tahun. Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) meresmikan pada tanggal 20 november 1989 dan di ratifikasi Indonesia pada tahun 1990 menyatakan anak adalah orang yang dibawah 18 tahun karena di Indonesia usia dewasa dicapai lebih awal yaitu umur 18 tahun (INFODATIN, 2014).

Menurut Piaget, anak usia 6-12 tahun ada dalam tahap aktif menerima pengaruh baik maupun buruk, ketika anak menerima pengaruh baik dalam lingkungan maka akan besar dengan nilai yang baik juga begitupun sebaliknya.

Perilaku Dan Paradigma Sosial

Perilaku merupakan respon pribadi terhadap suatu rangsangan yang didalamnya ada tingkah laku yang mempunyai frekuensi tertentu dan dapat diamati, seperti perilaku yang diketahui ataupun tidak (A.Wawan dan Dewi M, 2011).

Perilaku sosial adalah perilaku yang dilakukan secara empiris, (Misalnya, maksud dari perilaku tertentu, Motivasi dibalik perilaku itu, kebebasan dan tanggung jawab) Paradigma perilaku sosial berfokus pada masalah perilaku dan pengulangan perilaku (Prof. Dr. I.B Irawan, 2012)

Teori “Sosial Kognitif” di Tayangan Televisi

Teori Sosial Kognitif Albert Bandura (1986) adalah gambaran tentang sosial *behaviorisme* yang memfokuskan pada perilaku kognitif, proses dan evaluasi.

Berikut tahapan dalam pembelajaran sosial :

1. Tahap Perhatian (*Attentional Phase*)

Perhatian anak-anak terhadap tayangan televisi, Sebelum melakukan peniruan tingkahlaku anak-anak lebih dahulu menaruh perhatian kepada model yang disukainya.

2. Tahap Penyimpanan (*Retention Phase*)

Anak-anak melakukan penyimpanan dalam pikirannya yang tertuju pada model tertentu yang di lihat.

munculnya ingatan sebagai suatu rangsangan faktor yang membuat anak-anak merasa mempunyai hubungan yang dekat dengan model yang ditirunya.

3. Penghasilan (*Reproduction*)

Setelah melihat atau mempelajari tingkah laku suatu model, anak-anak akan menyimpan perilaku model dalam pikirannya yang membuat penghasilan dalam bentuk perilaku.

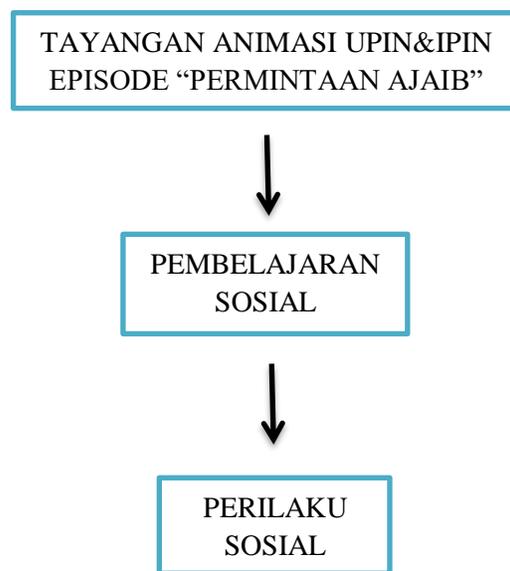
4. Ulangan-Penguatan & Motivasi

Setelah hasil pengamatan tingkah laku yang nyata, dan motivasi itu di perlihatkan atau di terapkan dalam kehidupan sehari-hari, karena motivasi merupakan pergerakan individu yang melakukan sesuatu, misalnya pengulangan perbuatan untuk memperkuat perilaku yang sudah ada. Teori ini sebagai rujukan pembelajaran bagi anak dan lingkungan seperti orang tua, guru atau orang terdekat bisa mengoptimalkan tumbuh kembang anak dengan mempraktikkan teori ini (Abdullah, 2019).

Teori ini menegaskan kondisi lingkungan mampu memberikan respon pada diri seseorang. Landasan dasar pada teori ini merupakan perilaku individu lain yang menjadi rujukan bagi anak misalnya model tokoh favorite anak di televisi karena televisi merupakan kebutuhan orang salah satunya anak-anak yang menyukai tayangan hiburan dan banyak penelitian berbicara tentang pengaruh negatif maupun positif efek yang diterima dari tayangan televisi (Trisiah, 2019).

Kerangka Pemikiran

Peneliti mencoba membuat konsep kerangka pemikiran dengan modifikasi dari refrensi jurnal. Penelitian ini terdapat 3 variabel yaitu:



Metode Penelitian

Objek Penelitian

Objek penelitian memfokuskan program MNC TV yaitu serial kartun Upin&Ipin jam tayang 16.30-18.00 dan 18.00-19.30. Dalam penelitian ini apakah ada pembelajaran sosial dan bagaimana anak-anak mempraktikkannya di lingkungan sosial mereka. Upin&Ipin serial pilihan yang berjudul *episode "Permintaan Ajaib"* dan objek penelitian ini di ambil dari 3 Anak-anak, 1 Orang Tua, 1 Psikolog Anak.

Anak-Anak	
1.	Shilvina Zahwa Hasan (7 Tahun)

2.	Syifa Nuri Putri (9 Tahun)
3.	Shafa Latisya (7 Tahun)
Orang Tua	
1.	Mama Ratu
Orang Tua/Psikolog Anak	
2.	Nurchayati

Desain Penelitian

Metode penelitian berupa prosedur untuk memperoleh data atau informasi yang diperoleh melalui penelitian. Menentukan fase dan cara yang dilakukan harus menggambarkan hubungan fenomena penelitian (Mulyadi, 2013).

Analisis deskriptif Kualitatif dan wawancara secara mendalam tentang fenomena yang ada dalam tayangan Upin&Ipin. Pemilihan informan penulis akan memilih informan yang memahami objek penelitian dan dapat membantu penulis dalam proses penelitian, serta beberapa informan yang dapat diwawancarai, kemudian dapat meminta informan lain yang lebih paham untuk melengkapi informasi, dan beberapa jurnal terkait pengaruh tayangan Upin&Ipin (Jumal Ahmad, 2018).

Teknik Analisis Data

Data yang di dapat dari penelitian di tulis dalam bentuk detail dan hanya berfokus pada konten utama. Untuk memperoleh atau mengumpulkan data, berusaha mencari arti yang terkandung dalam data dengan teknik wawancara. kemudian berusaha mencapai kesimpulan,

dan melakukan verifikasi selama proses penelitian (Rahardjo, 2011).

Dari penelitian sebelumnya pembelajaran sosial menonton televisi memiliki sisi positif Efek positifnya termaksud mengadopsi perilaku pro-sosial dan nilai-nilai sosial, penciptaan kesadaran dan membuat mereka mendapat informasi, menjadi warga Negara yang baik, berkomunikasi dan hidup dengan orang lain, mempelajari etika dan etiket, mengetahui peran dan hubungan gender, menjadi sadar untuk tidak apatis. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti menggunakan teori sosial kognitif Albert Bandura untuk mengetahui apakah anak-anak mempraktikan perilaku yang ada dalam tayangan Upin&Ipin episode “Permintaan Ajaib” dan apa saja manfaatnya dalam pembelajaran sosial anak-anak peneliti menggunakan empat dimensi yaitu tahap *Perhatian* mereka terhadap episode tersebut, tahap *penyimpanan* memori terhadap scene-scene tertentu, tahap *penghasilan* perilaku apa saja yang di praktikan anak-anak yang ada dalam scene-scene tertentu, dan jika anak menerapkannya di kehidupan sehari-hari apa yang membuat anak-anak *termotivasi* untuk melakukan hal tersebut (Prof. Dr. shahida sajjad, Dr. irshad hussain, 2017).

PEMBAHASAN

Ada banyak tayangan televisi yang hanya bersifat menghibur saja karena untuk mementingkan ranting. Berbeda dengan tayangan Upin&Ipin yang ditayangkan oleh MNCTV, tayangan kartun ini bukan hanya menghibur saja tetapi bersifat informasi dan mengajarkan sisi positif

dalam penyampaian pesan salah satunya mengandung pesan moral. Banyak anak-anak usia 7-9 tahun yang menyukai Tayangan kartun Upin&Ipin karena dalam tayangan ini karakter dari Upin&Ipin menjadi daya tarik tersendiri bagi penggemarnya terutama usia 7-9 tahun. Tayangan ini memiliki pengemasannya yang menarik. Mulai dari bahasa yang digunakan, informasi yang ada dalam tayangan dan menghibur karena ada unsur comedy dalam tayangan tersebut (Yulista & Purnamasari, 2020).

Episode-episode yang ada dalam tayangan Upin&Ipin peneliti tertarik menganalisa episode yang berjudul Permintaan Ajaib. Karena tayangan Upin&Ipin Episode “Permintaan Ajaib” secara keseluruhan episode ini menceritakan bagaimana lingkungan sosial di kalangan teman sebaya anak-anak dalam mengajak sisi positif.

Scene 1

Berkomunikasi.



Dalam episode Permintaan Ajaib, scene pertama dimulai Opah, Kak Ros, Upin&Ipin sedang mengobrol di teras. Opah, memulai pembicaraan tentang niat di niat puasa di esok hari, yang di sambung oleh kak Ros untuk siap menunaikan ibadah puasa, Upin&Ipin sudah siap dan sudah menghafal niatnya

Scene 2

Informasi.



Scene Kedua, Kakek Atu, Upin, Ipin, Ehsan, Fizi, dan Mail. Scene ini menceritakan Kakek Atu sedang menjelaskan tentang Sejarah Islam, pengetahuan bagi umat beragama Islam.

Scene 3

Tanggung Jawab.



Scene Ketiga, Upin dan Ipin merusak tasbeih Opah, dan berniat untuk tanggung jawab atas apa yang mereka perbuat, dan membawa tasbehnya ke Kakek Atu untuk diperbaiki dan Upin&Ipin mengakui kesalahan mereka.

Scene 4

Edukasi perilaku sosial.



Scene Keempat, Scene Ijat berbicara pada Upin dan Ipin dia malu untuk belajar mengaji karena tidak afal huruf ijaiyah, Upin dan Ipin dan teman temannya memberi semangat Ijat untuk tidak malu pergi mengaji, di scene ini Upin&Ipin dan Teman-temannya membuat Ijat percaya diri dan berjanji untuk pergi mengaji

Scene 5

Kerja sama



Scene Kelima, Upin&Ipin dan teman – temannya bergotong royong membersihkan tempat ibadah, karena tempat ibadah harus selalu bersih dan mereka melaksanakannya.

Scene 6

Edukasi dan Informasi.



Scene Keenam, Upin&Ipin pergi mengaji bersama teman-teman, dan Ijat akhirnya datang pergi berangkat mengaji. Upin&Ipin membantu Ijat menghafal huruf Ijaiyah.

Scene 7

Informasi



Scene Ketujuh, Upin&Ipin pulang mengaji melihat kakek itu sedang memasak dan menyicipinya di ujung lidah, dan Upin&Ipin melihat hal tersebut mengira Kakek Atu batal puasa, dan akhirnya Kakek Atu menjelaskan Hadist yang sebenarnya kepada Upin&Ipin.

Scene 8

Hiburan (*Comedy*)



Scene Kedelpan, memiliki sisi hiburan, yaitu saat Upin&Ipin mengejar ayamnya kakek itu yang bernama Rambo disitu ada unsur comedynya, karena Rambo memakai sandalnya Upin-Ipin.

Kesimpulan

Tayangan Upin&Ipin cukup banyak peminatnya, ada beberapa temuan dari tayangan Upin&Ipin episode “Permintaan Ajaib” ini, yaitu :

1. Tayangan discene ini memberikan hal positif bagi audience dikhususkan anak-anak sebagai pasar mereka.
2. Episode ini bukan hanya hiburan saja bagi anak secara tidak langsung memberi Informasi, Edukasi, dan mengajarkan cara komunikasi dan berperilaku yang baik dan peduli satu sama lain di lingkungan sosial.
3. Episode ini mengajarkan menjaga kebersihan itu penting dan bersama sama saling bergotong royong di lingkungan sosial untuk menjaga kebersihan.
4. Banyaknya sisi positif yang didapat episode ini dan ada scene yang mengajarkan anak untuk berani bersikap berani tanggung jawab, saat mereka melakukan kesalahan.

5. Episode ini seperti realitas yang terjadi di lingkungan sosial anak anak, karena mereka selalu bersama keluarga dan teman-temannya di lingkungan mereka dan dari tayangan Upin&Ipin juga memotivasi mereka untuk berperilaku baik, dimana pun, kapan pun, kepada siapapun, menjalin komunikasi yang baik dan mengajarkan kebaikan bersama sama.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Wawan dan Dewi M. (2011). *Pengukuran Pengetahuan Sikap, dan Perilaku Manusia*. Nuha Medika.
- Abdullah, S. M. (2019). Social Cognitive Theory : A Bandura Thought Review published in 1982-2012. *Psikodimensia*, 18(1), 85. <https://doi.org/10.24167/psidim.v18i1.1708>
- Ahmad, R., & Nurhakiki, H. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Deepublish Publisher.
- Dr. Panuju Redi, M. S. . (2018). *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi -Komunikasi sebagai Ilmu -Komunikasi sebagai Kegiatan*. Kencana.
- Hanindar, M. (2020). *Respon Penonton terhadap Product Placement dalam Sinetron (Studi Kasus Sinetron Dunia Terbalik)*. 5(2), 1–14.
- INFODATIN. (2014). *Kondisi Pencapaian Program Kesehatan Anak Indonesia*. PUSAT DATA DAN INFORMASI KEMENTERIAN KESEHATAN RI.
- Jumal Ahmad. (2018). Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis). *ResearchGate, June*, 1–20. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.12201.08804>
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi Buku Denis McQuail*.
- Mulyadi, M. (2013). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128. <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>
- Nurchayati, Z. (2015). Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa Dan Pengaruhnya. *Masyarakat Telematika Dan Informasi*, 16(September), 63.
- Pratama, D. Y., Iqbal, I. M., Tarigan, N. A., Studi, P., Komunikasi, I., Al-, U., Indonesia, A., Studi, P., Komunikasi, I., Al-, U., Indonesia, A., Studi, P., Komunikasi, I., Al-, U., & Indonesia, A. (2019). *Makna Televisi Bagi Generasi Z*. 4(1), 88–103.
- Prof. Dr. I.B Irawan. (2012). *Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma*.
- Prof. Dr. shahida sajjad, Dr. irshad hussain, D. haroon-ur-rashid rana and D. M. ramzan. (2017). *effects of television Viewing on social behavior of elementary school students : a Qualitative study*. 11(1), 135–144.
- Prof.Dr.Munir, M. I. (2012). *MULTIMEDIA Konsep & Aplikasi dalam Pendidikan*. Alfabeta.
- R. S. Dewi. (2012). *REPRESENTATION OF COMMUNICATION BETWEEN CULTURES AND MORAL MESSAGES IN ANIMATION FILM (Study Analysis Of Animation Film “Upin Ipin” In Mnc Tv) R*. 10(1), 9–26.
- Rahardjo, M. (2011). *Metode pengumpulan data penelitian kualitatif*.
- Ritonga, E. Y. (2018). Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 4(1), 32. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1460>
- Trisiah, A. (2019). Dampak Tayangan Televisi Pada Pola Komunikasi Anak.

Jurnal Inovasi, 13(1), 34–45.
<https://doi.org/10.33557/jurnalinovasi.v13i1.609>

Yulista, R., & Purnamasari, D. (2020).
Pengaruh Film Kartun Upin Ipin
Terhadap Perilaku Anak Usia 7-9
Tahun. *Jurnal Edukasi Nonformal*,
1(2), 121–126. <https://ummaspul.e-journal.id/JENFOL/article/view/425>