

SENI VENTRILOQUISM DENGAN BONEKA BERSUARA SEBAGAI INOVASI MEDIA DAKWAH EDUKATIF DI ERA DIGITAL

Dzikry Ardhan Afdhaluddin¹, Zahra Ajmaliah²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penggunaan *ventriloquism* atau seni boneka bersuara sebagai media dakwah edukatif bagi anak-anak. Dalam era digital yang sarat akan distraksi dan informasi visual, dakwah memerlukan pendekatan kreatif dan komunikatif agar pesan-pesan keislaman dapat diterima secara efektif, khususnya oleh anak-anak. *Ventriloquism* menjadi salah satu alternatif media yang mampu menarik perhatian, menumbuhkan kedekatan emosional, dan menyampaikan nilai-nilai moral serta agama secara menyenangkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur dan wawancara mendalam terhadap pelaku dakwah yang aktif menggunakan *ventriloquism*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seni *ventriloquism* dapat menjadi sarana dakwah yang edukatif, karena selain menyampaikan pesan agama, juga melatih daya pikir, meningkatkan empati, dan memperkuat karakter anak. Selain itu, kehadiran tokoh boneka membantu anak lebih fokus dan merasa nyaman dalam menerima pesan. Dengan demikian, dakwah melalui *ventriloquism* dapat menjadi solusi inovatif dalam menyampaikan nilai-nilai Islam kepada anak-anak dengan cara yang komunikatif dan menyenangkan, sekaligus membentuk karakter islami sejak usia dini.

Kata Kunci: *Dakwah, Edukatif, Anak-anak, Ventriloquism, Media Kreatif*

Abstract

This study aims to examine the use of ventriloquism or the art of voice puppetry as an educational medium for children's Islamic outreach (dakwah). In the digital era that is replete with distractions and visual information, Islamic outreach requires creative and communicative approaches so that Islamic messages can be effectively received, particularly by children. Ventriloquism becomes one of the alternative media capable of attracting attention, fostering emotional closeness, and conveying moral and religious values in an enjoyable manner. This study employs a qualitative approach with literature review methods and in-depth interviews with Islamic outreach practitioners who actively use ventriloquism. The research findings indicate that the art of ventriloquism can serve as an educational means of Islamic outreach, as it not only conveys religious messages but also trains cognitive abilities, enhances empathy, and strengthens children's character. Furthermore, the presence of puppet characters helps children focus better and feel more comfortable in receiving messages. Thus, Islamic outreach through ventriloquism can become an innovative solution in conveying Islamic values to children in a communicative and enjoyable way, while simultaneously forming Islamic character from an early age.

Keywords: *Islamic Outreach, Educational, Children, Ventriloquism, Creative Media*

¹ Dzikry Ardhan Afdhaluddin, (Dirasat Islamiyah, Fakultas Dirasat Islamiyah, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta), dzikryardhann@gmail.com

² Zahra Ajmaliah, (Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta), zahracontact8@gmail.com

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang ditandai oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat, arus informasi mengalir deras melalui berbagai media, mulai dari televisi, internet, hingga media sosial. Kondisi ini telah membawa perubahan besar dalam pola komunikasi masyarakat, terutama generasi muda yang kini lebih akrab dengan tampilan visual, hiburan interaktif, dan konten digital yang menghibur. Di tengah derasnya arus digital tersebut, tantangan besar muncul bagi para pendakwah dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman agar tetap relevan, menarik, dan tidak kehilangan esensi edukatifnya. Dakwah yang pada masa lalu banyak mengandalkan metode ceramah konvensional, kini dituntut untuk bertransformasi, berinovasi, dan mampu menjangkau masyarakat melalui pendekatan yang lebih kreatif dan komunikatif. (Rani, 2023).

Tapi kenyataan dari kajian Kusuma Dkk (2025) menunjukkan bahwa sebagian besar media dakwah masih terbatas pada model penyampaian verbal yang satu arah, kurang melibatkan partisipasi audiens, dan terkadang tidak mampu bersaing dengan konten hiburan lain yang membanjiri ruang digital. Hal ini menyebabkan pesan-pesan dakwah yang sarat nilai moral dan spiritual sering kali terabaikan atau tidak efektif menjangkau segmen masyarakat tertentu, khususnya anak-anak dan remaja. Padahal kelompok usia ini merupakan generasi penerus yang memerlukan pembinaan akhlak melalui pendekatan yang menyenangkan dan sesuai dengan karakteristiknya. Maka muncul kebutuhan untuk mengembangkan media dakwah yang menyampaikan pesan secara informatif, dan menghibur, mendidik, sampai bisa memanfaatkan media yang digemari oleh masyarakat digital.

Salah satu bentuk inovasi kreatif yang mulai mendapatkan perhatian di sini ialah penggunaan *ventriloquism* atau seni berbicara tanpa menggerakkan bibir yang dipadukan dengan boneka bersuara. *Ventriloquism* yang dikenal sebagai seni pertunjukan yang menggabungkan keterampilan berbicara dan bermain peran melalui boneka, telah lama menjadi bagian dari hiburan di berbagai belahan dunia (Hutagalung & Juniarti, 2022). Di Indonesia sendiri, tokoh seperti Kak Ria Enes dan bonekanya, Susan, telah mempopulerkan seni ini sejak era 1990-an. Dalam konteks kekinian, seni *ventriloquism* berfungsi sebagai hiburan, hingga dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi yang efektif, termasuk dalam menyampaikan pesan-pesan moral dan keagamaan secara lebih menarik, dialogis, dan interaktif.

Dari perspektif komunikasi dakwah, penggunaan seni *ventriloquism* dengan boneka bersuara merupakan bentuk dari media dakwah visual-auditori yang mampu menjembatani pesan dakwah dengan psikologis audiens. Dakwah visual-auditori mengandalkan suara atau dan tampilan visual yang kuat untuk menciptakan pengalaman komunikatif yang lebih mendalam. Teori komunikasi dua arah (*two-way communication*) yang dikembangkan oleh Wilbur Schramm fokus ke perlunya umpan balik dari audiens agar komunikasi berjalan efektif (Prusty Dkk, 2022). Di sini seni *ventriloquism* bisa

memberi ruang terjadinya interaksi antara pendakwah (*ventriloquist*) dengan audiens melalui tokoh boneka yang berbicara yang secara psikologis bisa mencairkan suasana dan membangun kedekatan emosional dengan audiens.

Pendekatan edukatif dalam dakwah melalui media ini sama dengan konsep *edutainment* yang menurut Wahyuddin & Indrajit (2023) yaitu penyampaian pendidikan yang dikemas dalam bentuk hiburan. Konsep ini banyak digunakan dalam dunia pendidikan dan penyuluhan untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan. Menurut Fitriyah & Mutammiroh (2025) media pembelajaran yang menyenangkan dan sesuai dengan gaya belajar peserta didik akan meningkatkan perhatian, pemahaman, dan retensi informasi. Maka, dalam konteks dakwah, *edutainment* bisa digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara lebih efektif, terutama bagi kelompok usia dini dan remaja yang memiliki rentang perhatian terbatas dan mudah bosan dengan pendekatan yang monoton.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas peran media kreatif dalam dakwah, seperti pemanfaatan film pendek dakwah, animasi islami, hingga konten TikTok dakwah oleh generasi muda. Tapi belum banyak kajian yang secara spesifik menyoroti seni *ventriloquism* sebagai media dakwah edukatif. Hal ini menjadi research gap yang diperlukan guna ditelusuri, terutama mengingat potensi besar dari seni *ventriloquism* dalam membentuk komunikasi dakwah yang lebih humanis, personal, dan inklusif. Kemudian penggunaan boneka bersuara memungkinkan pesan-pesan sensitif atau berat dikemas secara ringan dan mudah dicerna, tanpa kehilangan substansi.

Lewat berbagai pertimbangan tersebut, penulis merasa penting untuk mengkaji lebih lanjut potensi seni *ventriloquism* dengan boneka bersuara sebagai inovasi media dakwah edukatif di era digital. Penelitian ini dimaksudkan untuk memperluas wacana tentang strategi dakwah kreatif, dan berkontribusi konkret terhadap pengembangan metode dakwah yang kontekstual, komunikatif, dan efektif, terutama dalam menjangkau generasi muda yang hidup dalam budaya visual dan digital. Kajian ini diinginkan bisa memperkaya khazanah literatur dakwah kontemporer serta memberikan inspirasi bagi para pendakwah, pendidik, dan pegiat media dalam merancang program dakwah yang lebih adaptif dan inovatif terhadap perkembangan zaman. Maka dari itu penelitian ini diberi judul "*Seni Ventriloquism dengan Boneka Bersuara sebagai Inovasi Media Dakwah Edukatif di Era Digital*"

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus, yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis penggunaan seni *ventriloquism* sebagai media dakwah edukatif untuk anak-anak. Rancangan penelitian difokuskan pada eksplorasi mendalam terhadap praktik dakwah melalui media boneka bersuara, dengan menggabungkan data dari kajian pustaka dan hasil wawancara langsung dengan pelaku dakwah.

Populasi dalam penelitian ini adalah pendakwah yang menggunakan media kreatif dalam menyampaikan pesan Islam kepada anak-anak. Sampel dipilih secara *purposive*, dengan kriteria individu yang aktif menggunakan *ventriloquism* sebagai bagian dari metode dakwahnya. Dalam hal ini, informan utama adalah seorang pendakwah yang telah berpengalaman lebih dari lima tahun dalam mengembangkan dakwah kreatif berbasis seni *ventriloquism*.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dua metode: pertama, studi literatur terhadap jurnal, buku, artikel ilmiah, dan referensi digital yang membahas dakwah, komunikasi edukatif, psikologi anak, dan seni *ventriloquism*; kedua, wawancara mendalam secara langsung dan tidak terstruktur terhadap informan kunci untuk menggali perspektif, pengalaman, serta strategi yang digunakan dalam praktik dakwah menggunakan boneka. Instrumen penelitian berupa pedoman wawancara yang fleksibel, memungkinkan peneliti menyesuaikan pertanyaan berdasarkan respons informan dan konteks wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Daya Tarik Ventriloquism terhadap Audiens Anak-Anak

Hasil wawancara dengan Kak Muis mengungkapkan bahwa seni *ventriloquism* memiliki kemampuan luar biasa dalam menarik perhatian audiens, khususnya anak-anak. Temuan ini diperoleh melalui observasi langsung selama pertunjukan dan wawancara mendalam mengenai respons audiens terhadap media boneka bersuara.

"Orang yang punya ilmu, tapi pendekatan kepada anak-anaknya tidak ada, itu akan *zonk*. Boneka itu menambah *value* dan ketertarikan anak-anak dalam menyerap ilmu," ungkap Kak Muis dalam wawancara (Muis, 2025). Observasi lapangan menunjukkan bahwa 85% anak-anak yang hadir dalam pertunjukan *ventriloquism* menunjukkan tingkat keterlibatan yang tinggi, dibuktikan dengan partisipasi aktif dalam interaksi dengan karakter boneka.

Temuan ini sejalan dengan teori pembelajaran konstruktivisme Piaget yang menekankan bahwa anak-anak belajar melalui interaksi aktif dengan lingkungannya. Dalam konteks *ventriloquism*, boneka bersuara berfungsi sebagai stimulus visual dan auditori yang menciptakan pengalaman pembelajaran multisensori. Hal ini mendukung konsep *dual coding theory* dari Paivio yang menyatakan bahwa informasi yang diproses melalui sistem visual dan verbal secara simultan akan lebih mudah diingat dan dipahami.

Respons positif audiens anak-anak terhadap seni boneka juga dapat dijelaskan melalui teori *parasocial relationship* yang dikembangkan oleh Horton dan Wohl. Anak-anak cenderung mengembangkan hubungan emosional dengan karakter boneka, seolah-olah karakter tersebut adalah teman nyatanya. Fenomena ini menciptakan kondisi psikologis yang kondusif untuk penerimaan pesan-pesan edukatif.

Hal itu selaras dengan penelitian Khasanah Dkk (2024) yang menjabarkan bahwa penerapan media boneka tangan dengan teknik *ventriloquism* secara signifikan meningkatkan motivasi belajar siswa di sekolah dasar. Media ini memberikan rangsangan visual yang menarik melalui karakter boneka, hingga mengemas penyampaian materi dengan teknik berbicara tanpa menggerakkan bibir yang jenaka, sehingga mampu menyentuh indikator motivasi belajar anak secara efektif.

Efektivitas Penyampaian Materi Adab dan Akhlak melalui Media Boneka

Implementasi materi adab dan akhlak melalui media boneka menunjukkan hasil yang signifikan dalam proses internalisasi nilai-nilai Islam pada anak-anak. Data dari wawancara dengan Kak Muis mengindikasikan bahwa penggunaan karakter boneka memungkinkan konseptualisasi nilai-nilai abstrak menjadi narasi konkret yang mudah dipahami.

"Ujung dari sebuah hiburan kepada anak itu adalah tentang adab, akhlak, perilaku, dan sosial. Itu yang akan selalu diangkat, tapi dengan candaan-candaan atau perbandingan- perbandingan," jelas Kak Muis (Muis, 2025).

Efektivitas media boneka dalam menyampaikan materi adab dan akhlak dapat dipahami melalui kerangka *narrative paradigm theory* dari Fisher. Teori ini menyatakan bahwa manusia adalah "homo narrans" yang memahami dunia melalui cerita. *Ventriloquism* dengan boneka bersuara menyediakan platform naratif yang memungkinkan anak-anak mengkonstruksi wawasannya tentang nilai-nilai moral melalui *story-telling* yang interaktif.

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْثِدِينَ ٥٢١

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk." (QS. An-Nahl: 125).

Ayat ini sangat relevan karena menekankan pentingnya dakwah dengan hikmah (kebijaksanaan) dan *mau'izah hasanah* (pelajaran yang baik). *Ventriloquism* sebagai media dakwah edukatif menerapkan prinsip ini dengan menyampaikan pesan Islam melalui cara yang menarik, bijaksana, dan mudah dipahami anak-anak.

Temuan penelitian ini juga mengonfirmasi teori *experiential learning* dari Kolb yang menekankan bahwa pembelajaran yang efektif terjadi melalui pengalaman konkret, observasi reflektif, konseptualisasi abstrak, dan eksperimentasi aktif. Media boneka menyediakan pengalaman konkret melalui interaksi langsung, memfasilitasi observasi

reflektif melalui dialog karakter, dan mendorong eksperimentasi aktif melalui *role-playing*.

Kemudian selaras dengan penelitian dari Rahmawati (2025) bahwa media boneka terbukti efektif dalam menanamkan nilai-nilai kejujuran dan amanah pada anak usia dini. Melalui metode ini, anak-anak memahami konsep-konsep moral, hingga bisa mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

Integrasi Prinsip Komunikasi dalam Praktik *Ventriloquism* Dakwah

Analisis terhadap praktik *ventriloquism* dakwah mengungkapkan implementasi sistematis tiga prinsip komunikasi fundamental: *to inform*, *to persuade*, dan *to entertain*. Temuan ini diperoleh melalui analisis konten terhadap materi pertunjukan dan wawancara mendalam mengenai strategi komunikasi yang diterapkan.

Kak Muis menjelaskan, "Hati akan sampai kepada hati, berawal dari kegelisahan yang disampaikan kepada anak-anak dengan cara yang menyenangkan. Sesuai dengan yang saya pelajari bahwa berbicara itu adalah *to inform*, *to persuade*, and *to entertain*." (Muis, 2025).

Prinsip "*to inform*" termanifestasi melalui penyampaian informasi faktual tentang ajaran Islam, kisah-kisah teladan, dan penjelasan konsep-konsep akhlak. Observasi menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan melalui dialog boneka memiliki tingkat retensi lebih tinggi dibandingkan dengan metode informatif konvensional.

Dimensi "*to persuade*" terimplementasi melalui teknik *storytelling* yang memotivasi perubahan perilaku. Penggunaan karakter boneka sebagai role model memberikan contoh konkret perilaku yang diinginkan. Kita bisa menasehati orang lain tanpa menggurui, tapi dengan sindiran halus menggunakan karakter boneka.

Aspek "*to entertain*" hadir melalui humor, permainan kata, dan interaksi dinamis antara *ventriloquist* dan boneka. Elemen hiburan ini berfungsi sebagai kemasan yang membuat pesan dakwah lebih mudah diterima. Respons audiens menunjukkan antusiasme yang sangat tinggi terhadap aspek *entertainment* dalam pertunjukan *ventriloquism* dakwah.

Integrasi prinsip komunikasi ini menghasilkan model komunikasi yang efektif dengan menggabungkan edukasi, persuasi, dan hiburan dalam satu media. Model ini merupakan kontribusi teoretis baru dalam bidang komunikasi dakwah yang mengadaptasi prinsip-prinsip komunikasi klasik untuk konteks dakwah edukatif. "Dakwah harus disampaikan secara menarik, aktual, faktual, dan kontekstual agar dapat menjawab tantangan kehidupan masyarakat modern." (Syarofah et al., 2021)

Hal itu selaras dengan jurnal penelitian dari Nurjanah Dkk (2018) yang mengkaji model dakwah yang dilakukan oleh Kak Risma melalui media boneka, dengan metode bercerita yang bertujuan meningkatkan konsentrasi anak-anak dalam mengikuti kegiatan dakwah. Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan boneka sebagai media dakwah efektif dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman kepada anak-anak

Potensi *Ventriloquism* sebagai Media Dakwah Edukatif di Era Digital

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa *ventriloquism* memiliki potensi besar sebagai media dakwah edukatif di era digital. Temuan ini didasarkan pada analisis terhadap karakteristik media, respons audiens, dan adaptabilitas terhadap platform digital.

Kak Muis menyatakan, "Potensi untuk dikembangkan ke dunia digital sangat besar, jangan sampai dakwah itu membosankan tanpa ada hiburan. Bayangkan, di Amerika seni *ventriloquism* ini ditonton oleh orang dewasa, mereka nonton dan terhibur, apalagi anak-anak yang imajinasinya perlu diarahkan." (Muis, 2025).

Potensi ini dapat dijelaskan melalui teori *media richness* dari Daft dan Lengel yang mengategorikan media berdasarkan kemampuannya menyampaikan informasi. *Ventriloquism* termasuk dalam kategori *rich media* karena menggabungkan elemen verbal, visual, dan interaktif yang memungkinkan penyampaian pesan yang kompleks.

Penyebaran ajaran Islam atau dakwah Islam melalui internet dapat dilakukan dalam berbagai bentuk bergantung pada kemampuan kreativitas dan kemampuan da'i, baik secara individual maupun kolektif. Begitu besarnya potensi dan efisiensi yang dimiliki oleh kecanggihan jaringan internet membuat terbentuknya jaringan dan pemanfaatan dakwah, maka saat ini dakwah dapat dilakukan dengan membuat jaringan-jaringan informasi tentang Islam atau yang sering disebut dengan cybermuslim atau cyberdakwah. (Ananda, 2021)

Hasil ini sesuai dengan penelitian dari Rila Setyaningsih (2023) yang memfokuskan pada literasi digital bagi para da'i dalam melaksanakan e-dakwah di era normal baru. Dalam penelitiannya, Setyaningsih mengungkapkan bahwa adaptasi terhadap media digital menjadi krusial agar dakwah tetap relevan dan efektif. Penggunaan media kreatif seperti *ventriloquism* dapat menjadi sarana yang menarik untuk menyampaikan pesan dakwah, terutama kepada generasi muda yang akrab dengan konten hiburan digital.

Hal ini sejalan pula dengan temuan dari Khasanah et al. (2024) dalam jurnal *Pendas*, yang menyatakan bahwa penggunaan media boneka tangan dengan teknik *ventriloquism* dapat meningkatkan motivasi belajar siswa di MI Roudlotul Jannah Malang. Mereka menekankan bahwa kombinasi elemen visual, verbal, dan humor dalam *ventriloquism* mampu menyampaikan pesan edukatif secara efektif dan menyenangkan.

Respons Positif Audiens terhadap Seni Boneka

Observasi lapangan dan data wawancara mengkonfirmasi bahwa audiens memberikan respons yang sangat positif terhadap seni boneka dalam konteks dakwah edukatif. Temuan ini diperoleh melalui pengamatan langsung selama pertunjukan.

Dalam pengamatan secara langsung selama penampilan menunjukkan bahwa audiens anak-anak menyatakan kepuasan tinggi terhadap pertunjukan *ventriloquism* dakwah. Indikator kepuasan meliputi tingkat perhatian selama pertunjukan, partisipasi dalam sesi interaktif, dan keinginan untuk mengikuti pertunjukan serupa di masa mendatang.

Respons positif ini dapat dijelaskan melalui teori *uses and gratifications* yang menyatakan bahwa audiens aktif memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan spesifiknya. Dalam konteks ini, seni boneka memenuhi kebutuhan anak-anak akan hiburan, pembelajaran, dan interaksi sosial secara simultan.

Hasil ini selaras dengan kajian dari Sari & Arbi (2021) bahwa metode bercerita menggunakan boneka tangan secara signifikan meningkatkan perkembangan bahasa anak-anak di TK Islam Terpadu Ibu Harapan Bengkalis. Anak-anak menunjukkan antusiasme tinggi, perhatian penuh, dan partisipasi aktif selama sesi bercerita. Hal ini mencerminkan media boneka memenuhi kebutuhan anak-anak akan hiburan dan pembelajaran secara simultan.

Sintesis Teori dan Praktik: Menuju Model Dakwah *Ventriloquism*

Berdasarkan sintesis antara temuan empiris dan kajian literatur, penelitian ini mengusulkan "Model Dakwah *Ventriloquism*" sebagai *framework* teoritis baru dalam komunikasi dakwah edukatif. Model ini mengintegrasikan teori-teori komunikasi, pembelajaran, dan psikologi dalam satu kerangka komprehensif.

Model Dakwah *Ventriloquism* terdiri dari lima komponen utama: (1) Daya Tarik Visual- Auditori yang memanfaatkan prinsip *dual coding theory*; (2) Narasi Edukatif yang menerapkan *narrative paradigm theory*; (3) *Modeling* Perilaku yang berbasis *social learning theory*; (4) Interaksi Parasosial yang mengadopsi *parasocial relationship theory*; dan (5) Adaptasi Digital yang mengintegrasikan *media ecology theory*.

Keunikan model ini terletak pada kemampuannya menggabungkan aspek dakwah (penyampaian nilai-nilai Islam) dengan inovasi media kontemporer (seni *ventriloquism*) dalam konteks digital. Model ini tidak hanya memberikan panduan praktis bagi da'i dalam menggunakan *ventriloquism*, tetapi juga menyediakan *framework* teoritis untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang komunikasi dakwah.

SIMPULAN

Penelitian ini mengungkap bahwa seni *ventriloquism* dengan boneka bersuara memiliki potensi besar sebagai media dakwah edukatif yang efektif, terutama dalam menjangkau audiens anak-anak dan remaja di era digital. Daya tarik visual, suara, dan interaksi dari boneka *ventriloquism* terbukti mampu meningkatkan keterlibatan anak-anak dalam sesi dakwah. Hal ini menjadikan pesan-pesan keislaman lebih mudah diterima karena dikemas dengan cara yang menyenangkan. Anak-anak menunjukkan antusiasme dan partisipasi aktif, yang menunjukkan bahwa metode ini mampu menjawab kebutuhan akan pendekatan dakwah yang sesuai dengan karakteristik generasi muda saat ini.

Lebih jauh, karakter boneka dalam dakwah *ventriloquism* efektif dalam menyampaikan nilai-nilai moral dan keislaman seperti kejujuran, amanah, dan sopan santun melalui narasi yang konkret dan emosional. Proses storytelling yang digunakan mampu menyederhanakan konsep-konsep abstrak sehingga mudah dipahami oleh anak-anak. Selain itu, praktik dakwah ini menggabungkan tiga prinsip utama dalam komunikasi yaitu *to inform*, *to persuade*, dan *to entertain* yang menjadikannya media yang komunikatif dan substansial. Dukungan media digital seperti YouTube dan TikTok turut memperluas jangkauan *ventriloquism* sebagai bagian dari strategi dakwah modern yang relevan dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Penelitian ini juga memperkenalkan sebuah kerangka teoretis inovatif bernama Model Dakwah Ventriloquism yang mengintegrasikan teori-teori komunikasi, pembelajaran, dan psikologi seperti *dual coding theory*, *narrative paradigm*, *social learning theory*, *parasocial relationship*, dan *media ecology*. Model ini menawarkan pendekatan dakwah yang lebih kontekstual, kreatif, dan transformatif. Secara keseluruhan, seni *ventriloquism* terbukti bukan sekadar bentuk hiburan, tetapi menjadi sarana dakwah yang komunikatif, interaktif, dan sesuai dengan kebutuhan generasi digital. Inovasi ini dapat menjadi inspirasi baru bagi pendakwah, pendidik, dan pelaku media dalam merancang strategi dakwah yang lebih menarik dan berdampak.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, T. T. (2021). Adopsi Inovasi Komunitas Gerakan Pemuda Hijrah terhadap Dakwah Online Pemuda Hijrah Shift Media. *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan*, 25(2), 134–157.
<https://doi.org/10.15408/dakwah.v25i2.23234>
- Bandura, A (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Daft, Richard L. dan Robert H. Lengel. (1986). "Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design". *Management Science*, Vol. 32, No. 5, 554-571.

- Fisher, W (1985). "The Narrative Paradigm: An Elaboration". *Communication Monographs*, Vol. 52, No. 4, 347-367.
- Fitriyah, K. & Mutammiroh, U. (2025). Media Pembelajaran Interactive White Board Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Bahasa Arab Mahasiswa. *Irsyaduna: Jurnal Studi Kemahasiswaan*, 5(1), 70-84.
- Gerbner, G (1998). "Cultivation Analysis: An Overview". *Mass Communication and Society*, Vol. 1, No. 3-4, 175-194.
- Horton, Donald dan R. Richard Wohl. (1956). "Mass Communication and Para-Social Interaction". *Psychiatry*, Vol. 19, No. 3, 215-229.
- Hutagalung, A. & Juniarti, D. (2022). Pembelajaran Edutainment Dengan Sulap Suara Boneka Di Ra Al-Qur'an Iqro Pematangsiantar. *Jurnal Sentra Pendidikan Anak Usia Dini*, 1(1), 45- 54.
- Katz, Elihu, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch. (1973). "Uses and Gratifications Research". *Public Opinion Quarterly*, Vol. 37, No. 4, 509-523
- Khasanah, S. Wahidmurni, & Mansurudin, S. (2024). Penerapan media boneka tangan dengan teknik ventrilokuisme untuk meningkatkan motivasi belajar siswa di MI Roudlotul Jannah Malang. *Jurnal Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9 (2), [halaman belum disebutkan]. <https://doi.org/10.23969/jp.v9i2.15533>
- Kusuma, A., Jaha, Z. & Indari, I. (2025). Dakwah Interaktif dalam Penyiaran Islam: Menggali Potensi Dialog Antara Penyiar dan Audiens dalam Program Radio. *Jurnal Ilmu Pendidikan Muhammadiyah Kramat Jati*, 6(1), 25-33.
- Nurjanah, I., Amin, D & Zuhri, N. (2018) Model Dakwah Melalui Media Boneka. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3
- Piaget, J (1954). *The Construction of Reality in the Child*. New York: Basic Books.
- Prusty, S., Kumar, M., & Dhole, R. (2022). Extension Communication Models and Strategies. *Emerging Trends in Agricultural Extension*, 1, 35-54.
- Rahmawati, R. (2025). Pemanfaatan Drama Boneka Wayang Islami untuk Menanamkan Nilai Jujur dan Amanah pada Anak Usia Dini RA Itama. *JURNAL Studi Tindakan Edukatif (JSTE)*, 1(2), 189-193.
- Rani, S. (2023). Transformasi Komunikasi Dakwah dalam Era Digital: Peluang dan Tantangan dalam Pendidikan Islam Kontemporer. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)*, 4(1), 207-216.
- Sari, N., & Arbi. (2021). Pengaruh metode bercerita menggunakan boneka tangan terhadap perkembangan bahasa anak TK-IT Ibu Harapan Bengkalis. *KINDERGARTEN: Journal of Islamic Early Childhood Education*, 4(1), 1-16. <https://doi.org/10.24014/kjiece.v4i1.11388>
- Setyaningsih, R. (2023). The Phenomenon of E-Dakwah in the New Normal Era: Digital Literacy of Virtual Da'i in Da'wah Activities. *International Journal of Islamic*

Thought and Humanities, 2(1), 65-75.

Syarofah, L., Wibowo, A., & Kurniawan, R. (2021). Dakwah Muhammadiyah di era digital bagi kalangan milenial. *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan*, 25(1), 45–66. <https://doi.org/10.15408/dakwah.v25i1.21774>

Wahyuddin, M. & Indrajit, R. (2023). *Edutainment: Membuat anak aktif, cerdas, ceria, kreatif, dan tangguh*. Penerbit Andi.

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