

# INTERAKSI PERADABAN: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam

ISSN : 2809-7645

E-ISSN : 2809-7653

DOI :

Vol. 1 No. 2 , 2022

<http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/interaksi>



---

## Perilaku Baik Itu Mudah atau Sukar? Representasi dalam Youtube Tontonan Anak Nussa dan Rara

Muhammad Fanshoby<sup>1)</sup>, M. Najmudin Hasbullah<sup>2)</sup>, Tantan Hermansah<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup>Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

<sup>2)</sup>Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

<sup>3)</sup>Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

Email:

[Fanshoby@uinjkt.ac.id](mailto:Fanshoby@uinjkt.ac.id)

---

### Keywords

*Representasi, nilai akhlak anak, media sosial, youtube, Nussa dan Rara*

### ABSTRACT

Tontonan bagi anak di media sosial *Youtube* masih minim edukasi. Padahal saat ini, anak-anak memanfaatkan media sosial sebagai tontonan mereka. Beberapa studi menyebutkan bahwa perilaku anak dipengaruhi oleh apa yang mereka tonton. Dengan begitu, *youtube* menjadi salah satu platform media sosial yang memengaruhi perilaku anak. Penelitian ini akan menganalisis Nilai Akhlak dalam Media Sosial *Youtube Nussa dan Rara*, Episode Baik itu Mudah dengan menggunakan Pendekatan Representasi Stuart Hall. Tujuan penelitian ini untuk menjawab *research questions* bagaimana representasi akhlak anak pada video *Nussa dan Rarra* dari aspek budaya, bahasa, dan makna. Hasilnya menunjukkan bahwa video animasi *Nussa dan Rarra* merepresentasikan akhlak anak berdasarkan unsur budaya, bahasa dan makna yang sesuai dengan ajaran Islam. Itu didapat dari temuan pada 3 *shoot* dalam video episode “Baik itu Mudah”. Video ini di upload *Nussa Official* pada 23 Mei 2019 yang berdurasi 06.53 menit dengan jumlah tayang 66.954.922 dan likes 451 ribu.

## Pendahuluan

Perilaku anak seringkali dipengaruhi oleh apa yang mereka tonton. Seperti yang diungkapkan dalam penelitian Bruce J. Tonge bahwa menonton sebuah tayangan memberikan pengaruh hingga mengubah perilaku anak (Bruce J., 1990). Hal ini didukung oleh penelitian lain yaitu menurut Leonard A. Jason mengenai orang tua di berbagai negara memiliki kekhawatiran soal waktu yang dihabiskan anak-anak dalam menonton film (Jason & Michael, 2004). Rasa khawatir ini dirasakan karena terdapat adegan kekerasan yang ada pada tayangan di televisi, termasuk juga *youtube*. Sesuai dengan yang dikemukakan oleh Bruce J. Tonge, bahwa tontonan yang dikonsumsi oleh anak-anak dapat memengaruhi perilaku anak.

Sementara menurut Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak bahwa golongan usia anak dihitung mulai dari 0-17 tahun (KemenPPPA, 2019). Tontonan anak yang tepat menjadi hal penting untuk diperhatikan orang tua. idealnya tontonan anak harus memiliki nilai edukasi dan mendukung pola pikir yang positif (Erinintyani, 2019). Karena menurut penelitian Huston, Wright, Marquis dan Green anak-anak di bawah usia 5 sampai 6 tahun menghabiskan paling banyak waktu mereka dengan menonton tayangan televisi (Huston et al., 1999).

Saat ini, tontonan bukan hanya tayangan televisi. Namun, banyak tayangan yang diakses oleh anak melalui gawai mereka salah satunya yaitu media sosial *youtube*. Dengan dukungan jaringan internet anak dapat mengakses tontonan dengan bebas yang ada di media sosial *youtube*.

Karena memang penggunaan media sosial sebagai sumber informasi telah berhasil menjadi salah satu media alternatif dan menggeser media mainstream seperti televisi, radio, hingga surat kabar. Pergeseran perilaku masyarakat itu merupakan dampak dari penetrasi teknologi internet yang digunakan untuk mengakses media sosial (Fanshoby & Prasetyawan, 2021).

Data valid mengenai anak yang menggunakan internet di Indonesia dari hasil survei per akhir tahun 2018 yang dilakukan APJII pada 9 Maret sampai 14 April tahun 2019 usia anak dihitung dari usia 5-19. Sekitar 25,2% pengguna internet berusia 5-9 tahun, 66,2% pengguna internet usia anak 10-14 tahun, dan 91% pengguna internet usia anak 15-19 tahun pernah mengakses internet dalam tiga bulan terakhir sebelum tanggal survei tersebut (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2019).

Adapun *youtube* saat ini menjadi salah satu media sosial yang juga populer. Berdasarkan data dari *katadata.co.id*, *youtube* merupakan media sosial no. 1 di Indonesia yang banyak digunakan hingga mencapai 88% dari pengguna media sosial lainnya

(Yudhistira, 2019).

*Youtube* merupakan media sosial yang memiliki banyak konten tayangan yang mudah diakses oleh anak. Sehingga media sosial *youtube* menjadi salah satu platform yang dijadikan tontonan oleh anak saat ini. Kemudahan mengakses konten *youtube* saat ini sudah tidak bisa dibendung, karena bisa diakses kapan saja dan dari mana saja dengan menggunakan berbagai macam perangkat pendukung seperti gawai, komputer pribadi, laptop, dan lain sebagainya yang memiliki akses internet. *Youtube* juga merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa 'gambar bergerak'. Pada video tersebut terdapat unsur sinematografi yang mana dalam hal ini juga terbagi menjadi tiga bagian, yaitu *sequence*, *scene*, dan *shot*.

Menurut *Tirto.id*, jenis atau *genre youtube* Indonesia yang berisi konten animasi hanya 4%, sedangkan tiga teratas didominasi oleh konten vlog 39%, konten game 19% dan konten music 14%. Konten animasi ini pun masih banyak ragamnya, seperti animasi lagu, animasi film, animasi edukasi dan lain sebagainya (Kurniawan, 2019). Dari beragam jenis atau *genre* konten menurut *Tirto.id* yang telah disampaikan di atas, salah satu yang menjadi perhatian peneliti adalah mengenai animasi yang bersifat edukasi. Animasi yang bersifat edukasi terbilang masih cukup sedikit di Indonesia. Salah satu animasi yang bersifat edukasi yaitu *Nussa dan Rarra*. Animasi ini berisikan konten edukasi dengan nilai-nilai Islam di dalamnya. *Nussa dan Rarra* ini menjadi tontonan positif anak saat ini di tengah banyaknya tontonan anak dengan konten yang bukan edukasi.

Sementara tontonan anak dengan konten edukasi salah satunya adalah animasi *Nussa dan Rarra* di media sosial *youtube*. Di animasi tersebut, terdapat nilai edukasi berupa nilai akhlak. Sebagaimana dengan anjuran Islam perihal akhlak yang baik harus dimiliki oleh setiap manusia. Dengan konten *youtube* yang memiliki nilai akhlak, maka *Nussa dan Rarra* dapat memengaruhi para penonton melalui tayangan anak.

Adapun definisi akhlak secara terminologi disampaikan oleh beberapa ahli adalah sebagai berikut; Pertama, Imam Al-Ghazali menjelaskan bahwa hakikat makna akhlak itu, ialah sifat yang tertanam, ibarat dari keadaan di dalam jiwa yang melahirkan perbuatan-perbuatan dengan mudah tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan (Al-Ghazali, 2003). Kedua, Abu Bakar Jabir al-Jaziri menjelaskan makna akhlak itu adalah bentuk kejiwaan yang tertanam dalam diri manusia yang dapat menimbulkan perbuatan baik dan buruk, terpuji dan tercela (Al-Jaziri, 1976). Ketiga, Imam Al-Qurtubi menjelaskan makna akhlak itu adalah mengenai perbuatan yang bersumber dari diri manusia yang selalu dilakukan, maka itulah yang disebut dengan akhlak, karena

perbuatan tersebut bersumber dari kejadiannya (Al-Qurtubi, 1913).

Dari berbagai definisi akhlak menurut para ahli di atas menyatakan bahwa akhlak merupakan sifat yang melekat pada diri manusia yang dapat menimbulkan perbuatan baik ataupun buruk tanpa mempertimbangkan pikiran terlebih dahulu (secara spontan) yang dengan akhlak tersebut manusia bisa dikatakan manusia yang baik atau buruk.

Adanya sebuah tontonan yang baik bagi anak tentu merupakan hal yang sangat penting. Karena masa kanak-kanak merupakan masa di mana perkembangan individu dimulai. Perkembangan anak-anak di usia emas akan memengaruhi kualitas anak tersebut di masa mendatang. Oleh karena itu, untuk menciptakan individu yang berkualitas, sebuah tontonan yang baik dan mengedukasi menjadi pilihan tepat dan sangat penting bagi anak (KPI, 2019).

Dewasa ini, tontonan bergenre animasi juga banyak diminati oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia, mulai dari usia anak-anak hingga dewasa. Banyaknya media yang dapat diakses seperti *youtube* dan lain sebagainya menjadikan animasi dapat dinikmati oleh siapa pun. Sedangkan dalam film bergenre animasi, masih jarang sekali ditemukan konten yang memiliki nilai akhlak. Di awal tahun 2008 telah muncul film animasi asal Negara Malaysia seperti *Upin dan Ipin*, sampai saat ini film animasi tersebut masih populer di Indonesia, kemudian pada tanggal 20 November 2018 melalui media *youtube* telah muncul Film animasi "*Nussa dan Rarra*" dengan tagline (*A New Islamic Edutainment Animated Web Series*), yang kemudian dapat diakses melalui *youtube* dengan durasi pendek sehingga para penonton tidak terlalu membutuhkan waktu lama untuk menyaksikan film animasi tersebut.

Masalah yang dialami saat ini adalah anak yang memiliki perilaku atau akhlak buruk, salah satunya disebabkan dari tontonan yang buruk. Tontonan yang berisi tokoh kartun dapat memberikan pengaruh besar terhadap tingkat pola perilaku seorang anak. Selain itu, banyak konten tontonan di *youtube* yang tidak mengedukasi. Kemudian muncul animasi *Nussa dan Rarra* yang telah memberikan alternatif tontonan animasi.

Beberapa studi terdahulu yang beririsan dengan penelitian ini antara lain; *Pertama*, tesis yang berjudul *Analisa Pesan Dakwah Semiotika Roland Barthes dalam Film Kartun Syamil dan Dodo* oleh Keriyono, Tahun 2017, Jurusan Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Tesis ini memiliki objek kajian yang sama yaitu film atau gambar bergerak. Studi ini berusaha untuk memahami pesan yang terdapat dalam film "*Syamil dan Dodo*". Namun substansi dalam penelitian ini adalah lebih menjelaskan tentang suatu tanda yang terdapat dalam sebuah film. Hasil penelitian ini adalah terdapat pesan dakwah di dalam film *Syamil dan Dodo* yang ditandai dengan adanya

*sign* atau *code* (tanda-tanda dan kode) seperti yang terdapat pada episode yang dianalisis oleh peneliti yang berkaitan dengan masalah sholat dan wudhu. Melalui kajian semiotika, peneliti menemukan sepuluh tanda dan kode yang signifikan terhadap tujuan penelitian dalam adegan yang dirangkum dalam table denotasi, konotasi, serta mitos (Keriyono, 2017); *Kedua*, tesis milik Marda Yauntika Haninggarjati tahun 2009, Pasca Sarjana Ilmu Pengetahuan Budaya, Fakultas Sastra, Universitas Indonesia. Judulnya adalah Gaya Hidup Anak Muda: Analisis Representasi Identitas Dan Ideologi Laptop Dalam Iklan. Dalam tesisnya Marda Yauntika Haninggarjati menggunakan analisis representasi identitas dan ideologi. Dalam tesis ini lebih menjelaskan tentang representasi melalui media iklan dan penggunaan laptop oleh anak muda sehingga menjadi gaya hidup anak masa kini (Marda Yauntika Haninggarjati, 2009). Dalam studi terdahulu dapat dilihat bahwa video di media sosial *youtube* dapat dijadikan strategi dakwah untuk menyebarkan nilai-nilai keislaman terutama nilai akhlak. Selain itu, pendekatan yang dilakukan untuk menganalisis video di media sosial *youtube* dapat menggunakan analisis representasi.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menunjukkan bahwa perilaku baik itu mudah sebagaimana direpresentasikan oleh animasi *Nussa dan Rarra*. Dengan begitu, anak-anak dapat berperilaku baik sebagaimana yang mereka tonton dalam animasi tersebut.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe kualitatif melalui pendekatan representasi. Adapun data diambil menggunakan teknik *purposive* atau *judgemental sampling*, yaitu pengambilan sampel secara khusus dengan persyaratan sampel ditentukan menyesuaikan dengan kebutuhan penelitian (Neuman, 2014).

Penelitian ini didasarkan pada *research questions* bagaimana representasi akhlak anak pada video *Nussa dan Rarra* dari aspek budaya, bahasa, dan makna?

Adapun data terdiri dari data primer, berupa video hasil download dari youtube film Animasi *Nussa Official*. Data Sekunder, berupa dokumen tertulis seperti, artikel di internet dan buku-buku yang relevan terhadap penelitian. Kemudian data diolah dan dianalisis dengan menggunakan teori representasi dan unsur sinematografi. Data berupa video itu dibagi menjadi *sequence*, *scene* dan *shot*. Dari setiap video ini, ada satu *sequence*, beberapa *scene* dan beberapa *shot*. Setelah video sudah terbagi menjadi *sequence*, *scene* dan *shot*, lalu peneliti menganalisis setiap *shot* menggunakan pendekatan representasi Stuart Hall yang terdiri dari unsur budaya, bahasa dan makna. Data yang telah diolah dan

dianalisis akan dipaparkan dan dijelaskan secara deskriptif.

Sementara langkah penelitian yang dilakukan sebagai berikut. *Pertama*, peneliti mencari masalah penelitian. *Kedua*, peneliti mengidentifikasi, membatasi, dan merumuskan masalah dengan cara (menonton, mencatat, menangkap gambar, menjeda, mengulang tayangan) tentang representasi akhlak anak dalam konten animasi *Nussa dan Rarra* dari aspek unsur budaya, bahasa dan makna. *Ketiga*, peneliti memilih episode Baik Itu Mudah”. *Keempat*, peneliti merepresentasikan akhlak anak pada episode tersebut dalam konten animasi *Nussa dan Rarra* dengan menggunakan pendekatan representasi Stuart Hall. *Kelima*, peneliti mendeskripsikan hasil penelitian.

## Hasil dan Diskusi

### 3.1 Hasil

Hadirnya video animasi *Nussa dan Rara* pada *channel* youtube *Nussa Official* ini menjadi nafas baru bagi dunia animasi Indonesia. Animasi ini diproduksi dari rumah animasi *The Little Giant* yang kemudian digagas oleh Mario Irwinsyah dengan kolaborasi bersama *4 Stripe Productions* (Melina, 2018).

Informasi profil *Nussa dan Rara* berhasil didapatkan dari berbagai sumber, seperti website pribadi *Nussa Official*, berita media online tentang wawancara mengenai video *Nussa* tersebut, video wawancara mengenai video *Nussa* di youtube, dan instagram resmi *Nussa Official*.

Mengutip sebuah postingan instagram @marioirwinsyah selaku penggagas animasi *Nussa* mengenai hal yang melatar belakangi hadirnya animasi *Nussa dan Rara* ini, merupakan keresahan para orang tua akan minimnya tayangan-tayangan yang memuat nilai edukasi khususnya untuk anak-anak (Marioirwinsyah, 2018).

Terdapat cita-cita dan harapan yang tinggi di balik lahirnya animasi *Nussa*. Animasi ini diharapkan dapat menjadi simbol dari animasi karya Indonesia yang tak kalah dengan animasi lain buatan luar negeri. Rumah produksi *The Little Giant* dibalik animasi ini mempunyai sebuah alasan mengapa dinamakan *Nussa*, karena menurut Ricky Manopo selaku produser *Nussa*, nama ‘*Nussa*’ kita pilih selain nama ‘*Anta*’ dan ‘*Rara*’ apabila digabungkan secara bersamaan pengejaannya menjadi ‘*Nusantara*’ (Octafiani, 2018).

*Nussa dan Rara* adalah pemeran utama dalam film animasi ini, kedua pemeran ini memiliki karakter yang berbeda, namun ada juga tokoh lainnya seperti *umma* (ibu dari *Nussa dan Rara*) dan *Anta* (hewan berupa kucing peliharaan *Nussa dan Rara*) yang tidak dijabarkan dalam penulisan ini.

Berikut karakter dari masing-masing tokoh dalam film animasi Nussa:

*Pertama*, karakter Nussa

Tokoh karakter Nussa dalam video tersebut digambarkan sebagai seorang anak laki-laki yang berpakaian gamis berwarna hijau lengkap dengan kopiah putihnya. Kemudian karakter Nussa diciptakan sebagai tokoh penyandang disabilitas, hal tersebut tampak pada kaki kiri Nussa yang menggunakan sebuah kaki palsu.

Adapun dari sisi pengisi suara, tokoh Nussa di-*dubbing* oleh salah seorang aktor dan model cilik kelahiran 11 Agustus 2009 (Muhfaqdilla, 2018), yang juga pernah bermain pada beberapa film Indonesia, actor cilik tersebut bernama Muzakki Ramadhan.

*Kedua*, karakter Rara

Tokoh karakter Rara dalam video tersebut digambarkan sebagai seorang adik kandung dari Nussa yang berusia 5 tahun, yang kemudian dibalut dengan gamis berwarna kuning serta jilbab berwarna merah dan karakter tersebut dibuat tampak ceria.

Adapun dari sisi pengisi suara, tokoh Rara di-*dubbing* oleh salah seorang gadis kecil kelahiran Dubai 11 November 2013 (Muhfaqdilla, 2018), gadis kecil tersebut bernama Aysha Ocean Fajar.

Nussa dan Rara adalah sebuah film animasi yang diproduksi oleh *The Little Giantz* yang merupakan sebuah rumah produksi animasi yang dikembangkan anak bangsa. Film Nussa dan Rara dibuat oleh para anggota *The Little Giantz* yang beranggotakan 4 *stripe Production*, yaitu Aditya Triantoro sebagai *Chief Executive Officer The Little Giantz*, Bony Wirasmono sebagai *Creative Director*, Yuda Wirafianto sebagai *Executive Producer*, dan Ricky Manoppo sebagai *Producer Animasi "Nussa"* (Aditya, 2019).

*The Little Giantz* (TLG) didirikan di Jakarta Indonesia oleh tim yang luar biasa dari Internasional Industry CG Specialist yang menggabungkan lebih dari 15 tahun pengalaman dari menciptakan IP, TV Series dan juga Feature Length, yang mana dalam hal ini dilatih untuk memahami dan memenuhi suatu kebutuhan produksi yang memiliki kualitas tinggi (Aditya, 2019).

TLG merupakan salah satu perusahaan animasi yang sudah bertaraf Internasional. Terdapat sebuah tema yang dibuat, yaitu sinergi membangun industri animasi Indonesia, bertujuan dapat menumbuhkan minat generasi muda untuk terjun ke dunia animasi. Tentunya dengan harapan bisa menghasilkan sebuah industri yang profesional dengan daya jangkauan Internasional, seperti yang sudah dilakukan oleh TLG tersebut.

Adapun fasilitas dan staf TLG yang ada tersebut diketahui memenuhi standar dan tuntutan Internasional dalam komunikasi, manajemen proyek, pekerjaan yang memiliki

kualitas tinggi, etika kerja yang baik dan profesional, kemudian efektif dan juga efisien dalam mengerjakan semua proyeknya melalui pendekatan ke penjuru dunia.

Episode “Baik Itu Mudah” berdurasi 06.53 menit. Namun temuan dalam penelitian ini akan dijabarkan ke dalam beberapa *shoot* dari episode “Baik Itu Mudah”. Setiap *shoot* akan dianalisis menggunakan pendekatan representasi Stuart Hall yaitu budaya, bahasa, dan makna.

Dalam beberapa gambar di bawah ini, menunjukkan adegan percakapan antara Rarra dan Umma di dalam rumah. Percakapan yang dibicarakan adalah tentang Rarra yang meminta untuk dibeli tas kelinci baru kepada Ummanya. Adegan ini terdapat pada durasi menit ke 00.20 sampai 01.58. Terdapat 3 *shoot* yang akan dianalisis.

### Shot 1 (Durasi 00.21 – 00.27)



Gambar: 1 (Durasi ke 00.22 Rarra mengucapkan salam)

Rarra : Assalamu’alaikum Umma, Rarra Pulang...

Umma : Wa’alaikumsalam anak Solehah...

Rarra : Umma sayang, lagi ngapain?

Umma : Umma lagi nungguin Rarra pulang. Hmm, tumben panggil sayang?

Rarra : Hihihhi. Umma tau kan kelinci?

Umma : Heehm.

### Shot 2 (Durasi menit ke 00.28 – 01.58)



Gambar: 2 (Durasi 0.59 Rarra minta dibelikan tas kelinci baru)

- Rarra : Tadi di sekolah, temen Rarra pake tas yang ada boneka kelincinya... lucu banget. Hmm, Rarra boleh gak punya tas kayak gitu? Hihhi...
- Umma : Tas yang ini kan juga masih bagus.
- Rarra : Hmm... Iya Umma, tapi kalau ada satu lagikan Rarra bisa tuker-tuker supaya gak bosan.

Shot 3 (Durasi menit ke 00.28 – 01.58)



Gambar 3 (Durasi 1.20 Umma menunjukkan kerudungnya)

- Rarra : Hmm.. iya Umma, tapi kalau ada satu lagikan Rarra bisa tuker-tuker supaya gak bosan.
- Umma : Kenapa harus bosan, coba liat ini kerudung Umma..
- Rarra : Oohh.. Umma gak bosan pake kerudung ini terus?
- Umma : Selama masih bersih, bisa dipakai dan manfaat gak ada alasan untuk bosan Ra.. lagian ini kan kerudung special dari Abba...
- Rarra : Hmm...

## 3.2. Diskusi

Pada gambar 1, unsur budaya seperti yang diungkapkan Hall, ditemukan bahwa dari segi berpakaian memperlihatkan Rarra menggunakan pakaian yang menutup aurat. Budaya ini bisa kita lihat bagaimana Rarra mengenakan jilbab hingga menutupi sebagian tubuhnya yakni sampai dada (Barik, 2001). Penggunaan jilbab sampai menutup dada ini harus dilakukan, karena tidak sedikit orang yang menggunakan jilbab tapi tidak menutup dada. Artinya, terkadang penggunaan jilbabnya disingkap dan diletakkan di pundak, atau ada juga yang jilbabnya diikat dileher. Budaya penggunaan jilbab ini tidak mengikuti dengan tren fashion saat ini. Bukan pula mengikuti cara penggunaan jilbab oleh *public figure* tapi tidak menutup dada. Tetapi penggunaan jilbab harus disesuaikan dengan budaya berpakaian yang diperintahkan dalam agama Islam.

Kemudian unsur budaya lainnya yang terdapat dalam gambar 1, yaitu interaksi dengan mengucapkan salam dan menjawab salam. Rarra mengucapkan salam kepada *Umma*-nya saat masuk ke dalam rumah, yang kemudian dijawab oleh *Umma*-nya. Budaya mengucapkan dan menjawab salam sesuai dengan budaya yang ada pada Islam tentang mengucapkan dan menjawab salam (Hidayatullah, 2011). Budaya salam dari segi interaksi ini berbeda jika dibandingkan dengan agama lain yang ada di Indonesia, seperti di agama Kristen. Budaya dalam agama Kristen ini melambaikan tangan dengan kalimat 'salam sejahtera bagi kita semua'. Begitupun dengan agama Hindu atau Budha dengan mendekapkan tangan di dada sambil mengatakan '*om swastiastu*' dan '*namo buddhaya*'.

Budaya salam yang ada di gambar 1 dari, jika dilihat dari segi pendidikan menunjukkan bahwa Rarra sudah terbiasa mengucapkan salam saat masuk ke rumah. Bisa dikatakan ini memberikan gambaran bagaimana *Umma* sudah mendidik Rarra sejak dini tentang pentingnya mengucapkan salam. Praktik mendidik anak mengucapkan salam ini harus diajarkan oleh orang tua pada anaknya sedini mungkin. Seberapa penting dan manfaatnya mengucapkan salam menurut Islam juga harus diajarkan karena hal ini merupakan bagian dari anjuran Islam itu sendiri dalam mengucapkan salam (Hidayatullah, 2011), agar anak juga mengerti tentang apa arti itu salam dan diperintahkan oleh agama. Sesuai dengan hadist Nabi soal keutamaan mengucapkan salam.

Bahwa mengucapkan salam itu harus selalu dilakukan seperti dalam Quran Surah Annisa 4:8, baik ketika akan keluar rumah ataupun ketika pulang ke rumah. Praktik budaya ini menunjukkan bahwa terdapat kode yang sama antara Rarra dan *Umma* tentang mengucapkan salam.

Korelasi bahasa dan makna dengan budaya yang ada dalam gambar 1 terdapat penggunaan bahasa ucapan salam, dan makna tentang salam yaitu keselamatan. Korelasi bahasa verbal (Salam) menggunakan bahasa Arab ini menunjukkan adalah salam yang digunakan oleh

orang Islam. Bahasa salam inilah yang membedakan antara salam yang dipakai muslim dan non muslim. Korelasi makna salam dengan budaya mengucapkan salam ini sangat menentukan soal betapa pentingnya salam itu sendiri. Karena saat orang memahami betul makna salam, maka akan selalu membiasakan mengucap salam dan menjawab salam.

Selanjutnya yaitu unsur bahasa seperti yang diungkapkan Hall, terdapat pada gambar 1 dari segi interaksi ini yang digunakan adalah ucapan salam, *Assalamualaikum Umma*. Rarra mengucapkan salam kepada Ummanya setelah kembali dari luar rumah dengan menggunakan bahasa arab. Ucapan dan jawaban salam yang dilakukan oleh Rarra dan Umma tidak sepenuhnya diucapkan secara lengkap seperti "*assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*" meski keduanya benar, hal ini dipertegas oleh Allah SWT di dalam Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 86:

*"Apabila kamu diberi penghormatan dengan sesuatu penghormatan, maka balaslah penghormatan itu dengan yang lebih baik dari padanya, atau balaslah penghormatan itu (dengan yang serupa). Sesungguhnya Allah memperhitungkan segala sesuatu"* (Q.S. Annisa: 86)

Berdasarkan temuan Furqon Syarief Hidayatullah (2011) bahwa mengucap dan menjawab salam itu baiknya secara sempurna "*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*", karena di dalam setiap kalimat mengandung sepuluh kebaikan. Akan tetapi boleh mengucapkan salam dengan kalimat yang pendek seperti *Assalamu'alaikum* (Hidayatullah, 2011). Namun mengucapkan salam dengan pengucapan lafazh yang lengkap itu jauh lebih baik sebagaimana yang dijelaskan pada sebuah hadist berikut ini:

*Dari 'Imran bin Hushain Radhiyallahu anhu dia berkata: Seorang laki-laki datang kepada Rasûlullâh Shallallahu 'alaihi wa sallam lalu berkata: as-salamu 'alaikum (semoga keselamatan dari Allah tercurah untukmu). Lalu Rasûlullâh Shallallahu 'alaihi wa sallam membalas salam orang tersebut, kemudian orang tersebut duduk dan Rasûlullâh Shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: "(Dia mendapatkan) sepuluh kebaikan". Kemudian datang orang lain kepada Beliau Shallallahu 'alaihi wa sallam lalu berkata: as-salamu'alaikum warahmatullah (semoga keselamatan dan rahmat dari Allah tercurah untukmu). Lalu Beliau Shallallahu 'alaihi wa sallam membalas salam orang tersebut, kemudian orang tersebut duduk dan Rasûlullâh Shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: "(Dia mendapatkan) dua puluh kebaikan". Kemudian datang lagi orang lain kepada Beliau Shallallahu 'alaihi wa sallam lalu berkata: as-salamu'alaikum warahmatullahi wabarakâtu (semoga keselamatan, rahmat dan keberkahan dari Allah tercurah untukmu). Lalu Beliau Shallallahu 'alaihi wa sallam membalas salam orang tersebut, kemudian*

orang tersebut duduk dan Rasūlullāh Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda: “(Dia mendapatkan) tiga puluh kebaikan”<sup>1</sup>

Hadist di atas menunjukkan besarnya keutamaan orang yang mengucapkan dan menjawab salam dengan lafazh lengkap, karena dengan pengucapan yang lengkap tersebut akan mendapatkan tiga puluh pahala kebaikan.

Adapun pelafalan ucapan salam yang dilakukan pada Rarra belum sepenuhnya benar apabila dikaji secara kaidah tajwid, belum terdengar jelas huruf ‘alif lam’ pada kata ‘assalam’ sehingga pengucapannya terdengar ‘salamu’alaikum’, namun untuk anak usia seperti Rarra ini masih terbilang wajar.

Bahasa salam ini diucapkan dengan ekspresi senyum dan ceria oleh Rarra dan Umma. Ini menunjukkan bahwa Rarra dan Umma selalu membiasakan mengucapkan salam saat masuk ke rumah. Informasi yang disampaikan pada durasi ini adalah membiasakan mengucapkan salam ketika masuk rumah. Ucapan salam dan ekspresi ceria yang ada pada durasi ini menguatkan bahwa keduanya bekerja sebagai bahasa.

Korelasi budaya dan makna dengan bahasa yang ada dalam gambar 1 terdapat budaya interaksi berupa ucapan salam, pendidikan dan makna tentang salam yaitu keselamatan. Korelasi budaya ucapan salam ini menunjukkan salam sesuai budaya Islam. Korelasi makna salam dengan budaya mengucapkan salam ini sangat menentukan soal betapa pentingnya salam itu sendiri. Karena saat orang memahami betul makna salam, maka akan selalu membiasakan mengucap salam dan menjawab salam.

Adapun unsur makna seperti yang diungkapkan Hall, yang terdapat dalam gambar 1 adalah pentingnya mengucapkan salam ketika masuk rumah, terlebih anak (Rarra) terhadap Ibunya (Umma-nya). Pentingnya ucapan salam adalah suatu hal yang dianjurkan dalam Islam. Ini harus dibiasakan sejak dini bagi anak, sebagaimana anjuran Rasul tentang ucapan salam melalui hadistnya yang diriwayatkan oleh Imam Bukhori:

“Dari Abu Hurairah radhiallahu’anhu, ia berkata bahwa Rasulullah shallallaahu’alaihi wasallam bersabda, “Hendaklah yang kecil memberi salam kepada yang lebih tua, hendaklah yang berjalan memberi salam kepada yang sedang duduk, hendaklah yang sedikit memberi salam kepada yang banyak.” (Muttafaqun ‘alaih).<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> HR Abu Dawud no. 5195, at-Tirmidzi 5(52) dan Ahmad 4(439), dinyatakan shahih oleh Imam at-Tirmidzi, Imam Ibnu Hajar dalam “*Fathul Bâri*” (11/6) dan Syaikh al-Albani, serta dinyatakan hasan oleh Imam al-Baihaqi dalam “*Syu’abul iman*” (6/453) dan dibenarkan oleh Imam al-‘Iraqi dalam “*Takhriju ahāditsil ihyā*” (2/164).

<sup>2</sup> HR. Bukhari, no. 3231,3234, dari jalur ‘Atha’ bin Yasar; no. 6232, Muslim, no. 2160 dari jalur Tsabit bin Al-Ahnaf bekas budak Abdurrahman bin Zaid, ketiga jalur ini dari jalur Abu Hurairah, dari Nabi Muhammad Saw.

Sesuai dengan hadits di atas, yang dilakukan Rarra adalah mengucapkan salam kepada yang lebih tua yaitu *Umma*-nya ketika hendak ingin masuk ke dalam rumah, membiasakan salam ini termasuk ke dalam hal yang sunnah, dan menunjukkan adab yang baik kepada orang tua atau yang lebih tua. Terlihat pada durasi ini bahwa Rarra dan *Umma* sudah terbiasa dan membiasakan mengucapkan salam ketika masuk ke rumah, ini ditunjukkan dengan senyuman Rarra saat mengucapkan salam.

Korelasi budaya dan bahasa dengan makna yang ada dalam gambar 1 terdapat budaya interaksi berupa ucapan salam. Pendidikan dan korelasi bahasa verbal (salam) di sini menggunakan bahasa Arab, sehingga ini menunjukkan bahwa salam yang digunakan Rara merupakan salah yang biasa digunakan oleh orang Islam. Bahasa salam ini yang membedakan antara salam yang dipakai muslim dan non muslim.

Sedangkan unsur budaya yang ada di dalam gambar 2 yaitu terdapat interaksi antara Rarra dengan *Umma*. Rarra melakukan percakapan dengan *Umma*-nya terkait permintaan Rarra untuk dibelikan tas kelinci yang baru. Biasanya seorang anak ketika meminta dibelikan sesuatu itu dengan cara merengek dan menangis, Menurut salah seorang pakar psikolog Neny Widiana, keinginan memiliki sesuatu merupakan naluri setiap manusia, termasuk juga anak-anak (Evidia, 2012). Ketika minta sesuatu inginnya langsung dikabulkan. Jika dilarang, anak-anak belum mengerti alasan-alasan yang konkrit seperti harga yang mahal, mensyukuri barang yang ada, tidak perlu bosan dengan barang yang sudah dimiliki, dan lain sebagainya. Akan tetapi budaya interaksi yang dilakukan Rarra pada *shot* gambar 2 ini berbeda dengan anak lainnya. Jika dilihat dari tutur kata Rara yang menunjukkan bahwa ia meminta dengan sopan, tidak merengek dan menangis untuk minta segera membeli tas kelinci yang baru.

Kemudian unsur budaya yang terdapat dalam gambar 2 jika dilihat dari segi berpakaian, Rarra terlihat menggunakan pakaian gamis dengan warna khas kesukaannya yaitu warna kuning. Ditambah lagi, dia tidak memakai pakaian yang ketat. Adapun dari segi berpakaian Rarra yang bergamis ini memenuhi unsur budaya arab yang mana sejarah dari gamis itu sendiri adalah merupakan pakaian tradisional arab atau yang biasa disebut 'abaya' (Viena, 2018). Gamis atau abaya ini merupakan pakaian khusus Muslimah yang juga dianggap memenuhi aturan seperti yang tertera dalam kitab suci Al-Qur'an yaitu menutup aurat dengan tidak membentuk lekukan pada badan, tidak transparan dan juga tidak ketat.

Menurut syekh Al Bani *rahimahullah* bahwa tujuan pakaian muslimah ada yaitu agar tidak menggoda. Tujuan ini bisa tercapai hanya dengan wanita yang berbusana longgar. Adapun berbusana lengkap walau menutupi warna kulit, namun masih menampakkan bentuk lekukan tubuh seluruhnya atau sebagiannya, sehingga hal tersebut menggoda

pandangan pria. Tentu sangat jelas hal ini dapat menimbulkan kerusakan, tanpa diragukan lagi. Sehingga pakaian wanita Muslimah haruslah longgar (tidak ketat).” (Bani, 2002).

Selain itu, unsur budaya pada *shot* yang ada di gambar 2 dapat dilihat dari segi pendidikan adalah ketika Rarra memohon kepada Ummanya untuk dibelikan tas kelinci baru seperti yang dimiliki teman sekolahnya dengan cara tidak merengek, tidak menangis, tidak memaksa untuk segera dibelikan. Adapun inti poin yang ada dalam paragraf ini adalah bagaimana Rarra menunjukkan cara meminta yang baik.

Korelasi bahasa dan makna dengan budaya yang ada dalam gambar 2 terdapat penggunaan bahasa yang baik dan lemah lembut ketika Rarra memohon kepada Ummanya untuk dibelikan tas kelinci baru, dan makna tentang cara Rarra meminta. Korelasi bahasa verbal (Rarra meminta dibelikan tas baru) menggunakan bahasa dengan intonasi yang lemah lembut dan mudah dipahami ini menunjukkan bahwa Rarra adalah santun dalam bersikap terlebih kepada *Umma*-nya. Hal tersebut merupakan sesuai ajaran Islam dan menurut kitab suci Al-Qur'an. Korelasi makna ketika Rarra meminta dibelikan tas dengan budaya meminta yang ditunjukkan ini sangat menentukan soal betapa pentingnya menjaga tutur kata dan tingkah laku terhadap orang tua atau yang lebih tua. Karena saat seorang anak memahami cara meminta dengan santun, maka ia tidak perlu merengek dan menangis.

Unsur bahasa pada gambar 2 dari segi interaksi ini menjadi ciri khas permintaan seorang anak agar dibelikan sesuatu oleh ibunya. Rarra dengan tidak biasanya menyapa Ummanya dengan sebutan sayang serta ekspresi yang lucu dan manja juga terlihat santun, kemudian mengajukan sebuah pertanyaan “apakah *Umma* tahu kelinci?” dari pertanyaan tersebut Rarra menceritakan teman sekelasnya yang mempunyai tas kelinci dan memohon untuk dibelikan yang serupa seperti temannya. Informasi yang disampaikan pada gambar 2 ini menunjukkan bahwa meminta dengan merengek dan menangis merupakan hal yang tidak benar dan tidak baik. Permintaan Rarra dengan cara yang santun dengan ekspresi lucu dan manjanya yang ada pada durasi ini menguatkan bahwa keduanya bekerja sebagai bahasa.

Korelasi budaya dan makna dengan bahasa yang ada dalam gambar 2 terdapat budaya interaksi cara Rarra meminta dibelikan tas baru kepada ummanya, budaya berpakaian yang baik dan benar, kemudian budaya pendidikan yang termuat di dalamnya. Budaya yang ada pada gambar 2 menunjukkan apa yang ada di dalamnya sesuai dengan budaya Islam. Korelasi makna ketika Rarra meminta dibelikan tas dengan budaya meminta yang ditunjukkan ini sangat menentukan soal betapa pentingnya menjaga tutur kata dan tingkah laku terhadap orang tua atau yang lebih tua.

Makna pada di gambar 2 adalah meminta tidak harus tantrum (merengek dan menangis). Menurut Anna Surti Ariani, yaitu seorang psikolog anak dan keluarga, pada

umumnya sebagian anak apabila minta sesuatu sampai merengek, menangis bahkan temper tantrum (Yasmin, 2016). Namun pada adegan di gambar 2 ini yang dilakukan Rarra kepada *Umma*-nya ketika minta dibelikan tas kelinci baru berbeda dari tingkah laku anak pada umumnya yakni dengan cara yang santun (halus dan baik dari segi bahasa dan tingkah laku) (KBBI, 2022). Dalam hal ini santun merupakan bagian dari perintah Allah SWT didalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 83:

*"Dan (ingatlah), ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): Janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapa, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling."*

Melalui ayat tersebut Allah memerintahkan kepada kita untuk berbuat baik dari segi tingkah laku maupun tutur kata kepada antar sesama terlebih kepada orang tua. Kesantunan akan terlihat dari ucapan dan tingkah laku, sehingga dapat menjaga perasaan orang lain. Ibarat sedang bercermin, ketika kita tersenyum maka bayangan yang ada di cermin tersebut akan tersenyum kepada kita. Seperti yang dilakukan Rarra kepada *Umma*-nya ketika meminta sesuatu dengan cara yang santun.

Korelasi budaya dan bahasa dengan makna yang ada dalam *shot* gambar 2 terdapat budaya interaksi bagaimana cara Rarra meminta dibelikan tas baru kepada *Umma*-nya, budaya berpakaian yang baik dan benar, kemudian budaya pendidikan yang terdapat di dalamnya. Budaya yang ada pada gambar 2 menunjukkan apa yang ada di dalamnya sesuai dengan budaya Islam. Terdapat penggunaan bahasa yang baik, lemah lembut ketika Rarra memohon kepada *Ummannya* untuk dibelikan tas kelinci baru, dan makna tentang cara Rarra meminta. Korelasi bahasa verbal (Rarra meminta dibelikan tas baru) menggunakan bahasa dengan intonasi yang lemah lembut dan mudah dipahami ini menunjukkan bahwa Rarra adalah santun dalam bersikap terlebih kepada *Umma*-nya. Hal tersebut merupakan benar sesuai ajaran Islam dan menurut kitab suci Al-Qur'aan.

Sedangkan unsur budaya pada gambar 3 dari segi interaksi yang diperlihatkan adalah Rarra melakukan percakapan dengan *Umma*, perihal rasa bosan Rarra dengan tas lamanya dan minta dibelikan yang baru, kemudian *Umma* menjelaskan ke Rarra agar mensyukuri apa yang dimilikinya saat ini dengan menganalogikan kerudung yang dimiliki oleh *Umma* tidaklah banyak, *Umma* memiliki kerudung karena mementingkan kenyamanan dan kebersihan dalam menggunakan kerudung. Praktik budaya bersyukur yang ada merupakan bagian dari ajaran Islam (Shobihah, 2014).

Budaya pada *shot* yang ada di gambar 3 dari segi berpakaian memperlihatkan mengenai cara berpakaian Umma dengan Rarra yakni sama-sama menggunakan pakaian yang menutup aurat. Terdapat kesamaan dari segi budaya berpakaian yang ada di gambar 1 dan 2.

Budaya pada gambar 3 dari segi pendidikan ini menunjukkan bahwa Rarra diajarkan Umma untuk senantiasa bersyukur dengan apa yang dimilikinya. Itu dilakukan ketika Rara mulai rasa bosan dengan tas lamanya. Ini memberikan gambaran bagaimana Umma sudah mendidik Rarra sejak dini tentang pentingnya bersyukur. Praktik mendidik anak tentang bersyukur ini harus diajarkan oleh orangtua pada anaknya sedini mungkin. Dalam Al-Qur'an sering kali Allah menggugah hati manusia bahwa banyak sekali nikmat yang Ia limpahkan sejak kita datang ke dunia ini, agar kita sadar dan bersyukur kepada Allah. Allah Ta'ala berfirman didalam Al-Qur'an surat An Nahl ayat 78:

*“Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu pun, dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan dan hati, agar kamu bersyukur.”*

Seberapa penting dan manfaat bersyukur menurut Islam juga harus diajarkan, agar anak juga mengerti tentang bagaimana bersyukur yang diperintahkan oleh agama Islam khususnya. Sesuai dengan ayat Al-Qur'an dan hadist Nabi bahwa bersyukur itu harus selalu dilakukan.

Korelasi bahasa dan makna dengan budaya yang ada pada gambar 3 yaitu penyampaian bahasa ketika Umma menasehati Rarra tentang bersyukur. Korelasi bahasa verbal (kenapa harus bosan, coba lihat kerudung *Umma*) menggunakan bahasa dengan intonasi yang baik dan mudah dipahami. Korelasi makna ketika *Umma* menganalogikan rasa syukur dengan kerudung miliknya pada saat Rarra mengungkapkan rasa bosannya terhadap tas yang dimilikinya saat ini dengan budaya bersyukur yang ditunjukkan ini sangat menentukan soal betapa pentingnya bersyukur. Karena ketika seorang anak memahami betul makna bersyukur, maka akan dipraktikkan pada kehidupan sehari-hari.

Bahasa yang digunakan pada gambar 3 ini adalah ketika Rarra mulai merasa bosan dengan tas lamanya. Kemudian Umma memberikan penjelasan perihal kerudung yang dipakai dan dimiliki bahwa ia lebih mementingkan kenyamanan dan kebersihan dalam menggunakan kerudung daripada memiliki banyak kerudung baru. Ia juga mengatakan kepada Rarra untuk mensyukuri apa yang dimilikinya saat ini, sesuai dengan sabda Nabi Shallallahu'alaihi Wasallam:

*“Jadilah orang yang wara', maka engkau akan menjadi hamba yang paling berbakti. Jadilah orang yang qana'ah, maka engkau akan menjadi hamba yang paling bersyukur.” (HR. Ibnu Majah)*

Hadist ini menunjukkan bahwa kita harus senantiasa merasa cukup atas nikmat yang ada pada diri kita, hal inilah yang membuat kita selalu bersyukur kepada Allah. Namun sebaliknya, jika orang yang senantiasa merasa tidak puas, bosanan, merasa kekurangan, ia merasa Allah tidak pernah memberi kenikmatan kepadanya sedikit pun.

Tanpa berfikir panjang Rarra pun terdiam, ini menunjukkan rasa syukur Rarra. Informasi yang disampaikan pada durasi ini adalah tidak perlu bosan dan syukuri dengan apa yang dimiliki saat ini. Diamnya Rarra setelah mendengar nasehat Ummanya yang ada pada durasi ini menguatkan bahwa keduanya bekerja sebagai bahasa.

Korelasi budaya dan makna dengan bahasa yang ada dalam gambar 3 terdapat budaya bersyukur, budaya berpakaian yang baik dan benar, kemudian budaya pendidikan yang termuat di dalamnya. Budaya yang ada pada gambar 3 ini menunjukkan apa yang ada di dalamnya sesuai dengan budaya Islam. Korelasi makna ketika Rarra menunjukkan rasa bosan pada tas lamanya dengan budaya bersyukur yang ditunjukkan ini sangat menentukan soal betapa pentingnya mensyukuri dari setiap yang kita miliki. Karena saat seorang anak memahami betul makna bersyukur, maka akan selalu mengaplikasikannya dengan cara tidak mengeluh bosan terhadap apa yang sudah dimilikinya.

Makna pada gambar 3 ini adalah pentingnya bersyukur, terlebih mensyukuri sesuatu yang kiranya masih layak untuk digunakan saat ini. Pentingnya bersyukur adalah suatu hal yang dianjurkan dalam Islam. Hal ini harus dibiasakan sejak dini bagi anak, agar terbiasa bersyukur. Terlihat pada durasi ini bahwa Umma yang seakan terbiasa menanamkan rasa syukur kepada Rarra, ini ditunjukkan ketika Rarra mengeluh bosan kepada Ummanya mengenai tas yang ia punya dan masih dapat digunakan dengan sangat layak.

Korelasi budaya dan bahasa dengan makna yang ada dalam gambar 3 terdapat budaya bersyukur, budaya berpakaian yang baik dan benar, kemudian budaya pendidikan yang dimuat di dalamnya. Budaya yang ada pada gambar 3 ini menunjukkan apa yang ada di dalamnya sesuai dengan budaya Islam. penyampaian bahasa ketika Umma menasehati Rarra tentang bersyukur. Korelasi bahasa verbal (kenapa harus bosan, coba lihat kerudung Umma) menggunakan bahasa dengan intonasi yang baik dan mudah dipahami. Hal tersebut merupakan sesuai ajaran Islam dan menurut kitab suci Al-Qur'an.

## Simpulan

Setelah melakukan analisis video animasi Nussa dan Rarra dengan menggunakan pendekatan representasi Stuart Hall, simpulan dari penelitian ini yaitu video animasi *Nussa dan Rarra* merepresentasikan akhlak anak dari unsur budaya, bahasa dan makna sesuai ajaran Islam. Kesimpulan itu berdasarkan analisis terhadap 3 *shot* dalam video episode "Baik itu

Mudah”. Video ini di upload Nussa Official pada 23 Mei 2019 yang berdurasi 06.53 menit dengan jumlah tayang 66.954.922 dan likes 451 ribu (Triantoro, 2019). Sehingga kesimpulan ini sesuai dengan judul dari episode *Nussa dan Rara* di media sosial *youtube* bahwa perilaku baik itu mudah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achir, Y. C. A. (2015). *Budaya Kerja dalam Perspektif Islam*. <https://bkd.jogjaprovo.go.id/informasi-publik/artikel/budaya-kerja-dalam-perspektif-islam>
- Aditya, T. (2019). *Our Crew*. <https://www.thelittlegiantz.com/>
- Al-Ghazali, I. (2003). *Ihya 'Ulumuddin* (M. Zuhri (ed.)). Asy-Syifa'.
- Al-Jauziyah, I. Q. (1992). *Al-jawabul Kafi Liman Sa'ala 'Anid Dawa Asy-Syafi*. Al-Qowam.
- Al-Jaziri, A. B. J. (1976). *Minhaj al-Muslim*. Dar Umar Ibn Khattab.
- Al-Qurtubi. (1913). *Tafsir Al-Qurtubi*. Dar al-Sya'bi.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2019). *Laporan Tahunan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), dengan hasil survei per akhir tahun 2018*.
- Bagus, L. (2000). *Kamus Filsafat*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bakry, H. (1978). *Sistematika Filsafat*. Wijaya.
- Bani, M. N. Al. (2002). *Jilbab Al Mar-ah Al Muslimah fil Kitab was Sunnah*. Al Maktabah Al Islamiyah.
- Baqir, H. (2005). *Buku Saku Filsafat Islam*. Mizan.
- Barik, H. B. M. al. (2001). *Ensiklopedia Wanita Muslimah*. Darul Falah.
- Bruce J., T. (1990). *The Impact of Television on Children and Clinical Practice*. Sage Publications.
- Detik.com. (2019). *Fenomena Murid Tantang Guru Apakah Pendidika Keras jadi Solusi*. Detik.Com. <http://m.detik.com/news/berita/d-4423678/fenomena-murid-tantang-guru-apakah-pendidikan-keras-jadi-solusi>
- Erinintyani, S. (2019). *7 Trik Tontonan Berkualitas untuk Si Kecil*. The Asian Parent. <https://id.theasianparent.com/tontonan-anak>
- Evidia, S. (2012). *Anak Hobi Marah dan Menangis Saat Minta Sesuatu, Dikabulkan atau...* Republika.Co.Id. <https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/parenting/12/03/06/m0gahz-anak-hobi-marah-dan-menangis-saat-minta-sesuatu-dikabulkan-atau>
- Fanshoby, M., & Prasetyawan, W. (2021). *KAPASITAS TERBATAS DALAM MENGENALI HOAKS DI MEDIA SOSIAL PADA KALANGAN MAHASISWA UIN JAKARTA*. 1(2), 139.
- Hall, S. (1997). *Representation Cultural: Representations an Signifying Practices*. Sage Publications.
- Hidayatullah, F. S. (2011). *Salam dalam Perspektif Islam*. *Jurnal UPI*, 93.
- Huston, A. C., Wright, J. C., Marquis, J., & Green, S. B. (1999). *How young children spend their time: Television and other activities*. *Developmental Psychology*, 35(4), 912-925. <https://doi.org/10.1037//0012-1649.35.4.912>
- Jason, L. A., & Michael, F. (2004). *Helping Parents Reduce Children's Television Viewing*.

*Social Work Practice*, 14(2), 121.

- KBBI. (2022). *Santun*. Kemendikbud. <https://kbbi.web.id/santun>
- KemenPPPA. (2019). *Profil Anak Indonesi Tahun 2018*. KEMENTERIAN PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DAN PERLINDUNGAN ANAK REPUBLIK INDONESIA. <https://www.kemenpppa.go.id/index.php/page/read/25/2147/profil-anak-indonesia-tahun-2018>
- Keriyono. (2017). *Analisis Pesan Dakwah Dalam Film Kartun Anak Syamil Dan Dodo (Analisis Semiotika Roland Barthes)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- KPI. (2019). *Tontonan Anak yang Layak dan Baik Ciptakan Generasi berkualitas*. Kpi.Do.Id. <http://www.kpi.do.id/index.php/id/lihat-terkini/39-luar-negeri-2/31712-tontonan-yang-layak-dan-baik-ciptakan-generasi-berkualitas>
- Kurniawan, F. (2019). *Konten Paling Populer di YouTube Indonesia: Vlog Keluarga*. Tirto.Id. <https://tirto.id/konten-paling-populer-di-youtube-indonesia-vlog-keluarga-edwU>
- Marda Yauntika Haninggarjati. (2009). *Gaya Hidup Anak Muda: Analisis Representasi Identitas Dan Ideologi Laptop Dalam Iklan*. Universitas Indonesia.
- Marioirwinsyah. (2018). *Tepat pukul 12:30 ini Kita akan live di akun youtube @nussaofficial*. Instagram. <https://www.instagram.com/p/BqY-JqDgbVV/?igshid=y4iyx9mytvre>
- Melina, N. F. (2018). *Nussa dan Rara: Gebrakan Animasi Indonesia, Siapa Sih di Belakangnya?* Tribunnews.Com. <https://www.tribunnews.com/seleb/2018/11/29/nussa-dan-rara-gebrakan-animasi-indonesia-siapa-sih-di-belakangnya>
- Miskawaih, I. (1994). *Menuju Kesempurnaan Akhlak* (H. Hidayat (ed.)). Mizan.
- Muhfaqdilla, D. (2018). *10 Potret Menggemaskan Pengisi Suara Animasi Nussa dan Rara*. Akurat.Co. <https://akurat.co/amp/10-potret-menggemaskan-pengisi-suara-animasi-nussa-dan-rara>
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (Seventh Ed). Pearson Education Limited.
- Nurdin, M. (1993). *Moral Islam dan Kognisi Islam*. CV. Alfabeta.
- Octafiani, D. (2018). *Nussa di Balik Istilah "Nusantara"* Detik.Com. <https://hot.detik.com/spotlight/d-4351883/nussa-di-balik-istilah-nusantara>
- Oxford. (2019). *Oxford English Dictionary*.
- Shobihah, I. F. (2014). *Kebersyukuran (Upaya Membangun Karakter Bangsa Melalui Figur Ulama)*. *Jurnal Dakwah*.
- Triantoro, A. (2019). *NUSSA: #BaikItuMudah*. The Little Giantz. <https://www.youtube.com/watch?v=sghAqhta08E>
- Tuasikal, M. A. (2014). *Sunnah Memakai Gamis bagi Pria*. <https://rumaysho.com/6920-sunnah-memakai-gamis-bagi-pria.html>
- Viena, Y. (2018). *Tips Memilih Model Gamis Sesuai Bentuk Tubuh*. <https://butikbajumuslim.wixsite.com/fashion/single-post/2016/03/13/sekilas/-sejarah-gamis-Di-Indonesia>
- Yasmin, P. A. (2016). *Agar Anak Tak Tantrum Saat Minta Sesuatu, Coba Terapkan Cara Ini Sejak Dini*. Detik.Com. <https://health.detik.com/ibu-dan-anak/d-3361907/agar-anak-tak-tantrum-saat-minta-sesuatu-coba-terapkan-cara-ini-sejak-dini>

Yudhistira, A. W. (2019). *Youtube, Medsos No. 1 di Indonesia*. Katadata.Co.Id.  
<https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/5e9a55212afab/youtube-medsos-no-1-di-indonesia>