

Analisis Edukasi Komunikasi Anak dalam YouTube Series Nussa dan Rarra

An Analysis of Children's Communication Education on the YouTube Series of Nussa and Rarra

Widya Dhea Aqtari^{1*}, Nursapia Harahap²

Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara¹²

*widya0105192042@uinsu.ac.id

Artikel

Submitted: xx-xx-20xx,
Revi: xx-xx-20xx,
Accepted: xx-xx-20xx
Published: xx-xx-20xx

DOI:

https://doi.org/10.32509/_diisi
pengelola jurnal



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-
NonCommercial-ShareAlike 4.0.

Volume :
No. :
Bulan :
Tahun :
Halaman :

Abstract

This study aims to figure out how the digitalization era is used by parents to provide education to their children both formal education in school and informal education outside school, as well as to find out how the media, especially the YouTube series Nussa and Rarra, could provide communication education that is packaged with Islamic nuances. Therefore, moral values are created in children and parents in everyday life. This research uses case study research method, which is research that focuses on a particular case to be observed and analyzed, as well as the need for deep analysis so that the results obtained will be accurate. Data collection techniques were carried out using interviews and observation as primary data and also documentation as secondary data. The results of the study show that it is true that YouTube is used as an alternative educational medium for children as long as it is under parents supervision. In fact, several episodes that the researchers have chosen to serve as samples have had a pretty good impact on the communication that occurred between parents and children, with notable changes in behavior gradually.

Keywords: children, education, nussa and rarra, , parents, youtube.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana era digitalisasi dimanfaatkan oleh orangtua untuk memberikan edukasi lain diluar pendidikan formal disekolah, serta mengatui bagaimana media khususnya YouTube series Nussa dan Rarra memberikan edukasi komunikasi yang dikemas dengan nuansa Islami sehingga terciptanya nilai akhlak yang terjalin pada anak dan orangtua dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus yakni penelitian yang berfokus pada suatu kasus tertentu untuk diamati dan dianalisis, serta perlunya analisis yang tajam agar hasil yang diperoleh akurat. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan wawancara dan observasi sebagai data primer dan juga dokumentasi sebagai data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa memang benar YouTube dijadikan sebagai alternatif media edukasi pada anaknya dengan catatan tetap dalam pengawasan orangtua, serta beberapa episode yang telah peneliti pilih untuk dijadikan sampel memberikan dampak yang cukup baik bagi komunikasi yang terjalin antara orangtua dan anak, dengan terjadinya perubahan perilaku secara bertahap.

Kata Kunci: anak-anak, edukasi, nussa dan rarra, orang tua, youtube.

PENDAHULUAN

Teknologi komunikasi dan informasi yang terus mengalami pembaharuan dan perkembangan membuat segala aspek kehidupan manusia menjadi lebih terbantu dan mudah untuk dilaksanakan. Internet atau interconnecting networking merupakan hasil dari perkembangan teknologi komunikasi yang melahirkan new media (media baru) sebagai sarana untuk berkomunikasi dan berinteraksi.

Media berasal dari bentuk jamak medium yang bermakna “perantara”, maksudnya ialah pesan yang disampaikan oleh satu orang dengan orang lain melalui sebuah perantara (Hamzah, 2015). Hadirnya new media yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja tanpa adanya batas ruang dan waktu sehingga memudahkan semua penggunanya.

Dewasa ini, internet bukan hanya sekedar digunakan oleh orang-orang untuk berkomunikasi dan berinteraksi, akan tetapi juga menjadi media hiburan, pendidikan, transaksi, dan sebagainya. Munculnya media sosial membuat aktivitas manusia tidak hanya dilakukan secara nyata tetapi juga secara tidak nyata (virtual).

Berdasarkan data BPS pada hasil pendataan survei tahun 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 62,10 persen yang telah mengakses internet, hal ini mencerminkan bahwa tingginya pengguna internet di Indonesia menunjukkan keterbukaan arus informasi dan penerimaan masyarakat terhadap adanya perkembangan teknologi informasi (Sutarsih Tri, 2021:4).

Membeludaknya pengguna internet di Indonesia yang terus meningkat di setiap tahunnya tidak terlepas dari penggunaan telepon seluler yang mengalami peningkatan, khususnya *smartphone* yang sekarang ini dibutuhkan oleh setiap individu yang ingin mengakses informasi dan pesan dengan lebih mudah dan cepat. Pada tahun 2021 tercatat sebanyak 90,64 persen rumah tangga telah menggunakan telepon seluler, jumlah ini meningkat apabila kita bandingkan dengan capaian pada tahun 2018 dengan banyak 88,46 persen (Sutarsih Tri, 2021:5).

Media sosial merupakan bagian dari perwujudan adanya *new media*. Media sosial sebagai media baru ramai digunakan oleh semua kalangan tanpa memandang umur, yang tentu saja dapat memberikan efek tersendiri bagi para penggunanya. Berbagai macam media sosial, seperti YouTube, Instagram, Facebook, Twitter dan TikTok. Meskipun dikategorikan sebagai media baru, media sosial cukup memberikan peran yang signifikan terhadap perilaku seseorang, karena media sosial dipercaya memiliki efek yang cukup besar untuk mempengaruhi seseorang.

Hal ini juga sejalan dengan teori *Uses and Effect* yang dikenalkan oleh Sven Windhal, menitikberatkan bahwa konsep uses (penggunaan) adalah bagian penting dan menjadi pokok pemikiran. Menurut teori *Uses and Effect*, khalayak yang menggunakan media dipengaruhi oleh karakteristik individu, harapan dan persepsi terhadap media, serta durasi akses media. Teori *Uses and Effect* ini mengatakan bahwa media memiliki kekuatan atau efek tersendiri bagi para penggunanya (Alfirahmi, 2019).

YouTube merupakan *platform* media sosial yang memperkenankan para penggunanya untuk dapat mengakses dan juga memproduksi berbagai video. Serta tidak adanya batasan waktu atau durasi untuk video yang akan diunggah (Atalia, 2019). Seperti media sosial lainnya, YouTube juga menggunakan *user generation content*, yaitu para pengguna yang menghasilkan konten. Kini dengan adanya pembaharuan yang terjadi pada aplikasi YouTube terdapat fitur yang mengidentifikasi mana konten yang diperuntukan khusus untuk anak-anak dan konten yang bersifat umum.

Penelitian dengan judul “*Penggunaan Video YouTube Sebagai Media Pembelajaran Bagi Anak Usia Dini Dimasa Pandemi Covid-19*” yang dilakukan oleh Esnirina dan Wening Wahyu, menemukan hasil bahwa YouTube dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran bagi anak usia dini pada saat pandemi Covid-19 untuk mengetahui dan menilai perkembangan bahasa anak.

Nussa Official merupakan salah satu channel YouTube yang diperuntukkan khusus untuk anak-anak yang diproduksi oleh studio animasi *The Little Giants* (R. Hayati, 2020). Nussa Official ini berangkat dari kegelisahan

atas maraknya konten- konten di media sosial yang kurang mendidik serta maraknya penggunaan media sosial di kalangan anak-anak yang sedikit banyaknya membuat cemas orangtua.

Saluran ini memberikan video- video yang sarat akan berbagai nilai- nilai agama Islam yang memang seharusnya menjadi hal dasar yang diketahui oleh anak-anak. Hadirnya series ini diharapkan akan mempengaruhi khalayak ramai terutama anak- anak melalui pesan- pesannya (M. Hayati et al., 2022). Series Nussa dan Rarra merupakan animasi yang dibungkus semenarik mungkin dengan kisah atau latar belakang yang dekat dan akrab dengan kegiatan sehari- hari, sehingga mudah dimengerti oleh anak- anak.

Pada era digitalisasi ini, orangtua cenderung memilih untuk memberikan anak- anak media edukasi dari *smartphone*, apalagi mereka yang berada di generasi Alpha yang memang erat dengan teknologi, ditambah dengan anak- anak memiliki kecenderungan untuk meniru apa yang mereka lihat dan dengar, maka dari itu tontonan yang mereka lihat harus diawasi dan dipantau yang mana tentu saja memberikan efek positif dan negatif bagi mereka.

Saat ini konten- konten edukasi seperti series Nussa dan Rarra menjadi alternatif lain bagi para orangtua untuk memberikan edukasi pada anak. Ditambah dengan berbagai nilai positif yang digambarkan pada series ini untuk menginformasikan dan memberikan pesan edukasi bagi semua penontonnya, khususnya pada kalangan anak-anak.

Pernyataan diatas didukung dengan hasil penelitian milik Nanda Astriyadi dengan judul *“Strategi Komunikasi Antar Pribadi Parenting Akhlak Pada Anak Usia Dini Melalui Serial Youtube Animasi Nussa Dan Rara Di Tk Islami Daarunnadwah Depok”* menjelaskan bahwa media dapat dijadikan alternatif lain oleh orangtua untuk tetap mengedukasi anak tentang akhlak, alasannya agar memudahkan orangtua untuk memberikan pengarahan, serta orangtua dituntut untuk selektif memilih media apa yang akan diberikan kepada anak.

Series ini terbagi menjadi dua segmen, yakni bagian pertama bernama Nussa. Beberapa episode yang mencapai lebih dari lima puluh juta penonton, diantaranya Nussa: Makan Jangan Asal Makan, Nussa: #BaikItuMudah, Nussa; Rarra Sakit, Nussa: Jangan Boros. Setelah segmen Nussa berakhir, hadir segmen selanjutnya dengan nama New Series “Rarra”.

Selain ditayangkan pada YouTube, series Nussa dan Rarra ini juga pernah tayang di stasiun televisi swasta NET TV pada tahun 2019 di bulan Ramadhan, kemudian beralih ke TransTv pada tahun 2021. Bahkan, series ini juga pernah tayang di bioskop pada akhir tahun 2021 dengan judul Film Nussa: The Movie.

Dalam Series Nussa dan Rarra banyak menceritakan dan menggambarkan nilai- nilai positif yang perlu dan harus diikuti oleh anak-anak, seperti nilai akhlak dan juga adab, pembelajaran tentang Nabi dan Rasul, huruf Hijaiyah, dan nama- nama bulan dalam Islam, yang semua ini menjadi fondasi awal bagi anak- anak untuk memanfaatkan media sosial sebagai alternatif edukasi. Selain berisikan nilai- nilai pendidikan Islam, series ini juga secara tidak langsung memberikan pembelajaran tentang bagaimana berkomunikasi yang baik dan benar pada orang lain, terkhususnya orang yang lebih tua.

Masa anak-anak dijadikan sebagai dasar atau pijakan mereka untuk dapat terus bertumbuh dan beradaptasi dengan dunia luar ketika sudah beranjak dewasa. Generasi Alpha yang memang dekat dan akrab dengan teknologi serta aktivitas mereka yang cenderung dilakukan secara virtual memicu kekhawatiran bahwa mereka tidak dapat berinteraksi secara langsung dengan orang banyak bahkan dengan orangtua sendiri. Apalagi dengan banyaknya konten-konten di media sosial yang beberapa diantaranya tidak mampu dijangkau oleh pengawasan orangtua.

Terbentuknya komunikasi yang sehat diantara orangtua dan anak yang diajarkan sejak dini kelak mungkin akan menjadi awal bagi mereka untuk berkomunikasi yang santun dan beradab kepada orang banyak, tak terkecualipun lingkungan paling kecil yakni keluarga. Lingkungan sekitar juga menjadi bagian pendukung pada proses perkembangan anak. Dengan dibantu adanya lingkungan yang baik tidak mengungkiri seorang anak akan menjadi pribadi yang baik pula (Anggraini, 2015).

Terjalannya komunikasi yang baik dan sehat antara kedua orangtua dan anak nantinya akan membantu anak membentuk sikap dan perilaku yang baik ketika berada dilingkup masyarakat. Maka orangtua berperan penting dalam pemilihan serta pengawasan media mana yang akan ditonton oleh anak.

METODOLOGI

Penelitian kualitatif merupakan metode pengumpulan data dengan latar alamiah yang bermaksud menafsirkan fenomena yang terjadi, dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Serta pada penelitian kualitatif ini lebih menjelaskan makna daripada menghasilkan hitungan dalam bentuk numerik (Harahap, 2020). Serta menggunakan jenis metode penelitian studi kasus, yaitu penelitian yang berfokus pada suatu kasus tertentu untuk diamati dan dianalisis, serta perlunya analisis yang tajam agar hasil yang diperoleh akurat. Penelitian menggunakan metode studi kasus ini memudahkan peneliti agar mengetahui bagaimana cara didik orangtua dalam pemanfaatan teknologi, yang mana dengan kesibukan seorang ibu rumah tangga yang mengizinkan anaknya untuk bermain *smartphone*.

Fokus kajian penelitian ini yaitu orangtua khususnya ibu rumah tangga (IRT) yang memanfaatkan digitalisasi menjadi media yang edukatif bagi anaknya, serta mengambil manfaat dalam YouTube Series Nussa dan Rarra tentang komunikasi yang baik antara orangtua dan anak. Penelitian ini dilaksanakan di kecamatan Pulo Brayon Darat I Lingkungan III Gang Keluarga 5, Medan selama kurang lebih dua minggu, sejak 18 Februari sampai 06 Maret 2023.

Sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang mana setiap anggota dari populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi anggota sampel (Ismail Nurdin & Sri Hartati, 2019). Adapun sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah tiga orang ibu muda yang sesuai dengan kriteria yang telah peneliti kategorikan.

Data yang diperoleh pada penelitian ini berdasarkan data primer, yakni hasil wawancara terhadap para informan dan observasi terhadap objek penelitian, serta data sekunder berupa dokumentasi sebagai data tambahan. Miles dan Huberman menjelaskan dalam teknik pengumpulan data terdapat langkah-langkah yang harus dipenuhi, diantaranya yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan data (Kumalahayati & Yusriyah, 2022). Pada tahap reduksi data, peneliti mengumpulkan data primer dan sekunder lalu selanjutnya mensortir data, menentukan tema, serta mengklasifikasi data sesuai dengan masalah penelitian. Setelah data telah direduksi maka dideskripsikan antara data yang sudah disesuaikan dengan tujuan penelitian. Selanjutnya tahap penyajian data, tahapan ini adalah bentuk analisis yang menjadikan narasi sebagai penyajian data yang menggambarkan hasil temua berbentuk uraian kalimat, diagram, dan hubungan yang sistematis antar kategori. Tahap terakhir disebut dengan penarikan kesimpulan, yaitu kesimpulan yang berfondasi dari hasil penelitian yang terjadi di lapangan secara akurat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

YouTube Sebagai Alternatif Sarana Edukasi

Media sosial yang memiliki beragam-macam manfaat dijadikan sebagai alternatif lain bagi manusia untuk melaksanakan kegiatannya, dengan berbagai macam jenis media sosial yang dipilih para penggunaanya sesuai dengan kebutuhan atau hanya sekedar mengikuti arus dunia.

Salah satu media sosial yang bernama YouTube sedikit demi sedikit berhasil mengusir eksistensi dari media televisi. Dengan pengaksesan yang lebih mudah serta konten-konten yang lebih beragam, diantaranya yaitu aktivitas rutin seseorang, video lucu, film atau series, video musik, bahkan video edukasi. Hal ini membuat masyarakat lebih tertarik dan memilih untuk melihat YouTube.

Kini YouTube yang notabene media hiburan beralih fungsi sebagai media pembelajaran atau edukasi yang berbasis digital memiliki peran yang cukup membantu para penggunaanya untuk mempelajari berbagai macam hal. Pengalaman yang diberikan bukan hanya dalam bentuk teori, akan tetapi juga dalam contoh yang digabungkan menjadi sebuah video (Y. Fitriani, 2021).

Dalam YouTube sendiri juga banyak konten yang diciptakan mulai dari untuk menghibur sampai bersifat edukasi. Konten-konten yang tercipta di YouTube ini dapat mempengaruhi perilaku seseorang saat menikmati setiap tontonan yang dilihat. Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan, para informan sepakat bahwa adanya YouTube membantu orangtua untuk memberikan edukasi kepada anak-anak mereka disamping telah menempuh atau mengenyam pendidikan formal di sekolah.

Tidak dapat dipungkiri bahwa dengan adanya perkembangan teknologi, media edukasi menjadi lebih variatif. Didukung dengan adanya *Virtual Reality (VR)* dan *Artificial Intelligence (AI)*, YouTube memiliki potensi untuk memberi anak-anak jalur belajar yang saling terkait dan imersif (Wiederhold, 2023).

Di masa sekarang, penggunaan digital dan bermedia sosial membuat akses alternatif edukasi untuk pembelajaran tersebut lebih memudahkan. Bahkan, hadirnya tayangan-tayangan di YouTube yang mengedukasi ini bisa menjadi media pembelajaran baru bagi anak-anak, tidak harus melulu diajarkan oleh orangtua nya. Mengingat mereka berada pada masa periode emas (Golden Age) pada anak untuk mendapatkan pembelajaran (Rahayu Tresna Dewi et al., 2020).

Disela-sela kesibukan sebagai seorang Ibu Rumah Tangga (IRT) yang memiliki segudang peran dan tanggung jawab yang besar membuat mereka harus pandai dalam mengatur dan membagi waktu apalagi dengan urusan pendidikan anak. Seiring dengan hadirnya YouTube Kids yang memang diperuntukan khusus untuk anak-anak membuat apa yang dilihat dan ditonton anak mereka menjadi lebih aman dan ramah bagi anak seusia mereka.

Nyatanya, dengan adanya fitur YouTube Kids ini informan kedua dan ketiga kurang mengawasi apa yang dilihat oleh anak mereka, hanya tahu lewat segelintir suara ketika anak sedang mengakses YouTube atau melihat riwayat tontonan anak. Berkebalikan dari dua informan tersebut, informan pertama tetap mengawasi dan tahu apa yang dilihat oleh anaknya, karena informan tetap berada disamping atau sesekali mengecek anak sedang melihat konten-konten yang dihasilkan dari channel YouTube.

Sejalan dengan hasil wawancara di atas, penelitian sebelumnya dengan judul "*YouTube Sebagai Media Pengendalian Orangtua Terhadap Anak*" yang dilakukan oleh Ahmad Mursid, dkk menemukan hasil bahwa alasan orangtua memberikan akses dan menjadikan sarana alternatif edukasi pada YouTube, yaitu bahwa orangtua menilai YouTube sebagai media yang baik dan bermanfaat bagi anaknya. Ini disebabkan karena banyak konten-konten yang baik dalam YouTube.

Selain pemilihan konten yang dilihat anak, orangtua juga memberikan batasan berupa tontonan dan penggunaan bagi anak untuk mengakses YouTube. Hal tersebut menjadi penting agar anak dapat mengatur waktu untuk dapat berinteraksi dengan orangtua di rumah (Isti Prabandari & Ratri Rahmijati, 2019).

Hasil dari peneliti dapatkan ialah setiap informan memiliki batasan waktu yang beragam. Diantaranya, informan pertama memberikan akses untuk menonton ketika si anak sudah selesai melaksanakan kewajiban berupa tugas sekolah, mengaji, dan membereskan tempat tidur mereka. Sedangkan informan kedua dan ketiga memberikan patokan waktu 1 jam sebelum tidur dan 3 jam setiap harinya diselingi dengan ibu yang sedang mengerjakan tugas rumah.

Dengan adanya batasan tontonan ini membuat anak tidak melakukan upaya lain untuk dapat bermain *smartphone* sehingga tidak terjadinya pendesakan kepada orangtua untuk menuruti kemauan anak. Alhasil, anak mencari kegiatan lain untuk mengalihkan hasrat bermain *smartphone* dengan cara bermain dengan teman-temannya di teras rumah atau asik dengan mainan yang dimiliki.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti diatas, yang mana meskipun para orangtua memberikan akses dan menjadikan YouTube sebagai alternatif sarana edukasi, tetap saja mereka memberikan batasan waktu agar anak mereka tidak terus menerus menonton dan mengabaikan keadaan sekitar.

Hal ini dibuktikan dengan anak-anak tetap bermain dengan teman di lingkungan nya bahkan terdapat waktu-waktu khusus bagi mereka untuk bermain bersama. Salah satu agenda yang dilakukan ketika bermain

adalah menceritakan apa yang mereka tonton dan mainkan saat sedang mengakses *smartphone* masing-masing, dan aktivitas ini bersifat kontinu setiap harinya.

Edukasi Komunikasi dalam YouTube Series Nussa dan Rarra

Pentingnya pembelajaran tentang Islam bagi anak-anak sebagai dasar mereka untuk paham tentang agama Islam. Hal ini dijelaskan pada nash Hadist yang diriwayatkan oleh Abu Dawud yang artinya “Perintahkanlah anak-anakmu untuk melakukan sholat ketika berumur 7 tahun dan pukullah mereka saat umur 10 tahun”. Dari hadist tersebut dapat disimpulkan bahwa konstruksi nilai dan norma positif anak dapat dimulai sejak umur 7 tahun, bahkan alangkah baiknya jika diajarkan sedari kecil (Rahman, 2018).

Jika penerapan nilai atau norma positif ini berupa pembelajaran pendidikan islam, nilai akhlak, dan juga adab diajarkan sejak usia dini. Maka, anak tersebut berpotensi akan menjadi anak yang berkelakuan baik dan santun sesuai dengan ajaran Islam. Dengan diberikannya pendidikan akhlak pada anak yang baik menjadi fundamental agar anak dapat memiliki sopan santun dan beradab mulia ketika berinteraksi dengan orang sekitar, terkhususnya dengan orang yang lebih tua.

Akhlak atau adab menjadi hal mendasar yang harus dimiliki oleh semua orang. Seseorang yang dianggap berakhlak dapat diukur dengan melihat cara bergaul dan berinteraksi dengan orang banyak sehingga dapat dihargai dan bernilai di mata masyarakat. Penanaman nilai akhlak seharusnya sudah dibangun sejak usia dini, hal ini memiliki maksud dan tujuan untuk menjadi manusia yang beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT dan juga agar ketika seorang anak sudah mulai tumbuh dewasa, ia dapat hidup bermasyarakat yang baik.

Nilai-nilai akhlak menjadi bagian dari perwujudan nilai Islam dan akhlak mencakup semua ruang lingkup atau aspek kegiatan manusia. Maka daripada itu, perlunya penanaman nilai akhlak sejak dini oleh orangtua karena anak mencontoh perilaku yang dilakukan orangtua mereka. Maka kelakuan anak adalah representatif orangtua. Dengan dimilikinya akhlak yang baik pada seorang anak membuat cara berkomunikasi antara anak dan orang tua lebih santun (L. Fitriani et al., 2020).

Berdasarkan hasil penelitian milik Mardhiyah dan Ayub dengan judul “*Motivasi Menghafal Al-Quran pada Anak melalui Komunikasi Interpersonal*” menemukan bahwa, jika dipandang dari orientasi kepatuhan, anak yang dianjurkan untuk menghafal Al-Qur’an memiliki kepatuhan yang cukup tinggi. Hal ini didukung dengan sikap orangtua yang terus memberikan arahan kepada anaknya sehingga anak tersebut terdorong untuk mematuhi perkataan kedua orangtua nya.

Nussa dan Rarra merupakan sebuah animasi yang menceritakan berbagai kegiatan sehari-hari anak, yang dibalut dengan bermacam nilai-nilai Islam. Nilai-nilai yang diajarkan bukan hanya sekedar teori akan tetapi juga mencontohkan kepada para penontonnya. Serta series ini dapat dijadikan sebagai referensi lain bagi orangtua dan anak dalam bertindak dan berkelakuan.

Seperti pada episode berjudul “Rarra: Adab Menasehati”, edukasi komunikasi yang tersampaikan ketika ingin menasihati orang lain jangan didepan umum, tidak boleh menggunakan kata yang kasar, serta jangan sampai membuat orang tersebut malu dan kemudian marah karena telah kita beri nasihat.

Selanjutnya, pada episode “Rarra: Maaf”, hubungan komunikasi yang terjalin antara kedua orangtua dapat menciptakan sikap pada anak. Ketika kedua orangtua memiliki hubungan yang harmonis, anak cenderung memiliki sikap dan sifat yang baik. Dan begitu pula sebaliknya, apabila orangtua tidak memiliki hubungan yang harmonis, maka anak akan cenderung memiliki sikap yang kurang baik dan tepat. Hal menarik yang disampaikan dalam episode ini ialah tidak hanya menjelaskan bagaimana cara seorang anak untuk meminta maaf kepada orang lain. Namun, pada episode ini kita dikenalkan bagaimana cara interaksi yang terbangun antara ayah dan ibu sebagai orangtua yang nantinya akan menjadi idola seorang anak. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasanya, anak adalah representatif asli dari kedua orangtua nya.

Episode lain dengan judul “Rarra: Teman Spesial Rarra”, mengajarkan penontonnya dalam berkomunikasi harus memperhatikan siapa lawan bicara nya. Hal ini menjadi langkah awal agar terjalinnya komunikasi yang baik

dengan siapapun, tanpa memandang siapa yang diajak berinteraksi. Maksud dan tujuannya agar tidak terjadi salah kata yang tidak mengenakan sehingga menghindari terjadinya konflik.

Ketiga episode diatas merupakan representatif bahwa akhlak anak dapat dibentuk tidak semata-merta dari didikan orangtua saja, tetapi dengan diberikannya tontonan berupa series Nussa dan Rarra ditambah dengan pengawasan serta tuntunan dari orangtua, anak dapat mengetahui kalau yang mereka tonton tersebut patut dicontoh sebagai teladan dan dapat memberikan nilai positif bagi orang sekitarnya.

Namun pada hasil wawancara yang telah peneliti dapatkan dengan para informan menunjukkan bahwa informan kedua dan ketiga kurang tahu apa itu series Nussa dan Rarra. Akan tetapi informan ketiga mengetahui series yang sejalan dengan Nussa dan Rarra, yakni series Omar Hana yang memang tayang di televisi, dan informan kedua hanya sekedar tahu serta lebih menitikberatkan anaknya untuk menonton konten yang sudah informan sediakan, seperti surah-surah pendek pilihan, asmaul husna, dan pendidikan agama islam lainnya. Sedangkan informan pertama akrab dengan series Nussa dan Rarra dan menganjurkan anaknya untuk melihat tayangan tersebut, ataupun tayangan yang saling keterkaitan dengan tema islami. Meskipun tidak dapat dipungkiri bahwa orangtua juga memberikan kesempatan pada anaknya untuk melihat YouTube channel yang ia mau.

Sejalan dengan hal tersebut, penelitian sebelumnya mengenai nilai- nilai agama Islam bagi anak- anak telah dilakukan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Mulyani, dkk dengan judul "*Analisis Nilai Moral dalam Serial Animasi Nussa Rarra dan Relevansinya dengan Pembelajaran PPKN di Sekolah Dasar*". Hasil yang ditemukan adalah bahwa nilai-nilai moral yang terkandung dalam serial animasi Nussa dan Rarra memiliki relevansi dengan pembelajaran PPKN di Sekolah Dasar kurikulum 2013 terkait sikap spiritual dan sikap sosial. Meskipun tidak seutuhnya relevan dengan pembelajaran PPKN di Sekolah Dasar, tetapi cukup untuk digunakan sebagai media penanaman nilai-nilai moral dalam pembelajaran di sekolah.

Setiap episode yang ditayangkan dalam series Nussa dan Rarra ini juga berkaitan dengan komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang dilakukan oleh dua orang, berlangsung dengan tatap muka, serta efek yang dihasilkan dari komunikasi ini akan dapat langsung dirasakan oleh komunikan, baik verbal ataupun nonverbal. Komunikasi ini juga dapat dilakukan lewat media, seperti telepon yang memiliki sifat dua arah atau timbal balik (*two way communications*) (Yasir, 2020).

Komunikasi interpersonal yang terdapat dalam series ini dapat dilihat bagaimana bentuk interaksi antara tokoh Nussa dengan adiknya Rarra, serta umma yang selalu berhasil memberikan nasihat-nasihat kepada kedua anaknya. Hal ini terus disampaikan di setiap episodenya dengan beragam tema yang diberikan, guna agar si penonton terutama anak-anak, bahkan orangtua dapat mencontoh perbuatan dan kelakuan baik yang disampaikan dalam series tersebut.

Komunikasi yang dibangun berjalan dengan dua arah (*two way communications*) terjadi ketika, umma yang berperan sebagai komunikator dalam menyampaikan pesan kepada anak- anaknya yang berperan sebagai komunikan. Hasil yang ditimbulkan berupa Nussa dan Rarra dapat merasakan langsung efek dari pesan tersebut. Dapat disimpulkan bahwa reaksi yang dihasilkan oleh pesan yang disampaikan tersebut terjadi melalui hubungan yang intim dan akrab, seperti suami dengan istri, anak dengan orangtua, sahabat, dan lainnya.

Penjelasan diatas merupakan salah satu bagian dari tahapan dalam proses terjadinya komunikasi interpersonal yang disebut dengan memori, dalam tahapan ini terbagi menjadi empat proses. Proses pertama disebut dengan *recall*, dimana si anak mengingat kembali reka ulang dari episode Nussa dan Rarra yang ditonton sehingga tersimpan didalam otak. Setelah itu *recognition*, yaitu proses si anak mengenali dan sadar kalau yang mereka tonton tersebut patut untuk diingat dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, proses ini didukung juga dengan upaya orangtua dalam mengedukasi dan mengevaluasi tontonan anak sehingga dapat menentukan tontonan mana yang layak mereka lihat dan terapkan atau tidak. Proses selanjutnya *relearning*, yakni proses anak merepitisi makna dari pesan yang sebelumnya sudah diedukasi terlebih dahulu oleh orangtua. Proses terakhir adalah *reintegrasi*, proses ini membuat si anak merakit ulang ingatan-ingatan lainnya yang berkaitan dengan yang ia tonton sebelumnya. Keempat proses tersebut akan menjadi memori utuh untuk diterapkan ke aktivitas sehari-hari (Maryam & Ramon Ananda Paryontri, 2020).

Penelitian lain yang relevan adalah milik Saputi dan Sutarmen dengan judul *"Nilai- Nilai Pendidikan Islam yang Terkandung dalam Film Animasi Nussa dan Rarra Terhadap Mahasiswa PAI Universitas Ahmad Dahlan pada Era Pandemi Covid 19"*, mendapatkan hasil bahwasanya film animasi Nussa dan Rarra mengandung Nilai- Nilai Pendidikan Agama Islam, seperti Akidah, Akhlak, dan pendidikan agama. Serta peran nilai- nilai pendidikan Agama Islam yang terkandung dalam series ini membantu proses pemahaman serta motivasi untuk melakukan perubahan yang berkaitan dengan Akidah, Akhlak, dan Ibadah.

Konten- konten yang disediakan dalam series Nussa dan Rarra kerap kali dijadikan contoh bagi anak- anak yang menonton. Pesan – pesan yang disampaikan menggambarkan keteladanan, sehingga anak dapat mendemonstrasikan apa yang diajarkan dalam series tersebut. Hal ini memicu terjadinya transformasi sikap, dan juga menunjukkan kreativitas (Chang, 2023).

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan, informan menjelaskan kalau anak- anaknya yang secara intens melihat tayangan tersebut mulai sedikit demi sedikit mengikuti nilai- nilai akhlak yang dicontohkan lewat animasi ini. Anak- anak tersebut mulai menerapkan apa yang mereka lihat di series Nussa dan Rarra, diawali dengan memposisikan cara berinteraksi dengan orang sekitarnya, paling terdekat dengan saudara kandung dan kedua orangtuanya.

Serta berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan pada informan, menyatakan bahwa anak mereka mulai membiasakan diri untuk santun dalam menyampaikan setiap kata, contohnya ketika ingin meminta maaf. Tidak hanya itu, orangtua juga memberi nasihat kepada anak mereka bukan didepan banyak orang terutama didepan adik atau kakak abang nya, tetapi dilakukan secara individu.

Hal ini menunjukkan bahwa series ini bukan hanya berhasil memberikan pelajaran pada anak-anak yang melihat tayangan tersebut, akan tetapi juga memberikan pelajaran bagi orangtua untuk bertindak dan berperilaku yang baik agar anak tidak meniru perbuatan mereka. Upaya yang dilakukan orangtua dalam memberikan pembelajaran bagi anaknya ialah dengan cara bermain sambil belajar.

SIMPULAN

Youtube yang memang diperuntukkan sebagai media hiburan kini beralih menjadi alternatif media edukasi bagi anak. YouTube Series Nussa dan Rarra hadir dengan berbagai macam pesan yang mengandung nilai-nilai kesopanan, adab, dan akhlak sehingga secara perlahan anak dapat berkomunikasi yang baik dengan lingkungan sekitar, terutama kepada kedua orangtua.

Dengan berbagai macam episode pada YouTube Series Nussa dan Rarra khususnya episode mengenai nilai adab atau akhlak mampu mengubah dan membentuk akhlak yang baik pada anak- anak yang melihat tayangan ini meskipun melalui beberapa proses yang perlahan. Bukan hanya anak- anak yang melihat series ini saja yang mendapatkan ilmu baru, akan tetapi orangtua pun juga mendapatkan hal yang sama lewat tayangan bernuansa Islami ini.

Meskipun series ini banyak mengandung berbagai nilai yang baik, akan tetapi anak- anak juga perlu aturan dalam menggunakan YouTube, agar mereka juga berinteraksi dengan lingkungan sekitar dan peka akan kehadiran orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfirahmi. (2019). Fenomena Kopi Kekinian di Era 4.0 Ditinjau dari Marketing 4.0 dan Teori Uses and Effect. *Jurnal Lugas*, 24(1), 24–32. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Anggraini, S. (2015). *Komunikasi pada Anak Usia Dini* (Issue 3).
- Astriyadi, N. (2020). *Strategi Komunikasi Antar Pribadi Parenting Akhlak pada Anak Usia Dini Melalui Serial Youtube Animasi Nussa dan Rara di Tk Islami Daarunnadwah Depok*. Universitas Islam Negeri Syarifhidayatullah.
- Atalia, I. (2019). *Ternyata Jadi Youtuber Itu Mudah!* Anak Hebat Indonesia.

- Chang, C. (2023). Being Inspired by Media Content: Psychological Processes Leading to Inspiration. *Media Psychology*, 26(1), 75. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/15213269.2022.2097927>
- Fitriani, L. (2020). Internalisasi Nilai-nilai Karakter Islami Pada Anak Usia Dini Melalui Metode Berkisah. *Annual Conference on Islamic Early Childhood Education (ACIECE)*, 3. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/tarbiyah/conference/index.php/aciece/aciece3>
- Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Penyajian Konten Edukasi atau Pembelajaran Digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(4), 1006–1013. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>
- Hamzah, R. E. (2015). Penggunaan Media Sosial di Kampus dalam Mendukung Pembelajaran Pendidikan. *Wacana : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 14(1), 47.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Wal Ashri Publishing.
- Hayati, M., Muharon Albantani, A., & Faridah, I. (2022). Nilai-Nilai Moral dalam Film Animasi Nussa dan Rara. *El Athfal : Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan Anak*, 42.
- Hayati, R. (2020). Transmisi dan Transformasi Dakwah (Sebuah Kajian Living Hadis dalam Channel Youtube Nussa Official). *Jurnal Bimas Islam*, 13(1), 165.
- Herina, S. (2022). Nilai-Nilai Pendidikan Islam Yang Terkandung dalam Film Animasi Nussa aan Rara Terhadap Mahasiswa PAI Universitas Ahmad Dahlan Pada Era Pandemi Covid 19. *Jurnal Komunikasi Dan Pendidikan Islam*, 11(1).
- Ismail Nurdin & Sri Hartati. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendikia.
- Isti Prabandari, A., & Ratri Rahmaji, L. (2019). *Komunikasi Keluarga dan Penggunaan Smartphone oleh Anak* [Universitas Diponegoro]. <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/04/1>
- Kumalahayati, N., & Yusriyah, K. (2022). Komunikasi Interpersonal Guru Dan Siswa Dalam Pemanfaatan Microsoft Teams Pada Blended Learning. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 21(2), 265–276. <https://doi.org/10.32509/wacana.v21i2.2180>
- Mardhiyah, A. N. dan, & Imran, A. I. (2019). Motivasi Menghafal Al-Qur'an pada Anak melalui Komunikasi Interpersonal. *Nyimak: Journal of Communication*, 3(2), 97. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v3i2.1204>
- Maryam, E. W. dan, & Ramon Ananda Paryontri. (2020). *Buku Ajar Psikologi Komunikasi*. UMSIDA Press.
- Mulyani, Z., Mardiana, T., & Triana, P. M. (2022). Analisis Nilai Moral dalam Serial Animasi Nussa Rara dan Relevansinya dengan Pembelajaran PPKn di Sekolah Dasar. *Khazanah Pendidikan-Jurnal Ilmiah Kependidikan (JIK)*, 16(2), 32–39. <https://doi.org/10.30595/jkp.v16i2.13362>
- Rahayu Tresna Dewi, A., Mayasarokh, M., & Gustiana, E. (2020). *Perilaku Sosial Emosional Anak Usia Dini*. 04(1), 181–190.
- Rahayu, W. (2021). Penggunaan Video Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bagi Anak Usia Dini Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5.
- Rahman, M. (2018). Multikulturalisasi Pendidikan Islam Sejak Dini di Era Digital. *FIKROTUNA: Jurnal Pendidikan Dan Manajemen Islam*, 7(1). <http://m.suara.com/wawancara>.
- Rohmatulloh, A. M., & S. Bakti Istiyanto. (2020). Youtube sebagai Media Pengendalian Orang Tua Terhadap Anak (Studi Kasus Parental Mediation Orang Tua Terhadap Siswa SDIT Al-Marjan Bekasi). *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6, 105.
- Sutarsih Tri. (2021). Statistik Telekomunikasi Indonesia. In *Badan Pusat Statistika* . Badan Pusat Statistik.
- Wiederhold, B. K. (2023). Children's Mental Health in a Pandemic-Altered World: Technology's Evolving Role. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 26(1), 1–2. <https://doi.org/10.1089/cyber.2022.29264.editorial>
- Yasir. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi: Sebuah Pedekatan Kritis dan Komprehensif*. Deepublisher Publisher.