



## Kontestasi Identitas dan Kesalehan Anak Usia Dini Islam dalam Animasi Nussa

**Bagus Mustakim**

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

[bmustakim77@gmail.com](mailto:bmustakim77@gmail.com)

### Abstract

*Discussion of the piety of early childhood, currently in the shadow of an ideological debate of various political, social and religious identities. This kind of ideological debate is increasing along with the expansion of global social media networks in the digital age. In this ideological debate, a phenomenal animated film called "Nussa" emerged. This article focuses on the piety of early Islamic childhood represented by Nussa animation on the Youtube channel. The problem formulated in this article is why Nussa animation is offered as the piety of Islamic early childhood; How is the construction of early childhood piety offered in this animation; and how is this identity promoted? This article was developed with a media and cultural study approach. This research uses qualitative methods with the phenomenological approach and interpretive discourse analysis methods. The author finds that the animation of Nussa actively produces piety as the identity of early Islamic childhood in ideological contestation with globalism and secular modernism. This piety is offered as an authentic Islamic identity for Islamic early childhood.*

**Keyword:** *The piety of early Islamic childhood, Islamic early childhood, Islamic identity*

### Abstrak

*Perbincangan tentang kesalehan anak usia dini, saat ini berada dalam bayang-bayang perdebatan ideologis dari beragam identitas politik, sosial, maupun agama. Perdebatan ideologis semacam ini semakin meningkat seiring dengan ekspansi jejaring global media sosial di era digital. Di tengah perdebatan ideologis ini, muncul sebuah film animasi fenomenal berjudul "Nussa". Artikel ini fokus pada kesalehan anak usia dini Islam yang diwakili oleh animasi Nussa di saluran Youtube. Masalah yang dirumuskan dalam artikel ini adalah mengapa animasi Nussa ditawarkan sebagai kesalehan anak usia dini Islam dan bagaimana konstruksi kesalehan anak usia dini yang ditawarkan dalam animasi ini. Artikel ini dikembangkan dengan pendekatan studi media dan budaya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologis dan metode analisis wacana interpretif. Penulis menemukan bahwa animasi Nussa secara aktif menghasilkan kesalehan sebagai identitas anak-anak Muslim awal dalam persaingan ideologis dengan globalisme dan modernisme sekuler. Kesalehan ini ditawarkan sebagai identitas Islam otentik untuk anak usia dini Islam.*

**Kata Kunci:** *Kesalehan anak usia dini islam, anak usia dini islam, identitas islam*

Diterima: 30 September 2019 | Direvisi: 05 Desember 2019 | Disetujui: 13 Desember 2019

© 2019 Program Studi Pendidikan Islam Anak Usia Dini Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

### Pendahuluan

Pengelolaan pendidikan anak usia dini (PAUD) di Indonesia, saat ini sedang berada dalam bayang-bayang pertentangan ideologis antara developmentalisme, Islam, dan

globalisme. Developmentalisme, yang didasarkan pada teori-teori perkembangan yang sudah mapan, membayangi kebijakan PAUD melalui orientasi pengelolaan program PAUD yang dikembangkan berdasarkan bantuan Bank Dunia dan semacamnya. Sementara bayang-bayang Islam tampak dari dominasi Islam di ruang publik pasca keruntuhan Orde Baru berupa formalisasi syariah pada anak usia dini. Sedangkan bayang-bayang globalisme terlihat dari orientasi PAUD yang diarahkan kepada terpenuhinya sumber daya manusia dalam persaingan global (Formen & Nuttall, 2014, pp. 15–31).

Berdasarkan riset Kitley tentang film *Si Unyil* yang tayang di televisi pada tahun 80-an, bayang-bayang ideologi dalam pengelolaan PAUD sudah terjadi sejak era Orde Baru. Saat itu pemerintah melakukan kontrol ketat dalam menciptakan karakter anak sesuai dengan keinginan penguasa. Melalui film ini, pemerintah mendikte masyarakat dengan karakter anak yang digambarkan sebagai warga negara yang berpengetahuan luas dan berkomitmen tinggi terhadap pembangunan nasional. Tokoh Unyil dan kawan-kawannya ditampilkan sebagai model warga negara yang berpikiran komunal, menerima pemerintahan Orde Baru, dan berkontribusi penuh semangat terhadap kebijakan-kebijakan pemerintah (Kitley, 1999, pp. 129–152).

Hadirnya media baru memberikan ruang yang lebih terbuka bagi proses promosi Islam di ruang publik. Melalui berbagai fitur media baru, gagasan dan narasi tentang Islam lebih mudah diproduksi dan didistribusikan. Misalnya fenomena boneka “Barbie Islam” yang mengonstruksi mainan boneka Barbie dalam tradisi Islam. “Barbie Islam” ini mencoba menawarkan Islam sebagai ideologi alternatif dalam melawan boneka Barbie yang identik dengan budaya Barat (Yaqin, 2007, pp. 173–188).

Boneka yang diberi nama Razanne ini dipersonifikasikan sebagai perwujudan sosok gadis muslim modern tapi sederhana dan kuat dalam mempertahankan nilai-nilai budaya dan agama. Sebagaimana boneka Barbie, Razanne didesain sebagai boneka interaktif. Namun Razanne dikembangkan dengan menyediakan model peran Islam dan mempromosikan perilaku Islam.

Razanne bisa dimainkan di dalam rumah dengan mengenakan rok pendek sebagaimana boneka Barbie. Namun Razanne juga dapat dimainkan di luar rumah dengan mengenakan pakaian tertutup dan jilbab. Pesan yang dibangun adalah bahwa gadis muslim memiliki kebebasan mengenakan rok pendek, tapi itu dilakukan hanya ketika di dalam rumah. Razanne juga memiliki buku aktivitas yang menunjukkan bahwa gadis-gadis muslim juga bebas beraktivitas di luar rumah, mulai terbit fajar hingga tenggelamnya

matahari. Razanne pun memiliki area *playday* yang menunjukkan bahwa gadis muslim bisa bersenang-senang di taman bermain selama mereka berpakaian tertutup. Artinya, gadis-gadis muslim tetap memperoleh kebebasan meskipun dibalut dengan pakaian tertutup. Sebaliknya busana muslim itu merupakan simbol kesederhanaan yang dimiliki oleh seorang gadis muslim (Yaqin, 2007, p. 188).

Kehadiran Razanne ini sekaligus ditujukan untuk melawan stereotip Barat tentang perempuan muslim yang identik dengan belenggu budaya patriarki yang membatasi hak-hak perempuan. Selain itu kehadiran Razanne ini dianggap penting, karena selama ini gadis-gadis muslim disugahi mainan boneka Barbie yang hedonistis, materialistis, amoral, dan penuh ketelanjangan. Melalui kehadiran Razanne, gadis-gadis muslim, khususnya di Barat diharapkan tidak kehilangan identitas dan jati dirinya sebagai seorang muslim (Yaqin, 2007, pp. 173–188).

Kehadiran media baru sangat membantu pemasaran Razanne sekaligus penyebaran ideologi di baliknya. Razanne dijual secara online melalui situs Noorart. Noorart sendiri merupakan situs yang menyediakan berbagai produk tentang pendidikan Arab dan Islam. Situs ini juga memanfaatkan berbagai platform media sosial dalam promosi dan pemasaran produknya, seperti Facebook, Twitter, Pinterest, Youtube, dan Instagram. Melalui media-media ini, Razanne tersebar ke seluruh dunia, khususnya keluarga-keluarga muslim dan diaspora muslim di Barat yang menjadi target market pemasaran boneka ini (Yaqin, 2007, pp. 173–188).

Perdebatan ideologi, seperti pada fenomena Razanne, juga terjadi pada film anak usia dini di ruang media baru. Misalnya perdebatan yang sempat viral tentang keberadaan konten lesbian, gay, biseksual, dan transgender (LGBT) dalam film animasi anak yang sangat populer, “Upin dan Ipin”. Perdebatan tentang hal ini terjadi di lini masa media sosial setelah akun Facebook Ummi Yana memposting status tentang masuknya konten LGBT dalam karakter “Sally” pada film kartun anak “Upin dan Ipin.”

Di tengah pertentangan ideologi ini, muncul sebuah produk animasi bertema anak usia dini Islam di platform media sosial Youtube dengan judul “Nussa”. Nussa hadir dengan sangat fenomenal. Dalam waktu yang relatif singkat (sekitar 6 bulan), film yang tayang di kanal Youtube ini, telah mendapatkan lebih dari 3 juta *subscriber*. Video-videonya pun sudah tayang lebih dari 400 juta kali penayangan. Bahkan film ini sudah mulai tayang di televisi (NET TV) pada bulan Ramadan tahun 2019 ini dikarenakan tingginya permintaan dari warganet.

Dalam konteks pertentangan ideologi, kehadiran Nussa sama dengan fenomena Razanne. Oleh para penciptanya, Nussa dikatakan sebagai tontonan alternatif. Dalam suatu wawancara di kanal Youtube, Aditya Triantoro, *executive producer* sekaligus kreator Nussa, menyebut animasi ini sebagai *a symbol of hope* atau simbol sebuah harapan (<https://www.youtube.com/watch?v=8LLvV7UMNjU&t=94s>). Felix Siau, salah satu tim kreatif Nussa, menyebut Nussa sebagai referensi kebaikan. Sementara Mario Irwinsyah, dari tim The Little Giant yang memproduksi Nussa menyatakan bahwa Nussa bukan sekedar tontonan melainkan tuntunan bagi orang tua dalam mendidik anak-anaknya (<https://www.youtube.com/watch?v=yuZsKUEKvAw>).

Pesan atau cerita yang bernuansa ideologis dapat berpengaruh pada perkembangan anak, khususnya anak usia dini. Anak akan belajar melalui peniruan. Tokoh dalam suatu cerita merupakan figur yang banyak ditiru oleh anak-anak. Tokoh cerita sering menjadi teladan bagi anak. Karenanya, mereka akan meniru apa saja yang dilakukan oleh tokoh utama dalam cerita. Bagi anak, apa yang ada pada tokoh cerita, seperti sikap, perilaku, cara berpikir, dan cara bertindak adalah kejadian nyata (Musbikin, 2004, p. 8–9).

Karakter tokoh dalam suatu cerita ideologis, akan dengan mudah ditiru dan dimiliki oleh anak usia dini sebagai bagian kediriannya. Anak usia dini akan membangun karakter dan cara pandang dirinya seperti tokoh dalam cerita. Pandangan ini tampak dari hasil riset yang dilakukan oleh Umar Sidik tentang pengaruh cerita Sang Kancil dalam Pendidikan Anak Usia Dini. Sidik menyimpulkan bahwa karakter licik yang dibangun dalam diri tokoh cerita, yakni kancil, merupakan suatu proses merusak kepribadian anak menuju kedewasaannya (Sidik, 2013, pp. 135–146).

## Metode

Metodologi yang digunakan berupa metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi sebagaimana disampaikan Creswell, bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang berasal dari masalah sosial kemasyarakatan (Creswell, 2017, p. 4). Fenomena yang diteliti berupa kontestasi ideologi pada ranah budaya populer yang mengiringi produksi dan publikasi animasi Nussa.

Pendekatan kajian yang digunakan adalah kajian media dan budaya. Obyek kajiannya berupa animasi Nussa di kanal Youtube yang memuat identitas kesalahan anak usia dini. Dalam sudut pandang kajian ini, diyakini bahwa media massa memiliki pengaruh terhadap cara-cara dalam menentukan dan mendefinisikan identitas seseorang. Sudut pandang

manusia, termasuk cara pandang dan berperilaku manusia telah diantari dan dimediasi oleh media (Ida, 2014, p. 3).

Sedangkan metode analisis yang digunakan berupa analisis wacana yang bersifat interpretatif. Tidak ada pedoman metodologis yang bersifat teknis tentang penggunaan analisis wacana ini. Tujuan analisis wacana adalah memberikan keluasan horizon pemikiran dan interpretasi dalam rangka mengungkap motivasi dibalik fenomena yang diamati (Ida, 2014, p. 92).

## Hasil Penelitian

### Promosi Identitas Kesalehan Anak Usia Dini Islam di Ruang Publik

Animasi Nussa merupakan salah satu serial film animasi anak yang dipublikasikan melalui kanal media sosial Youtube. Film ini pertama kali dipublikasikan pada tanggal 28 oktober 2018 oleh kanal Nussa Official. Seri pertama yang ditayangkan berjudul “Tidur Sendiri Gak Takut.” Setelah edisi pertama tersebut, kanal Nussa Official mempublikasikan edisi baru animasi ini pada setiap hari Jumat.

Animasi Nussa diproduksi oleh rumah produksi The Little Giant. Rumah produksi ini memiliki nama besar dalam dunia peranimasian di Indonesia. The Little Giant digawangi oleh nama-nama besar animator Indonesia. Salah satunya adalah Aditya Triyanto (kreator dan executive producer “Nussa”, sekaligus CEO rumah produksi The Little Giant). Aditya, demikian ia biasa dipanggil, merupakan animator yang sudah malang melintang di dunia animasi, baik di dalam negeri maupun di luar negeri.

Visi yang dibangun, sebagaimana ditampilkan dalam deskripsi di kanal Youtube, adalah “*a new Islamic edutainment web series for the family.*” Identitas Islam tampak jelas dalam frase “*Islamic edutainment.*” Obyek dari identitas Islam dalam animasi ini berupa kesalehan anak usia dini Islam, yakni bagaimana menjadi seorang anak usia dini Islam di tengah komunitas budaya global yang memasuki ruang anak-anak usia dini setiap hari melalui media, khususnya animasi anak.

Nussa diproduksi dalam rangka kontestasi dan komodifikasi Islam yang mengambil fokus pada kesalehan anak usia dini. Dalam konteks ini, animasi Nussa berkontribusi dalam proses kontestasi dan komodifikasi sebagai upaya mempromosikan perilaku anak usia dini Islam dalam identitas Islam yang otentik. Tujuannya adalah agar praktik Islam yang direpresentasikan di dalamnya terlembagakan dalam kehidupan sehari-hari.

Ismail menyebut kecenderungan yang tampak pada animasi Nussa sebagai fenomena Islamisme. Ada dua macam Islamisme yang disampaikan oleh Ismail, yakni politik Islam dan proses re-Islamisasi. Politik Islam mengacu pada kegiatan organisasi dan gerakan yang bergejolak di ruang publik sambil menyebarkan tanda dan simbol dari tradisi Islam. Politik Islam memuat ideologi politik yang diartikulasikan dalam gagasan tentang perlunya mendirikan pemerintahan Islam, yang dipahami sebagai pemerintah yang menerapkan syariah (hukum Islam). Sementara re-Islamisasi merupakan upaya mengislamkan kembali umat Islam yang ditandai dengan dorongan untuk mengislamkan ranah sosial. Re-Islamisasi melibatkan proses dalam berbagai domain kehidupan sosial yang diinvestasikan dengan tanda dan simbol yang bersumber dari tradisi Islam (Ismail, 2004, pp. 614–631).

Di antara dua konsep Islamisme Ismail tersebut, animasi Nussa minimal merepresentasikan proses re-Islamisasi untuk mengislamkan perilaku anak usia dini Islam melalui tanda dan simbol yang bersumber dari tradisi Islam. Dalam hal ini, Nussa menawarkan beragam tanda dan simbol. Tanda dan simbol ini disampaikan melalui animasi sebagai sumber rujukan bagi perilaku anak usia dini Islam.

Dalam sejarah perkembangan pemikiran dan aliran Islam, Islam otentik dapat dirujuk dan dipertautkan dengan paham salafiyah. Paham *salafiyah*, merujuk pada pandangan Haedar Nashir, memiliki karakter pemikiran, *pertama*, argumentasi pemikiran Islam harus jelas diambil dari Alquran dan hadis. *Kedua*, penggunaan rasio dan akal pikiran harus sesuai dengan *nash-nash* yang sah. *Ketiga*, konteks akidah harus berdasarkan pada nas saja (Nashir, 2013, p. 151).

Karakter pemikiran *salafiyah* ini tampak teramati dalam animasi Nussa. Misalnya karakter pertama dan kedua yang menekankan agar argumentasi Islam diambil dari Alquran dan hadis. Karakter ini tampak pada dialog-dialog yang dikembangkan di antara tokoh-tokoh animasi Nussa. Argumentasi dalam berbagai dialog itu selalu merujuk pada Alquran atau hadis Nabi Muhammad saw.

Misalnya pada edisi Rarra Sakit, *umma* menjelaskan kepada Rarra bahwa demam itu menghapus dosa berdasarkan hadis Nabi Muhammad saw. Nussa kemudian menegaskan kepada Rarra bahwa Rarra sakit karena telah berbuat dosa kepada *umma* akibat Rarra tidak menuruti perkataan *umma*. Dengan demam yang dideritanya itu, dosa Rarra dihapus oleh Allah Swt.

Adapun contoh karakter yang meletakkan konteks akidah hanya pada *nash* saja terlihat dalam memberikan gambaran tentang setan. Dalam Nussa setan digambarkan

sebagai makhluk hidup berbentuk bulat bertanduk dua, memiliki dua taring, bermata, bersayap, memiliki ekor, berlidah merah, dan berwarna ungu. Makhluk itu digambarkan selalu berbisik di samping telinga Nussa dan Rarra pada saat mereka memiliki pikiran yang jelek atau melakukan perbuatan salah. Makhluk ini pergi setelah Nussa dan Rarra menyadari kesalahannya atau setelah keduanya membacakan kalimat-kalimat tayibah. Makhluk ini juga digambarkan dapat mengembang dan mengempis dikarenakan keberhasilan dan kegagalannya dalam membisiki manusia. Gambaran setan yang seperti ini disusun berdasarkan informasi yang dihimpun dari hadis-hadis Nabi Muhammad saw.

Beberapa tanda dan simbol tradisi Islam yang ditampilkan dalam animasi Nussa, di antaranya adalah sebagai berikut. *Pertama*, cara berbusana. Nussa digambarkan sebagai seorang anak yang mengenakan gamis, peci haji, dan dipadu dengan celana yang panjangnya di atasnya mata kaki (*isbal*). Rarra dan ibunya juga digambarkan selalu mengenakan gamis dipadu dengan jilbab yang senantiasa melekat dalam semua aktivitas di film tersebut. Cara berpakaian seperti ini dikonstruksi sebagai identitas yang melekat pada diri anak-anak usia dini Islam.

*Kedua*, tradisi Arab dalam penggunaan kata panggil. Sampai session 1 berakhir, banyak warganet yang bertanya-tanya mengapa Rarra tidak menggunakan kata panggil abang, mas, kakak, atau kata panggil yang lain sewaktu memanggil Nussa yang nota bene kakaknya. Memang belum ada jawaban dari manajemen Nussa terhadap pertanyaan ini. Akan tetapi melihat kata panggil *umma* untuk ibu, menunjukkan adanya penggunaan tradisi kata panggil dalam bahasa Arab yang digunakan. Secara bahasa, kata benda (*isim*) yang diawali kata panggil (*harfu nida*) maka bentuk morfologinya menjadi dibaca *nasab*. Oleh karena itu kata panggil untuk ibu bukan *ummi* seperti jamak digunakan masyarakat, melainkan *umma*, yang berasal dari kalimat “*ya, Umma.*” Demikian juga dengan rahasia panggilan Rarra ke Nussa yang didasarkan pada tradisi bahasa Arab yang tidak mengenal panggilan abang, kakak, ataupun mas, melainkan langsung disebut namanya. Pemakaian tradisi bahasa semacam ini dipahami sebagai representasi identitas kesalehan seorang muslim.

*Ketiga*, iklan produk, meminjam bahasa Lukens-Bull, religifikasi komoditas (Lukens-Bull, 2008, p. 220). Religifikasi komoditas atau ideologisasi komoditas dilakukan dengan memasukkan unsur ideologis atau agama ke dalam produk tertentu (Lukens-Bull, 2008, p. 223). Produk religifikasi komoditas ini terdapat pada edisi Sedia Payung Sebelum Hujan. Pada edisi ini ditayangkan sebuah produk sabun mandi yang beraroma wangi kasturi.

Dalam sebuah dialog antara Nussa dan Rarra, Nussa menunjukkan sebuah produk sabun mandi kepada Rarra sambil menyampaikan bahwa kasturi adalah wangi yang disukai oleh rasulullah saw. Wangi kasturi yang disukai rasulullah saw dijadikan sebagai unsur yang digunakan dalam proses religifikasi produk sabun mandi. Religifikasi ini menggiring opini penonton tentang keberadaan produk bernilai agama yang dapat dijadikan pilihan dalam keseharian anak usia dini.

### **Kesalehan Anak Usia Dini: Penyucian Diri, Kepasrahan, Otentisitas Tradisi**

Menurut Formen dan Nuttall, teori developmentalisme memandang bahwa pertumbuhan dan perkembangan anak usia dini dikatakan baik apabila mengikuti tahapan-tahapan yang telah dirumuskan dalam teori-teori perkembangan dalam kerangka ilmu pengetahuan modern (Formen & Nuttall, 2014, pp. 15–31). Santrok menyatakan ada lima perspektif teori perkembangan anak dalam memahami proses utama perkembangan anak tersebut, yaitu psikoanalisis, kognitif, perilaku dan sosial-kognitif, etologi, dan ekologis. Lima perspektif ini dikembangkan berdasarkan cara pandang terhadap tiga proses utama perkembangan anak, yaitu biologis, kognitif, dan sosial emosional (Santrock, 2007, p. 43).

Formen dan Nuttall kemudian menjelaskan lebih lanjut bahwa seiring dengan berkembangnya post-modernisme, teori developmentalisme mendapatkan perlawanan dari teori-teori kritis post-developmentalisme. Teori kritis post-developmentalisme cenderung mengakui keunikan pada tahapan perkembangan masing-masing individu. Pengakuan ini sejalan dengan perkembangan kehidupan sosial kontemporer yang lebih dicirikan oleh hibriditas daripada kesamaan. Akibatnya ada pengakuan terhadap keragaman, perbedaan, dan minoritas. Teori modern tidak lagi menjadi satu-satunya ukuran dalam menilai perkembangan anak usia dini (Formen & Nuttall, 2014, pp. 15–31)

Saat ini diskursus pendidikan anak diarahkan kepada apa yang disebut pembelajaran abad ke-21 sebagai respon terhadap perkembangan revolusi industri 4.0. Revolusi industri generasi ke-4 yang ditandai dengan perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat melahirkan suatu masa yang dikenal dengan istilah era disrupsi. Di era disrupsi ini, anak-anak usia dini akan tumbuh di tengah perubahan yang sangat cepat. Era disrupsi merupakan era inovasi yang ditandai dengan cepatnya pergantian dari cara-cara lama ke cara-cara baru, perubahan dari sistem lama ke sistem baru, serta bergantinya subyek lama ke subyek yang baru. Era disrupsi juga ditandai dengan bergantinya teknologi lama yang

serba fisik menjadi teknologi digital yang benar-benar baru dan lebih efisien (Kasali, 2017, p. 34)

Di era digital yang disruptif ini, anak usia dini, yang disebut generasi alfa, harus memiliki kecakapan serta kompetensi yang mendukung kemampuan mereka dalam menghadapi berbagai tantangan zaman (Reis, 2018, pp. 9–19). Kecakapan ini diperlukan sebagai bekal menuju usia dewasa kelak. Kecakapan yang diperoleh pada masa kanak-kanak akan berpengaruh penting ketika anak tumbuh menjadi dewasa. Montessori membuat ungkapan menarik tentang hal ini dalam kalimat, “sesungguhnya anak-anak adalah pencipta orang-orang dewasa” (Montessori, 2008, p. 3). Semua yang dimiliki orang dewasa pada dasarnya merupakan karya anak yang dialami pada tahun-tahun pertama masa kanak-kanak (Montessori, 2008, p. 7).

Kecakapan yang dibutuhkan oleh anak usia dini di era disrupsi ini berupa pengetahuan, karakter, dan keterampilan yang kompatibel dengan perkembangan era disrupsi. Tiga komponen ini dikenal sebagai pendidikan abad ke-21. Hasil dari pendidikan abad ke-21 melahirkan keterampilan yang dikenal dengan istilah keterampilan abad ke-21. Empat keterampilan itu terdiri dari berpikir kritis, kreativitas, kolaborasi, dan komunikasi (Centre For Curriculum Redesign, 2015, hlm. ii). Sementara Jane Piirto menjelaskan bahwa keterampilan abad ke-21 meliputi kreativitas dan keterampilan inovasi dalam kerangka yang komprehensif. Piirto mendefinisikannya ke dalam tiga keterampilan utama, yakni berpikir secara kreatif, bekerja secara kolaboratif, dan inovatif. Masing-masing memiliki apa yang disebutnya sebagai *core attitude* atau sikap inti (Piirto, 2011, p. 1).

Sikap inti bekerja secara kreatif terdiri dari kemampuan untuk menggunakan berbagai teknik dalam memproduksi ide; menciptakan ide-ide baru dan bermanfaat; serta menguraikan, memperbaiki, menganalisis dan mengevaluasi ide-ide mereka sendiri. Sikap inti bekerja kolaboratif meliputi kemampuan mengembangkan, menerapkan, dan mengomunikasikan ide-ide baru kepada orang lain secara efektif; bersikap terbuka dan responsif terhadap perspektif baru dan beragam; memasukkan input dan umpan balik kelompok ke dalam pekerjaan; menunjukkan orisinalitas dan daya cipta dalam pekerjaan dan memahami batasan dunia nyata untuk mengadopsi ide-ide baru; serta melihat kegagalan sebagai peluang untuk belajar. Sedangkan sikap inti inovatif berupa kemampuan untuk bertindak berdasarkan ide-ide kreatif untuk membuat kontribusi yang nyata dan bermanfaat di berbagai bidang yang sesuai (Piirto, 2011, p. 1).

Masyarakat muslim memiliki sudut pandang sendiri terhadap perkembangan anak usia dini. Formen dan Nuttall menemukannya dalam konsep keimanan dan ketakwaan. Keimanan merupakan unsur yang bersifat personal terkait dengan dogma yang diyakini seseorang. Sementara ketakwaan merupakan manifestasi dari keimanan seseorang dalam kehidupan (Formen & Nuttall, 2014, pp. 15–31). Kata kesalehan sering digunakan untuk merepresentasikan implikasi manifestasi ini. Misalnya pemakaian istilah personal piety dalam UCLA Encyclopedia of Egyptology. Dalam ensiklopedi ini, kata kesalehan (*piety*) digunakan untuk menggambarkan manifestasi iman dan praktik keagamaan seseorang (Luiselli, 2008, pp. 1–9).

Dalam konteks kesalehan Islam, Rozario mengemukakan adanya fenomena kesalehan Islam modernis. Kesalehan ini menggeser kesalehan tradisional yang selama ini berbasis pada penghormatan terhadap tradisi dan keluarga. Kesalehan ini bersifat praktis dan berorientasi pada kehidupan sehari-hari berdasarkan doktrin Islam, seperti cara berperilaku, berpakaian, dan gaya hidup. Ada dua penekanan pada kesalehan ini, yaitu penyucian diri, dan orang-orang di sekitarnya, dan kepasrahan total kepada Allah melalui pemahaman dan tradisi Islam yang otentik (Rozario, 2011, pp. 285–308).

Penyucian diri berkaitan dengan komitmen untuk menciptakan jarak dari semua amoralitas di tengah-tengah mereka (Rozario, 2011, pp. 285–308). Merujuk pada kontestasi ideologi, amoralitas mengarah pada semua produk modernisme dan post-modernisme (Ismail, 2004, pp. 614–631). Sedangkan merujuk pada paham *salafiyah*, amoralitas merupakan semua yang tidak bersumber dari tradisi Islam otentik (Rozario, 2011, pp. 285–308). Penyucian diri dalam hal ini dapat dimaknai sebagai menjadi muslim sebenarnya atau meminjam bahasa Salwa Ismail, *being muslim*. Ismail memaknai *being muslim* ini sebagai jalan menuju pada kepastian yang mapan dan kebenaran absolut (Islam) dalam konteks sistem pertukaran komoditas global, yang mengubah kehidupan manusia (Ismail, 2004, pp. 614–631).

Semangat *being muslim* inilah yang melatar belakangi dikembangkannya proyek animasi Nussa. Aditya Triantoro, *executive producer* sekaligus kreator Nussa, menjelaskan bahwa motivasi diciptakannya animasi Nussa adalah semangat “hijrah” yang bermakna menjadi seorang muslim yang lebih baik. Ia juga menjelaskan bahwa Nussa diciptakan tidak sekedar bagus. Melainkan bagus dan bermanfaat. Manfaatnya dikatakan dapat memotivasi orang agar bisa memperbaiki diri dan mencoba menjadi lebih baik.

Visi penyerahan total kepada Allah, sebagaimana disampaikan oleh Rozario, tampak jelas ditekankan dalam animasi Nussa. Anak tidak sekedar dipahami melalui perkembangan psikologis pada dirinya sendiri, sebagaimana teori developmentalisme. Anak dipandang sebagai hamba Allah yang memiliki kewajiban untuk beribadah kepada-Nya. Oleh karena itu semua aktivitas yang dilakukan anak diarahkan sebagai perwujudan ibadah kepada Allah Swt. Pada episode Tidur Sendiri Gak Takut, visi ibadah ini disampaikan secara tersurat dalam satu kalimat tertulis di akhir film, “karena tidur tak sekedar melepas lelah, tapi juga bagian dari ibadah kepada Allah.”

Pada edisi Ngobrol Bareng Sama Kak Mario Irwinsyah, Nussa menjelaskan visi ini. Ia bercita-cita mengajak semua orang masuk surganya Allah. Termasuk ketika Nussa diminta memilih cita-cita antara menjadi *hafiz* atau astronot, Nussa lebih memilih menjadi *hafiz* karena bisa mengajak Rarra dan umma masuk surganya Allah. Ini adalah salah satu bentuk visi hidup yang ditanamkan kepada anak usia dini, yakni menjadikan Allah Swt. beserta surga-Nya sebagai orientasi kehidupan.

Dalam konteks kontestasi dengan developmentalisme dan globalisme, Nussa bukan hanya sekedar menciptakan alternatif orientasi perkembangan anak usia dini Islam, melainkan menciptakan orientasi yang sama sekali berbeda. Develoamentalisme tentu saja bertujuan agar anak usia dini tumbuh dan berkembang sesuai dengan teori-teori perkembangan. Sedangkan globalisme bertujuan menciptakan sumber daya manusia yang bisa bersaing di masa depan. Sementara Nussa menjadikan surga dan Allah sebagai tujuan hidup anak usia dini Islam.

Inilah bentuk kesalehan anak usia dini yang disajikan dalam Animasi Nussa. Kesalehan itu berupa dimilikinya visi kepasrahan total kepada Allah Swt. dalam diri anak usia dini. Bentuk kepasrahan itu berupa cita-cita anak untuk mendapat rida Allah Swt. dalam segala aktivitas yang dilakukannya dan berupa keinginan anak untuk masuk surga atas segala aktivitas yang dilakukan.

Dalam Nussa, Islam dipahami sebagai agama yang sempurna dan lengkap yang mengatur segala aspek kehidupan manusia. Dalam Islam terdapat aturan yang serba lengkap. Aturan itu merujuk kepada tradisi Islam yang otentik, yakni bersumber pada ajaran Nabi Muhammad saw. Ajakan untuk mengikuti cara dan ajaran Nabi Muhammad saw seperti ini terdapat di beberapa edisi.

Misalnya pada edisi Tidur Sendiri Gak Takut. Episode ini mengajarkan tata cara tidur yang bersumber dari hadis Nabi Muhammad saw, yaitu diawali dengan membaca

basmalah, berwudu, membaca ayat kursi- surah al-Ikhlâs – al-Falaq – an-Nas masing-masing tiga kali dan ditiupkan ke tangan, diusap ke muka dan badan, menghadap ke arah kanan dan mengarah ke kiblat, kemudian dilanjutkan membaca doa sebelum tidur.

Edisi Makan Jangan Asal Makan juga memuat materi yang serupa, yaitu tata cara makan yang diajarkan Nabi saw. Aturan itu berbentuk anjuran untuk mencuci tangan sampai bersih, mengucapkan bismalah, menggunakan tangan kanan, makan sambil duduk, tidak meniup makanan, dan minum dalam tiga tegukan. Di akhir video diselipi pesan bahwa makan sesuai adab yang diajarkan nabi merupakan jalan menuju ketaatan.

Demikian juga dengan edisi Jum'at Hari Raya. Nussa merekonstruksi hari Jumat sebagai hari raya umat Islam sebagaimana konstruksi sosio-historis hari Jumat pada masa Nabi saw. Penekanan Jumat sebagai hari raya tampak pada judul. Selanjutnya edisi ini menyampaikan perilaku yang harus dilakukan oleh umat Islam pada hari raya Jumat, yaitu mandi pagi, mengenakan pakaian yang bagus, memotong kuku, memakai minyak wangi, memanjatkan doa di sore hari sehabis asar yang diyakini sebagai waktu mustajab, dan membaca Al-Quran surah al-Kahfi.

Tiga contoh perilaku tersebut merujuk pada tradisi otentik Islam yang bersumber pada hadis Nabi Muhammad saw. Melalui contoh perilaku tersebut, animasi Nussa bermaksud mengonstruksi kesalehan anak usia dini sebagai suatu perilaku anak yang merujuk kepada sumber otentik Islam dalam segala aspek kehidupan, bersifat prosedural, dan bernilai ibadah. Dalam sudut pandang *salafiyah*, sumber otentik itu ditautkan dengan kualitas kaum *salaf* dan generasi dahulu yang saleh, yaitu sahabat, tabiin, dan generasi sesudahnya (Nashir, 2013, p. 149).

Berdasarkan kajian ini, ada tiga karakter kesalehan anak usia dini yang ditemukan dalam animasi Nussa. *Pertama*, penyucian diri. Anak usia dini yang saleh dipahami sebagai anak yang memiliki komitmen untuk menjadi seorang muslim yang lebih baik dengan cara menjalankan semua aturan yang diajarkan Islam dalam segala segi kehidupan. *Kedua*, kepasrahan total kepada Allah Swt. Anak usia dini adalah anak yang menjadikan Allah beserta surga-Nya sebagai orientasi kehidupan. *Ketiga*, otentisitas Islam. Anak usia dini yang saleh adalah anak yang menjadikan hanya Alquran dan hadis sebagai rujukan dalam berperilaku pada kehidupan sehari-hari.

Kesalehan anak usia dini yang direpresentasikan dalam animasi Nussa, dalam sudut pandang teori perkembangan anak, dapat dikatakan sebagai suatu proyek yang ambisius. Misalnya konsep tentang tuhan dan surga, yang terlalu abstrak untuk anak usia satu sampai

tujuh tahun. Dalam perspektif teori Piaget misalnya, yang menempatkan anak usia dini para perkembangan sensorimotor dan praoperasional. Pada tahapan ini anak belum mampu menalar secara logis. Pada usia prasekolah, anak usia dini tidak mengalami tindakan mental yang terinternalisasi. Dengan kata lain aktivitas anak lebih banyak didominasi oleh sesuatu yang bersifat fisik. Karena itulah, gambaran kesalehan anak usia dini dalam Nussa yang cenderung menunjukkan tindakan mental, dapat dikatakan sebagai proyek yang terlalu ambisius.

## Diskusi

Sebelum mendiskusikan kontestasi kesalehan anak usia dini dalam animasi Nussa, penulis lebih dahulu melakukan ulasan (*review*) terhadap artikel-artikel yang mengangkat topik tentang kontestasi ideologi pada ranah budaya populer. Hasil ulasan terhadap artikel-artikel ini digunakan penulis untuk menganalisis topik kontestasi ideologi pada ranah budaya populer dalam fenomena animasi Nussa.

Riset tentang kontestasi ideologi di ranah budaya populer di Indonesia sudah banyak dilakukan oleh para akademisi. Seperti Ariel Heryanto, James B. Hosterey dan Marshall Clark, Ronald Lukens-Bull, dan Wasisto Raharjo Jati, untuk menyebutkan beberapa di antaranya. Riset-riset tersebut mengungkap fenomena menguatnya promosi Islam di ruang publik Pasca-Orde Baru melalui berbagai saluran budaya populer.

Heryanto melakukan riset terhadap film *Ayat-Ayat Cinta* yang *booming* di bioskop. Heryanto menemukan bahwa pasar film *Ayat-Ayat Cinta* bukanlah masyarakat yang selama ini menjadi pelanggan film di bioskop. Mereka adalah penikmat film yang selama ini tidak mendapatkan tontonan yang sesuai dengan ukuran kesalehan yang mereka miliki. Pada saat *Ayat-Ayat Cinta* hadir dengan representasi kesalehan yang diharapkan, masyarakat Islam kelas menengah berbondong-bondong memenuhi gedung-gedung bioskop. Kesalehan yang dibingkai dalam film ini bukan kesalehan Islam yang selama ini ditampilkan secara tradisional, yakni tua, saleh, berkhotbah, dan dogmatis. *Ayat-ayat Cinta* berhasil memenangkan hati masyarakat muslim melalui kesalehan Islam yang dekat dengan gaya hidup global namun tetap memiliki ketaatan mendalam terhadap Islam (Heryanto, 2018, p. 43).

Hosterey dan Clack juga menemukan temuan yang serupa. Melalui risetnya terhadap beberapa film islami, Hosterey dan Clack menemukan adanya budaya alternatif yang dikampanyekan melalui model kesalehan dan modernitas Islam. Model ini diangkat untuk

melawan modernitas sekuler dan globalisasi neo-liberal yang menguasai pasar film di Indonesia. Film-film Islami yang diproduksi berhasil bersaing di pasar film Indonesia. Keberhasilan ini pada dasarnya merupakan artikulasi bentuk kesalehan yang beresonansi dengan kecemasan, keinginan, dan frustrasi kelas menengah Islam Indonesia yang tidak memiliki ruang ekspresi selama era Orde Baru. Popularitas film ini tidak terletak pada kemampuannya mengartikulasikan pengertian tentang Islam, melainkan bagaimana menjadi seorang muslim yang baik dengan menampilkan identitas Islam di tengah-tengah modernitas sekuler dan liberalisme yang menguasai ruang publik (Hoesterey & Clark, 2012, pp. 207–226)

Lukens-Bull melakukan riset penggunaan pesan-pesan Islami pada stiker yang diproduksi antara tahun 1994-2002. Bull menemukan bahwa produksi stiker Islami pada dasarnya merupakan upaya untuk mengekspresikan kesalehan Islam. Pesan-pesan yang disampaikan dalam stiker Islami ini berisi tentang konstruksi identitas Islam dan penemuan kembali makna modernitas dan tradisi dalam komunitas Islam. Dua pesan utama yang ditemukan oleh Bull adalah, *pertama*, kesalehan Islam harus diikat di seluruh dunia Islam dalam arti bahwa semua muslim harus memiliki kesalehan Islam yang sama. *Kedua*, Islam harus terikat pada modernitas global dalam arti Islam ditunjukkan sebagai suatu entitas yang keren dan modern (Lukens-Bull, 2008, p. 229).

Jati melakukan riset tentang pencarian identitas muslim kelas menengah di tengah kontestasi ideologi budaya populer. Jati menemukan bahwa muslim kelas menengah muslim ingin diakui sebagai masyarakat modern dengan menggunakan simbol-simbol kemodernan. Namun dikarenakan modernitas ini simetris dengan liberalisme, hedonisme, dan pengaruh westernisasi, maka mereka mencoba menawarkan ruang negosiasi untuk berimprovisasi melahirkan budaya alternatif. Muslim kelas menengah kemudian mengeksplorasi budaya populer Islam seperti *fashion*, musik, gaya bahasa, serta perilaku sehari-hari sebagai bentuk kesalehan hasil negosiasi antara Islam dengan modernitas. Jati juga menemukan adanya tiga kiblat budaya Islam populer, yakni Arab, Mesir, dan Iran, sebagai rujukan kesalehan Islam (Jati, 2015, pp. 139–163).

## **Simpulan**

Berdasarkan paparan hasil penelitian, terdapat tiga simpulan utama. *Pertama*, animasi Nussa merupakan salah satu produk Islam yang dikomodifikasi dan selanjutnya dikonsumsi oleh masyarakat muslim secara luas. Animasi ini tumbuh dan berkembang

dengan cukup cepat. Pertumbuhan dan perkembangannya sejalan dengan keinginan umat Islam agar identitas Islam tetap tampil dominan di tengah kontestasi dengan komoditas-komoditas budaya modern dan global. Fenomena ini pada dasarnya merupakan upaya umat Islam dalam menegosiasikan modernitas dengan tradisi Islam. Tujuannya adalah agar komoditas agama dan distribusinya menjadi praktik Islam yang dilembagakan dalam kehidupan sehari-hari.

*Kedua*, Ada tiga karakter kesalehan anak usia dini yang ditemukan dalam animasi Nussa, yakni penyucian diri, kepasrahan total, dan otentisitas Islam. Anak usia dini yang saleh dipahami sebagai anak yang memiliki komitmen untuk menjadi seorang muslim yang lebih baik dengan meninggalkan segala bentuk amoralitas yang bersumber dari modernisasi-globalisasi. Kepasrahan total kepada Allah Swt. dimaknai bahwa anak usia dini merupakan anak yang menjadikan Allah beserta surga-Nya sebagai orientasi kehidupan. Sementara otentisitas anak usia dini Islam dipahami sebagai anak yang menjadikan hanya Alquran dan hadis sebagai rujukan dalam berperilaku dalam kehidupan sehari-hari.

#### Daftar Pustaka

- Centre For Curriculum Redesign. (2015). *Centre For Curriculum Redesign. Skill for The 21st Century: What Should Studen Learn?* Boston: Centre For Curriculum Redesign.
- Creswell, J. W. (2017). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (4 ed.; A. Fawaid & R. K. Pancasari, Penerj.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Formen, A., & Nuttall, J. (2014). Tensions Between Discourses of Development, Religion, and Human Capital in Early Childhood Education Policy Texts: The Case of Indonesia. *International Journal of Early Childhood*, 46(1), 15–31. <https://doi.org/10.1007/s13158-013-0097-y>
- Heryanto, A. (2018). *Identitas dan Kenikmatan; Politik Budaya Layar Indonesia* (Eric Sasono, Penerj.). Jakarta: Kepustakaan populer Gramedia.
- Hoesterey, J. B., & Clark, M. (2012). Film Islami: Gender, Piety and Pop Culture in Post-Authoritarian Indonesia. *Asian Studies Review*, 36(2), 207–226. <https://doi.org/10.1080/10357823.2012.685925>
- Ida, R. (2014). *Metode Penelitian; Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Kencana.
- Ismail, S. (2004). Being Muslim: Islam, Islamism and Identity Politics. *Government and Opposition*, 39(4), 614–631. <https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00138.x>
- Jati, W. R. (2015). Islam Populer sebagai Pencarian Identitas Muslim Kelas Menengah Indonesia. *TEOSOFI: Jurnal Tasawuf Dan Pemikiran Islam*, 5(1), 139–163. <https://doi.org/10.15642/teosofi.2015.5.1.139-163>
- Kasali, R. (2017). *Disruption; Tak Ada Yang Tak Bisa Diubah Sebelum Dihadapi, Motivasi Saja Tidak Cukup*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Kitley, P. (1999). Pancasila in the Minor Key: TVRI's "Si Unyil" Models the Child. *Indonesia*, (68), 129–152. <https://doi.org/10.2307/3351297>
- Luiselli, M. (2008). Personal Piety (modern theories related to). *UCLA Encyclopedia of Egyptology*, 1–9.
- Lukens-Bull, R. (2008). Commodification of Religion and The 'Religification' of Commodities: Youth Culture and Religious Identity. Dalam P. Kitiarsa (Ed.), *Religious Commodifications in Asia: Marketing Gods*. New York: Roudledge.
- Montessori, M. (2008). *The Absorbent Mind; Pikiran Yang Mudah Menyerap* (Dariyanto, Penerj.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Musbikin, I. (2004). *Mendidik Anak ala Shinchuan*. Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- Nashir, H. (2013). *Islam Syariat: Reproduksi Salafiyah Ideologis di Indonesia*. Bandung: Mizan.
- Piirto, J. (2011). *Creativity For 21th Century Skills* (2011 ed.). Rotterdam: Sense Publisher.
- Reis, T. A. dos. (2018). Study on The Alpha Generation And The Reflections of Its Behavior in the Organizational Environment. *Quest Journals Journal of Research in Humanities and Social Science*, 6, 9–19.
- Rozario, S. (2011). Islamic piety against the family: From 'traditional' to 'pure' Islam. *Contemporary Islam*, 5(3), 285–308. <https://doi.org/10.1007/s11562-011-0166-7>
- Santrock, J. W. (2007). *Perkembangan Anak* (Mila Rachmawati & Anna Kuswanti, Penerj.). Jakarta: Erlangga.
- Sidik, U. (2013). Ideologi cerita sang kancil dan implikasinya dalam pendidikan anak usia dini. *Widyaparwa*, 41(2), 135–146. <https://doi.org/10.26499/wdprw.v41i2.75>
- Yaqin, A. (2007). Islamic Barbie: The Politics of Gender and Performativity. *Fashion Theory*, 11(2–3), 173–188. <https://doi.org/10.2752/136270407X202736>