



Mediatisasi Agama dan Penanaman Nilai Keagamaan Islam dan Kristen Melalui Media Sosial: *Studi pada Kanal Youtube Superbook Indonesia dan Nussa Rara*

Dewi Sinta Setiawati Arafah^{1*}, Dinda Arsi Fitriani², Mohammad Taufiq Rahman³

¹ Fakultas Ushuluddin, UIN Sunan Gunung Djati Bandung;

² Fakultas Ushuluddin, UIN Sunan Gunung Djati Bandung;

³ Pascasarjana, UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

* Corresponding Author, Email: dewisintaarafah920@gmail.com

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Keywords: media sosial; nilai-nilai agama; mediatisasi agama; pendidikan; religious studies;</p>	<p><i>This study discusses the role of the media in instilling religious values in children in the Indonesian Superbook animation. The research method used in this study is descriptive qualitative, through library data collection (library research). This study found that, first, da'wah must be carried out in a good, wise and prudent way so that all groups easily accept da'wah. Second, before preaching, you should pay attention to the manners in conveying the message of da'wah so that the language used is not discriminatory or provocative. Third, da'wah media such as Superbook Indonesia are very good and play an important role in conveying God's message through cartoons that are packaged as attractively as possible so that they can attract interest in studying religion online for Christian children and youth. Da'wah is not only carried out verbally and face to face in places of worship, but now with increasingly advanced technology, da'wah can be carried out through social media such as Facebook, Twitter, Instagram, Radio, Television, Youtube and other social media. That way, the progress of available technological developments must be utilized as best as possible for various purposes without being separated in matters of religion. So complete information is needed regarding the use of media against religious leaders so that the spread of various religions can be maximized and well received by the congregation.</i></p>
<p>Article history: Received 2023-02-27 Revised 2023-04-18 Accepted 2023-04-19</p>	<p>ABSTRAK</p> <p>Penelitian ini membahas tentang bagaimana peran media dalam menanamkan nilai-nilai keagamaan terhadap anak pada animasi Superbook Indonesia dan Nussa Rara. Metode penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, melalui pengumpulan data secara kepustakaan (<i>library research</i>). Penelitian ini menemukan fakta bahwa: pertama, dakwah harus dilakukan dengan cara yang baik, arif dan bijaksana agar dakwah mudah diterima oleh semua kalangan. Kedua, sebelum berdakwah hendaknya memperhatikan adab-adab dalam menyampaikan pesan dakwah agar bahasa yang digunakan tidak mengandung diskriminatif maupun provokatif. Ketiga, media dakwah seperti Superbook Indonesia sangat baik dan berperan penting dalam menyampaikan pesan Tuhan melalui kartun yang dikemas semenarik mungkin sehingga dapat menarik minat</p>

untuk belajar agama secara online bagi kalangan anak-anak maupun remaja kristiani. Dakwah tidak hanya dilakukan melalui lisan dan tatap muka di tempat-tempat ibadah saja akan tetapi sekarang dengan semakin majunya teknologi maka dakwah dapat dilakukan melalui sosial media seperti Facebook, Twitter, Instagram, Radio, Televisi, Youtube dan media sosial lainnya. Dengan begitu, kemajuan perkembangan teknologi yang tersedia harus dimanfaatkan sebaik mungkin dengan berbagai macam tujuan tanpa terlepas dalam hal agama. Maka diperlukan informasi yang lengkap mengenai penggunaan media terhadap para pemuka agama supaya penyebaran berbagai agama dapat maksimal dan diterima baik oleh para jamaahnya.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



1. PENDAHULUAN

Internet, media baru yang lebih efektif dibandingkan dengan media lain membuatnya lebih disukai oleh masyarakat. Padahal internet dan media lain memiliki kesamaan fungsi, yaitu sama-sama untuk memperoleh informasi dan melakukan komunikasi (Castells, 2015). Sejak permulaan tahun 1960-an, perkembangan internet sudah mulai terbayangkan oleh seseorang yang bernama Marshal McLuhan. Kehadiran pasar online, promosi online, bahkan kehidupan keagamaan juga dapat dijalankan melalui internet (Rubawati, 2018). Perkembangan teknologi informasi tersebut, baik internet, telepon genggam, dan televisi membuat sikap seseorang lebih mudah menyebar dengan cepat dan mempengaruhi lebih banyak orang (Haq & Yudhistira, 2022). Misalnya, perkembangan teknologi internet sendiri telah menjadi agen kebencian, seperti Yahoo, Google, YouTube dan perusahaan penyedia layanan media sosial lainnya yang menjadi agen/alat bagi pihak yang ingin menyebarkan paparan kebencian untuk kepentingannya (George, 2017; Haq, 2021).

Agama Kristen dan Islam merupakan agama yang selalu mengikuti perkembangan zaman tanpa merubah esensi asli dari apa yang telah disampaikan oleh Yesus Kristus dan Nabi Muhammad SAW. Oleh sebab itu, pada saat ini tidaklah sulit menemukan media yang membahas ajaran Kristen dan Islam secara online. Fenomena yang sedang terjadi itu disebut dengan mediatisasi agama, yaitu media dijadikan sebagai alat untuk menyampaikan sebuah ajaran agama kepada masyarakat, khususnya dalam Agama Kristen dan Islam (Hjarvard, 2012). Sebelum internet hadir, televisi dan telepon genggam adalah dua media yang sering dipakai sebagai alat untuk menyampaikan ajaran Kristen dan Islam. Bahkan hingga saat ini televisi masih diminati oleh masyarakat luas, sehingga penggunaan televisi sebagai media penyampaian ajaran suatu agama masih sangat relevan.

Hal tersebut termasuk ke dalam bagian mediatisasi agama yang bersifat masif dan cukup berpengaruh (Radde-Antweiler, 2018). Banyak ditemukan kanal-kanal di dalam televisi yang menayangkan tentang kekristenan dan keislaman. Biasanya berupa prosesi ibadah yang disiarkan secara langsung, *talkshow* mengenai iman, bahkan film-film yang bernuansa keagamaan seringkali dijumpai pada beberapa kanal tersebut. Dalam menyebarkan agama Kristen dan Islam melalui televisi, maka diperlukan penyesuaian format yang sesuai dengan karakteristik media tersebut. dalam hal ini, maka terjadilah kolaborasi antara simbol agama yang bersifat sakral dengan simbol agama yang bersifat kultural (Hepp et al., 2015). Keragaman pemakaian simbol-simbol tersebut dapat dilihat melalui tayangan-tayangan keagamaan yang bersifat menghibur, seperti sinetron (Solikhati, 2018).

Posisi televisi yang strategis sebagai agen perubahan budaya membuat televisi masih menjadi media favorit dalam penayangan tayangan yang merepresentasikan ajaran agama (Atmadja & Ariyani, 2018). Namun juga seiring berkembangnya zaman, teknologi pun semakin canggih. Selain televisi dan telepon genggam, internet juga memiliki salah satu produk yang lebih simpel dari televisi namun memiliki kesamaan fungsi, yaitu Youtube. Youtube merupakan media online yang berfungsi sebagai media komunikasi dan informasi yang bisa ditonton secara online maupun offline dengan mengunduhnya terlebih dahulu (Setia & Iqbal, 2021). Setiap akun Youtube diberikan ruang untuk mengekspresikan berbagai konten melalui sebuah kanal yang membuat antara konten satu dengan konten lainnya dapat berbeda-beda. Kanal Youtube yang menayangkan konten-konten tentang kekristenan dan keislaman juga tidak sedikit dijumpai. Terdapat kanal yang menayangkan sejarah agama Kristen dan Islam, siraman rohani, hingga animasi-animasi yang bernuansa kedua agama tersebut.

Kanal Youtube Superbook Indonesia merupakan salah satu kanal Youtube kekristenan yang memiliki 478 ribu subscriber dengan jumlah penonton pada setiap kontennya berjumlah ribuan bahkan jutaan tayangan. Superbook Indonesia merupakan kanal Youtube yang dikhususkan bagi para anak atau remaja supaya mereka dapat melaksanakan sekolah minggu secara online di rumah. Kanal Superbook bermula dari seri televisi anime yang diproduksi oleh Tatsunoko Productions di Jepang di bawah payung Christian Broadcasting Network Amerika Serikat. Pembuatan tayangan Superbook versi lama pada tahun 1980 adalah di Jepang, sedangkan untuk versi terbaru animasi tersebut dibuat di China pada tahun 2010. Tayangan Superbook memiliki 52 episode yang terdiri dari kisah perjanjian lama dan perjanjian baru. Ada pula kanal Youtube yang menyiarkan ajaran Islam, yaitu Nussa dan Rara.

Nussa Rara adalah sebuah animasi yang hadir pertama kali pada 20 November 2018 di bawah naungan The Little Giantz dan 4Stripe. Awal kemunculannya, Nussa Rara ditayangkan pada sebuah siaran televisi NET dan Indosiar pada tahun 2019 selama bulan Ramadhan. Kemudian eksistensi Nussa Rara merambat pada sebuah stasiun televisi yang bernama MQTV dan Trans TV pada tahun 2020 hingga meluas ke Malaysia. Sejak pandemi covid-19, proses produksi dari serial animasi ini sempat terhambat, bahkan perusahaan tempat animasi ini diproduksi "merumahkan" para karyawannya hingga mencapai 70%. Namun setelah film ini berhasil ditayangkan pada Bucheon International Fantastic Film Festival Korea pada tahun 2021, akhirnya film ini mulai diproduksi dan ditayangkan kembali di Youtube.

Kedua kanal ini penting karena menampilkan animasi-animasi yang edukatif dalam konten agama khususnya bagi anak usia dini. Hal ini karena, sejak usia dini, anak harus sudah diperkenalkan pada nilai-nilai keagamaan seperti tentang ketuhanan, ibadah dan etika. Pada usia dini masa pembentukan pribadi anak sedang berlangsung, jika anak ditunjukkan nilai-nilai keagamaan yang baik maka diharapkan anak tersebut dapat menggenggam erat nilai-nilai keagamaan yang telah diajarkan sampai ia dewasa. Bahkan, nilai-nilai tersebut dipercayai menjadi rujukan tindakan kebaikan pada masa selanjutnya (Haq, 2015). Perkembangan keagamaan anak dapat dikategorikan menjadi empat masa, yaitu masa kandungan, masa bayi, masa kanak, dan masa sekolah. Pada masa ini, anak mudah sekali meniru apa yang mereka lihat atau mereka dengar, oleh sebab itu keempat masa ini adalah yang terbaik bagi para orang tua untuk menanamkan nilai-nilai keagamaan pada anaknya.

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut bagaimana peran media, khususnya kanal Youtube Superbook Indonesia dan Nussa Rara dalam menanamkan nilai-nilai keagamaan pada anak. Kajian ini diharapkan berkontribusi terhadap tema-tema agama dan kehidupan kontemporer khususnya di era globalisasi dan menguatnya produk-produk internet berupa media sosial. Apalagi, kajian mediatasi agama masih jarang dikaji oleh para sarjana di Indonesia, sehingga penelitian ini diharapkan mengisi celah tersebut. Beberapa penelitian sebelumnya telah dilakukan dalam tema ini seperti ada yang menjelaskan bahwa film animasi

religi dapat memengaruhi kereligiuitasan anak (Hurriyah, 2019). Ada juga yang mengemukakan bahwa dengan menonton animasi seperti Nussa Rara secara berkelanjutan dapat memunculkan karakter religius anak berupa saling tolong menolong, bersyukur, ikhlas dan bertakwa (Istifarriana et al., 2021). Penelitian tersebut bermanfaat dalam mengilhami dilakukan kajian ini. Namun, penelitian tersebut belum secara komprehensif mengkaji bagaimana nilai-nilai karakter dalam sebuah kanal media sosial Youtube khususnya dalam dua kanal yang berbeda. Karena itu, penelitian ini menjadi penting dilakukan untuk memperkuat argumentasi penelitian terdahulu yang telah dilakukan.

2. METODE

Metode penelitian dalam tulisan ini merupakan penelitian kualitatif. Proses pengumpuland atanya dilakukan melalui kajian kepustakaan (*library research*) (Silverman, 2015). Penelitian ini menggunakan analisis isi pada animasi anak yang terdapat di kanal Youtube Superbook Indonesia dan Nussa Rara sebagai sumber data, dibantu dengan data-data sekunder seperti buku atau literatur lain sebagai pedoman. Data yang dikumpulkan oleh peneliti berupa kata-kata, kalimat atau gambar peristiwa yang memiliki makna dan dapat memicu munculnya pemahaman yang lebih realistis terkait karakter religius. Para peneliti melakukan pencatatan secara rinci serta mendalam dalam menggambarkan karakter religius yang dibawakan oleh tokoh-tokoh animasi Superbook Indonesia dan Nussa Rara. Lalu peneliti melakukan analisis data mengenai karakter religius dalam berbagai peristiwa terhadap adegan yang ditampilkan dalam animasi Superbook Indonesia dan Nussa Rara dengan menggunakan teori media Stig Hjarvrad sebagai unit analisisnya.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1. Mediatisasi Agama

Media sangat berperan penting bagi kehidupan manusia modern saat ini. Manusia selalu terhubung dengan media setiap harinya, entah dengan alasan mencari hiburan atau bahkan mencari informasi (Hjarvard, 2008a). Media saat ini bisa dikatakan sebagai perantara untuk menghubungkan antara individu dengan realitas sosial yang ada. Dalam ilmu komunikasi dan kajian media, mediatisasi adalah pembentuk wacana dan proses komunikasi mulai dari politik hingga masyarakat saat komunikasi tersebut terjadi (Hjarvard, 2020). Perkembangan media dimulai dengan terhubungnya dua kekuatan yang dimiliki oleh lembaga-lembaga yang sebelumnya berpengaruh. Akibatnya, masyarakat dan lembaga tersebut terbentuk menjadi saling bergantung kepada media massa (Kusuma & Rahman, 2018).

Mediatisasi ada empat tahap: pertama, antara media dengan lembaga tentunya memiliki logika masing-masing. Dalam tahap pertama, logika lembaga lebih berperan aktif daripada logika media. Pada tahap ini, media hanya sebagai perantara penyampai pesan dari aktor kepada massa. Kedua, pada tahap ini, media dan lembaga memiliki posisi yang seimbang. Media tidak lagi bergantung pada institusi, masing-masing dari mereka mulai mengembangkan sendiri logikanya. Ketiga, pada tahap ketiga, logika mulai berperan aktif daripada lembaga. Lembaga harus mengikuti logika media agar lembaga mendapatkan perhatian dari publik. Biasanya pada fase ini timbul berbagai publik figur, profesionalisme, bahkan pencitraan. Keempat, pada tahap terakhir, media sudah menjadi satu dengan masyarakat. Akibatnya, antara logika politik dengan logika media mengalami pembauran di dalam kehidupan sehari-hari masyarakat (Strömbäck, 2011).

Salah satu dari lembaga dalma kajian mediatisasi adalah agama. Agama tidak dapat terpisahkan dari media, bahkan keberadaan media bagi agama memberikan kekuatan tersendiri bagi agama tersebut (Przywara, 2021). Pada kenyatannya, keberadaan media dapat menjadi senjata bagi keberlangsungan kehidupan agama pada saat ini. Makna media bagi agama ialah

mengembalikan agama kepada fitrah asli dari agama itu sendiri, yang mana agama memang seharusnya menjadi media untuk menyampaikan ajaran-ajaran agama kepada setiap ruang-ruang media. Dengan cara itu agama pada akhirnya tidak akan mengalami kepunahan dan dapat bertahan hingga saat ini.

Mediatisasi berkenaan dengan pengaruh media terhadap masyarakat dan bagaimana masyarakat pada akhirnya bergantung pada media (Solahudin & Fakhruroji, 2020). Mediatisasi sangat berkaitan erat dengan perubahan sosio kultural yang ada di masyarakat, yang artinya mediatisasi adalah sebuah proses sosial dimana masyarakat berada dalam titik jenuh dan terbanjiri oleh media hingga keberadaan media bagi masyarakat tidak dapat terpisahkan (Coudry & Hepp, 2013). Dengan mediatisasi, kita dapat melihat bagaimana media mengkonstruksi kesadaran palsu melalui *digital storytelling* untuk memberikan kesan kuat terhadap produk yang diiklankan. Iklan-iklan yang telah diatur sedemikian rupa dengan taktik-taktik media dapat memunculkan pengalaman nyata bagi masyarakat.

Mediatisasi muncul sebagai kerangka teori baru untuk meninjau dan membingkai kembali tentang peran serta pengaruh media di dalam budaya, agama dan masyarakat (Jansson, 2002). Umumnya, mediatisasi menunjukkan suatu proses sosial dan budaya melalui lembaga, sampai proses sosial tersebut bergantung pada logika media. Mediatisasi adalah sebuah proses jangka panjang perubahan sosial dan budaya yang dapat diposisikan setara dengan proses perubahan sosial penting lainnya seperti transformatif modernitas tinggi (Hjarvard, 2016). Proses transformatif modernitas tinggi bergantung pada keberadaan media, misalnya penyebaran media komunikasi dalam beberapa hal telah menjadi prasyarat bagi globalisasi dan perdagangan. Pengaruh media terhadap agama juga memiliki banyak variabel, tergantung pada keyakinan dan jenis praktik yang bersangkutan baik dalam konteks sosial maupun budaya.

Dalam buku Stig Hjarvard, mediatisasi agama bukan sebuah fenomena yang menjadi ciri khas semua budaya dan masyarakat. Hal ini tercermin pada abad 20, di mana masyarakat mengalami industrialisasi, modernisasi dan westernisasi. Sifat pengembangan masyarakat tersebut memerlukan transformasi dari tiga aspek agama, yaitu: Pertama, media menjadi rujukan utama tentang isu-isu agama. Media massa, baik produsen atau distributor pengalaman religius dapat menyediakan wadah untuk mengekspresikan keyakinan individu. Kedua, informasi mengenai pengalaman dan keagamaan disesuaikan dengan genre media populer. Terdapat simbol-simbol agama yang menjadi bahan baku tentang narasi isu sekuler dan sakral. Ketiga, sosial media telah banyak mengambil alih fungsi budaya dan sosial dari agama yang dilembagakan seperti bimbingan spiritual, ayat-ayat dan orientasi moral. Dalam teori mediatisasi media telah terintegrasi hampir ke seluruh lembaga sosial pada jangka waktu yang bersamaan, karena mereka harus menunjukkan bahwa mediatisasi dapat membawa perubahan.

Dalam agama, media telah memperluas jangkauan khotbah untuk masyarakat. Acara-acara keagamaan di media menjadi populer di kalangan masyarakat, dari mulai media berita yang merupakan titik kontemporer perbandingan, bergeser menjadi wacana berita berkolaborasi dengan wacana keagamaan (Hjarvard, 2008b). Karena hal itu, lembaga-lembaga keagamaan dituntut untuk dapat mengakomodasi kebutuhan media, agar dapat memproyeksikan suara mereka ke dalam ruang media.

3.2. Karakteristik Tokoh dalam Kanal Superbook Indonesia

Di dalam Superbook Indonesia, terdapat beberapa karakter tokoh. Di antaranya ialah Joy, Chris, dan Gizmo. Karakter Joy Pepper digambarkan sebagai anak perempuan berusia 12 tahun yang merupakan tetangga dan teman satu sekolah dari Chris. Joy Pepper adalah seorang anak perempuan yang sangat suka berpetualang, bermain bola, dan berbakat pada bidang olahraga. Anak perempuan yang energik tersebut memiliki kepekaan yang kuat terhadap orang lain, sehingga ia sangat cerdas dalam membuat sebuah rencana. Lalu karakter Chris Quantum,

seorang anak laki-laki berusia 11 tahun yang sangat gemar bermain game, skateboard dan pandai bermusik. Chris merupakan anak yang atletik dan suka berpetualang, sehingga Chris memiliki kesempatan untuk berpetualang dengan Superbook. Dan karakter yang terakhir adalah Gizmo. Gizmo adalah sebuah karakter imajinatif yang tercipta dari eksperimen yang dilakukan oleh ayahnya Chris, professor Quantum. Gizmo adalah sebuah robot yang dilengkapi dengan berbagai fitur canggih sehingga ia dapat menyesuaikan penampilannya sesuai dengan kebutuhan. Di dalam diri Gizmo terdapat Geo Scan yang memungkinkan ia dapat menemukan lokasi dan menentukan waktu ketika sedang berpetualang (Superbook Indonesia, 2023).

Kehadiran Gizmo sebagai salah satu tokoh utama dalam video animasi Superbook Indonesia bertujuan untuk merepresentasikan generasi virtual saat ini. Kehadiran Gizmo dalam video animasi tersebut berhasil memberikan kesan canggih nan modern dengan unsur humor yang disukai oleh para remaja dan anak-anak. Ketika berpetualang, Gizmo berperan sebagai sumber data seperti menentukan waktu, lokasi, zaman, serta dapat memberikan informasi-informasi penting yang tercantum di dalam Al-Kitab. Tanpa kehadiran Gizmo, Joy dan Chris pastinya akan kesulitan dalam memahami informasi tersebut. gambaran tokoh Gizmo juga dapat merepresentasikan bahwa teknologi dan gadget pada saat ini tidak selalu memiliki efek yang buruk. Apabila digunakan dengan tepat, teknologi dan gadget dapat menjadi solusi terbaik bagi para generasi masa kini. Generasi moder dapat belajar dan menemukan nilai-nilai kebenaran melalui *gadget*. Dalam animasi, Gizmo juga dirancang supaya anak-anak dan para remaja dapat memahami, menghafal dan mengenal Al-Kitab dengan baik (Superbook Indonesia, 2020b).

3.3. Karakteristik Tokoh dalam Kanal Nussa dan Rara

Film animasi dengan tema religious ini berjudul Nussa dan Rara yang ditayangkan di kanal Youtube dari akun Nussa official. Dengan konten tayangan video Youtube bertema Islami yang merupakan pengajaran karakter dan wawasan tentang agama Islam terhadap anak, dan bertujuan untuk siapapun yang menyaksikannya dapat menambah wawasan keislaman dan mengikuti karakter dari tokoh pada tayangan tersebut. Dengan dua tokoh utama yang merupakan adik dan kakak yang sangat cerdas dan lucu bernama Nussa dan Rara. Rara merupakan adik dari Nussa yang digambarkan usianya adalah 5 tahun dengan karakter yang lucu, dan menggunakan pakaian gamis panjang yang menutupi auratnya serta memakai jilbab. Adapun kakaknya yaitu Nussa seorang kakak pemberani yang bertanggung jawab selalu menjaga dan memberikan arahan terhadap adiknya. Nussa selalu berpenampilan menggunakan jubah khusus laki-laki dan memakai kopiah. Serta terdapat tokoh seorang ibu yang biasa mereka Panggil dengan Umma, Umma seorang ibu yang bertanggung jawab atas pendidikan karakter dan religius anaknya serta membimbing dan memberikan contoh yang baik bagi Nussa dan Rara sesuai dengan syariat ajaran Islam. Tayangan ini menceritakan aktivitas sehari-hari di rumah dan kebiasaan di masyarakat yang harus sesuai dengan ajaran Islam dan disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh anak dengan tujuan mereka dapat mengikuti tokoh-tokoh yang terdapat di tayangan tersebut (Little Giantz, 2023).

Berdasarkan pakaian dari para tokoh di tayangan tersebut terutama tokoh utama yaitu Nussa dan Rara sangat menggambarkan bagaimana sikap dan adab dalam berpakaian sesuai dengan agama yang dianutnya yaitu agama Islam. Menutup aurat adalah bagian yang penting dalam adab menjadi seorang muslim, dengan menampilkan kesederhanaan dalam berpakaian merupakan penggambaran bahwa diri tersebut rendah hati. Dalam penerapan pada adab dan do'a sangat terlihat karena kereligiusan dari karakter-karakter dalam tayangan tersebut. Tentang Kesabaran yang sangat ditekankan oleh Nussa kepada adiknya supaya ketika terjadi sesuatu yang mengakibatkan timbulnya emosi kita dapat meredamnya dan sabar, dan sangat terlihat sekali

sikap dalam menyayangi sesama saudara terutama saudara kandung yang tokoh Rara selalu bersikap jahil dan ingin banyak mengetahui tentang sesuatu tetapi seorang kakak dan Umma kerap kali bersabar dengan perilaku tokoh Rara tersebut. Nussa dan Umma selalu menyikapi tokoh Rara tersebut dengan kesabaran dan memberikan banyak sekali wawasan dan karakter baik terhadap Rara (Little Giantz, 2020a).

Tokoh Nussa adalah seorang anak yang tidak mudah menyerah terhadap yang sudah menjadi takdirnya karena dia memiliki kekurangan yaitu kaki kiri Nussa tidak tumbuh seperti manusia pada normalnya, tetapi dengan kekurangan tersebut tidak membuat seorang lusa tumbuh dengan pesimis dalam menjalani hidup bahkan ketika Nussa ingin bisa dalam salah satu teknik permainan harus berlatih dengan keras dan tidak terlihat rasa penyesalan terhadap apa yang sudah Tuhan berikan untuk punya. Dari situ pun rasa syukur kedua tokoh tayangan tersebut pun terlihat dan kata-kata yang baik lainnya banyak mereka ucapkan dalam tayangan tersebut termasuk pengajaran untuk berzikir dan berdoa kepada Tuhan Yang Maha yaitu Allah yang selalu Nussa dan Umma ajarkan terhadap Rara agar tidak meninggalkan berdzikir dan berdoa. Sebagai film animasi dari Indonesia yang memiliki keragaman budaya dan agama, tayangan ini pun mengajarkan bagaimana kita bersikap dalam toleransi tanpa memandang agama, status sosial, dan kebudayaan serta tanpa mengharapkan suatu balasan terhadap apa yang sudah kita kerjakan. Pentingnya memahami perbedaan serta memaknai suatu kehidupan dan keadaan orang lain yang dapat menjaga silaturahmi dan perdamaian antara masyarakat (Little Giantz, 2020b).

3.4. Penanaman Nilai

Al-Kitab kini tidak hanya berbentuk tulisan semata, namun berubah menjadi sesuatu yang lebih menarik. Al-Kitab kini sudah bisa dikemas dalam bentuk video melalui kanal Youtube, yang bertujuan agar anak-anak dan para remaja tertarik untuk memahaminya. Youtube adalah salah satu jenis dari media massa berbasis web video sharing yang menjadi wadah bagi penggunanya untuk bisa membagikan video atau sekedar menikmati beragam video yang diunggah oleh kreator (Setia & Iqbal, 2021). Dalam aplikasi ini pula, ketika pengguna ingin mencari video tentang Al-Kitab di akun Superbook Indonesia, pengguna hanya tinggal mengetik pada kolom pencarian mengenai Superbook Indonesia. Setelah itu maka akan muncul berbagai video mengenai Al-Kitab dalam akun tersebut, seperti berupa video interaktif, lagu, atau bahkan video animasi.

Superbook Indonesia adalah salah satu serial animasi di bawah CBN negara Jepang. Superbook Indonesia merupakan salah satu media untuk memberikan pelajaran yang kuat terhadap kebenaran spiritual dan kebenaran historis bagi anak-anak. Superbook adalah salah satu sarana sekolah minggu berbasis online yang ditujukan untuk anak-anak. Setiap modul pada sekolah minggu Superbook dijadikan satu episode video. Video animasi yang menampilkan tokoh anak-anak dengan latar belakang zaman yang sudah sangat modern seperti Joy, Chris, dan sang robot Gizmo. Mereka selalu dihadapkan dengan kebimbangan seperti ketika mereka diganggu, tidak mematuhi orang tua, atau bahkan saat mereka berniat ingin melakukan suatu kecurangan. Saat itulah sebuah robot bernama superbook akan membawa mereka kembali kepada zaman Al-Kitab untuk bertemu dengan para tokoh Al-Kitab yang memiliki masalah serupa (Superbook Indonesia, 2020a).

Dengan kembali kepada zaman Al-Kitab dan bertemu dengan para tokoh tersebut, Joy, Chris, dan Gizmo dapat melihat bagaimana para tokoh tersebut menghadapi masalah mereka berdasarkan tuntunan Al-Kitab. Biasanya dalam animasi ini pula, dikuatkan oleh firman-firman Tuhan sebagai pedoman dalam menghadapi masalah. Superbook Indonesia menggunakan Al-Kitab LAI terjemahan baru, namun dalam materi video Superbook Indonesia juga mengaplikasikan Al-Kitab versi Kabar Baik atau Al-Kitab Bahasa Indonesia sehari-hari serta terjemahan Inggris Modern. Dalam setiap terjemahan Al-Kitab tersebut tentunya memiliki karakteristik tersendiri, maka dari itu Superbook membangun kalimat-kalimat yang lebih mudah

dipahami oleh anak-anak dan remaja. Namun saat para karakter berinteraksi dengan para tokoh Al-Kitab, animator Superbook Indonesia sangat berhati-hati agar tidak mengubah makna atau memengaruhi peristiwa penting di dalam Al-Kitab. Tujuan diadakannya interaksi antara Joy, Chris, dan Gizmo dengan para tokoh Al-Kitab adalah sebagai bentuk kreativitas dalam menyampaikan kebenaran Al-Kitab yang dapat diimplementasikan dengan generasi anak-anak modern seperti pada hari ini.

Pendidikan non-formal diperlukan untuk membantu anak dalam memahami agamanya. Bagi anak kristiani, sekolah minggu dapat membantu mereka mengenali makna hidup dalam iman kristiani. Masa kanak-kanak adalah waktu yang tepat untuk manusia mulai mengenal Tuhan, karena pada masa ini anak-anak mudah menyerap informasi dan kemungkinan akan selalu diingat sampai ia beranjak dewasa. Dari hari ke hari anak selalu bertumbuh dan belajar, semakin dewasa banyak hal yang akan mereka lihat dan memengaruhi kehidupannya. Hal itulah yang mendasari pentingnya mengenalkan Tuhan kepada anak sedari dini, seperti yang dikatakan dalam 2 Korintus 5:7 *"Jadi siapa yang ada di dalam Kristus, ia adalah ciptaan baru. Yang lama sudah berlalu, sesungguhnya yang baru sudah datang"*.

Ketika anak mulai diperkenalkan kepada Tuhan melalui Firman-Nya, karakter anak dapat terbentuk sebagaimana yang diharapkan oleh iman kristiani. Hal itu dapat meminimalisir pengaruh buruk yang akan mengahmpiri hidupnya. Semakin anak mendapatkan dukungan dari lingkungan sekitar untuk mengenal Tuhan nya sedari dini, Firman-Nya akan selalu meliputi hidup anak tersebut sampai kapanpun. Dan sebetulnya tidak sulit untuk menanamkan Al-Kitab dalam hidup anak, seluruhnya tergantung bagaimana kekreativitasan si penyampai Al-Kitab terhadap anak. Dan inilah yang mendasari dibuatnya kanal Youtube Superbook Indonesia, yaitu untuk membantu para orang tua dan gereja dalam menanamkan Firman Tuhan kepada anak dengan berdasarkan pada Al-Kitab. Diharapkan anak akan mudah saat belajar memahami Al-Kitab melalui video animasi yang canggih dan modern, serta anak tidak akan bosan dan akan terus tertarik dalam mengenal Kristus secara mendalam.

Dalam serial video animasi Nusa Rara, penanaman nilai-nilai Al-Qur'an yaitu mengajarkan tentang akidah, syariah dan akhlak yang dikemas secara baik melalui tokoh Nusa Rara. Akidah dalam Islam merupakan sumber utama dan yang paling penting karena para nabi terdahulu mendakwahkan kepada umatnya yang paling ditekankan adalah akidah atau tauhid (Solihin, 2020). Pembahasan akidah juga mencakup rukun iman seperti beriman kepada Allah, beriman kepada malaikat, beriman kepada rasul dan nabi Allah, beriman kepada kitab Allah, beriman kepada hari akhir (*yaumul kiamah*), dan yang terakhir beriman kepada qadha dan qadar Allah (takdir yang telah Allah tetapkan kepada makhluk ciptaan-Nya). Akidah dapat disimpulkan sebagai amanat atau persetujuan antara manusia dengan Allah sebagai penciptanya yang isinya yaitu kesanggupan manusia untuk taat kepada perintah dan larangan yang sudah Allah tetapkan (Anggraini, 2019). Maka dari itu pentingnya penanaman akidah Islam kepada anak sejak dini.

Nilai syariah dalam video animasi Nussa Rara menjelaskan mengenai hubungan antar manusia dengan Tuhannya, hubungan manusia dengan manusia, ataupun manusia dengan lingkungannya dalam kehidupan sehari-hari. Syari'ah dan ibadah merupakan kesatuan yang keduanya tidak dapat dipisahkan. Kemudian yang terakhir yaitu nilai tentang akhlak. Akhlak dalam Islam sangat dijunjung tinggi, dari akhlak ini label keislaman dan keimanan manusia dapat terwujud pada perbuatannya sehari-hari melalui amal shaleh (Little Giantz, 2020c). Amal shaleh yang dimaksud disini yaitu melakukan kebaikan yang dapat memberi manfaat bagi dirinya maupun orang lain pada aktivitas kehidupannya serta dapat membawa pelakunya kepada ridho Allah di akhirat nanti.

3.5. Media sebagai Sarana Dakwah

Media komunikasi bisa diterjemahkan bahwa seluruh media dan benda bisa dijadikan sebagai media komunikasi agar tercapainya tujuan dakwah itu sendiri (Melki, 2016). Media merupakan suatu metode pelayanan pesan melalui peralatan elektronik baik itu dalam bentuk audio, audio visual, dan lain sebagainya. Perkembangan sistem kehidupan manusia dari zaman ke zaman yang semakin kompleks serta perkembangan semakin cepat sebagai efek dari kemajuan ilmu dan teknologi (IPTEK). Lebih khusus lagi mengenai teknologi komunikasi dan informatika mewajibkan adanya proporsi pengukuhan keagamaan sebagai fundamen kehidupan melalui media elektronik berwujud siaran keagamaan yang lebih berkualitas dan kompeten sesuai dengan tuntutan zaman globalisasi. Agama Kristen dan Islam merupakan agama yang memiliki semangat yang kuat dalam upaya menciptakan serta mengukuhkan masyarakat yang adil, makmur, tentram dan damai yang tersiar secara menyeluruh baik dalam material maupun spiritualnya. Dakwah memiliki pengertian suatu metode berkelanjutan yang diurus oleh para pemangku dakwah (dai) dengan tujuan mengonversikan tujuan misi berdakwah supaya berkenan mengikuti dan percaya kepada iman Kristen dan Islam secara bersusun mengarah kepada kehidupan yang agamis.

Adapun teknologi yaitu eskalasi dan implementasi beraneka ragam instrumen atau komposisi untuk mengatur permasalahan-permasalahan yang dihadapi manusia dalam aktivitas setiap hari. Dengan adanya teknologi informasi ini, berdakwah dapat dilakukan dimana saja, kapan saja dan oleh siapa saja melalui berbagai media seperti Youtube, facebook, instagram, twitter, koran, majalah, televisi, radio, dan alat elektronik lainnya dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (Muhammad, 2004). Dakwah mengarahkan pemeluknya ke jalan yang lurus serta menjalani perintah Allah, upaya yang dilaksanakan dengan terencana baik individu maupun berkelompok dengan tujuan agar yang di dakwahkan dapat melaksanakan dan mengamalkan ajaran agama.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan ketika memilih media untuk berdakwah, diantaranya adalah sebagai berikut: (1) Sarana yang dipilih harus sesuai dengan sasaran untuk berdakwah; (2) Sarana yang dipilih harus sesuai melalui kecakapan sasaran dakwah; (3) Sarana yang dipilih harus sejalan dengan materi; (4) Efisien.

Bentuk dakwah zaman modern beda jauh dengan model dakwah zaman dulu, di mana dakwah zaman modern saat ini generasi milenial bisa menerapkan dakwah digital. Dakwah digital yaitu bentuk dakwah melalui media. Bentuk dakwah seperti ini dapat diakses kapan saja dan dimana saja serta oleh siapa saja, hal ini sesuai dengan karakteristik masyarakat milenial yang sangat akrab dengan *gadget (handphone)* yakni salah satunya karena adanya internet. Pada zaman milenial yang seperti sekarang ini sangat cepat mengalami transformasi salah satunya yaitu dengan semakin berkembangnya teknologi. Generasi milenial dapat diartikan sebagai generasi yang lahir antara tahun 1982 hingga tahun 2002 (Absher & Amidjaya, 2008). Hal tersebut dapat menjadi peluang yang sangat besar untuk menyebarkan misi ajaran Kristen serta Islam melalui strategi, metode, serta media yang baru dan kekinian. Dengan berkembangnya teknologi yang semakin cepat dapat menciptakan fenomena yang menarik dalam aktivitas kehidupan manusia sekarang ini, yaitu dengan populernya budaya global dan kecondongan masyarakat yang bertumpu pada media.

Sejatinya, manusia diciptakan dengan latar belakang etnis, agama, dan budaya yang beragam sehingga pengalaman dialog dengan latar multikultur tersebut telah menjadi bagian dari pengalaman kehidupan sehari-hari (Rofiqi & Haq, 2022). Seperti yang sudah diketahui, internet sudah marak digunakan oleh semua orang di zaman sekarang mulai dari anak-anak, remaja bahkan hingga dewasa (Alsaad et al., 2018). Angka pengguna media sosial di negara Indonesia masih terbilang sangat besar dan hal itu dapat menjadi sebuah kesempatan peluang dan tantangan bagi para pendakwah untuk menyebarkan dakwahnya di media sosial. Perkembangan media komunikasi ini sejak beberapa tahun terakhir dapat membuktikan transformasi substansial dari

pengaruh dialog-dialog untuk mengutarakan atau menyampaikan pesan-pesan dan dapat memberikan dukungan kegiatan berbagai kepentingan, termasuk menjadi media dakwah.

Media dapat menjadi sebuah wadah dalam penyebaran atau dakwah berbagai agama termasuk pemberitaan Al-Kitab dan Al-Qur'an. Pemanfaatan perkembangan teknologi harus dimanfaatkan dalam berbagai aspek kehidupan yang merupakan sebuah anugerah yang diberikan oleh Tuhan. Berbagai bentuk media dapat menjadi pemberitaan Injil dan Al-Qur'an seperti majalah, radio, televisi, surat kabar, internet dan berbagai media lainnya. Dengan hidupnya nilai-nilai kesalihan melalui media internet, tentunya agama berfungsi untuk menghadapi prasangka, kebencian, serta menghidupkan kasih sayang, pemaafan, dan keadilan dalam kehidupan manusia yang lebih luas; love, forgive, and give justice to humans (Haq & Sen, 2021).

Internet sangat memudahkan dalam pemberitaan ajaran agama karena terutama internet dapat diakses oleh seluruh masyarakat di seluruh muka bumi tanpa mengenal agama, bangsa, negara, ras, umur, dan suku. Dan media internet menjadi mudah sebab media tersebut dapat diakses tanpa mengenalkan ruang dan waktu. Akan tetapi dengan demikian faktor terbesar kesuksesan pemberitaan Injil tersebut tetap berada di tangan Tuhan Yesus Kristus. Dengan kata lain tergantung seseorang yang dipimpin oleh Tuhan Yesus Kristus tersebutlah yang pandai memanfaatkan media atau malah menjerumuskan Injil dalam kehancuran (Pasasa, 2016).

3.6. Etika Ketika Berdakwah

Etika berasal dari Bahasa Yunani yaitu kata *ethos* (tunggal) dan *ta etha* (jamak) yang mempunyai definisi tempat kediaman, watak, adat, kebiasaan, sikap, dan cara berpikir (Tajiri, 2015). Adapun dalam bentuk jamak *ta etha* memiliki makna yaitu adat kebiasaan. Berarti dari dua arti tersebut, etika bermaksud suatu adat kebiasaan yang selaras dengan molaritas yang datang menurut adat, kebudayaan dan menyepadankan suatu sikap terhadap masyarakat tertentu (Kustadi, 2013). Pelanggaran terhadap aturan yang telah ditetapkan sanksi. Achmad Charis Zubair (Zubair, 2007) mendefinisikan adab dengan susila (Sansekerta). *Su* artinya lebih baik dan *sila* artinya dasar-dasar. Dengan kesimpulan susila bermaksud prinsip, aturan dasar seseorang untuk menjadi lebih baik. Dalam kamus bahasa Indonesia etika berarti: 1) ilmu yang menjelaskan mengenai hal yang baik maupun hal yang buruk serta menjelaskan mengenai hak dan kewajiban budi pekerti, (2) kumpulan asa atau nilai yang berkenaan dengan akhlak, (3) nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.

Penyebaran agama harus memperhatikan etika-etika dalam dakwahnya karena dewasa ini, banyak aturan pemerintahan yang harus masyarakat patuhi saat berbicara melalui media-media umum. Terlepas dari aturan-aturan tersebut etika dakwah pun menjadikan penyebaran agama dikenal dengan penyebaran yang baik dan mudah diterima oleh para pendengarnya. *Pertama*, tidak terlepasnya ucapan dengan perbuatan seorang pendakwah. Sudah menjadi hal yang diketahui banyak orang, seseorang apabila sudah berbeda perbuatannya dengan perkataannya maka seseorang tersebut akan menerima hinaan yang membuat orang lain tidak akan mendengarkan perkataannya kembali. Seorang penginjil ataupun pendakwah agama apapun tidak patut jika apa yang dia ucapkan, ajarkan, dan beritakan berbeda dengan apa yang dia telah lakukan karena sebaik apapun perkataannya apabila telah berbeda dengan perbuatannya akan merusak dari perkataannya tersebut maka seorang penginjil atau pendakwah harus selaras perkataan dan perbuatan untuk mensukseskan pemberitaan agama itu terhadap masyarakat.

Kedua, toleransi antar agama. Toleransi memiliki sudah sepatutnya memiliki kedudukan yang penting dalam kehidupan umat-umat beragama. Para tokoh agama menjadi ujung tombak dalam pengajaran kehidupan bertoleransi antar umat ini demi menciptakan perdamaian antar umat agama. Toleransi yang buruk adalah sumber kerusakan dan pandangan buruk terhadap suatu agama karena persatuan negara Indonesia adalah kebhinekaan tunggal ika yang mempunyai definisi meskipun memiliki perbedaan, akan tetapi memiliki satu tujuan yang sama.

Ketiga, tidak melakukan diskriminasi sosial. Seorang pendakwah harus dapat melihat ke atas dan ke bawah dalam hal sosial karena tidak semua manusia ditakdirkan untuk kaya dan tidak semua manusia ditakdirkan untuk miskin. Larangan untuk melakukan diskriminasi sosial merupakan sebuah hak kemanusiaan yang juga tercatat dalam undang-undang dasar. Dengan tidak melihatnya seorang pemuka agama terhadap kondisi sosial seseorang, dipastikan penyebaran suatu agama akan menjadi mudah karena mendeskripsikan kepada seseorang tentang agama tersebut tidak mengajarkan kezaliman.

Keempat, tidak memungut imbalan. Keikhlasan penginjil dan dai dalam pemberitaan Injil maupun Al-Qur'an suatu yang diwajibkan dalam agama Kristen maupun Islam. Keikhlasan tersebut merupakan pengorbanan jiwa seorang pendakwah yang dimana dia siap melakukan pemberitaan mengenai agamanya kepada masyarakat luas. Hal tersebut, telah dicontohkan oleh Allah di mana dirinya mengiriskan anaknya yaitu Yesus untuk mengorbankan dirinya untuk menebus dosa dan kesalahan umatnya begitupun dalam Islam Allah sudah memerintahkan dan memilih Nabi Muhammad untuk memperbaiki akhlak manusia di seluruh alam. Bentuk keikhlasan pendakwa dalam pemberitaan agamanya adalah dengan tidak menerima ataupun meminta suatu imbalan atas apa yang sudah diajarkan kepada umatnya, akan tetapi berharap akan menerima kebaikan yang telah Tuhan janjikan kepadanya.

Kelima, tidak memberitakan materi yang tidak dikuasai. Seorang pemuka agama wajib memiliki ilmu tentang kedalaman agamanya lebih banyak dari umatnya. Tidak terlepas dari Agama Kristen dan Islam, seorang penginjil atau pendakwah tentu wajib memiliki pengetahuan tentang Injil dan Al-Qur'an dengan spesifik. Akan tetapi, sebagai seorang manusia yang memiliki banyak kekeliruan dan lupa akan ada beberapa keadaan yang menyebabkan umatnya lebih paham dibandingkan pemuka agama tersebut. Maka tidak patut sebagai penginjil dan dai menyebarkan pemberitaan Injil serta Al-Qur'an apa yang belum dikuasai sebab kekeliruan tersebut dapat menjadi kerusakan bagi dirinya dan bagi agamanya. Kerusakan bagi dirinya akan terjadi ketika umatnya lebih paham daripada Penginjil maka akan ada suatu saat dimana argumen dari penginjil tersebut dipatahkan oleh umatnya untuk memberikan suatu kebenaran dalam agamanya. Kerusakan bagi agamanya akan terjadi ketika pemberitaan tersebut sampai kepada orang-orang Awam dalam beragama mereka akan menerima pemberitaan yang salah dan pengamalan yang salah dalam kehidupan sehari-harinya yang akan merusak reputasi dari suatu agama tersebut.

4. KESIMPULAN

Dakwah harus dilakukan dengan cara yang baik, arif dan bijaksana agar dakwah mudah diterima oleh semua kalangan. Kedua, sebelum berdakwah hendaknya memperhatikan adab-adab dalam menyampaikan pesan dakwah agar bahasa yang digunakan tidak mengandung diskriminatif maupun provokatif. Ketiga, media dakwah seperti Superbook Indonesia dan Nusa Rara sangat baik dan berperan penting dalam menyampaikan pesan Tuhan melalui kartun yang dikemas semenarik mungkin sehingga dapat menarik minat untuk belajar agama secara online bagi kalangan anak-anak maupun remaja kristiani dan islami. Dakwah tidak hanya dilakukan melalui lisan dan tatap muka di tempat-tempat ibadah saja akan tetapi sekarang dengan semakin majunya teknologi maka dakwah dapat dilakukan melalui sosial media seperti Facebook, Twitter, Instagram, Radio, Televisi, Youtube dan media sosial lainnya. Dengan begitu, kemajuan perkembangan teknologi yang tersedia sudah harus dimanfaatkan sebaik mungkin dengan berbagai macam tujuan tanpa terlepas dalam hal agama. Maka diperlukan informasi yang lengkap mengenai penggunaan media terhadap para pemuka agama supaya penyebaran berbagai agama dapat maksimal dan diterima baik oleh para jamaahnya.

Daftar Pustaka

- Absher, K., & Amidjaya, M. R. (2008). Teaching library instruction to the millennial generation. *Dalam Http://Www. Vla. Org/Presentations/VLA_presentation_ Draft072208*.
- Alsaad, A., Taamneh, A., & Al-Jedaiah, M. N. (2018). Does social media increase racist behavior? An examination of confirmation bias theory. *Technology in Society, 55*, 41–46. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2018.06.002>
- Anggraini, L. I. (2019). *Nilai-Nilai Islam Dalam Serial Animasi Nussa*.
- Atmadja, N. B., & Ariyani, L. P. S. (2018). *Sosiologi Media: Perspektif Teori Kritis*. PT PT Raja Grafindo Persada.
- Castells, M. (2015). *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age*. John Wiley & Sons.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2013). Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, arguments. In *Communication theory* (Vol. 23, Issue 3, pp. 191–202). Oxford University Press.
- George, C. (2017). Hate spin: The twin political strategies of religious incitement and offense-taking. *Communication Theory, 27*(2), 156–175.
- Haq, M. Z. (2015). *SEKOLAH BERBASIS NILAI: 7 Tahap Menghidupkan Nilai, Softskill, dan Hardskill*. Ihsan Press.
- Haq, M. Z. (2021). Hate Studies: The Urgency and Its Developments in the Perspective of Religious Studies. *Jurnal Aristo (Social, Politic, Humaniora), 9*(2), 375–395.
- Haq, M. Z., & Sen, H. (2021). Transforming Hate into Compassion as an Islamic Nonviolent Thought of Bediüzzaman Said Nursi. *Wawasan: Jurnal Ilmiah Agama Dan Sosial Budaya, 6*(1), 13–30. <https://doi.org/10.15575/jw.v6i1.13159>
- Haq, M. Z., & Yudhistira, A. (2022). The Roots of Violence in the Rivalry between Football Club Fans and Supporters Using the ABC Triangle Theory of Johan Galtung. *TEMALI: Jurnal Pembangunan Sosial, 5*(2), 125–132. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15575/jt.v5i2.21200>
- Hepp, A., Hjarvard, S., & Lundby, K. (2015). Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society. *Media, Culture & Society, 37*(2), 314–324.
- Hjarvard, S. (2008a). The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook, 6*(1), 9–26.
- Hjarvard, S. (2008b). The mediatization of society. *Nordicom Review, 29*(2), 105–134.
- Hjarvard, S. (2012). Three forms of mediatized religion. In S. Hjarvard & M. L. (Eds.) (Eds.), *Mediatization and Religion: Nordic Perspectives*. Nordicom.
- Hjarvard, S. (2016). Mediatization and the changing authority of religion. *Media, Culture and Society, 38*(1), 8–17. <https://doi.org/10.1177/0163443715615412>
- Hjarvard, S. (2020). Three forms of mediatized religion: Changing the public face of religion. In *Gosudarstvo, Religii, Tserkov' v Rossii i za Rubezhom/State, Religion and Church in Russia and Worldwide* (Vol. 38, Issue 2, pp. 41–75). <https://doi.org/10.22394/2073-7203-2020-38-2-41-75>
- Hurriyah, Z. (2019). *Pengaruh Film Animasi Religi Terhadap Perkembangan Religiusitas Anak*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Istifarriana, D. M., Kurniawan, H., & Kasmianti, K. (2021). PENANAMAN KARAKTER RELIGIUS ANAK USIA DINI DALAM FILIM ANIMASI NUSSA DAN RARA. *Jurnal Golden Age, 5*(2), 456–465.

- Jansson, A. (2002). The mediatization of consumption: Towards an analytical framework of image culture. *Journal of Consumer Culture*, 2(1), 5–31.
- Kustadi, S. (2013). *Ilmu Dakwah Prespektif Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Kusuma, M., & Rahman, M. T. (2018). The role of social institutions on online business development in Cimahi, West Java, Indonesia. *Jurnal Socio-Politica*, 8(2), 165–173.
- Little Giantz. (2020a). NUSSA : BELAJAR JUALAN. *Little Giantz*.
- Little Giantz. (2020b). NUSSA : KAK NUSSA JANGAN TINGGALIN RARRA. *Little Giantz*.
- Little Giantz. (2020c). Nussa: Qodarullah wa Masya'a Fa'ala. *Little Giantz*.
- Little Giantz. (2023). Tentang Little Giantz. *Little Giantz*.
- Melki, J. (2016). Mediated public diplomacy of the Islamic state in Iraq and Syria: The synergistic use of terrorism, social media and branding. *Media and Communication*, 4(2), 92–103. <https://doi.org/10.17645/mac.v4i2.432>
- Muhammad, K. H. H. (2004). *Islam Agama Ramah Perempuan; Pembelaan Kiai Pesantren*. LKIS PELANGI AKSARA.
- Pasasa, A. (2016). Pemanfaatan Media Internet Sebagai Media Pemberitaan Injil. *Jurnal Simpson: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Agama Kristen*, 2(1).
- Przywara, B. (2021). Online live-stream broadcasting of the holy mass during the COVID-19 pandemic in Poland as an example of the mediatisation of religion: Empirical studies in the field of mass media studies and pastoral theology. *Religions*, 12(4). <https://doi.org/10.3390/rel12040261>
- Radde-Antweiler, K. (2018). Religion as communicative figurations – analyzing religion in times of deep mediatization. In *Mediatized Religion in Asia: Studies on Digital Media and Religion* (pp. 211–223).
- Rofiqi, M. A., & Haq, M. Z. (2022). Islamic Approaches to Multicultural and Interfaith Dialogue. *Integritas Terbuka: Peace and Interfaith Studies*, 1(1), 47–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.59029/int.v1i1.5>
- Rubawati, E. (2018). Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah. *Jurnal Studi Komunikasi*, 2(1).
- Setia, P., & Iqbal, A. M. (2021). Adaptasi Media Sosial oleh Organisasi Keagamaan di Indonesia: Studi Kanal YouTube Nahdlatul Ulama, NU Channel. *JISPO Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 11(2), 359–378.
- Silverman, D. (2015). *Interpreting qualitative data*. Sage.
- Solahudin, D., & Fakhruroji, M. (2020). Internet and Islamic learning practices in Indonesia: Social media, religious populism, and religious authority. *Religions*, 11(1), 19.
- Solihin, R. (2020). Akidah dan Akhlak dalam Perspektif Pembelajaran PAI di Madrasah Ibtidaiyah. *Ibriez: Jurnal Kependidikan Dasar Islam Berbasis Sains*, 5(1), 83–96.
- Solikhati, S. (2018). Simbol Keagamaan Dalam Islam dan Ideologi Televisi. *Islamic Communication Journal*, 2(2), 121–146.
- Strömbäck, J. (2011). Mediatization and perceptions of the media's political influence. *Journalism Studies*, 12(4), 423–439.
- Superbook Indonesia. (2020a). Animasi Alkitab Full “Kisah Daniel di Dalam Gua Singa” Superbook Bahasa Indonesia. *Superbook Indonesia*.
- Superbook Indonesia. (2020b). Animasi Alkitab Full “KISAH YESUS MEMBASUH KAKI MURID-

- MURIDNYA" Superbook Indonesia. *Superbook Indonesia*.
- Superbook Indonesia. (2023). *Tentang Kanal Superbook Indonesia*.
- Tajiri, H. (2015). *Etika dan Estetika Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Zubair, A. C. (2007). Membangun Kesadaran Etika Multikulturalisme di Indonesia. *Jurnal Filsafat*, 13(2).