

**KONSTRUKSI NILAI KEISLAMAMAN  
DALAM FILM NUSSA**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana S1 Dalam Ilmu Komunikasi  
Program Studi Ilmu Komunikasi**

**OLEH :**

**Rika Wahyu Septiani**

**NIM : 1527010012**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
RADEN FATAH PALEMBANG  
1440 H / 2019 M**

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik, UIN Raden Fatah  
di  
Palembang

Assalamu'alaikum Wr.Wb.


Setelah mengadakan bimbingan dengan sungguh-sungguh, maka kami berpendapat skripsi saudara **RIKA WAHYU SEPTIANI, NIM 1527010012, yang berjudul "KONSTRUKSI NILAI KEISLAMAN DALAM FILM NUSSA"**, sudah dapat diajukan dalam ujian munaqasah di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.

Demikian, terima kasih.

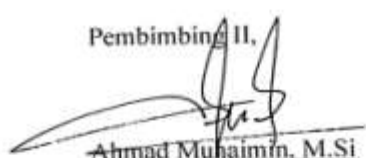
*Wassalam*

Palembang, 25 November 2019

Pembimbing I,

  
Reza Aprianti, M.A  
NIP. 19850223201112004

Pembimbing II,

  
Ahmad Muhaimin, M.Si  
NIDN. 0220098802

**PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA**


Nama : Rika Wahyu Septiani  
NIM : 1527010012  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul : Konstruksi Nilai Keislaman dalam Film Nussa

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang Pada:

Hari / Tanggal : Kamis, 21 November 2019


Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah

Dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata I (S1) Pada Jurusan Ilmu Komunikasi.

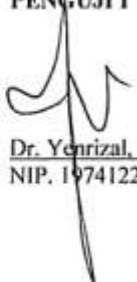
Palembang, November 2019  
BEKAN,  
  
Dr. Izomiddin, M.A  
NIP. 196206201988031991

**TIM PENGUJI**


**KETUA**

  
Reza Aprianti, MA  
NIP. 19850223201112004

**PENGUJI I**

  
Dr. Yusrizal, M.Si  
NIP. 197412232005011004

**SEKRETARIS**

  
Gita Astrid, M.Si  
NIDN. 2025128703

**PENGUJI II**

  
Putri Citra Hati, M.Sos  
NIDN. 2009079301

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rika Wahyu Septiani  
Tempat & Tanggal Lahir : Palembang, 16 September 1997  
NIM : 1527010012  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Konstruksi Nilai Keislaman dalam Film Nussa

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahannya pembimbing yang ditetapkan.
2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidak benaran dalam pernyataan tersebut di atas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar akademik yang saya peroleh melalui pengajuan skripsi ini.

Palembang, November 2019

Yang membuat pernyataan,



Rika Wahyu Septiani  
NIM. 1527010012

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto

*“Ketahuilah bahwa kemenangan itu datang bersama kesabaran, pertolongan bersama marabahaya, dan kemudahan bersama kesulitan.” (HR, Tirmidzi)*

### Persembahan

*Ku persembahkan Skripsi ini kepada:*

- 1. Allah SWT. Yang telah memberikan banyak kenikmatan untuk hamba-Nya. Limpahan berkah, rizki, dan kesehatan yang luar biasa kepadaku, serta telah memberikanku terus kekuatan dan pertolongan, hingga akhirnya mampu menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih Ya-Allah dan juga Baginda Rasulullah SAW.*
- 2. Kedua orang tuaku, Bapakku Zuriandi dan Ibuku tercinta Sri Rahayu yang telah memberikan segalanya padaku, baik materil maupun non-materil. Berkat segala pengorbanan, perjuangan, serta doa-doa yang selama ini kalian panjatkan, akhirnya keberhasilan skripsi ini bisa dicapai. Terima kasih untuk bapak, selama ini telah menjadi ayah yang hebat sekaligus pahlawan dalam hidupku, juga terimakasih untuk ibuku yang selalu menjadi penyemangatku.*
- 3. Ketiga adikku yang baik; Bella, Rangga dan Abidzar, yang sering membantu dalam aktivitas perkuliahanku. Semoga kalian kelak berhasil menggapai cita-cita yang diinginkan.*
- 4. Keluarga besarku Amat Sulaiman dan juga Almarhumah nenekku, yang menjadikanku terus semangat dalam menggapai cita-cita*
- 5. Khalayak luas. Semoga skripsi ini bermanfaat dan nilai baik yang terkandung didalamnya bisa dijadikan sebagai pembelajaran untuk terus berproses menjadi pribadi yang lebih baik,*

## ABSTRAK

Di era perkembangan teknologi dan komunikasi seperti sekarang ini yang telah semakin maju, nilai keislaman yang diangkat melalui media merupakan suatu keniscayaan, karena kondisi dan situasi masyarakat kita sekarang ini begitu nyata telah terintegrasi dengan perkembangan internet di tengah-tengah kehidupan dalam berbagai aspeknya. Termasuk melalui media film yang mengandalkan audio-visual serta sifatnya yang menghibur, sehingga mampu menarik perhatian khalayak, menjadikan film dimanfaatkan sebagai sarana untuk membentuk dan mengkonstruksi realitas yang ada di masyarakat. Salah satunya yakni serial film Nussa, maka untuk membedah cara pihak produser dalam mengkonstruksi nilai-nilai keislaman yang ada di dalam serial ini, peneliti menggunakan teori konstruksi sosial media massa oleh Burhan Bungin (2000). Dengan penggunaan tahap-tahap yang dianalisis berdasarkan teori ini, yakni tahap menyiapkan materi, tahap sebaran, tahap pembentukan konstruksi dan terakhir tahap konfirmasi. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan metode yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam serial film Nussa, nilai keislaman dibentuk melalui tahapan-tahapan tersebut, yang menghasilkan persiapan untuk karakter-karakter dan jalan ceritanya yang Islami secara intens. Strategi penyebaran pun dipilih secara cermat melalui medianya yang juga bersifat Islami. Kemudian, pada tahap pembentukan konstruksi nilai keislaman oleh serial film ini menghasilkan penonton yang lebih baik dengan penerapan nilai-nilai keislaman tersebut di dalam keseharian hidup mereka. Dan akhirnya pada tahap pengkonfirmasi argumentasi yang positif dan baik untuk serial film Nussa ini.

**Kata kunci: Nilai keislaman, Konstruksi Sosial Media Massa, Film**

## **ABSTRACT**

In this era of technologies and communication developments that have been increasingly advanced, the value of Islamic adopted through the media is a necessity, because the condition and situation of our society is now so real has been integrated with the development of internet amid life in many aspects. Including through films that rely on audio-visuals and its entertaining nature, it can attract audiences, making movies used as a medium to establish and create reality in the community. One of them is Nussa film series, so to dissect the way the producer in constructing the Islamic values in this series, researchers use the theory of social media construction of the mass by Burhan Bungin (2000). With the use of the stages analyzed based on this theory, namely the preparation stage of the material, the spread phase, the construction phase and the last phase of confirmation. This research is qualitative with the methods used are interviews and documentation. The results of this study show that in the Nussa film series, The value of Islamic was formed through these stages, which resulted in the preparation for the Islamic characters and storyline in a intense way. The spread strategy was carefully selected through its Islamic media. Later, the establishment of the Islamic value construction by the film series resulted in a better audience with the implementation of the Islamic values in their daily lives. And finally at the confirmation stage of positive and good argument for Nussa film series.

**Keywords: Islamic values, Social Media Construction Of The Mass, Film**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Tinjauan Pustaka .....	6
F. Kerangka Teori.....	12
G. Metodologi Penelitian.....	25
H. Sistematika Penulisan .....	27
<b>BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b>	
A. Profil The Little Giantz.....	28
B. Serial Film Nussa.....	32
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Konstruksi Nilai Keislaman di dalam Film Nussa .....	41
<b>BAB IV PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	94
B. Saran .....	94



**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tabel Tinjauan Pustaka .....	9
Tabel 2. Tabel Episode Nussa di <i>Season</i> Pertama.....	34
Tabel 3. Tim Serial Film Nussa.....	39

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Potongan Film Nussa Episode Pertama .....	3
Gambar 2. Proses Konstruksi Sosial Media Massa .....	13
Gambar 3. Rumah Produksi The Little Giantz .....	28
Gambar 4. Karakter Nussa .....	36
Gambar 5. Karakter Rarra .....	37
Gambar 6. Karakter Antta .....	37
Gambar 7. Karakter Umma .....	37
Gambar 8. Karakter Setan .....	38
Gambar 9. Karakter Tante Dewi .....	38
Gambar 11. Sketsa Karakter Nussa & Rarra .....	49
Gambar 12. Nussa & Tampilan Lelaki Muslim .....	50
Gambar 13. Desain Awal Nussa yang ‘Sempurna’ & Rarra .....	51
Gambar 14. Episode Spesial: Nussa Bisa .....	52
Gambar 15. Rarra & Anak Perempuan Muslim .....	52
Gambar 16. Istana Maemun & Pakaian Tarian Riau .....	53
Gambar 17. Umma & Ibu-Ibu Muslim .....	54
Gambar 18. Proses Hijrah Umma .....	55
Gambar 19. Kucing ‘Antta’ .....	55
Gambar 20. Karakter Setan yang Seperti Balon .....	56
Gambar 21. Rumah Nussa & Mainan Nussa .....	58
Gambar 22. Kartun Omar & Hana Serta Nussa .....	60
Gambar 23. Diva <i>The Series</i> & Nussa .....	61
Gambar 24. Grafik Mengenai Genre Populer di Youtube .....	63
Gambar 25. Bentuk <i>Script</i> yang Dijadikan Animasi .....	66
Gambar 26. Contoh <i>Storyboard</i> yang Telah Dijadikan Animasi .....	67
Gambar 27. Pengisi Suara Nussa & Rarra .....	68
Gambar 28. Proses Modelling Karakter .....	69
Gambar 29. Pemberian Gerak di Model Karakter .....	69
Gambar 30. Contoh Efek dalam Serial Film Nussa .....	70
Gambar 31. Pemberian <i>Lighting</i> .....	70
Gambar 32. Proses Audio Post .....	71
Gambar 33. Jumlah Media Sosial yang Paling Aktif Diakses .....	72
Gambar 34. Akun ‘Nussa Official’ di Youtube .....	74
Gambar 35. Nussa di Net Tv & Astro TV Malaysia .....	77
Gambar 36. Nussa Ukhuwah Show di Tangerang .....	78
Gambar 37. Contoh <i>Merchandise</i> Nussa .....	78
Gambar 38. Promosi IG oleh Ust. Felix Siau & Ust. Oemar Mita .....	81
Gambar 39. Ust. Abdul Somad & Oki Setiana Dewi di Youtube .....	81
Gambar 40. Postingan Instagram (IG) Teuku Wisnu & Arie Untung .....	82
Gambar 41. Postingan IG oleh Syahrini & Dewi Sandra .....	82
Gambar 42. Pemingkatan Program Anak Oleh KPI .....	85
Gambar 43. Salah Satu Komentar dari Warganet .....	87
Gambar 44. Parodi Animasi Nussa .....	90
Gambar 45. Komentar Penonton Non Muslim .....	92

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 1. Kerangka Pemikiran.....	24
Bagan 2. Strukurur Perusahaan The Little Giantz.....	30

## KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa tercurahkan kehadiran Allah SWT, Tuhan semesta alam, yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Konstruksi Nilai Keislaman dalam Film Nussa”**. Shalawat beriring salam selalu tercurahkan kepada suri tauladan terbaik di muka bumi, baginda Rasulullah SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Skripsi ini penulis ajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1) Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) di Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Selama dalam penyusunan skripsi ini, penulis tentunya tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kendala. Dengan izin Allah dan berkat bantuan dari berbagai pihak, akhirnya semua hambatan dan kendala tersebut bisa teratasi hingga skripsi ini pun terselesaikan. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Drs. H. M. Sirozi, MA., Ph.D selaku rektor UIN Raden Fatah Palembang
2. Prof. Dr. Izomiddin, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang
3. Dr. Yenrizal, M.Si selaku Wakil Dekan I FISIP UIN Raden Fatah Palembang
4. Reza Aprianti, MA selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UIN Raden Fatah Palembang, serta selaku penasihat akademik sekaligus Pembimbing I skripsi yang telah memberikan banyak dukungan, motivasi dan nasihat-nasihat dalam proses penulisan skripsi ini
5. Ahmad Muhaimin, M.Si selaku Pembimbing II yang telah memberikan banyak masukan dan arahnya untuk skripsi ini
6. Segenap dosen dan seluruh staff pegawai di FISIP UIN Raden Fatah Palembang

7. The Little Giantz selaku pihak yang memproduksi serial film Nussa, terutama kak Sagita Ajeng sebagai *Corporate Secretary* The Little Giantz yang telah banyak membantu untuk pengerjaan skripsi ini
8. Orangtua, bapak dan ibuku yang telah berjasa dalam meraih gelar sarjana strata satu (S.1) ini
9. Teman-teman seperjuangan, Ilmu Komunikasi angkatan 2015. Ica, Seftia, Arisa, Novi, Putri, Mutia, Zulva, Rama, dan teman-teman lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu
10. Almamater ku
11. Semua pihak yang turut terlibat dalam proses pengerjaan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun dari semua pihak demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bisa menjadi manfaat bagi semua pihak dan penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang ada.

Penulis,

Rika Wahyu Septiani  
1527010012

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak bisa lepas dari manusia lainnya. Manusia membutuhkan manusia lain agar kelangsungan hidupnya tetap berjalan dengan lancar. Di dalam kehidupan bermasyarakat, apabila individu tersebut tidak pernah berkomunikasi dengan individu lainnya, maka akan menjadikannya terisolasi dari masyarakat. Pada akhirnya pengaruh dari keterisolasian itu akan memicu depresi mental yang bisa berakhir pada kehilangan keseimbangan jiwa. Maka, sepanjang manusia hidup itu hidup, ia perlu berkomunikasi.<sup>1</sup> Berpangkal pada perkataan latin, istilah komunikasi berarti *Communis*, yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih.<sup>2</sup> Komunikasi dapat dikatakan sebagai proses pemaknaan pesan antara dua orang atau lebih, baik itu verbal ataupun non verbal seperti penggunaan simbol dan tanda yang terjadi di sekitarnya. Proses komunikasi itu pada hakikatnya ada pada persepsi, dimana proses internal manusia dalam menafsirkan, memilih, mengevaluasi dan mengorganisasikan stimulus di sekitarnya.<sup>3</sup>

Pada dasarnya dakwah yang menjadi bentuk penyampaian nilai keislaman, merupakan bagian dari proses komunikasi tersebut. Yang berarti mengajak

---

<sup>1</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), h. 6

<sup>2</sup> *Ibid.*, h. 20

<sup>3</sup> Deddy Mulyana, *Nuansa-Nuansa Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005), h. 49

orang untuk lebih mengenal Islam dan dalam rangka mengembangkan ajaran Islam. Dalam arti “mengajak” tersebut, tentu akan selalu mengandung makna *memengaruhi* orang lain agar orang lain itu mau dan mampu mengubah sifat, sikap, perilaku dan pendapat.<sup>4</sup>

Media untuk mendakwahkan Islam dalam menyampaikan pesan dan nilai-nilai keislaman tersebut sangat luas dan beragam bentuknya. Hamzah Ya’qub (1992) menyebut lima macam media dan metodenya yaitu lisan (dakwah *bil-lisan*), tulisan (*bit-tadwin*), lukisan, audio visual, dan akhlak (*bil-Haal*).<sup>5</sup> Melalui audio visual, nilai keislaman akhirnya mampu dikemas salah satunya menggunakan media film. A.W Widjaja berpendapat bahwa berkat kehebatan visual dan ditunjang pula oleh audionya yang punya kekhasan, film akhirnya sangat efektif bukan hanya sebagai media hiburan di waktu senggang saja, namun di sisi lain lebih dari sekedar itu. Film bisa menjadi media pendidikan dan juga bisa menjadi media penyuluhan ataupun sosialisasi, karena film bisa ditayangkan berulang-ulang kali di khalayak dan tempat yang berbeda.<sup>6</sup> Dalam pengertian sempit, film adalah penyajian gambar lewat layar lebar, tetapi dalam pengertian lebih luasnya juga bisa termasuk yang disiarkan melalui televisi.<sup>7</sup> Salah satu film hasil karya dari anak bangsa yang kemunculannya pun masih sangat baru di Indonesia adalah film “Nussa”.

Film Nussa sendiri merupakan jenis film kartun animasi berbentuk serial edukasi Islami dengan alur ceritanya menampilkan sosok anak laki-laki

---

<sup>4</sup> Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), h. 24

<sup>5</sup> Moh. Ali Aziz, *ilmu dakwah edisi revisi*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 406

<sup>6</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004, h. 126

<sup>7</sup> *Ibid.*, h. 139



bernama Nussa dan adiknya yang bernama Rara dalam bingkai kegiatan sehari-hari. Nilai keislaman yang terkandung di dalam serial ini pun sangat kental dan sangat penuh akan simbol-simbol keislaman. Kemunculan Film Nussa ini diharapkan mampu menjadi alternatif pilihan tontonan bagi anak-anak ataupun orangtua ditengah beredarnya film kartun lain seperti Spongebob, Naruto, Marsha & The Bear atau Shiva, yang selama ini telah lama menjadi tontonan mereka. Film Nussa juga diharapkan menjadi penyeimbang dengan menyuguhkan nilai keislaman diantara film-film tersebut.



**Gambar. 1** Potongan Film Nussa episode pertama

Sesuai dengan hal tersebut, berdasarkan Studi Nielsen pada tahun 2017 menyebutkan bahwa Generasi Z yakni usia 10 – 19 tahun sebanyak 97 persen masih suka menonton televisi, 50 persennya mengakses internet, 33 persen mendengarkan radio, 7 persen menonton di televisi berbayar, 4 persen membaca di media cetak.<sup>8</sup> Meski pengguna internet semakin bertambah pesat, bukan berarti media konvensional telah sepenuhnya ditinggalkan oleh masyarakat. Sejatinya kedua media tersebut saling menyokong satu sama lain.

Sejak diluncurkan pada tanggal 20 November 2018 kemarin melalui saluran Youtube 'Nussa Official' milik mereka, episode pertama Film Nussa

---

<sup>8</sup> <https://www.nielsen.com/id/en>. Diakses tanggal 4 Februari 2019.

berhasil mendapat posisi jajaran *trending* video di Youtube. Hingga sampai saat ini pun, episode pertama film Nussa tersebut yang berjudul “Nussa: Tidur Sendiri Gak Takut” telah berhasil ditonton lebih dari 32 juta kali oleh pengguna Youtube.<sup>9</sup> Selain Youtube, media konvensional yakni televisi juga menjadi media untuk penayangan serial ini.

Pekerja media sebenarnya mengkonstruksi realitas subjektif yang sesuai dengan seleksi dan preferensi individu menjadi realitas objektif yang ditampilkan melalui media dengan menggunakan simbol-simbol. Tampilan realitas di media inilah yang diterima pemirsa sebagai realitas sosial objektif karena media dianggap merefleksikan realitas sebagaimana adanya. Karena pada dasarnya, setiap peristiwa merupakan realitas objektif dan merupakan fakta yang benar-benar terjadi. Realitas sosial objektif ini diterima dan diinterpretasikan sebagai realitas sosial subjektif dalam diri pekerja media dan individu yang menyaksikan peristiwa tersebut.<sup>10</sup>

Begitupun dengan film ini yang sarat akan pesan-pesan berupa simbol-simbol dalam menampilkan peristiwa sehari-hari yang bernilai ajaran agama Islam melalui sebuah film kartun animasi. Tampilan inilah yang terlihat sebagai konstruksi sosial melalui sebuah film. Selain itu juga, film ini membentuk realitas dengan simbol-simbol Islam, seperti Nussa yang berpeci, atau Rara yang berjilbab. Tema keseharian yang diangkat tiap per episodenya pun mengenai adab sebelum makan, atau sebelum tidur, dan lain-lain namun keseluruhan mengenai ajaran Islam. Hal inilah yang dilihat sebagai konstruksi

---

<sup>9</sup> Berdasarkan akun Youtube ‘Nussa Official’

<sup>10</sup> <https://dkv.binus.ac.id/>. Diakses tanggal 3 Maret 2019.

sosial melalui media massa. Seperti apa nilai keislaman itu dibangun dan didesain sedemikian rupa didalam sebuah film untuk membentuk masyarakat sesuai dengan yang diinginkan.

Melalui konstruksi yang dibuat tersebut, media dapat dikatakan bisa secara otomatis mendefinisikan peristiwa dan realitas dengan aktif apa yang sesuai, apa yang layak dan apa yang dipandang menyimpang. Oleh karena itu, untuk mengkonstruksi sebuah peristiwa dengan peran yang sedemikian rupa tersebut, nilai-nilai apa yang dianut oleh media, menjadi ketergantungan dengan nilai-nilai apa yang harus dipahami oleh masyarakat.<sup>11</sup> Serial film Nussa misalnya dengan nilai keislaman yang diangkatnya dan diperlihatkan di tayangan film mencoba menceritakan peristiwa dan realitas Islam yang ada dalam bentuk film. Apalagi di era kemajuan teknologi dan komunikasi seperti sekarang, nilai keislaman yang diangkat lewat peran media menjadi suatu keniscayaan, karena masyarakat kita dengan kondisi dan situasi yang telah benar-benar terintegrasi dengan perkembangan internet di tengah berbagai aspek kehidupan.

Hal inilah yang melatarbelakangi penulis untuk meneliti lebih jauh mengenai bagaimana film Nussa membangun nilai keislaman lewat sebuah film tersebut, dengan judul: **“Konstruksi Nilai Keislaman dalam Film Nussa”**

---

<sup>11</sup> Raharjo Tri Utomo. (2017). *Konstruksi Media Online Nasional Pada Pemberitaan Razia Warung Makan di Kota Serang*, <http://eprints.umm.ac.id/351916/3/>. Diakses tanggal 4 Februari 2019, h. 38.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang sebagaimana yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang menjadi dasar penelitian ini, adalah:

Bagaimana konstruksi nilai keislaman yang ada di dalam film Nussa?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui konstruksi nilai keislaman yang ada di dalam film Nussa

## **D. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan untuk bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dalam memperluas dan menambah literatur-literatur khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi mengenai kontruksi media.

### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi mahasiswa atau pihak terkait termasuk masyarakat, untuk lebih memahami konstruksi yang ada di media termasuk lewat sebuah film.

## **E. Tinjauan Pustaka**

Beberapa tinjauan berikut ini merupakan hasil telaah dari berbagai sumber, baik buku ataupun skripsi hasil dari peneliti terdahulu yang terkait dengan judul penelitian penulis mengenai konstruksi media, yaitu sebagai berikut:

Pertama, yakni skripsi oleh Andi Muthmainnah (2012), Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, Makassar, yang berjudul “Konstruksi Realitas Perempuan Dalam Film 7 Hati 7 Cinta 7 Wanita”. Dengan menggunakan metode analisis semiotika, hasil penelitian ini menjelaskan bahwa konstruksi realitas perempuan dalam film ini menggambarkan bahwa para perempuan merupakan korban dari permajinalan dan juga pensubordinasian dalam sistem patriarki. Dalam mengkonstruksi realitas-realitas yang ada, film ini banyak menampilkan mitos-mitos yang ada dalam aliran feminisme.<sup>12</sup>

Kedua, yakni skripsi oleh Nawal Karomi (2016), Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya, yang berjudul: “Konstruksi Dakwah Dalam Film Ku Kejar Cinta ke Negeri Cina (Analisis Semiotik Charles Sanders Pierce Tentang Konstruksi Pesan dan Metode Dakwah)”. Jenis penelitian adalah kualitatif yang bersifat deskriptif. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa konstruksi metode dakwah dalam film ini, lebih diarahkan pada dimensi membangun / konstruksi metode dakwah *bil-Mauidzah Hasanah* yaitu, metode dakwah dengan cara menasehati tentang *amar ma'ruf nahi munkar*, bimbingan menjadi muslim yang baik, peringatan untuk melaksanakan kewajiban sebagai umat muslim, dan mengajak kepada kebaikan.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Andi Muthmainnah. (2012). *Konstruksi Realitas Perempuan Dalam Film 7 Hati 7 Cinta 7 Wanita*, Skripsi Ilmu Komunikasi, <https://core.ac.uk/download/pdf/>. Diakses tanggal 4 Februari 2019.

<sup>13</sup> Nawal Karomi. (2016). *Konstruksi Dakwah Dalam Film Ku Kejar Cinta ke Negeri Cina*, Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, <https://digilib.uinsby.ac.id/>. Diakses tanggal 29 Januari 2019.

Ketiga, yakni skripsi oleh Sumiati (2016), Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Raden Fatah Palembang, yang berjudul “Analisis Pesan Dakwah Dalam Serial Televisi Animasi Adit dan Sopo Jarwo di MNC TV Tahun 2016 (Adit dan Sopo Jarwo feat Cherrybelle)”. Jenis penelitian adalah kualitatif. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa bentuk dan pesan-pesan dakwah dari serial animasi ini adalah mengajarkan tentang menghormati orang yang lebih tua dan antar sesama, sikap saling tolong menolong, rasa setia kawan, menjaga tali silaturahmi dan bersikap yang tidak melampaui batas.<sup>14</sup>

Keempat, yakni skripsi oleh Achmad Firdaus Ismail (2017), Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang berjudul “Film dan Konstruksi Citra Islam (Analisis Semiotik dalam Film *Bajrangi Baijaan*)”. Menggunakan metode pendekatan kualitatif-deskriptif, hasil penelitian ini menyatakan bahwasanya dalam film *Bajrangi Baijaan* citra Islam dikonstruksikan lebih dominan kearah citra positif, dibuktikan dengan adanya 9 tanda citra positif yakni keadilan, berbuat baik, bersikap pertengahan, rendah hati, dan lainnya yang berbanding dengan 6 tanda citra negatif yang merupakan hasil pengamatan dan analisis yang dilakukan oleh peneliti<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Sumiati. (2016). *Analisis Pesan Dakwah Dalam Serial Televisi Animasi Adit dan Sopo Jarwo di MNC TV Tahun 2016 (Adit dan Sopo Jarwo feat Cherrybelle)*, Skripsi Komunikasi Penyiaran Islam, Palembang: Perpustakaan Fak. Dakwah UIN Raden Fatah

<sup>15</sup> Achmad Firdaus Ismail.(2017). *Film dan Konstruksi Citra Islam (Analisis Semiotik dalam Film Bajrangi Baijaan)*, Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, <https://digilib.uin-suka.ac.id/>. Diakses tanggal 29 Januari 2019.

Kelima, yakni skripsi oleh Mia Winarti (2010), Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang berjudul “Konstruksi Sosial Nilai-nilai Profetik Iklan Layanan Masyarakat Pada Majalah Arena Edisi Tahun 1998 – 2006”. Jenis penelitian ini ialah kualitatif, dan hasil penelitiannya menyatakan bahwa dari iklan maupun tulisan di dalam rubric majalah ARENA kebanyakan memasukkan ide-ide tentang isu social yang bisa dilihat dari rubrikasi maupun pemilihan profil dan iklan. Kemudian konstruksi dibangun sehubungan dengan bagaimana pembuat iklan menampilkan peristiwa sehingga relevan bagi khalayak. Melalui iklan masyarakat LPM ARENA melakukan rekonstruksi realitas dan menjadikan nilai-nilai profetik sebagai dasar nilai acuannya.<sup>16</sup>

**Tabel.1**  
Perbandingan tinjauan pustaka

No.	Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	<b>Andi Mutmainnah</b> , Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya, (2012)	“Konstruksi Realitas Kaum Perempuan Dalam Film 7 Hati 7 Cinta 7 Wanita”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menggunakan pendekatan kualitatif</li> <li>• Menggunakan analisis semiotika</li> </ul>	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa konstruksi realitas perempuan dalam film ini menggambarkan bahwa para perempuan merupakan korban dari permajinalan dan juga pensubordinasian dalam sistem patriarki	Persamaan yang ada yakni pada judul yang diambil yaitu konstruksi didalam suatu film, namun perbedaanya Terletak pada jenis filmya dan pada teori yang digunakan

<sup>16</sup> Mia Winarti. (2010). *Konstruksi Sosial Nilai-nilai Profetik Iklan Layanan Masyarakat Pada Majalah Arena Edisi Tahun 1998 – 2006*, Skripsi Ilmu Komunikasi, <http://digilib.uin-suka.ac.id/>. Diakses tanggal 29 Januari 2019.

2.	<p><b>Nawal Karomi,</b> Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya, (2016)</p>	<p>“Konstruksi Dakwah Dalam Film Ku Kejar Cinta ke Negeri Cina (Analisis Semiotik Charles Sanders Pierce Tentang Konstruksi Pesan dan Metode Dakwah)”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif</li> <li>• Memakai analisis semiotic Charles Sanders Pierce</li> </ul>	<p>Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa konstruksi metode dakwah dalam film ini, lebih diarahakan pada dimensi membangun / konstruksi metode dakwah <i>bil-Mauidzah Hasanah</i></p>	<p>Begitupun dengan penelitian ini perbedaannya ada pada objek / judul film yg diteliti dan analisis yang digunakan</p>
3.	<p><b>Sumiati,</b> Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Raden Fatah Palembang (2016)</p>	<p>“Analisis Pesan Dakwah Dalam Serial Televisi Animasi Adit dan Sopo Jarwo di MNC TV Tahun 2016 (Adit dan Sopo Jarwo <i>feat</i> Cherrybelle)”</p>	<p>Penelitian yang bersifat kualitatif</p>	<p>Bentuk dan pesan-pesan dakwah dari serial animasi ini adalah mengajarkan tentang menghormati orang yang lebih tua dan antar sesama, sikap saling tolong menolong, rasa setia kawan, menjaga tali silaturahmi dan bersikap yang tidak melampaui batas.</p>	<p>Penelitian ini lebih menganalisis pesan dakwahnya. Dan juga objek yang diteliti ini ialah animasi yang disiarkan lewat televisi.</p>



4.	Achmad Firdaus Ismail, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, (2017)	“Film dan Konstruksi Citra Islam (Analisis Semiotik dalam Film <i>Bajrangi Baijaan</i> )”	Metode pendekatan kualitatif-deskriptif	Hasil penelitian ini menyatakan bahwasanya dalam film <i>Bajrangi Baijaan</i> citra Islam dikonstruksikan lebih dominan kearah citra positif, dibuktikan dengan adanya 9 tanda citra positif yang berbanding dengan 6 tanda citra negatif yang merupakan hasil pengamatan dan analisis yang dilakukan oleh peneliti	Sama-sama menjelaskan tentang konstruksi Islam namun penelitian ini memilih film lain sebagai objek penelitiannya
5.	<b>Mia Winarti</b> , Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, (2010)	“Konstruksi Sosial Nilai-nilai Profetik Iklan Layanan Masyarakat Pada Majalah Arena Edisi Tahun 1998 – 2006”	Jenis penelitian kualitatif	Di dalam rubric majalah ARENA kebanyakan memasukkan ide-ide tentang isu social yang bisa dilihat dari rubrikasi maupun pemilihan profil dan iklan	Penelitian ini cenderung memilih nilai –nilai profetik dalam suatu iklan

Dari tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwasannya dari keseluruhan tinjauan pustaka, perbedaan penelitian penulis dengan peneliti sebelumnya ialah pada jenis film dan judul film yang dijadikan objek penelitian. Teori yang digunakan pun berbeda. Persamaannya hanya pada jenis penelitian yakni kualitatif dan juga tentang konstruksi sosial melalui media yang diambil sebagai judul penelitian.

## **F. Kerangka Teori**

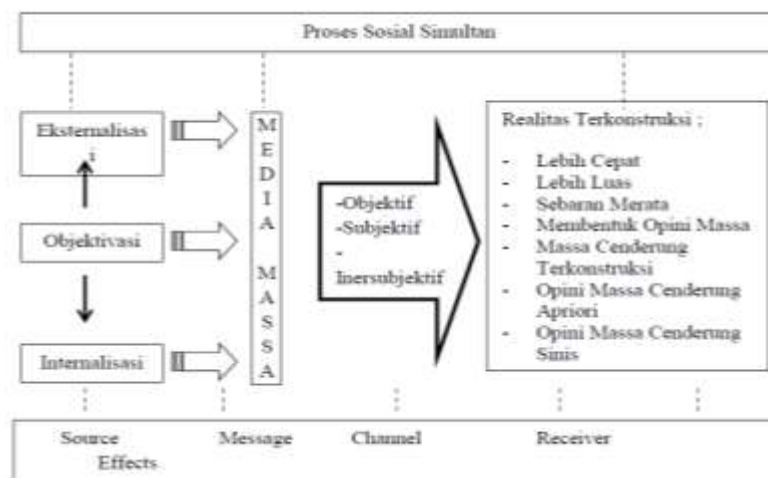
### **1. Teori Konstruksi Sosial Media Massa**

Teori konstruksi sosial media massa merupakan teori yang dihasilkan melalui penelitian panjang dan menjadi karya Disertasi Doktor pada Program Pascasarjana Unair tahun 2000 oleh Prof. Dr. H. M Burhan Bungin, S. Sos, M.Si yang menjadi penyempurnaan terhadap teori konstruksi sosial atas realitas yang dibuat oleh Peter L Berger dan Thommas Luckmann (1966) dalam buku mereka *The Social Construction of Reality: Treatise in The Sociology of Knowledge*; Anchor Books, New York.<sup>17</sup>

Melalui *Konstruksi Sosial Media Massa; Realitas Iklan Televisi dalam Masyarakat Kapitalistik (2000)*, teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Peter L., Berger dan Luckmann telah direvisi dengan melihat variable atau fenomena media massa menjadi sangat substansi dalam proses eksternalisasi, subjektivasi, dan internalisasi. Dengan demikian, sifat dan kelebihan media massa telah memperbaiki kelemahan proses konstruksi sosial atas realitas yang berjalan lambat itu. Substansi “teori konstruksi sosial media massa” adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial yang berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini media massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis.

---

<sup>17</sup> Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa*, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 6



**Gambar. 2** Proses Konstruksi Sosial Media Massa

Posisi “konstruksi sosial media massa” adalah mengoreksi kelemahan dan melengkapi “konstruksi sosial atas realitas”. Namun proses simultan yang digambarkan di atas tidak bekerja secara tiba-tiba, namun terbentuknya proses tersebut melalui beberapa tahap penting. Dari konten konstruksi sosial media massa, proses kelahiran konstruksi sosial media massa melalui tahap-tahap sebagai berikut: (a) tahap menyiapkan materi konstruksi; (b) tahap sebaran konstruksi; (c) tahap pembentukan konstruksi; (d) tahap konfirmasi.<sup>18</sup>

### 1.1 Tahap Menyiapkan Materi Konstruksi

Menyiapkan materi konstruksi sosial media massa adalah tugas redaksi media massa, tugas itu didistribusikan pada desk editor yang ada di setiap media massa. Masing-masing media memiliki desk yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan visi suatu media, Isu- isu penting setiap hari menjadi fokus media massa, terutama yang

<sup>18</sup> *Ibid.*, h. 194

berhubungan tiga hal, yaitu kedudukan (tahta), harta, dan perempuan. Fokus pada kedudukan termasuk juga adalah persoalan jabatan, pejabat, dan kinerja birokrasi dan layanan publik. Sedangkan yang berhubungan dengan harta menyangkut persoalan kekayaan, kernewahan materi, termasuk juga adalah persoalan korupsi dan sebagainya. Masalah perempuan menyangkut aurat, wanita cantik dan segala macam aktivitas mereka, terutama yang berhubungan dengan kekuasaan dan harta.

Selain tiga hal itu ada juga fokus-fokus lain, seperti informasi yang sifatnya menyentuh perasaan banyak orang, yaitu persoalan-persoalan sensitivitas, sensualitas, maupun kengerian. Sensivitas menyangkut persoalan-persoalan sensitif di masyarakat, seperti isu-isu yang meresahkan masyarakat atau agama tertentu. Sensualitas, yaitu yang berhubungan dengan seks, aurat, syahwat, maupun aktivitas yang berhubungan dengan objek-objek itu, sampai dengan masalah-masalah pornomedia.

Ada tiga hal penting dalam penyiapan materi konstruksi sosial:

1. Keberpihakan media massa kepada kapitalisme. Sebagaimana diketahui, saat ini hampir tidak ada lagi media massa yang tidak dimiliki oleh kapitalis. Dalam arti, media massa digunakan oleh kekuatan-kekuatan kapital untuk menjadikan media massa sebagai mesin penciptaan uang dan pelibatkanaan modal. Dengan demikian, media massa tidak bedanya dengan supermarket, pabrik kertas, pabrik

uranium, dan sebagainya. Semua elemen media massa, termasuk orang-orang media massa berpikir untuk melayani kapitalisnya, ideologi mereka adalah membuat media massa yang laku di masyarakat.

2. Keberpihakan semu kepada masyarakat. Bentuk dari keberpihakan ini adalah dalam bentuk empati, simpati dan berbagai partisipasi kepada masyarakat, namun ujung-ujungnya adalah juga untuk "menjual berita" dan menaikkan rating untuk kepentingan kapitalis. Kasus yang dapat dilihat dari keberpihakan seperti ini misalnya dari berbagai sinetron yang mengumbar empati, simpati, maupun kontroversi.
3. Keberpihakan kepada kepentingan umum. Bentuk keberpihakan kepada kepentingan umum dalam arti sesungguhnya sebenarnya adalah visi setiap media massa, namun akhir-akhir ini visi tersebut tak pernah menunjukkan jati dirinya, namun slogan-slogan tentang visi ini tetap terdengar.

Dalam menyiapkan materi konstruksi, media massa memosisikan diri pada tiga hal tersebut di atas, namun pada umumnya keberpihakan kepada kepentingan kapitalis menjadi sangat dominan mengingat media massa adalah mesin produksi kapitalis yang mau ataupun tidak harus menghasilkan keuntungan. Dengan demikian, apabila keberpihakan media massa pada masyarakat, maka sudah tentu keberpihakan itu harus menghasilkan uang untuk kantung kapitalis pula.

## 1.2 Tahap Sebaran Konstruksi

Sebaran konstruksi media massa dilakukan melalui strategi media massa. Konsep konkret strategi sebaran media massa masing-masing media berbeda, namun prinsip utamanya adalah *real-time*. Media elektronik memiliki konsep *real-time* yang berbeda dengan media cetak. Karena sifat-sifatnya yang langsung (*live*), maka yang dimaksud dengan *real-time* oleh media elektronik adalah seketika disiarkan, seketika itu juga pemberitaan sampai ke pemirsa atau pendengar. Namun bagi varian-varian media cetak, yang dimaksud dengan *real-time* terdiri dari beberapa konsep hari, minggu atau bulan, seperti terbitan harian, terbitan mingguan atau terbitan beberapa mingguan, atau bulanan. Walaupun media cetak memiliki konsep *real-time* yang sifatnya tertunda, namun konsep aktualitas menjadi pertimbangan utama sehingga pembaca merasa tepat waktu memperoleh berita tersebut.

Selain media elektronik dan media cetak, sebaran konstruksi juga bisa menggunakan varian media lainnya, seperti media langsung, media luar ruang, dan media lain.

Pada umumnya, sebaran konstruksi sosial media massa menggunakan model satu arah, di mana media menyodorkan informasi sementara konsumen media tidak memiliki pilihan lain kecuali mengonsumsi informasi itu. Model satu arah ini terutama terjadi pada media cetak. Sedangkan media elektronik khususnya

radio, bisa dilakukan dua arah, walaupun agenda setting konstruksi masih didominasi oleh media.

Pilihan-pilihan wilayah sebaran adalah strategi lain dalam sebaran konstruksi media berdasarkan segmentasi. Jadi, informasi tentang profil olahragawan tinju yang akan bertanding minggu ini adalah milik segmentasi yang berbeda dengan informasi-informasi tentang kosmetika. Pilihan-pilihan sumber informasi juga dapat dipilih berdasarkan pemetaan kekuasaan sosial sumber informasi itu di masyarakatnya.

Prinsip dasar dari sebaran konstruksi media massa adalah informasi harus sampai pada pemirsa atau pembaca secepatnya dan setepatnya berdasarkan pada agenda media apa yang dipandang penting oleh media, menjadi penting pula bagi pemirsa atau pembaca.

### **1.3 Tahap pembentukan konstruksi**

#### **(1) Tahap pembentukan konstruksi realitas**

Tahap berikut setelah sebaran konstruksi, di mana pemberitaan telah sampai pada pembaca dan pemirsanya, yaitu terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahap yang berlangsung secara generik.

*Tahap pertama* adalah konstruksi membenaran sebagai sebagai suatu bentuk konstruksi media massa yang terbentuk di masyarakat yang cenderung membenarkan apa saja yang ada (tersaji) di media

massa sebagai suatu realitas kebenaran. Dengan kata lain, informasi media massa sebagai otoritas sikap untuk membenarkan suatu kejadian.

*Tahap Kedua* adalah kesediaan dikonstruksi oleh media massa yaitu sikap generik dari tahap pertama. Bahwa pilihan orang untuk menjadi pembaca dan pemirsa media massa adalah karena pilihannya untuk bersedia pikiran-pikirannya dikonstruksi oleh media massa.

*Tahap Ketiga* adalah menjadikan konsumsi media massa sebagai pilihan konsumtif, di mana seseorang secara habit tergantung pada media massa. Media massa adalah bagian bagian kebiasaan hidup yang tak bisa dilepaskan.

## (2) Tahap pembentukan konstruksi citra

Pembentukan konstruksi citra ialah bangunan yang diinginkan oleh tahap-tahap konstruksi. Di mana bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model, yakni model *good news* dan model *bad news*. Model *good news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi suatu pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik. Pada model ini, objek pemberitaan dikonstruksi sebagai sesuatu yang memiliki citra baik sehingga terkesan lebih baik dari sesungguhnya kebaikan yang ada pada objek itu sendiri. Sedangkan model *bad news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi kejelekan atau



memberi citra buruk pada objek pemberitaan. Sehingga terkesan lebih jelek, lebih buruk, lebih jahat dari sesungguhnya sifat jelek, buruk, dan jahat yang ada pada objek pemberitaan itu sendiri.

#### **1.4 Tahap Konfirmasi**

Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun pembaca dan pemirsa memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bagi media, tahapan ini perlu sebagai bagian untuk memberi argumentasi terhadap alasan-alasannya konstruksi sosial. Sedangkan bagi pemirsa dan pembaca, tahapan ini juga sebagai bagian untuk menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi sosial.

Ada beberapa alasan yang sering digunakan dalam konfirmasi ini, yaitu: a) kehidupan modern menghendaki pribadi yang selalu berubah dan menjadi bagian dari produksi media massa. Pribadi yang jauh dari media massa akan menjadi pribadi yang selalu kehilangan informasi, karena itu ia terlambat untuk merebut kesempatan dan terlambat berubah; b) kedekatan dengan media massa adalah *life style* orang modern, dimana orang modern sangat menyukai popularitas terutama sebagai subjek media massa itu sendiri; dan c) media massa walaupun memiliki kemampuan untuk mengkonstruksi realitas media berdasarkan subjektivitas media, namun kehadiran media massa dalam

kehidupan seseorang merupakan sumber pengetahuan tanpa batas yang sewaktu-waktu dapat diakses.

### **Konstruksi Sosial Media Massa: Kritik Terhadap Berger Dan Luckmann**

Peter L. Berger dan Luckmann menjelaskan konstruksi sosial atas realitas melalui *The Social Construction of Reality: Treatise In The Sociology of Knowledge* (1966). Teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas terjadi secara simultan melalui tiga proses sosial, yaitu eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi. Tiga proses ini terjadi di antara individu satu dengan individu lainnya di masyarakat. *Pertama*, Eksternalisasi (penyesuaian diri) dengan dunia sosiokultur sebagai produk manusia. *Kedua*, Obyektivasi, yaitu interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubyektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi. Sedangkan *ketiga*, internalisasi, yaitu proses dimana individu mengidentifikasikan dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya.<sup>19</sup>

Substansi teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Berger dan Luckmann adalah pada proses simultan yang terjadi secara alamiah melalui bahasa kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semisekunder. Basis sosial teori dan pendekatan ini adalah masyarakat transisi-modern di Amerika pada sekitar tahun 1960-an, di mana media

---

<sup>19</sup> *Ibid.*, h. 15

massa belum menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan. Dengan demikian teori konstruksi sosial atas realitas Peter L., Berger dan Luckmann tidak memasukkan media massa sebagai variabel atau fenomena yang berpengaruh dalam konstruksi sosial atas realitas.

Pada kenyataannya konstruksi sosial atas realitas berlangsung lambat, membutuhkan waktu lama, bersifat spasial, dan berlangsung secara hierarkis-vertikal, di mana konstruksi sosial berlangsung dari pimpinan kepada bawahannya, pimpinan kepada massanya, kiai pada santrinya, guru pada muridnya, orangtua pada anaknya, anak-anak remaja kepada anak-anak yang lebih muda, dan sebagainya.

Ketika masyarakat semakin modern, teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Peter L., Berger dan Luckmann ini memiliki kemandulan dan ketajaman atau dengan kata lain tak mampu menjawab perubahan zaman, karena masyarakat transisi-modern di Amerika telah habis dan berubah menjadi masyarakat modern dan post-modern, dengan demikian hubungan-hubungan sosial antara individu dengan kelompoknya, pimpinan dengan kelompoknya, orang tua dengan anggota keluarganya menjadi sekunder-rasional. Hubungan-hubungan sosial primer dan semi sekunder hampir tak ada lagi dalam kehidupan masyarakat modern dan post-modern. Dengan demikian, teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Peter L., Berger dan Luckmann menjadi tak bermakna lagi.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa*, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 194

Melalui *Konstruksi Sosial Media Massa; Realitas Iklan Televisi dalam Masyarakat Kapitalistik (2000)*, teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Peter L., Berger dan Luckmann telah direvisi dengan melihat variable atau fenomena media massa menjadi sangat substansi dalam proses eksternalisasi, subjektivasi, dan internalisasi. Dengan demikian, sifat dan kelebihan media massa telah memperbaiki kelemahan proses konstruksi sosial atas realitas yang berjalan lambat itu. Substansi “teori konstruksi sosial media massa” adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial yang berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini media massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis.”

## **2. Teori Media Baru (*New Media*)**

Pada dasarnya, teknologi dalam menciptakan keberagaman media memiliki kontribusi. Inilah salah satu ciri dalam lingkungan media baru menurut McNamus, bahwa ada pergeseran dari ketersediaan media yang dahulu langka dengan akses yang juga terbatas menuju media yang melimpah.<sup>21</sup> Internet serta teknologi komunikasi dengan keberadaannya, telah memunculkan setidaknya tiga pola pandang yang berbeda, yakni *Utopian*, *Dystopian* dan *Technorealis*. Pola pandang ini menempatkan bagaimana perkembangan teknologi komunikasi atau media baru

---

<sup>21</sup> Rulli Nasrullah, *Teori Dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 21

memengaruhi aspek kehidupan masyarakat, komunitas, juga individu dan bagaimana interaksi yang terjadi diantaranya. *Utopian* berarti menerima penetrasi teknologi komunikasi dengan tangan terbuka sementara *dystopian* yakni dengan pandangan sinis, dan diantara kedua pola pandang ada jalan tengah yang berbeda secara ekstrem yakni terlihat pada *technorealism*.<sup>22</sup>

Beberapa persoalan yang ditawarkan Gaudet untuk studi media baru, antara lain: (1) tidak seperti media massa, internet memberikan ruang untuk mengekspresikan dirinya; (2) ruang virtual di internet memungkinkan khalayak untuk membentuk suatu komunitas tanpa memikirkan perbedaan geografis dan demografis; (3) identitas baik yang mempresentasikan khalayak maupun anonim bisa terjadi di dunia siber; (4) internet dengan *web*-nya itu sendiri merupakan bisnis menurut pandangan ekonomi; dan (5) internet mengubah relasi (pelaku) politik hubungan internasional.

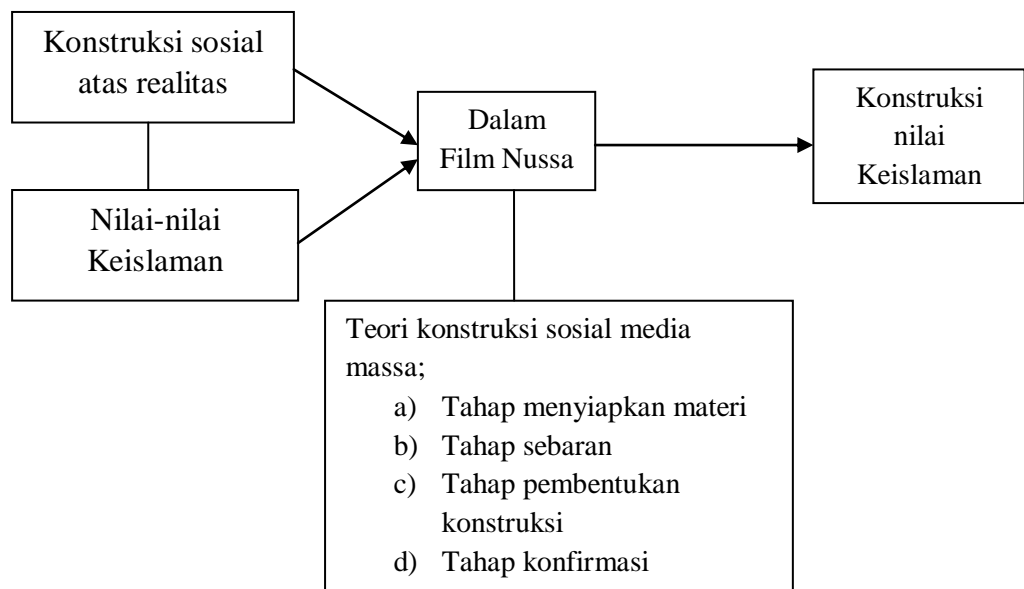
Dari dua teori yang telah dipaparkan diatas, maka teori yang lebih spesifik untuk membedah penelitian ini adalah teori konstruksi sosial media massa. Dikarenakan di dalam teori tersebut terdapat tahapan-tahapan untuk menghasilkan konstruksi sosial media massa, yaitu: tahap menyiapkan materi konstruksi, tahap sebaran konstruksi, tahap pembentukan konstruksi, dan tahap konfirmasi. Maka jika dihubungkan dengan penelitian ini akan dihasilkan tentang seperti apa tahapan-tahapan

---

<sup>22</sup> *Ibid.*, h. 155

yang dilakukan oleh tim produksi film Nussa dalam mengkonstruksi nilai keislaman yang disampaikan lewat film tersebut. Realitas sosial seperti apa yang terbentuk sehingga mampu tertuang ke dalam media, khususnya melalui film Nussa ini.

### Kerangka Pemikiran



**Bagan 1.** Kerangka Pemikiran Konstruksi Nilai Keislaman

Maksud dari bagan tersebut ialah bahwa posisi realitas mengenai nilai keislaman dikonstruksikan lewat serial film Nussa. Maka teori yang digunakan untuk hal ini adalah teori konstruksi sosial media massa karna melibatkan film sebagai media berjenis audio visual yang peristiwanya dibangun sedemikian rupa.

## **G. Metodologi Penelitian**

### 1. Jenis penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dimana peneliti berusaha menggambarkan secara detail segala dan informasi yang diperoleh sehubungan dengan permasalahan yang diteliti. Peneliti akan mendeskripsikan bagaimana pemahaman konstruksi nilai keislaman yang ada di dalam film Nussa. Tipe deskriptif bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat.

### 2. Data dan Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data kualitatif, yakni bersumber dari data primer dan data sekunder.

- a. Data primer : Sumber data utama dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan via telpon kepada pihak The Little Giantz yang memproduksi film ini.
- b. Data sekunder : Sedangkan data sekunder bersumber dari video Youtube mengenai serial Nussa dan juga bahan-bahan pustaka berupa buku-buku, berbagai referensi yang menunjang, serta jurnal-jurnal dan artikel dari internet yang berhubungan dengan objek permasalahan penelitian.

### 3. Teknik pengumpulan data

#### a. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan via telpon lewat *e-mail* dan WhatsApp terhadap pihak-pihak yang terkait dengan film Nussa. Yakni, salah satunya dengan The Little Giantz selaku pihak yang memproduksi film animasi ini. Tujuannya adalah untuk mendapat informasi dan memperoleh klarifikasi atau konfirmasi akan hasil akhir dan sekumpulan data dari penelitian ini.

#### b. Observasi

Observasi atau pengamatan ini dengan tidak langsung dilakukan melalui episode serial Nussa yang berdurasi sekitar 3 menit per episodenya dan juga video lainnya di Youtube yang berkaitan dengan informasi serial ini, dengan menonton dan melihatnya sendiri. Dalam bentuk pengamatan secara rinci alur cerita dan nilai-nilai yang terkandung didalam filmnya, lalu pencatatan hasil temuan tersebut akan diurut secara sistematis.

#### c. Dokumentasi

Berbagai data yang diperoleh sebagai hasil dokumentasi dari menonton setiap episode film Nussa ada berupa gambar-gambar, cerita, atau pesan yang bisa diidentifikasi dengan nilai keislaman. Selain itu juga data hasil informasi atau foto dari media sosial, artikel dari internet, dan saluran Youtube lain yang berkaitan dengan objek penelitian dikumpulkan sebagai hasil tambahan dokumentasi.



d. Teknik Analisis data

Penelitian ini menggunakan strategi analisis kualitatif. Strategi ini dimaksud, bahwa analisis bertolak dari data dan bermuara pada simpulan simpulan umum (Bungin, 1997).

## **H. Sistematika Penulisan Laporan**

Hasil penelitian ini disajikan dalam teknik karya tulis ilmiah yang terbagi menjadi empat bab. Sistematika penulisan tersebut sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, yang berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM, yang berisikan deskripsi film Nussa secara umum dan profil umum tim produksi film Nussa, yaitu The Little Giantz.

BAB III PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN, yang berisikan tentang jawaban dari permasalahan penelitian berupa bagaimana nilai keislaman yang terbentuk dalam film Nussa ini. Mengenai proses tahapan-tahapan konstruksi yang ada di dalam film ini.

BAB IV PENUTUP, yang berisikan kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini, saran, daftar pustaka, serta lampiran-lampiran.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

#### A. Profil The Little Giantz

The Little Giantz merupakan sebuah perusahaan animasi atau rumah industri perfilman animasi asal Indonesia, yang didirikan di Jakarta pada tahun 2016 yang lalu. Beralamat di Jl. Cilandak 1 No 2 Cilandak Barat, Jakarta Selatan.



**Gambar 3.** Rumah produksi “The Little Giantz”

Didirikan oleh tim yang luar biasa dari *International Industry CG Specialist* yang menggabungkan lebih dari 15 tahun pengalaman dari menciptakan IP, TV Series dan juga *Feature Length* - dilatih untuk memahami dan memenuhi kebutuhan produksi berkualitas tinggi dan kuota. Fasilitas dan staff The Little Giantz diketahui telah memenuhi standar dan tuntutan internasional dalam komunikasi, manajemen proyek, pekerjaan berkualitas tinggi, etika kerja profesional, efektif dan efisien dalam semua proyek yang menangani pendekatan dari seluruh dunia.<sup>24</sup>

---

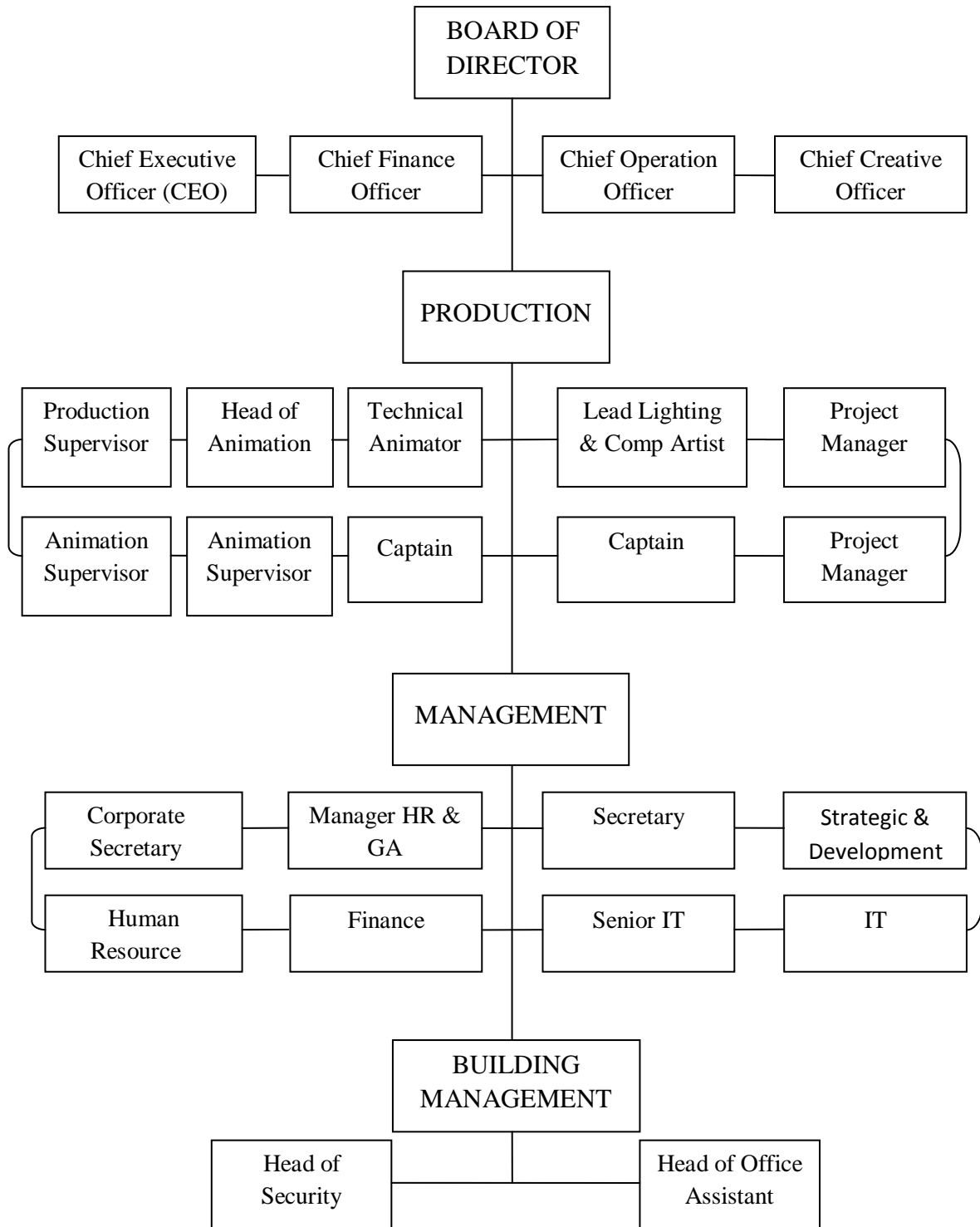
<sup>24</sup> [www.thelittlegiantz.com](http://www.thelittlegiantz.com). Diakses Tanggal 15 April 2019.

Arti dari nama The Little Giantz sendiri adalah karena mereka lahir dari tim yang kecil, tetapi memiliki mimpi yang besar terutama untuk industri animasi Indonesia. Awal mula berdirinya The Little Giantz ini sendiri dimulai ketika seorang Aditya Triantoro yang setelah bekerja selama 8 tahun sebagai pembuat konten animasi di perusahaan animasi di Singapura, memutuskan untuk kembali ke Indonesia sebagai tempat kelahirannya pada tahun 2014. Bersama keempat sahabatnya, dengan bekal pengalaman tersebut, Aditya lalu memutuskan untuk membuka usaha studio animasi sendiri di Jakarta dengan jumlah pekerja yang masih minim yakni sekitar 11 orang saja.<sup>25</sup> Pada akhirnya di tahun 2016, barulah mulai berkembang menjadi lebih besar dan membuat perusahaan animasi ini mulai dikenal oleh masyarakat luas sejak peluncuran perdana karakter animasinya yang bernama Nussa.

Hingga sekarang jumlah pekerja yang terlibat pun telah ada sekitar 40 orang khusus serial Nussa, yang umumnya berasal dari daerah Pulau Jawa. Dan saat ini jumlah kreator di The Little Giantz telah mencapai 120 orang. Berikut ini merupakan struktur tim kerja di perusahaan The Little Giantz:

---

<sup>25</sup> Berdasarkan hasil wawancara oleh *channel* Youtube 'Hijab Alila' dengan Aditya Triantoro dengan judul "Eksklusif | Kisah Hijrah di Balik Nussa"



**Bagan 2.** Struktur perusahaan The Little Giantz

## DIREKTUR

CEO & CO-Founder The Little Giantz	:	Aditya Triantoro
CFO The Little Giantz	:	Yuda Wirafianto
COO The Little Giantz	:	Ricky Manopo
CCO The Little Giantz	:	Bony Wirasmono

## PRODUKSI

Production Supervisor	:	Iman Manoppo
Head of Animation	:	Aditya Sarwiaji
Technical Animator	:	Gemilang Rahmadhika
Lead Lighting & Comp Artist	:	Garry Liwang
Project Manager 1	:	Nida Manzila
Project Manager 2	:	Chrisnawan
Animation Supervisor 1	:	Muhammad Bilal
Animation Supervisor 2	:	Ryan Ismail Soeharto
Captain 1	:	Bernadus Sabar
Captain 2	:	Rizky Caesar

## MANAJEMEN

Corporate Secretary	:	Sagita Ajeng Daniari
Manager HR & GA	:	Yuwandry Fajar
Secretary	:	Anggita Canakia
Strategic & Development	:	Elita Chandra
Human Resource	:	Anggi Arimi
Finance	:	Nurdin
Senior IT	:	Aditya Nugroho
IT	:	Yogi Mu'affa

## MANAJEMEN GEDUNG

Head of Security	:	Ibrahim
Head of Office Assistant	:	Muhammad Hambali

## **B. Serial Film Nussa**

Serial animasi film Nussa diproduksi oleh studio animasi Indonesia yang bernama The Little Giantz yang juga bekerjasama dengan *4stripe Production* selaku pihak pemasarannya. Peluncuran perdana serial animasi ini dilakukan pada tanggal 20 November 2018, yang ketika itu juga bertepatan dengan hari Maulid Nabi Muhammad SAW. Episode pertama yang tayang perdana tersebut berjudul “Nussa: Tidur Sendiri Gak Takut”. Hingga skripsi ini disusun, episode pertama tersebut telah disaksikan sebanyak 32 juta kali oleh pengguna di kanal Youtube. Ide awal pembuatan film ini ialah karena didasari oleh belum banyaknya tontonan yang mendidik bagi anak-anak di Indonesia ini. Dan serial ini hadir ditengah kekosongan konten yang positif tersebut sebagai tayangan yang ber-edukasi Islami.

Serial film Nussa ini menampilkan sosok anak laki-laki yang bernama Nussa sebagai tokoh utamanya, kucingnya yang bernama Antta dan Rarra yang merupakan adik dari Nussa. Sehingga gabungan dari nama-nama tersebut akan membentuk kata menjadi ‘NUSANTARA’. Serial film ini mengangkat cerita tentang kehidupan sehari-hari yang sarat akan ajaran agama Islam. Film ini mengajak semua orang terkhusus anak-anak untuk melakukan kegiatan sesuai adab yang diajarkan dalam Islam. Dibentuk dalam film animasi 3 dimensi/3D yang memberikan pendidikan Islami dengan cara yang menghibur.

Film ini dibuat dalam bentuk episode yang temanya berbeda setiap kali liris per episodanya. Season pertama Nussa telah menghasilkan sekitar 29

episode termasuk *trailer* film Nussanya. Sementara season kedua baru saja tayang di tanggal 2 Agustus 2019 dengan judul episode pertama “Gigi Nussa Copot”.

Setiap episode tayang seminggu sekali, setiap hari Jumat saat waktu Subuh sekitar pukul 04.30 WIB di kanal Youtube dengan nama “Nussa Official” dan pengikut atau *subscriber* mereka telah mencapai kurang lebih 3,8 juta orang dalam waktu hampir setahun.

### **Pencapaian Serial Film Nussa**

- ✓ Pada bulan Juni 2019 yang pada saat itu merupakan bulan suci Ramadhan ke 1440 H, serial “Nussa” akhirnya ditayangkan di salah satu stasiun televisi swasta Indonesia yakni di NET TV sebelum waktu berbuka puasa tiba. Namun, terkhusus selama bulan Ramadhan saja.
- ✓ Selain itu “Nussa” juga berhasil menjangkau stasiun televisi yang ada di Malaysia. Ditayangkan di Astro TV Malaysia, setiap hari pukul 3.30 petang waktu Malaysia.
- ✓ Ditayangkan di Indosiar sejak tanggal 12 Oktober 2019
- ✓ Pemenang program favorit anak 2019 (NET.TV) pada Anugerah Penyiaran Ramah Anak 2019 yang diadakan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI)
- ✓ Menerima Silver Play Button karena telah meraih 100 ribu subscriber hanya dalam waktu 3 hari saja dan Gold Play Button untuk 1 juta subscriber dari Youtube

Berikut ini adalah episode-episode film Nussa dalam season pertama:

**Tabel. 2**  
Episode-episode “Nussa” dalam *season* pertama

	<b>Judul Episode</b>	<b>Tanggal Tayang</b>	<b>Durasi</b>
Episode Pertama	“NUSSA: TIDUR SENDIRI GAK TAKUT!.	20 November 2018	3 menit 29 detik
Episode ke-2	“NUSSA: MAKAN JANGAN ASAL MAKAN”.	22 November 2018	2 menit 22 detik
Episode ke-3	“NUSSA: DAHSYATNYA BASMALAH”	29 November 2018	3 menit 8 detik
Episode ke-4	“NUSSA: NGOBROL BARENG NUSSA & RARRA”	6 Desember 2018	6 menit 58 detik
Episode ke-5	“NUSSA: SENYUM ITU SEDEKAH”	13 Desember 2018	2 menit 47 detik
Episode ke-6	“NUSSA: VIRAL!! – BERSIH KOTA KITA BERSIH INDONESIA”	20 Desember 2018	6 menit 6 detik
Episode ke-7	“NUSSA: SUDAH ADZAN JANGAN BERISIK”	27 Desember 2018	3 menit 23 detik
Episode ke-8	“NUSSA: JUM’AT HARI RAYA”	3 Januari 2019	2 menit
Episode ke-9	“NUSSA: BELAJAR IKHLAS”	10 Januari 2019	4 menit 8 detik
Episode ke-10	“NUSSA: SIAPA KITA?”	24 Januari 2019	2 menit 58 detik
Episode ke-11	“NUSSA: JANGAN BOROS”	31 Januari 2019	4 menit 43 detik



Episode ke-12	“NUSSA: BULAN HIJRIAH PENUH BERKAH”	7 februari 2019	2 menit 44 detik
Episode ke-13	“NUSSA: YAHH.. HUJAN”	14 Februari 2019	3 menit 51 detik
Episode ke-14	“NUSSA: KAK NUSSA!!”	21 Februari 2019	3 mneit 53 detik
Episode ke-15	“NUSSA: JANGAN KALAH SAMA SETAN”	28 Februari 2019	4 menit
Episode ke-16	“NUSSA: TAK BISA BALAS”	7 Maret 2019	4 menit 54 detik
Episode ke-17	“NUSSA: RARRA SAKIT”	14 Maret 2019	4 menit 40 detik
Episode ke-18	“NUSSA SPECIAL: NUSSA BISA”	21 Maret 2019	11 menit 34 detik
Episode ke-19	“NUSSA: RUKUN ISLAM”	28 Maret 2019	3 menit 12 detik
Episode ke-20	“NUSSA: LIBUR JANGAN LALAI”	4 April 2019	4 menit 48 detik
Episode ke-21	“NUSSA: JADI SUKA SAYUR”	11 April 2019	5 menit 10 detik
Episode ke-22	“NUSSA: CINTA IBU & AYAH”	18 April 2019	3 menit 39 detik
Episode ke-23	“NUSSA: LATIHAN PUASA”	26 April 2019	5 menit 6 detik
Episode ke-24	“NUSSA: BUKAN MAHRAM”	3 Mei 2019	5 menit 20 detik
Episode ke-25	“NUSSA: PUASA PERTAMA RARRA”	10 Mei 2019	3 menit 42 detik
Episode ke-26	“NUSSA: #BaikItuMudah”	24 Mei 2019	6 menit 53 detik

Episode ke-27	“NUSSA: SEDIA PAYUNG SEBELUM HUJAN”	31 Mei 2019	2 menit 56 detik
Episode ke-28	“NUSSA: INGIN SEPERTI UMMA”	28 Juni 2019	3 menit 18 detik

### **Karakter dalam Film Nussa:**

- Nussa : Karakter utama yang ditampilkan sebagai sosok kakak laki- laki dari Rara yang berumur sekitar 7 tahun yang pintar, baik, dan rapi. Nussa menjadi anak penyandang disabilitas dengan menggunakan kaki palsu di kaki kirinya. Selain itu, karakter Nussa juga sarat akan simbol Islami yakni dengan mengenakan kopiah dan berbaju koko.



**Gambar 4.** Nussa

- Rarra : Anak perempuan berumur 5 tahun yang menyukai mobil balap, main air, dan berenang.<sup>26</sup> Ditampilkan sebagai adik Nussa yang lucu dan menggemaskan dengan jilbab merah dan baju warna kuning yang dikenakannya.

<sup>26</sup> Berdasarkan *Trailer* film Nussa



**Gambar 5.** Rarra

- Antta : Kucing peliharaan Nussa dan Rarra, berwarna abu-abu gelap.



**Gambar 6.** Antta

- Umma : Merupakan ibu dari Nussa dan Rarra yang seringkali menasihati mereka mengenai ajaran-ajaran Islam.



**Gambar 7.** Umma

- Setan : Karakter setan di film ini digambarkan dalam bentuk seperti balon berwarna ungu yang sering mengganggu Nussa dan Rarra.



**Gambar 8.** Setan

- Tante Dewi : Merupakan adik kandung dari Umma, yang suka main ke rumahnya Nussa. Baru muncul di episode “Nussa: Bukan Mahram.



**Gambar 9.** Tante Dewi

- Abdul : Teman mainnya Nussa dan Rarra yang berambut ikal. Baru muncul di episode yang “Nussa: Merdeka!”



**Gambar 10.** Abdul

## Tim Serial Film Nussa

Berikut ini orang-orang yang terlibat dalam pembuatan serial Nussa:

**Tabel 3.**  
Tim Serial Film Nussa

Executive Producers :	Aditya Triantoro & Yuda Wirafianto
Produser :	Ricky MZC Manoppo
Creative Director	Bony Wirasmono
Director :	Chrisnawan Martantio
Pengisi Suara (VC):	NUSSA – Muzzaki Ramadhan
	RARRA – Aysha Razaana Ocean Fajar
	UMMA – Jessy Milianty
Script Writer	Ohanna Dk
Character Design	Aditya Triantoro
Technical Director	Gemilang Rahmandhika
Information Technology	Aditya Nugraha & Yogie Mu'afia
Operation Manager	Yuwandry 'Jamz'
Head Of Production	Iman Msc Manoppo
Project Manager	Nida Manzilah
Production Coordinator	Dita Meilani
Art Director	Agus Suherman
Concept Artist	Saphira Anindya
Assets Creation	Dimas Wyasa & Dawai Fathul
Storyboard Artist	Muhammad Rafif & Rahmawau Dadang
Head Of Animation	Aditya Sarwi Aji
Animation Supervisor	Bilal Abu Askar
Animation Leads	Muhammad Risnadi & Fikhih Anggara
Animation Team	Muchammad Ikhwan Abdurrahman Gais M. Nur Faizin Alan Surya M. Reyhan Rizqy Caesar Bintang Risky Oni Suandika Hendra Prasetya Henneth Satriawira Agia Putra Muhammad Tufet Abdur Rokhim
Head Editor	Iman Msc Manoppo
Editor	Agung Mukti & Nuraeni
Look Development	Garry. J. Liwang & Denny Siswanto

Lighting & Compositing Supervisor :	Garry J. Liwang
Lighting, Compositing & Vfx Team :	Ldian Mei
	Mulyan Nuarsa
	Mochamad Teguh
	Wahyu Denis
	Anggia Kurnia
Andre Nathanael	
Associate Producer :	Lizaditama
Audio Post :	Dimas Adista
	Muhammad Ilham
	Nuki Nores
Motion Graphic & Design :	Mohammad Ghazali
	Syafarudin D Junaedi
	Luthffi Aryansjah
Voice Director	Risnawan Martantio
Social Media	Arlingga Tahir & Rian Afianto
Production Assistant	Aditya Fadel
Videographer	Agung Mukti & Mohammad Ghazali

## **BAB III**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Konstruksi Nilai Keislaman yang Ada di dalam Serial Film Nussa**

Pada bab ini akan menguraikan dan membahas hasil konstruksi nilai-nilai Islami yang ada di dalam film Nussa, melalui pihak di belakang layar film ini yakni The Little Giantz selaku yang memproduksi film ini. Bab ini akan menjelaskan mengenai hasil penelitian yang didapat mengenai konstruksi dan desain bangunan tersebut oleh The Little Giantz dalam menampilkan nilai-nilai Islam dan ajaran Islam berdasarkan Al-Quran dan hadist yang ada di dalam film Nussa.

Menggunakan teori konstruksi sosial media massa oleh Burhan Bungin, yang merupakan hasil pengoreksian dari teori konstruksi sosial yang dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Menurut konten konstruksi sosial media massa, bahwa proses kelahiran konstruksi sosial media massa akan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut: (1) tahap menyiapkan materi konstruksi; (2) tahap sebaran konstruksi; (3) tahap pembentukan konstruksi; (4) tahap konfirmasi. Tahapan-tahapan inilah yang digunakan sebagai analisa terkait tahap-tahap yang akan dilalui oleh pihak The Little Giantz dalam mengkonstruksi nilai Islam yang dibuat dalam serial film Nussa itu.

## 1. Persiapan Materi Konstruksi

Serial film ini dibentuk dengan nilai-nilai Islam yang sangat identik dalam keseluruhan filmnya. Ide awal pembuatan film ini dikarenakan atas cerminan dari realitas yang ada di masyarakat karena kekurangan tontonan mendidik. Realitas tersebut menjadikan The Little Giantz selaku kreator konten terdorong untuk memberikan sesuatu yang bermanfaat ditengah kekosongan konten yang mendidik dengan konten Islami. Seperti yang disampaikan oleh Sagita selaku perwakilan dari The Little Giantz:

*”Asal muasal kenapa kita bikin film Nussa, serial Nussa ini lebih kepada memang belum banyaknya tayangan fun edutainment yang berbasis islami. Dan ini juga menjadi salah satu pendorong utama karena menjawab resahnya masyarakat terutama orangtua yang sekarang eranya sudah digital dan serba elektronik ya, dengan berbagai macam konten yang tidak semuanya baik untuk keluarga dan anak.”<sup>30</sup>*

Dari wawancara diatas bahwasanya memang serial ini merupakan bentuk dari kebaikan dan proses perbaikan diri, karena sebelum lahir film ini, CEO The Little Giantz juga telah mengalami proses hijrah. Ini bisa menjadi salah satu hal yang mendorong lahirnya film ini. Seperti hasil wawancara berikut:

---

<sup>30</sup> Sagita Ajeng, *Corporate Secretary* The Little Giantz. Wawancara tanggal 28 Oktober 2019.



*“Yak, salah satunya memang kita berusaha untuk bukan menjadi lebih baik ya, tapi kita berusaha untuk menjadi lebih bermanfaat lebih banyak ke masyarakat.”<sup>31</sup>*

Dapat dipahami bahwa sebelumnya memang pembuat serial ini telah mengalami proses pembangunan pengetahuan untuk dirinya terlebih dahulu dengan cara meng-internalisasikan nilai-nilai Islam karena telah hijrah juga, sebelum nilai tersebut dibagikan kepada khalayak. Ditambah lagi karena serial ini menjadi cerminan realitas dari masyarakat itu sendiri sehingga menjadikan serial ini merupakan suatu bentuk tindakan nyata akan proses pemahaman akan nilai-nilai sosial yang ada di lingkungan di sekitar individu tersebut. Sehingga dari proses tersebut, akhirnya memunculkan keinginan untuk meneruskan nilai-nilai yang telah dipahami itu, dalam hal ini berusaha disampaikan lewat serial film ini. Seperti wawancara berikut ini:

*“Yang ingin kita bangun adalah Islam itu sebenarnya indah. Mengajarkan hal-hal simple di dalam kehidupan sehari-hari untuk selalu berbuat kebaikan.”<sup>32</sup>*

Dapat disimpulkan bahwa serial ini ingin selalu mengajarkan kebaikan, berlaku sopan santun, menghormati orang yang lebih tua serta adab-adab lainnya, sesuai yang diajarkan oleh Islam di dalam Al-Qur'an dan hadist, seperti yang terlihat dalam seluruh episodenya. Pemahaman

---

<sup>31</sup> Sagita Ajeng, *Corporate Secretary The Little Giantz*. Wawancara tanggal 28 Oktober 2019.

<sup>32</sup> Sagita Ajeng, *Corporate Secretary The Little Giantz*. Wawancara tanggal 16 Maret 2019.

Islam yang sesungguhnya mampu terbentuk lewat sarana ini. Bahwa Islam selalu membawa perdamaian bagi pemeluknya. Melalui hiburan film tersebut dan dimulai dari hal-hal yang sederhana di kehidupan sehari-harinya. Islam bisa didakwahkan dengan cara yang asyik, ringan, tidak kaku, dan lain sebagainya. Inilah yang sebenarnya hendak disampaikan oleh serial ini.

Sementara sebagai pentuk penerapan di institusi dan kelembagaan seperti ini, meski memang bernilai Islami namun tetap memegang nilai toleransi bagi non muslim. Karena juga memang para karyawannya berasal dari daerah yang berbeda. Seperti lingkungan kerja di The Little Giantz ini, berikut hasil wawancaranya:

*“Kalo untuk dari lingkungan kerja, kita kan tinggal di Indonesia, kita tetap berdasarkan kepada Bhinneka Tunggal Ika, karena kan memang 80 persen muslim. Tapi, di samping itu juga, bahkan ada yang supervisor kita, mereka juga bahkan non muslim, tapi mereka bangga dengan produksinya Nussa. Ada yang Buddha, Hindu, Nasrani juga ada.”*

Bagi yang beragama Islam tentu akan melaksanakan kewajibannya. Begitupun yang non muslim. Seperti halnya petikan ayat Al-Kafirun, “bagimu agamamu dan bagiku agamaku.” Untuk yang muslim, pihaknya memang tentu terbiasa ke mushollah untuk shalat. Berikut ini seperti yang disampaikan oleh Sagita:

*“Gak diharuskan juga sih buat shalat berjamaah, tapi memang kita membiasakan ketika shalat lebih baik berjamaah, kita ada*

*mushollahnya, Alhamdulillah bisa menampung lebih dari 30 orang, jadi memang kami bukan diharuskan ya, lebih kepada ini memang sudah menjadi inisiatif dan kesadaran teman-teman karyawan, yang memang ketika waktunya shalat, sudah mulai adzan, sudah mulai berangkat ke mushollah.*”<sup>33</sup>

Pembuatan film animasi seperti Nussa ini sebetulnya memanglah tidak mudah. Selain menghabiskan waktu yang lama dalam proses produksinya, juga diperlukan biaya produksi yang tinggi sekali. Apalagi serial Nussa juga fokus ditampilkan di Youtube, yang mendapat keuntungan dari *google adsense*. Selain itu, sempat tayang di televisi, namun dalam jangka waktunya yang sebentar sekali hanya selama bulan Ramadhan 1440 H di NET TV. Berselang sejak itu, serial film ini akhirnya tayang juga di Indosiar pada tanggal 12 Oktober 2019, dan masih tayang setiap hari di jam 6 pagi. Karena Nussa telah tayang di televisi dan pada umumnya media massa berkaitan dengan kapitalisme ataupun keuntungan sebagai orientasinya. Namun bagi serial film ini, pihaknya beranggapan seperti ini:

*“Oh tidak, kami tetap pada street sama fokus kita pada utama tetap kita tatanannya sesuai sama syariat Islam, karena kita masih selalu didampingi oleh ustadz-ustadz dan yang pasti tujuan utama kita lebih kepada menyebarkan kebaikan.”*<sup>34</sup>

Pada saat awal pembuatan serial ini pun menurut Mario Irwinsyah selaku orang yang juga terlibat dan bergabung dalam serial ini, karena

---

<sup>33</sup> Sagita Ajeng, *Corporate Secretary The Little Giantz*. Wawancara tanggal 28 Oktober 2019.

<sup>34</sup> Sagita Ajeng, *Corporate Secretary The Little Giantz*. Wawancara tanggal 28 Oktober 2019.

diberi masukan dan bimbingan juga dari ustadz, dikatakan bahwa jika ingin mengerjakan ini, lakukanlah bukan atas dasar bisnis, tapi lakukanlah atas dasar ibadah dan semacamnya.<sup>35</sup> Jadi memang akhirnya persentase pendidikannya lebih besar dalam serial film ini, yakni menjadi edukasi Islami. Artinya ini memang tidak terlalu untuk bisnis dan bukan fokus utama karena yang membuat serial ini bisa terus bertahan hanya lewat Youtube itu melalui *subscriber* dan penontonnya sendiri. Karena harapan pihaknya sendiri, serial ini bisa menjadi tontonan sekaligus tuntunan bagi para orangtua dan anak untuk mendapat ilmu dan bimbingan Islam yang lebih mudah. Sagita pun selaku sekretaris pun menambahkan bahwa pihaknya lebih memprioritaskan kepada masyarakat dibandingkan keuntungan.

*“Lebih kepada kepentingan kepada masyarakat, kepada kebaikan masyarakat pada umumnya. Lebih kepada kita bisa menjaga konten kreatif yang memang bernuansakan fun edutainment Islamic.”*<sup>36</sup>

Selain itu, serial Nussa ini juga telah membuka Nussa Store untuk penjualan *merchandise*, barang-barang ataupun pernak-pernik Nussa, lalu juga telah mengadakan pertunjukkan berbayar untuk serial ini, yakni Nussa Ukhuwah Show, dan juga akan segera tayang di bioskop Nussa *Movie* tahun 2020, hal ini tentu juga menjadi keuntungan lain dan

---

<sup>35</sup> Berdasarkan video di Youtube yang berjudul “Nussa Rarra animasi Indonesia fenomena dunia feat Mario Irwinsyah” tanggal 18 Desember 2018

<sup>36</sup> Sagita Ajeng, *Corporate Secretary* The Little Giantz. Wawancara tanggal 28 Oktober 2019.

penghasilan tambahan bagi pihak Nussa. Meski memang keuntungannya belum seberapa besar. Serial ini dalam memperoleh keuntungan bukanlah suatu keutamaan. Karena memang tujuannya biar banyak variasi seperti yang dikatakan berikut ini:

*“Lebih kepada kita ingin menjaga konten Nussa biar tidak monoton, biar lebih banyak improvisasi dan inovasinya karena kan biasanya kalo di Youtube kan orang hanya nonton, udah. Tapi kalo misalnya di Nussa Official Store atau Nussa Ukhuwah Show juga di event-event sebelumnya, mereka bisa merasakan langsung dekat dengan atmosfernya Nussa. Lebih merasakan secara nyata kayak misalnya Nussa Official Store, saya punya kaosnya Nussa nih, atau di Nussa Ukhuwah show bisa langsung ketemu Nussanya.”<sup>37</sup>*

CEO the Little Giantz, Aditya Triantoro dalam wawancaranya pada acara *talkshow* di salah satu stasiun televisi swasta mengatakan bahwa terkait modal awal dalam pembuatan film ini itu berasal dari pihaknya sendiri. Tidak ada bantuan dana dari pihak manapun, semuanya berasal dari The Little Giantz itu sendiri, sama sekali tidak ada bantuan. Karena Studio animasi The Little Giantz ini memang sudah mengerjakan banyak proyek dari luar juga, jadi dari hasil yang sudah dikerjakan tersebut bisa menjadi tambahan pendapatan bagi mereka dan juga alokasi untuk biaya produksi. Sampai saat ini, pihaknya akan terus berjalan karena inilah jalannya, meski dengan permodalan yang belum pasti, jadi sekarang akan independen saja terus.<sup>38</sup> Meskipun begitu, sebagai bentuk penyebaran, kerjasama dengan pihak eksternal juga dilakukan seperti dengan merk-

---

<sup>37</sup> Sagita Ajeng, *Corporate Secretary* The Little Giantz. Wawancara tanggal 28 Oktober 2019.

<sup>38</sup> Berdasarkan video Youtube yang berjudul “Ngobrol dengan Pembuat Kartun NUSSA” pada tanggal 15 Juli 2019.

merk sabun atau pasta gigi yang ditampilkan di salah satu episodenya.

Seperti yang dipaparkan berikut ini:

*“Kami lagi-lagi ingin menyebarkan Nussa kepada seluruh masyarakat sih, tanpa melihat ras, agama. Intinya tujuan kami cuman satu untuk memberikan pesan kebaikan yang ada dalam film Nussa itu sendiri.”*

*“Tetap untuk semua ide cerita, kontrol ada di kita, tapi mereka kan juga punya ide, maksudnya kita lebih kepada brand storming bareng, kita lebih kepada ngobrol bareng, apasih yang mau dia sampaikan kepada masyarakat mengenai brand tersebut yang memang kita kolaborasikan dengan ide cerita kita yang memang sudah dijaga untuk kontennya lalu kita eksekusi bersama. Intinya kita memang bekerjasama bareng sih, gitu.”<sup>39</sup>*

Dari wawancara diatas bahwasannya pihak eksternal tersebut tidak akan mempengaruhi naskah atau jalan cerita Islami yang dipersiapkan oleh pihak Nussa. Namun, pesan apa yang ingin disampaikan oleh merk tersebut menjadi masukan dan kerjasama yang telah disetujui kedua belah pihak. Karena menurut Aditya lagi, maksud dan tujuannya, *satu*, hanya ingin menunjukkan bahwa industri animasi Indonesia itu eksis. Bisa bersaing secara baik di pasar lokal maupun internasional. *Kedua*, pihaknya ingin menyampaikan melalui Nussa ini pesan-pesan moral yang ada, dalam arti anak kecil yang bernama Nussa ini memanglah tidak sempurna, tapi dengan perjalanannya tersebut akan mencari

---

<sup>39</sup> Sagita Ajeng, *Corporate Secretary* The Little Giantz. Wawancara tanggal 28 Oktober 2019.

kesempurnaan itu sendiri.<sup>40</sup> Seperti halnya yang disampaikan berikut ini oleh Sagita mengenai tujuannya:

*“Ini lebih kepada untuk kebaikan, visi misinya adalah lebih kepada menjawab keresahan para orangtua yang memang mereka, anak-anaknya kan selalu dikelilingi oleh digital, dikelilingi oleh hal-hal atau konten-konten yang sebenarnya tidak semuanya baik. Visi misinya sebetulnya lebih kepada meningkatkan kebaikan-kebaikan kepada seluruh masyarakat Indonesia pada umumnya dan mudah-mudahan nanti sampai ke seluruh dunia.”<sup>41</sup>*

Dari keterangan diatas bahwa dapat dipahami bahwa Nussa tidak ingin hanya berkarya saja, namun perlu pesan baik dibalikny. Inilah yang menjadi kebutuhan bagi pihaknya, yang juga sejalan dengan visinya yang ingin membuat karya serta konten yang punya banyak faedah, banyak berkah dan semangat berbagi kebaikan sehingga muncul lah serial Nussa ini.

a. Konstruksi nilai Islam di karakter-karakter serial Nussa

Seperti yang terlihat dalam serial film ini, untuk karakter animasinya begitu sarat akan simbol-simbol Islam seperti peci dan jilbab. Secara fisik, Nussa dibuat berwajah bulat, beralis tebal, bermata besar dan punya kaki palsu.

---

<sup>40</sup> Dalam *talkshow* Hitam Putih di Trans7 pada tanggal 20 Desember 2018. Diakses lewat Youtube tanggal 3 Maret 2019

<sup>41</sup> Sagita Ajeng, *Corporate Secretary* The Little Giantz. Wawancara tanggal 28 Oktober 2019.



**Gambar 11.** Sketsa Karakter Nussa & Rarra

Untuk hal ini karena memang tim produksi Nussa dan juga pendiri Nussa sudah lama bergerak dalam industri animasi. Berbekal pengalaman itulah, sambil belajar dan mencoba mengeksplorasikan apa yang telah diketahui sebelumnya. Misalnya, apa saja yang disukai oleh masyarakat, apa produk yang lebih diminati dan lebih menarik perhatian masyarakat. Aplikatifnya ialah pada bentuk karakter. Dengan Nussa yang dibuat bermata besar, serta warna-warna yang dipilih untuk setiap karakter. Mengenai aspek tampilan, Nussa didesain dengan berpeci putih dan memakai baju koko warna hijau. Seorang anak kecil yang rapi, pintar, baik, inilah gambaran yang diinginkan tentang Islam. Bukan lusuh, acak-acakan, tidak ramah dan lain sebagainya. Maka pihaknya berusaha membentuk gambaran ini.

Peci serta baju koko memang identik dengan budaya Islam. Sejak dulu, peci memang dikenal khas sebagai penutup kepala kaum pria di Nusantara khususnya orang-orang Melayu yang beragama Islam. Atau sekurang-kurangnya, peci, sarung, dan keIslaman, sejak zaman dahulu memang identik satu sama lain. Di pulau Jawa, pada masa pergerakan merebut kemerdekaan, peci identik dengan kaum santri. Para pemuda



pejuang yang berasal dari kaum santri umumnya memang menggunakan peci sebagai identitas keseharian mereka, jauh sebelum Sukarno mendeklarasikan peci sebagai identitas kebangsaan kita.<sup>42</sup>

Tidak hanya di Indonesia, peci juga dikenal dan sudah menjadi busana khas masyarakat Melayu sejak berabad-abad yang lalu. Rozan Yunos dalam artikelnya yang sangat terkenal *The Origin of the Songkok or Kopiah di The Brunei Times*, mengatakan bahwa Peci atau songkok pertama kali diperkenalkan ke bangsa Melayu oleh para pedagang Arab pada abad ke 13. Menurut Rozan, sebenarnya disamping peci, ada juga penutup kepala yang disebut sorban. Namun sorban lebih identik dengan simbol keulamaan. Sedangkan bagi masyarakat biasa, mereka lebih suka menggunakan songkok. Demikian luasnya penggunaan songkok pada waktu itu, hingga “menurut para ahli, songkok menjadi pemandangan umum di Kepulauan Malaya sekitar abad ke-13, saat Islam mulai mengakar.



**Gambar.12** Nussa & tampilan lelaki muslim

Pihak The Little Giantz telah membentuk penampilan Nussa serupa dengan laki-laki muslim sesuai dengan realitas yang ada yakni identik

---

<sup>42</sup> <https://ganaislamika.com/>. Diakses tanggal 1 Desember 2019

dengan kopiah/peci serta baju kokonya. Hal ini karena memang konten filmnya yang bertema Islami, sehingga dari segi berpakaian pun disesuaikan dengan tampilan laki-laki Muslim yang sebetulnya. Pihak The Little Giantz juga menaruh perhatian pada warna-warna yang digunakan tiap karakter di serial film ini. Pemilihan warna untuk Nussa dibuat agak lebih tenang, lebih beribawa, lebih terasa sayang sama adiknya dengan baju warna hijau yang dikenakannya itu.<sup>43</sup> Selain itu, warna hijau juga merupakan salah satu warna kesukaan Rasulullah. Annas bin Malik mengatakan, “Warna yang paling disukai oleh Rasulullah SAW adalah hijau.”

Sementara mengenai kaki palsu Nussa, sebenarnya pada awal pembuatan karakter tersebut, The Little Giantz selaku pihak produksi, mendesain Nussa menjadi anak laki-laki sempurna, yang sehat dan normal. Namun akhirnya dipilih menjadi berbeda dari awalan tersebut yakni menjadi penyandang disabilitas. Karena pihaknya meyakini banyak sekali para orangtua diluar sana yang memiliki situasi sama seperti yang dialami oleh Nussa tersebut. Dengan harapan bahwa dengan ketidaksempurnaan Nussa itu, orang-orang bisa merasakan semangat yang sama, semangat bahwa dengan Islam dan konten film tersebut pihaknya akan mengajarkan bahwa kesempurnaan itu ada. Pesan itulah yang ingin ditanamkan dari desain Nussa tersebut.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> Sagita Ajeng, *Corporate Secretary* The Little Giantz. Wawancara tanggal 16 Maret 2019.

<sup>44</sup> Berdasarkan video di Youtube yang judulnya “Nussa : *Behind the Scene*”. Diakses tanggal 3 Maret 2019.



**Gambar 13.** Desain awal Nussa yang ‘sempurna’ & Rarra

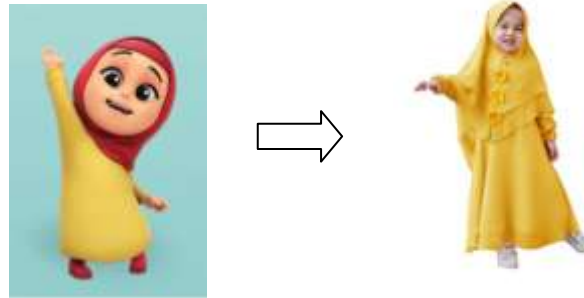
Bahkan ada episode spesial yang menceritakan khusus tentang Nussa yang berkaki palsu ini. Judulnya ialah “NUSSA SPESIAL : NUSSA BISA” yang ditayangkan pada tanggal 21 Maret 2019. Dijelaskan di episode itu bahwa Nussa memang terlahir sudah dalam kondisi yang tidak sempurna, sehingga sejak itu Nussa harus menggunakan kaki palsu.



**Gambar 14.** Episode spesial: Nussa Bisa

Rarra. Secara fisik, di desain memang utuh menjadi anak kecil yang cantik, sempurna, yang mau belajar kesempurnaan itu dari kakaknya, Nussa. Karena kakak beradik, Rarra mempunyai bentuk wajah, alis serta mata besar yang sama seperti Nussa. Secara tampilan, Rarra juga sama identik dengan Islam yakni mengenakan jilbab berwarna merah dan juga baju gamis berwarna kuning. Ummnya pun juga sama, berjilbab dan berbaju gamis. Jilbab dan gamis pun memang merupakan ciri khas dari perempuan muslim di dunia. Karena

memang berjilbab merupakan perintah Allah SWT yang diajarkan dalam Islam yakni perintah untuk menutup aurat.



**Gambar.15** Rarra & anak perempuan muslim

Tampilan Rarra dibentuk sama seperti Nussa yang bersimbol Islam di kopiah dan baju kokonya. Sedangkan untuk versi perempuannya Rarra meniru realitas muslimah yang sesuai dengan ajaran Islam yakni dengan mengenakan jilbab dan baju gamis. Sedangkan pemilihan warna berupa kuning pada gamisnya dan merah untuk jilbabnya, didasarkan karena warna kuning dan juga merah mengidentikkan pada hal-hal yang cerah, ceria dan enerjik. Pada umumnya, warna kuning sering digunakan sebagai warna ornamen Melayu selain Hijau. Seperti warna yang dikenakan oleh Nussa dan Rarra. Digunakan juga pada bangunan istana, pakaian, ataupun rumah masyarakat. Seperti Istana Maimun, dan lainnya. Menurut Syed Ahmad Jamal, dalam kebudayaan Melayu warna memegang peranan penting, masyarakat Melayu gemar terhadap warna yang cerah, seperti warna kuning. Warna kuning salah satu warna paling populer dan penting di

kalangan orang Melayu sebagai warna diraja yang penuh kebesaran.<sup>45</sup> Apalagi definisi Melayu ialah "Orang Melayu adalah beragama Islam, berbahasa Melayu sehari-hari dan adat istiadat Melayu". Dan Indonesia, menjadi salah satu negara yang berumpun Melayu.



**Gambar 16.** Istana Maemun & pakaian tarian Riau

Karakter Umma dalam serial ini juga ditampilkan dengan mengenakan gamis dan berjilbab sama seperti Rarra yang bersimbol Islam.



**Gambar 17.** Umma & Ibu-ibu Muslim

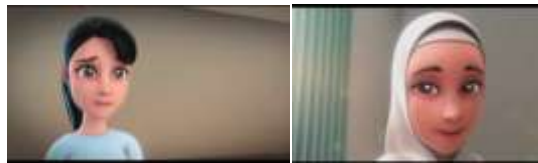
Diceritakan di episode spesial "Nussa Bisa", pada saat Nussa baru lahir, Ummanya belum mengenakan jilbab. Setelah menerima realita bahwa Nussa terlahir dengan tidak sempurna tanpa kaki kirinya tersebutlah, Ummanya mendapat hidayah dari ujian tersebut dan akhirnya memutuskan untuk mengenakan jilbab lalu juga memakaikan

---

<sup>45</sup> <https://www.malaya.or.id/index.php/2015/>. Diakses tanggal 2 Oktober 2019

kaki palsu ke Nussa sejak saat itu. Sehingga makna pesan yang akhirnya didapat penonton, bahwasanya dalam menerima ujian tersebut Ummanya berusaha untuk menerima dengan ikhlas, sabar, dan mencoba bersyukur dengan menjadikan diri lebih baik lagi, bukannya dikeluhkan atau bahkan disesalkan. Allah berfirman dalam Q.S Al-Baqarah ayat 45 yang artinya:

*“Dan mintalah pertolongan (kepada Allah SWT) dengan jalan sabar dan mengerjakan shalat.....”*



**Gambar 18.** Proses hijrah Umma

Karakter kucing di serial ini digambarkan dengan warna abu-abu dan bernama Antta sebagai peliharaan satu-satunya yang dipunya Nussa dan Rarra. Bernama Antta karena merupakan akronim dari NUSANTARA, Nussa-Antta-Rarra. Dalam setiap episodenya Antta selalu tampil lucu, tingkahnya yang kadang menjahili Nussa dan Rarra. Meskipun begitu, Nussa dan Rarra terlihat selalu menyayangi Antta, merawat dan memberinya makan. Karena terhadap sesama makhluk hidup sejatinya harus saling menyayangi. Karena setiap menyayangi makhluk hidup adalah berpahala.

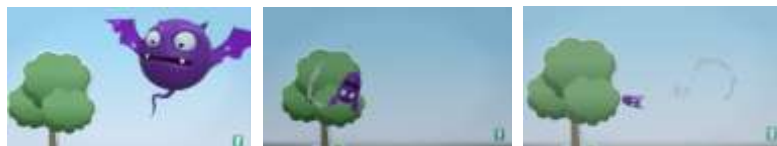


**Gambar 19.** Kucing ‘Antta’

Kemudian karakter setan di serial film ini dibentuk seperti kelelawar tapi menyerupai sebuah balon. Di serial film ini, jika orang takut, maka setan ini akan membesar dan jika telah dibacakan doa, setan ini perlahan-lahan akan mengempis dan terbang lenyap layaknya balon. Pemilihan warna setannya pun juga disesuaikan.

*“Kalo misalnya hantu kan kalau warnanya putih serem banget ya kayak kuntilanak, kalo misalnya item juga serem banget. Jadi dibikin agak serem tapi masih oke lah, biar gak terlalu ditakuti sama anak-anak, jadi kita pilihlah warna ungu.”<sup>46</sup>*

Selain itu, berdasarkan definisi kewarnaan, sebenarnya warna ungu memberi kesan magis, mistis, misterius, dan mampu menarik perhatian, kekayaan, dan kebangsawan.<sup>47</sup>



**Gambar 20.** Karakter setan yang seperti balon

Untuk karakter dalam serial Nussa ini, pihak The Little Giantz sangat berhati-hati. Penambahan karakter pun juga tidak sekaligus ditampilkan. Seperti misalnya karakter Umma yang kelihatan jelas baru saat episode yang ke 18. Sedangkan karakter abahnya/ayahnya belum ditampilkan hingga saat ini secara jelas. Alasannya karena pihaknya ingin membangun karakter tersebut secara perlahan-lahan

---

<sup>46</sup> Sagita Ajeng, *Corporate Secretary* The Little Giantz. Wawancara tanggal 16 Maret 2019.

<sup>47</sup> Lia S. Anggraini & Kirana Nathalia. 2016. *Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula*, Bandung: Nuansa Cendekia, Cet. Ke-4, h.50

dan ingin membuat penontonnya terus penasaran. Memang untuk penambahan setiap karakter baru, pihaknya sangat berhati-hati karena karakter tersebut haruslah memiliki peran yang bagus, karena sifatnya yang akan tetap dalam serial ini.

Selain karakter tersebut, yang juga menjadi perhatian pihaknya ialah desain rumah Nussa. Ditampilkan di serial filmnya, bentuk rumah yang ditempati oleh keluarga Nussa memiliki model yang sederhana. Tidak mewah, terlihat tidak berlebihan melainkan hanya bentuk rumah dengan fasilitasnya yang juga mencukupi. Di setiap episodanya pun sering terlihat fasilitas dan barang-barang yang dimiliki tidak terlalu mewah. Hanya ada beberapa barang seperti televisi, kulkas, kipas angin, *rice cooker*, kompor gas, dsb. Selain itu, terdapat juga kaligrafi-kaligrafi yang terpajang di dinding rumah tersebut.

Jika meniru dari kesederhanaan Rasulullah, tempat tinggal Nabi Muhammad SAW sangat kecil dengan hamparan tikar usang dan nyaris tanpa perabot. Umar menceritakan kebersamaannya bersama Rasulullah SAW,

*“Saat itu beliau berada di atas tikar yang tidak dilapisi sesuatu apa pun. Di bawah kepalanya hanya terdapat bantal yang terbuat dari kulit yang berisikan sabut. Pada kedua kakinya terdapat dedaunan yang dituangkan, sementara di kepalanya terdapat kulit yang telah disamak. Aku melihat bekas tikar itu di sebelah kiri badannya, dan aku pun menangis. Beliau bertanya: "Apa yang menyebabkanmu menangis?" Aku menjawab: "Wahai Rasulullah,*



*sesungguhnya Kisra dan Kaisar keduanya berada dalam kesenangan, sementara Anda wahai Rasulullah...,” Akhirnya beliau bersabda: “Tidakkah kamu ridha apabila dunia ini menjadi milik mereka, sedangkan akhirat untuk kita?” (Shahih Bukhari 4532)*

Maka jika dikaitkan dengan kesederhanaan dari Nabi Muhammad SAW tersebut sebagai suri tauladan terbaik, serial film Nussa mencoba menampilkan bentuk keluarga muslim yang sederhana sesuai dengan yang dicontohkan oleh Rasul.

Lalu jika melihat lebih rinci lagi, di kamarnya Nussa banyak mainan dan barang yang bertemakan “pengetahuan”, seperti roket mainan, teleskop, miniatur tata surya, dan buku-buku yang menggambarkan Nussa sebagai anak yang pintar.



**Gambar 21.** Rumah Nussa & mainan Nussa

Selain itu, kamar-kamarnya juga terpisah antara Umma, Nussa dan Rarranya. Memisahkan tempat tidur adalah bagian dari anjuran dalam agama Islam, mengenai fiqih pendidikan anak. Ketika umur 7 tahun inilah tempat tidur anak sudah wajib harus mulai dipisahkan antara laki-laki dan perempuan. Ini juga termasuk pemisahan antara kamar tidur anak dengan orangtuanya. Dilakukan atas bentuk kehati-hatian

dari godaan syahwat, meskipun mereka adalah saudara kandung.<sup>48</sup>

Dalam sebuah hadis sahih riwayat Abu Dawud, Nabi bersabda:

*“Perintahkan anak-anakmu shalat ketika mereka pada usia 7 tahun. Pukullah mereka untuk shalat pada usia 10 tahun, dan pisahkanlah tempat tidur mereka”* (Hadis ini menurut Imam Nawawi dalam Al-Majmuk, hlm. 3/12, status sanadnya shahih).

a. Perbandingan Karakter Film Nussa dengan Karakter Anak Islami Lainnya

Di Indonesia, selain kartun Nussa masih banyak kartun anak Islami yang serupa. Namun ada hal-hal yang menjadi pembeda dengan serial film Nussa ini. Berikut perbandingannya:

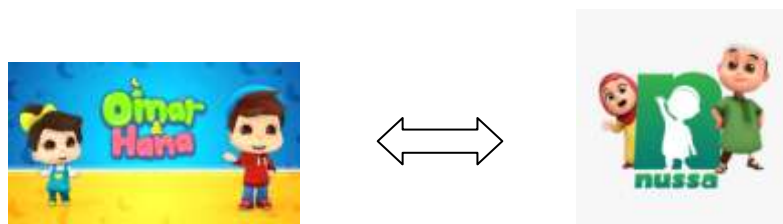
1) Antara film Nussa dengan Omar & Hanna

Di Indonesia, salah satu kartun anak Islami yang tayang selain Nussa adalah kartun “Omar & Hanna”. Diproduksi oleh Astro Malaysia yang bekerjasama dengan *Measat Broadcast Network System* dan *DD Animation Studio*. Tayang di Youtube dan di televisi yang telah tayang perdana di Indonesia selama Bulan Ramadhan 2018 di RTV. Menampilkan kakak beradik bernama Omar dan Hanna, yang berumur 6 & 4 tahun. Animasi ini menyampaikan pesan-pesan Islami melalui cerita dan lagu-lagu Islami seperti “Main Sama-Sama”, “Alif-Ba-Ta”, “Bismillah”, dan lain-lainnya. Namun, untuk karakter Omar dan Hanna tidak digambarkan seperti realitas muslim & muslimah di dunia dari

---

<sup>48</sup> <https://m.liputan6.com/>. Diakses tanggal 2 Oktober 2019.

segi penampilannya. Tidak menisisipkan kopiah atau jilbab sebagai simbol keislaman di karakternya. Ini berarti serial Nussa menunjukkan bahwa memang pihaknya sungguh intensif untuk menampilkan Islam secara konkret sesuai dengan apa yang telah menjadi identitas Islam pada umumnya.



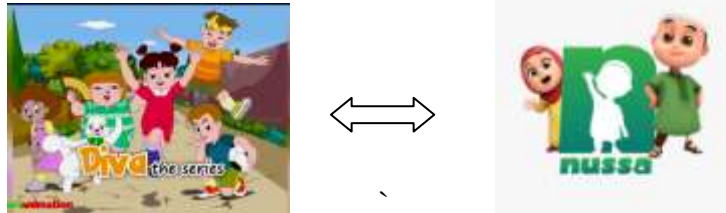
**Gambar 22.** Kartun Omar & Hana serta Nussa

Kartun Omar dan Hana ini dibentuk sebagai karakter yang tampilannya bersifat umum. Seperti Omar yang mengenakan jaket dan topi kupluk serta hana yang rambutnya dikuncir serta menggunakan celana. Kontras dengan tampilan Nussa dan Rarra yang menggunakan simbol Islam.

2) Antara serial Nussa dengan kartun *Diva The Series*

Kartun Diva ini diproduksi oleh Kastari *Animation* (PT. Kastari Sentra Media) yang berkantor di Tangerang Selatan. Pertama kali tayang mulai tahun 2016, dengan menampilkan karakter anak perempuan yang bernama Diva yang selalu ditemani oleh kucing putih yang bernama Pupus. Selain itu ada juga teman-temannya yang digambarkan berasal dari berbagai suku dan agama. Ditujukan untuk anak-anak usia 6 tahun keatas dengan cerita-cerita khas anak seperti belajar, mengenal

bentuk persahabatan, bernyanyi bersama, dan juga mengenal keanekaragaman budaya-budaya Indonesia. Selain itu, kartun ini juga bernuansa pendidikan, religius, dan penuh nilai kebaikan mengenai Islam misalnya seperti “Puasa Sudah Tiba”, “Indahnya Ciptaan Allah”, atau “Baju Lebaran”. Penayangan kartun ini melalui Youtube, kepingan VCD dan juga tayang di RTV.



**Gambar 22.** Kartun Omar & Hana serta Nussa

Sama halnya seperti karakter Omar & Hanna, karakter utama di kartun ini, yakni Diva tidak dibentuk dengan gambaran simbol Islam, Diva dibentuk dengan rambut berkuncir dua, tidak mengenakan jilbab, memakai baju berwarna merah dan bersepatu ungu. Diva hanya dibuat mengenakan jilbab hanya pada episode tertentu saat Diva ingin ke masjid atau saat perayaan hari raya Islam dan lainnya yang berkaitan dengan kegiatan ke-Islaman saja. Namun dalam kegiatan kesehariannya, Diva tidak ditampilkan begitu. Hanya karakter ibunya Diva saja yang dibuat mengenakan jilbab secara tetap.

Jadi, meski kesemua kartun tersebut bernuansa Islam, yakni “Omar & Hanna” juga “Diva”, namun kedua kartun tersebut karakternya tidak digambarkan sebagaimana umat Muslim berpenampilan. Sedangkan kartun Nussa, secara keseluruhan karakternya dibentuk dengan muslim dan muslimah yang sebetulnya. Begitulah makna pesan yang berusaha disampaikan lewat serial film ini. Melalui karakternya, pengkomunikasian yang bermuatan dakwah dibangun sedemikian seriusnya.

b. Konstruksi naskah/ide cerita serial Nussa

Pihak Nussa telah melakukan semacam analisa sebelumnya, maka diantara banyaknya film kartun yang beredar di Indonesia tersebut, serial film Nussa secara khas mengusung tema ‘Islam’ dalam alur ceritanya. Berikut ini penjelasannya terkait latar belakang serial ini mengangkat tema Islam:

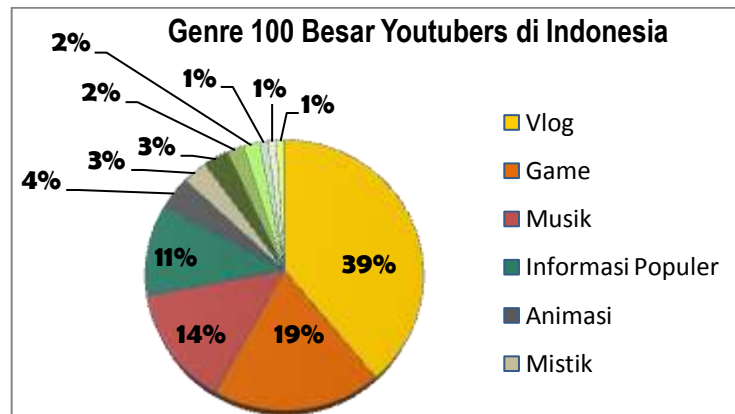
*“Yang melatarbelakangi adalah sebenarnya kita sebagai praktisi industri dan juga kita mendengar banyak sekali masyarakat yang merasa belum banyaknya konten edutainment yang memang belum terlalu banyak di Indonesia. mungkin sebenarnya banyak banget cuman belum terekspos dengan baik. Ditambah lagi dengan quality internasional yang memang kita jaga.”<sup>49</sup>*

Terkait hal itu, berdasarkan pengolahan data oleh *Tirto.id* seperti yang terlihat di grafik bawah, bahwa memang konten yang paling populer adalah yang bergenre *video blogging* atau vlog dengan tipe

---

<sup>49</sup> Sagita Ajeng, *Corporate Secretary* The Little Giantz. Wawancara tanggal 16 Maret 2019.

vlog keluarga. Sedangkan untuk genre animasi sendiri hanya diminati sebanyak 4 persen saja.<sup>50</sup>



**Gambar 24.** Grafik mengenai genre populer di Youtube

Sama halnya untuk media massa. Di televisi sendiri, program untuk anak masih berada dibawah indeks standar kualitas yang telah ditetapkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Bahkan berdasarkan hasil kajian dan pemantauan tentang tayangan anak dan kartun berbahaya serta pendapat dari pakar dan pemerhati anak, terdapat lima tayangan kartun yang masuk dalam kategori berbahaya dan hati-hati oleh KPI. Kelima tayangan tersebut antara lain Bima Sakti (ANTV), Little Krishna (ANTV), Tom & Jerry (ANTV, RCTI, Global TV), Crayon Sinchan (RCTI), dan Spongebob Squarepants (Global TV). KPI menilai kelima tayangan tersebut penuh dengan muatan/isi yang berdampak buruk untuk perkembangan fisik dan mental anak.<sup>51</sup> Menurut KPI pula, anak-anak Indonesia butuh tontonan yang mendidik, berkarakter dan berbudaya. Secara umum

<sup>50</sup> <http://www.tirto.id/>. Diakses tanggal 10 Agustus 2019.

<sup>51</sup> <http://www.cnnindonesia.com/>. Diakses tanggal 10 Agustus 2019.

siaran-siaran untuk anak-anak belum memenuhi kata cukup sehingga anak-anak kekurangan tayangan yang cocok untuk umur mereka. Jika anak-anak menonton siaran yang kurang pantas untuknya, jelas akan berdampak pada perilakunya.<sup>52</sup>

Pada proses penulisan naskah cerita, serta topik yang dipilih untuk ditayangkan setiap minggunya itu ditentukan dari tim produksinya sendiri. Dengan melihat momentum yang pas untuk episodenya di bulan ini, atau misalnya di bulan Februari atau bahkan untuk di bulan selanjutnya nanti sudah dipersiapkan sesuai dengan apa momentumnya. Sedangkan untuk jalan cerita dan ide cerita didalam naskah berasal dari pihak internal The Little Giantz.

*“Itu memang dari internal kita dan memang tidak out source untuk ide cerita ini. Karena memang ide cerita ini yang krusial sekali. Jadi ketika kita punya tim in house sendiri untuk pengembangan ide cerita itu lebih tersupervisi dengan lebih aman aja sih.”*<sup>53</sup>

Namun, memang ada beberapa masukan dan diskusi dengan para ustadz seperti ustadz Felix Siau, terkait pembahasan materi ini di setiap episodenya. Dalam serial film ini, di setiap cerita dan setiap dialog yang ditampilkan benar-benar seperti nyata di kehidupan sehari-hari. Misalnya Rarra dengan perspektifnya sesuai dengan anak berumur 5 tahun yang sebenarnya, atau Nussa yang berspektif

---

<sup>52</sup> <http://www.tirto.id/>. Diakses tanggal 10 Agustus 2019.

<sup>53</sup> Sagita Ajeng, *Corporate Secretary* The Little Giantz. Wawancara tanggal 16 Maret 2019.

layaknya anak 7 tahun sungguhan. Pihak Nussa mengatakan terkait hal ini, memang salah satu kreator Nussa juga yang menjadi salah satu penulisnya yakni Boni Wirasmono selaku *Chief Creative Officer*, yang memang mempunyai tim khusus untuk menghidupkan karakter Nussa Rarra ini. Dan juga untuk dialog ataupun ‘celetukan’ khas anak kecil dalam serial film tersebut memang berdasarkan pengalaman anak-anaknya.<sup>54</sup> Hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh Sagita, perwakilan dari The Little Giantz bahwa tema yang berbeda setiap minggunya berdasar atas keseharian di masyarakat:

*“Ini bisa kita ngambil dari tema-tema gitu, kita ambil dari untuk kehidupan sehari-hari dari contoh kasus di kehidupan sehari-hari, ama kakak-beradik, ibu dan sahabat, teman-teman seperti itu. Intinya menang ceritanya ini berdasarkan cerita di kehidupan sehari-hari.”*<sup>55</sup>

c. Persiapan teknis/produksi animasi

Sebelum serial animasi bisa tayang dan disaksikan oleh orang banyak, ada sebuah alur/proses produksi yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan/organisasi tersebut. Dalam industri animasi, proses tersebut dinamakan *3D Animation Pipeline*. The Little Giantz juga telah memenuhi kebutuhan produksi berkualitas tinggi. Selain itu,

---

TV.<sup>54</sup> Berdasarkan acara ‘Indonesia Morning Show’ mengenai animasi Nussa Rarra di NET

2019.<sup>55</sup> Sagita Ajeng, *Corporate Secretary* The Little Giantz. Wawancara tanggal 28 Oktober



fasilitas dan staff yang ada di perusahaan ini telah berstandar internasional, sehingga hasil animasinya juga berkualitas baik. Hal inilah yang selalu dijaga oleh The Little Giantz agar bisa diminati dan disukai oleh seluruh masyarakat. Secara garis besar proses tersebut terbagi dalam 3 tahapan, yaitu: pra-produksi, produksi dan posting. Berikut persiapan tersebut yang akan dipaparkan secara singkat.

#### 1) Pra-produksi

- Ide cerita & *script*. Proses awal adalah di naskah ini, setiap kali pertemuan akan dibahas 2 naskah. Dilakukan revisi yang bisa menghabiskan waktu kurang lebih satu minggu. Pihaknya sangat hati-hati dalam membangun *script* per episodenya ini karena pihaknya menginginkan cerita Nussa ini tetap ada unsur edukasinya dan juga tetap dimasukkan unsur hiburannya.<sup>56</sup>

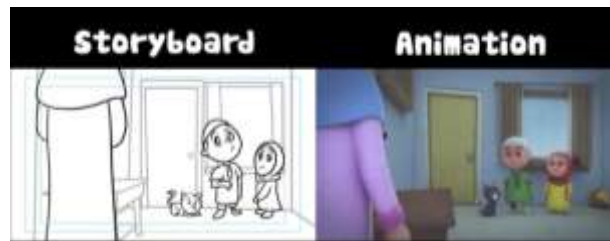


**Gambar 25.** Bentuk script yang telah dijadikan animasi

- *Storyboard*. Proses mendesain karakter berdasarkan *script* yang telah dibuat sebelumnya, yang biasanya berupa coretan gambar saja proses ini juga akan memakan waktu kurang lebih satu minggu. *Storyboard* ini merupakan proses awal yang tidak kalah

<sup>56</sup> Berdasarkan video di Youtube yang judulnya “Nussa : *Behind the Scene*”. Diakses tanggal 3 Maret 2019.

penting. Dimana disitu pertama kali dilihat secara visual dari naskah yang dituangkan menjadi *storyboard* akan menjadi panduan bagi animator untuk bekerja.



**Gambar 26.** Contoh *Storyboard* yang telah dijadikan animasi

- *Voice Over*. Proses perekaman suara untuk karakter di klip filmnya nanti, juga biasanya akan berpegang pada teks yang sebelumnya telah dipersiapkan. Untuk pemilihan suara ini, The Little Giantz benar-benar menginginkan suara asli dari seorang anak-anak, bukan dari orang dewasa yang dibuat menyerupai suara anak-anak misalnya seperti Doremon. Hal ini dikarenakan ada beberapa aksen yang sangat natural yang tidak bisa didapat dari orang dewasa, maka inilah yang diinginkan oleh pihaknya. Jadi karakter Nussa diisi oleh seorang anak bernama Muzakki Ramdhan yang berumur 9 tahun. Karakter Rarra diisi oleh seorang anak yang bernama Aysha Razaana Ocean Fajar yang berumur 5 tahun. Aysha sendiri, karna belum bisa membaca jadi dibantu dan diarahkan oleh Risnawan Martantio selaku *Voice Directing* berdasarkan naskah yang ada untuk dibacakan lalu kemudian diikuti oleh Aysha. Untuk suara ummanya diisi oleh Jessy Milianti.



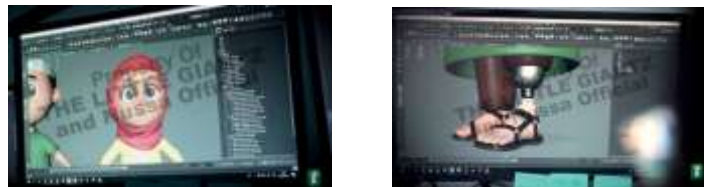
**Gambar 27.** Pengisi suara Nussa & Rarra

The Little Giantz memang telah melakukan semacam audisi atau seleksi untuk pengisi suara Nussa, Rarra, dan Ummanya ini sebelumnya, disaat awal pembuatan serial ini. Pihaknya sangat hati-hati dalam memilih suara itu agar sesuai dengan karakter animasinya, bukan sembarangan. Bahkan karena kehati-hatiannya tersebut, pihaknya pernah melakukan audisi ulang ketika sudah terpilih pengisi suara untuk pertama kalinya dan sudah diambil untuk 3 episode, tapi karena kurang sesuai di rasa, lalu diulanglah kembali dari nol dan terpilihlah suara yang hingga sekarang ini digunakan.

- *Animatic. Storyboard* yang dibuat jadi animasi. Gambar lalu diolah pada suatu aplikasi *editing* untuk kemudian diatur *timing* sesuai dengan *scenario/script* yang telah dibuat. *Animatic* ini baru pertama kali bisa melihat gambar *storyboard* tadi yang digabungkan dengan suara, musik dan *voice over* dari karakter-karakter yang ada di Nussa yang juga memakan waktu kurang lebih juga satu minggu

## 2) Produksi Animasi

- *Modeling* karakter. Sebuah proses pembentukan ‘patung’nya atau objek 3Dnya dengan bantuan perangkat lunak tiga dimensi. Proses pembuatan Nussa ini sendiri sekitar 3 bulanan yang disesuaikan dengan desain karakter yang sebelumnya telah dibuat. Ada 120 animator yang terlibat dalam pemroduksian serial ini dan khusus untuk karakter Nussa berjumlah 10 orang.



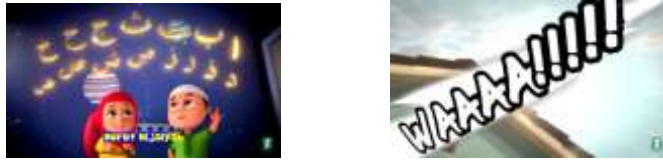
**Gambar 28.** Proses modelling karakter

- *Rigging*/Penulangan. Model karakter lalu diberi ‘persendian’ dan kontrol gerak agar animator dapat membuat bentuk pose dari model tersebut.



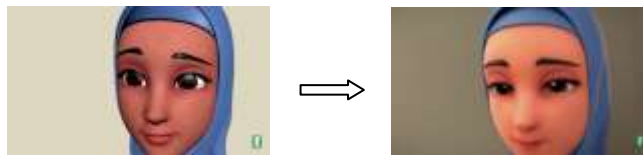
**Gambar 29.** Pemberian gerak di model karakter

- *Layouting & Animating*. Penempatan sudut kamera, *staging* yang sesuai dengan skenario di setiap *scene*. Serta proses pembuatan gerakan pada karakter atau objek sesuai dengan skenario.
- *Simulation & Effect*. Pemberian sebuah efek kepada animasinya agar terlihat lebih nyata.



**Gambar 30.** Contoh efek dalam serial film Nussa

- *Shading & Lighting*. Lebih tertuju pada proses perubahan warna di suatu objek/permukaan dalam sebuah 3D *scene*, berdasarkan jarak dan sudut terhadap pantulan cahaya untuk menciptakan efek realistik. Proses *lighting* ini sendiri memakan waktu kurang lebih 2 sampai 4 hari untuk menentukan warnanya.



**Gambar 31.** Pemberian *Lighting*

### 3) *Post-produksi*

- *Rendering*. Proses dari membangun gambar dari sebuah model/sebuah berkas adegan melalui program komputer. Untuk satu *frame* itu bisa 8 menit sampai 10 menit. Sehingga bisa sampai 2 – 3 hari.
- *Editing & Compositing*. Proses menata *shot* menjadi suatu rekaman gambar yang utuh. *Compositing*nya sendiri kurang lebih 2 sampai 3 hari setelah proses *render* atau *lighting*nya sudah selesai.
- *Sound & Music designing*. Proses menentukan, memperoleh, memanipulasi atau menghasilkan elemen audio.



**Gambar 32.** Proses audio post

- *Publishing*. Proses akhir dimana film telah bisa ditayangkan kepada khalayak luas dalam berbagai media atau *channel*. Yakni, melalui Youtube yang sebelumnya juga dikabarkan lewat media sosial mereka.

Kendala yang paling dirasakan dari keseluruhan proses untuk serial ini ialah pada proses pengambilan suara/*dubbing* untuk karakter Nussa dan Rarranya. Karena pengisi suara karakter tersebut masih anak-anak, sehingga untuk mengatasinya ada *special treatment*, misal diajak bermain dulu, yang dilakukan untuk memperat dengan Nussa dan Rarranya itu. Sedangkan untuk di produksinya, lebih kepada hal teknis dan peningkatan kualitas animasi yang berusaha terus menerus ditingkatkan.

## **2. Strategi Sebaran Serial Film Nussa**

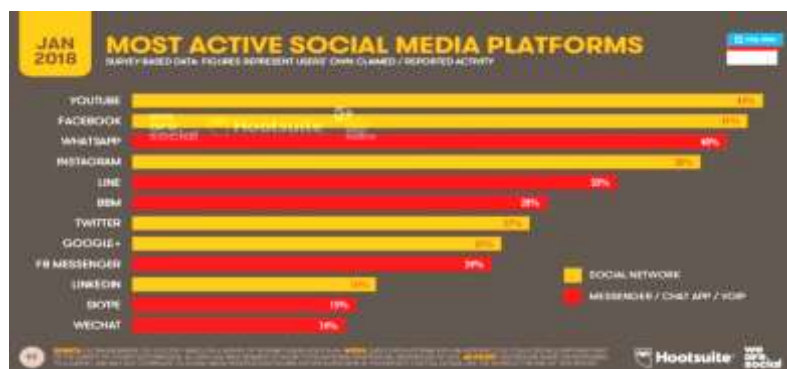
### **a. Pemilihan media**

Untuk mendapatkan sasaran dalam menyampaikan/mendakwahkan nilai keislaman, dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, isi pesan yang akan disampaikan serta teknik yang akan digunakan. Berikut ini pemilihan

media dan sarana yang digunakan serial film Nussa dalam menyebarkan tayangannya:

- Melalui Youtube

Berdasarkan data Nielsen pada tahun 2017 yang menyebutkan bahwa memang televisi (96%) dan internet (44%) menjadi penetrasi media yang paling banyak diakses oleh masyarakat di Indonesia. Terutama bagi generasi Z (10-19 tahun) dan generasi Millenials (20-34 tahun). Kemudian berdasarkan penelitian oleh *We Are Social* yang bekerjasama dengan *Hootsuite* tahun 2018, menyebutkan bahwa orang Indonesia yang terbilang aktif di media sosial ada 130 juta orang. Platform media sosial yang paling aktif digunakan oleh orang Indonesia, diantaranya Youtube tertinggi dengan 43%, lalu diikuti Facebook 41%, dan WhatsApp 40%.<sup>55</sup>



**Gambar 33.** Jumlah media sosial yang paling aktif diakses

Menurut Teori Konstruksi Sosial Media Massa, masing-masing strategi sebaran media memiliki perbedaan dalam

<sup>55</sup> <https://m.detik.com/inet/cyberlife/>. Diakses tanggal 2 Agustus 2019.

konsep konkretnya. Namun prinsip utamanya *real-time*. Media elektronik dengan *real-timenya* adalah seketika disiarkan, seketika itu juga sampai ke pemirsa atau pendengar. Youtube meski memang pemublikasiannya yang mingguan, namun Youtube seketika tayang bisa langsung disaksikan oleh penonton yang tidak terbatas waktu dan tempat, jangkauannya pun lebih luas karena aksesnya yang begitu mudah, bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun. Tayangan Youtube juga tidak bersifat temporer layaknya media cetak. Waktu yang disediakan tanpa batas, tayangan di Youtube bisa diputar berulang kali sesuai dengan yang diinginkan penggunanya dan ada berbagai episode yang bisa dipilih untuk disaksikan.

Serial film Nussa memilih strategi sebaran konstruksi melalui media Youtube ini pun dikarenakan pihaknya memang ingin menjangkau penonton yang lebih luas lagi dan ditonton hingga ke daerah manapun. Youtube tetap menjadi andalan dan menjadi media utama dalam menyebarkan episode-episodenya yang tayang setiap seminggu sekali tersebut. Berikut merupakan hasil wawancara dengan Sagita Ajeng:

*“Karena memang Youtube sebagai media dengan kebebasan berekspresinya yang mampu memanfaatkan berbagai macam kreatifitas yang kita punya. Terutama karna ini menjadi salah satu konten dakwah yang diartikan kreatifitas dalam hal-hal yang baik. Apalagi memang film Nussa punya segmentasi durasi, yang mana per episodenya dimaksimalkan hingga 4 – 5 menit saja. Sedangkan dengan media televisi, misalnya- memang biasanya memiliki*



*minimal durasi dan tabungan episodenya. Akhirnya, sejauh ini Youtube yang menjadi sesuka-suka kita untuk maintain, untuk promosi ataupun mem-publish kemanapun yang kita inginkan.”<sup>27</sup>*

Hingga saat ini, pihak Nussa sendiri masih fokus untuk menayangkan episodenya seminggu sekali saja karena memang pihaknya sendiri memerlukan jangka waktu yang lama untuk proses produksinya yakni sekitar 3 sampai 4 bulan hanya untuk episode yang berdurasi 3 menit itu. Selain karena alasan teknis tersebut, alasan pihak Nussa sendiri memilih tayang di waktu Subuh dikarenakan seperti ini:

*”Hal ini dikarenakan, berdasarkan analisa kami untuk di youtube, orang-orang justru sangat tinggi sekali untuk menonton Youtube disekitaran jam 4.30 di jam 5 karena biasanya mereka sambil menunggu shalat subuh atau setelah sholat subuh.”<sup>57</sup>*



**Gambar 34.** Akun ‘Nussa Official’ di Youtube

<sup>27</sup> Sagita Ajeng, *Corporate Secretary* The Little Giantz. Wawancara tanggal 16 Maret 2019.

<sup>57</sup> Sagita Ajeng, *Corporate Secretary* The Little Giantz. Wawancara tanggal 16 Maret 2019.

Pada saat awal diluncurkan *trailer* serial film Nussa pada tanggal 20 November 2018, akun Youtube ‘Nussa Official’ berhasil mencapai 100 ribu *subscriber* dalam jangka waktu 3 hari saja dan mendapat *Silver Play Button* dari pihak Youtube. Kemudian *subscribarnya* terus bertambah hingga menjadi 2 juta orang dalam jangka waktu 1 minggu saja lalu mendapat *Gold Play Button* pula dari pihak Youtube. Hingga saat ini, *subscriber* akun Youtube ini telah mencapai 4,27 juta orang. Jumlah keseluruhan yang menonton serial film Nussa di akun Youtube hingga saat ini pun telah mencapai 509.060.994. Jumlah *likes* dalam satu episodenya pun telah mencapai ratusan ribu.

- Melalui Televisi

Strategi lain yang juga dipilih sebagai upaya untuk menjangkau khalayak yang lebih luas lagi yakni melalui varian media massa; televisi. Sejak tayang perdana di Youtube, serial film ini akhirnya memutuskan untuk ditayangkan juga di televisi. Berikut hasil wawancara terkait hal ini:

*“Hal yang paling pertama itu adalah karena kita ingin Nussa lebih dikenal sampe ke pelosok, karna sekarang kan biasanya yang mengenal Nussa hanya di kota-kota besar aja yang mereka memang bisa mengakses internet dengan mudah, tapi tidak bisa dengan masuk-masuk yang ke pelosok.”*

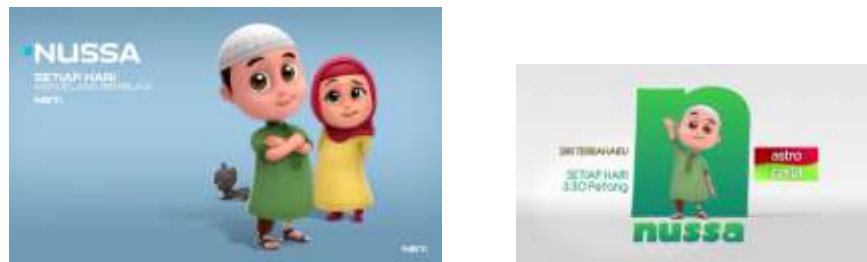
Itulah yang menjadikan serial ini tayang juga di televisi, karena ingin dikenal lebih banyak orang. Tayang di stasiun televisi swasta, yakni di Net TV selama sebulan saat Ramadhan ke 1440 H atau bulan Juni 2019. Pihaknya mengakui karena NET TV sesuai dengan visi dan misinya The Little Giantz, maka dari itulah serial ini ingin tayang di stasiun televisi ini. Serial Nussa juga tayang di Astro TV Malaysia, setiap hari waktu setempat. Selain itu, sejak tanggal 12 Oktober 2019, serial Nussa baru saja tayang di stasiun televisi lainnya, yakni di Indosiar, setiap hari pukul 06.00 WIB. Youtube memang media sosial yang banyak digandrungi oleh kalangan anak muda khususnya, namun jangkauan Youtube masih terbatas akan wilayah yang belum ada jaringan internetnya. Berikut lanjutan wawancara dari yang diatas terkait alasan untuk tayang di televisi.

*“Karena Youtube itu lebih kepada yang hanya mudah diakses di kota-kota besar aja, tapi kalo misal kek pedesaan, mereka belum masuk kesana gitu, karna gini loh internet kan belum merata ke semua sampai ke pelosok ya mbk ya, walaupun sudah masukke pelosok itupun biasanya harus didownload dulu, kuotanya cepet habis, karena wifi belum masuk ke daerah pedesaan kan. Orang desa aja yang memang seorang petani misalnya, biasanya mereka tahu tentang informasinya dari televisi bukan dari youtube ataupun internet.”<sup>58</sup>*

---

<sup>58</sup> Sagita Ajeng, *Corporate Secretary* The Little Giantz. Wawancara tanggal 28 Oktober 2019.

Dalam salah satu *talkshow* di NET TV pula Aditya mengatakan bahwa internet itu harus membayar kuota sementara televisi dapat ditonton secara gratis. Pada saat tayang di NET TV itu, serial film Nussa berhasil memenangkan penghargaan oleh KPI “Anugerah Penyiaran Ramah Anak” yang dilangsungkan di Jakarta pada tanggal 25 Juli 2019 sebagai program favorit anak-anak 2019.



**Gambar 35.** Nussa di NET TV & Astro TV Malaysia

- Melalui *Event* Islami

Selain menggunakan media elektronik dan media cetak, sebaran konstruksi juga bisa melalui varian media lain, seperti media langsung, media luar ruang dan media lainnya. Serial film Nussa menggunakan media lainnya untuk memperkenalkan lebih luas serial film ini, yakni melalui *event-event* yang hanya memilih penyelenggaraan dengan tema-tema Islam saja serta *event-event* yang hanya bernilai positif dan kebaikan. *Event* tersebut biasanya berisikan kegiatan nonton bersama tayangan Nussa, bazar baju atau makanan, berbagai lomba untuk anak; mewarnai atau *fashion show*, ceramah agama oleh ustadz-ustadz

dan lain sebagainya. Selain di Jakarta pada *event* Hijrah Fest 2018, serial Nussa juga telah mengadakan *roadshow* di beberapa kota di Indonesia seperti: Islamic Festival 2019 di Palembang, Hijab Celebration Day di Bintaro, BukaTalks 2019 Jakarta; yang merupakan kolaborasi dengan aplikasi BukaLapak, Bekraf Goes to Pesantren 2019 di Bandung, Hijrah Fest 2019 di Medan, serta puncak terbesarnya ada pada *event* Nussa Ukhuwah Show pada bulan Juni 2019 di ICE BSD, Tangerang yang salah satu kegiatannya bisa berinteraksi langsung dengan Nussa.



**Gambar 36.** Nussa Ukhuwah Show, Tangerang

Disaat *event-event* tersebut diselenggarakan, biasanya sekaligus diadakan bazar untuk penjualan barang-barang, pernak-pernik, ataupun *merchandise* Nussa seperti baju anak dan dewasa, topi, dan lain-lain. Namun, ada pula Nussa Official Store bagi yang ingin membeli khusus barang-barang ataupun *merchandise* tersebut. Pemesanan ini bisa dilakukan melalui *website* resmi Nussa dan via WhatsApp untuk pengiriman ke seluruh wilayah di Indonesia.



**Gambar 37.** Contoh *Merchandise* Nussa

Nussa *Official Store* telah berhasil menjual *merchandise* sebanyak 22.959 buah hingga di bulan Juli 2019 kemarin.<sup>59</sup>

- Melalui acara *talkshow* di televisi

Pihak Nussa seringkali diundang ke beberapa stasiun di televisi untuk diwawancarai di acara *talkshow*. Karena sebegitu viralnya serial ini di Youtube. Banyak yang penasaran akan cerita dan pembuatannya. Jadi CEO The Little Giantz, Aditya Triantoro dan CCO The Little Giantz yang seringkali hadir mewakili untuk acara tersebut. Berikut ini beberapa *talkshow* di televisi yang topiknya tentang serial film Nussa:

- ‘Indonesia *Morning Show*’ di NET TV



- ‘Halal *Living*’ di NET TV



<sup>59</sup> Berdasarkan video berjudul “Nussa *Journey*” di akun ‘Nussa Official’

- CNN Indonesia di Trans TV



- 'Hitam Putih' di Trans7



- 'Sapa Indonesia' di Kompas TV



- Promosi para tokoh agama & selebriti

Media sosial juga tidak luput dari pilihan sebaran. Selain Youtube tentunya, serial ini juga memilih Instagram sebagai tempat berbagi informasi terkait serial Nussa. Untuk promo ini, banyak pihak seperti para ustadz, kalangan artis, dan juga *influencer* yang telah secara sukarela mempromokan film ini melalui media sosial masing-masing. Untuk promosi yang banyak tersebut dengan memposting ulang serial ini dan secara sukarela pula, Mario Irwinsyah beranggapan bahwa itu tidak bisa dipaksakan oleh pihaknya, karena berarti orang tersebut mendukung dan murni dari hati mereka karena kontennya yang

dinilai positif. Hal ini turut membantu menjadikan sebarannya makin luas.

1) Oleh tokoh agama

- Felix Siauw



- Oemar Mitta



**Gambar. 38** Postingan di Instagram Nussa oleh Ust. Felix Siauw & Ust. Oemar Mitta

- Abdul Somad



- Oki Setiana Dewi



**Gambar 39.** Ust. Abdul Somad & Oki Setiana Dewi di Youtube



2) Oleh kalangan selebritis

- Teuku Wisnu



- Arie Untung



**Gambar 40.** Postingan Instagram (IG) Teuku Wisnu dan Arie Untung

- Syahrini



- Dewi Sandra



**Gambar 41.** Postingan IG oleh : Syahrini & Dewi Sandra

Penyebaran memang merupakan salah satu dari karakter media sosial. Misalnya seperti yang terlihat di Youtube, tombol *share* yang ada memungkinkan konten tersebut untuk

disebarluaskan dalam jangkauan yang lebih ke platform lain di media sosial ataupun internet. Kekuatan inilah yang secara perangkat banyak dimanfaatkan oleh media internet.<sup>29</sup>

b. Pilihan segmentasi

Untuk serial Nussa, menurut Sagita Ajeng selaku *Corporate Secretary* The Little Giantz, pilihan-pilihan segmentasi khusus dalam penyebaran film ini memang sebetulnya tidak ada. Berikut penjelasannya:

*“Untuk segmentasi khusus kita nggak ada, tapi memang secara keseluruhan intinya ini adalah segmen untuk keluarga, jadi memang bisa dinikmati oleh seluruh umur sih.”<sup>60</sup>*

Meskipun esensinya bisa ditonton oleh semua orang tanpa batasan usia, namun karena serial ini sangat erat kaitannya dengan nilai ke-Islaman, tentu peminatnya cenderung dominan untuk keluarga yang Muslim apalagi bagi para anak dan orangtua. Namun, sebelum membuat Nussa, pada awalnya tentu The Little Giantz telah mengadakan semacam diskusi atau penelitian mengenai usia mana yang harus dibidik sebagai target, dan hasilnya usia yang efektif ialah usia diantara 5 – 7 tahun. Maka dari situ dimulailah pendesaian karakter bagaimana anak umur 7 tahun dalam berperilaku,

---

<sup>29</sup> Rulli Nasrullah. 2017. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, Cet. Ke-4, h. 32.

<sup>60</sup> Sagita Ajeng, *Corporate Secretary* The Little Giantz. Wawancara tanggal 16 Maret 2019.

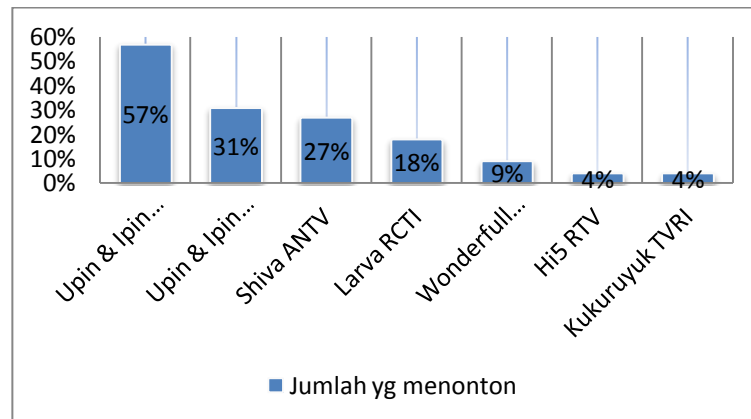
berpenampilan, serta hubungan kakak-adik yang menarik untuk bisa diceritakan. Sehingga bisa diciptakan karakter wajahnya, penampilan dan lain sebagainya.

Berdasarkan hasil evaluasi mengenai kualitas program anak dari KPI, menyebutkan bahwa banyak program animasi anak produksi luar negeri yang secara kultur tidak sesuai dengan budaya Indonesia.<sup>61</sup> Di ANTV misalnya, ada film Shiva, GTV memiliki film Spongebob, kemudian juga masih banyak film kartun lainnya seperti Upin-Ipin, Doraemon, Tayo, dan lain-lain yang merupakan hasil dari produksi luar negeri. Jika dilihat secara konkret, minimnya film kartun buatan dalam negeri terutama yang mengangkat nilai-nilai ke-Islaman menjadikan film kartun tersebut semakin mendominasi perfilman kartun di Indonesia dan hal ini semakin menjadikan serial Nussa mempunyai kekhasan tersendiri.

Diantara banyaknya film kartun yang beredar di Indonesia, berikut bisa dilihat pemeringkatan program anak sebagai tolak ukur perkembangan serial kartun di Indonesia sekaligus seberapa besar segmentasi yang diraih.

---

<sup>61</sup> Hasil Survey Indeks Kualitas Program Siaran Televisi Periode III Juli-September Tahun 2018. <https://kpi.go.id/>. Diakses tanggal 6 Agustus 2019.



**Gambar 42.** Pemingkatan program anak oleh KPI

Dari 7 sampel program anak, hasil survei KPI memperlihatkan program yang paling banyak ditonton di Indonesia adalah Upin-Ipin di MNC TV sebesar 57%. Posisi kedua program Petualangan Si Unyil (Trans7) sebesar 31% dan Shiva (ANTV) ditonton oleh 27% responden. Posisi keempat ditempati program Larva (RCTI) 18 %. Posisi kelima *Wonderful Disney* (GTV) 9 %, keenam Hi 5 (RTV) 4 %, dan terakhir di urutan ketujuh ada Kukuruyuk (TVRI) sebesar 4%. Namun ketiga peringkat teratas program anak tersebut yang lebih dominan di berbagai daerah di Indonesia, dengan Upin-Ipin masih berada di posisi pertama.<sup>62</sup> Maka dari itu Nussa hadir sebagai alternatif pilihan sebagai tontonan anak-anak yang pesannya bisa menjangkau ke semua orang.

Dikarenakan Serial Nussa yang animasinya telah dibentuk dengan mengangkat nilai-nilai Islam yang secara garis besar ceritanya berkaitan erat dengan keseharian anak dan orangtua. Dan dengan

<sup>62</sup> *Ibid.*,

mengandalkan kualitas animasinya yang bertaraf Internasional serta murni karya anak bangsa. Sebaran pilihan wilayah serial Nussa ini pun tidak berfokus pada satu wilayah. Karena memang pada hakikatnya, Youtube berkat jaringan internetnya bisa menjangkau ke seluruh wilayah di Indonesia bahkan di dunia sekalipun. Namun di Indonesia serial Nussa melalui Youtube ini telah mendapat peminat yang sangat banyak sekaligus favorit di 10 kota di Indonesia, yakni: Jakarta, Tangerang, Bandung, Bekasi, Bogor, Depok, Medan, Surabaya, Makassar, Palembang.<sup>63</sup>

### **3. Pembentukan Konstruksi Nilai Keislaman**

#### **a. Pembentukan Konstruksi Realitas di Masyarakat**

Setelah sebaran konstruksi, lalu berikutnya terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat. Bila ditinjau secara langsung di masyarakat melalui tanggapan yang diberikan di platform Youtube Nussa dan juga media sosialnya, maka tanggapan tersebut bisa dijadikan sebagai tolak ukur sebagai pembenaran atas realitas yang telah dibentuk oleh serial film Nussa baik melalui media televisi ataupun Youtube. Tanggapan tersebut diberikan langsung oleh masyarakat yang telah menyaksikan konten Nussa yang telah dipublikasikan tersebut, yakni pembentukan realitas berupa nilai-nilai Islam dan juga budaya yang ada di masyarakat. Berikut contohnya:

---

<sup>63</sup> Berdasarkan video Youtube di akun 'Nussa Official' yang berjudul "Nussa Journey"



**Gambar. 43** Salah satu komentar dari warganet

Komentarnya yakni “*Bukan cuma naik sepeda loh guys, tapi naik apapun dan melakukan apapun, jangan lupa Bismillah :D aku nulis komen baca Bismillah loh :D... like komen ini dengan Bismillah :))) ckckckck*”

Sebagai pemirsa atau penonton yang melalui komentarnya tersebut, terlihat penyetujuan atas realitas pembacaan Basmalah sebelum memulai aktivitas yang dilakukan Nussa saat hendak bersepeda dalam episodnya yang berjudul “Dahsyatnya Basmalah”. Bahwa dalam realita di masyarakat pembacaan Basmalah sebaiknya tidak hanya sebelum bersepeda, tetapi juga dalam hal lain begitu tambahnya. Itu merupakan salah satu contoh saja atas pembenaran realitas yang tersaji dalam serial Nussa, yang pada tahap kedua sudah menjadi sikap generik dari pembenaran ini.

Pembenaran atas realitas seperti contoh yang telah disebutkan diatas terjadi bersamaan dengan sikap mereka yang bersedia untuk dikonstruksikan. Bahwa pilihan orang-orang tersebut untuk menjadi pemirsa serial ini karena pilihannya untuk bersedia pikirannya

dikonstruksi oleh media. Keberagaman khalayak yang menyebabkan tidak semua konten yang diproduksi oleh media bisa diterima oleh khalayak. Ada kebutuhan, alasan bahkan pertimbangan jenis/alat yang digunakan dalam mengakses media.

Berdasarkan asumsi oleh masyarakat pula yang terlihat di laman komentar baik di Youtube atau media sosialnya serial Nussa. Penonton di akun Youtube Nussa pun telah mencapai jutaan penonton. Pilihan mereka untuk menjadi pemirsa dari serial ini cenderung kepada kebutuhan tontonan yang menghibur sekaligus mendidik untuk anak-anak maupun bagi para orangtua. Pesannya yang bermanfaat, juga bisa dinikmati oleh semua kalangan. Alasan lainnya lebih kepada kualitas animasinya yang sebanding dengan animasi produksi luar negeri.

*Ketiga*, menjadikan konsumsi media massa sebagai pilihan konsumtif, di mana seseorang secara habit tergantung pada media massa. Atas tayangannya di televisi beberapa bulan lalu, serial ini banyak diminta oleh masyarakat untuk terus berlanjut di televisi tersebut, bukan hanya di Youtube saja. Bahkan melalui penelusuran laman komentar Youtube lagi, para pemirsa tersebut meminta perpanjangan durasi di episode-episodenya karena dianggap terlalu pendek. Pemirsa di televisi lalu menjadikan Youtube sebagai alternatif untuk menonton serial ini lagi atas tayangannya yang tidak lagi diperpanjang setelah bulan Ramadhan. Pemirsa atau warganet Nussa ini, selalu menunggu notifikasi dari akun Youtubanya Nussa setiap ada

episode baru yang tayang. Para pemirsa tersebut juga biasanya menyaksikan episode lama yang bisa diputar berulang kali.

Cerita maupun nilai yang disampaikan oleh serial ini juga menjadikan beberapa warganet menerapkannya dalam kehidupan nyata di keseharian mereka. Misalnya oleh seorang pemirsa Nussa yang bernama Diska Aprilia yang berkomentar di episode “Makan asal jangan makan” di media Youtube, yang mengatakan:

*“Nonton ini 4 kali. Keinget terus. Besoknya pas sarapan makan bubur panas, waktu mau di tiup tiba-tiba inget lagu ini bagian lebih baim dikipas. Tiba-tiba senyum. Kadang Allah ngasih hidayah dari hal kecil dan gak keduga kayak gini.”<sup>64</sup>*

Menunjukkan bahwa berkat serial Nussa yang tayang melalui media, telah menjadi kebiasaan hidup dan juga secara habit telah terikat kepada media. Ini berarti secara general penonton telah terkonstruksi dengan hal-hal yang disampaikan melalui serial ini. Hingga nilai-nilai yang disampaikan tersimpan di ingatan. Jika diambil contohnya, di Youtube telah banyak video aksi nyata anak-anak ataupun orang dewasa yang meniru animasi serial ini. Seperti halnya salah satu *channel* ini. Serial Nussa telah berhasil menjadikan penonton meniru dan bersedia menerima apa yang telah ditayangkan untuk diterapkan dalam keseharian. Banyaknya parodi ini sebagai bentuk perilaku atas pembenaran akan apa yang ada di serial film tersebut.

---

<sup>64</sup> Berdasarkan komentar yang ada di akun Nussa Official





**Gambar 44.** Parodi animasi Nussa

b. Pembentukan Konstruksi Citra oleh Serial Film Nussa

Ada dua model yang terbentuk oleh media massa dalam bangunan konstruksi citra yakni model *good news* dan model *bad news*. Serial Nussa dalam animasinya cenderung selalu mengkonstruksi kebaikan. Serial ini selalu menyajikan ajakan ke hal-hal yang positif terutama nilai Islami. Seperti taat pada orangtua, mengajak untuk suka makan sayuran, lalu mengajak menjaga kebersihan, dan lain sebagainya. Mengarahkan penonton untuk selalu berbuat baik, sehingga citra yang terkonstruksi ialah citra yang baik sesuai dengan yang ditampilkan dalam serialnya.

Selain citra itu, citra dalam segi isi konten dan tampilan pun selalu diutamakan baik. Dalam memperlihatkan hasil pekerjaannya ke khalayak luas, Pihak Nussa selalu mengharuskan tampilannya sesempurna mungkin. Karena pihaknya meyakini bahwa hasil pekerjaan adalah identitas diri. Jika hasilnya jelek maka berarti identitasnya juga jelek. Jadi itu yang dijaga supaya hasil akhir produksinya merupakan

yang terbaik dari pihaknya. Identitas dengan kualitas luar negeri inilah yang selalu ingin diperlihatkan ke penonton agar citra kualitas animasi terbaik bisa menjadi identitas dari studio animasi The Little Giantz.

#### 4. Pengkonfirmasi Konstruksi Nilai Keislaman oleh Masyarakat

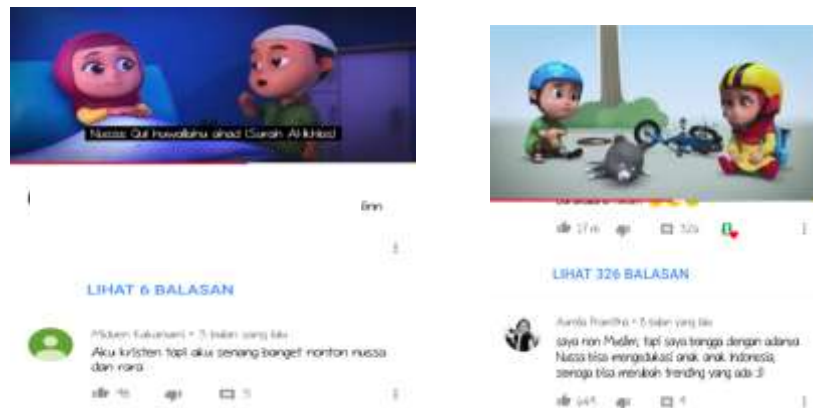
Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun pembaca dan pemirsa memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat. Untuk tanggapan dari masyarakat terkait serial Nussa ini sebagian besar memang tanggapannya positif sekali. Argumentasi yang diberikan lewat sarana kolom komentar di Youtube memberikan banyak *support*, banyak sekali yang mendukung penuh untuk produksi animasi serial Nussa ini. Berikut juga tanggapan dari pihak The Little Giantz:

*“Namanya netizen ya ada yg positif dan negatif. Alhamdulillah boleh dibilang memang sebagian besar tanggapannya sih positif sekali, banyak yang support, banyak banget yang mendukung 100 persen untuk produksi animasi Nussa. Tapi tetaplah ada beberapa orang yang merasa ini kurang tepat apa segala macam. Tapi tidak apa, itu menjadi salah satu masukan untuk kita juga, salah satu jadi bahan pembelajaran untuk kita juga.”<sup>65</sup>*

Selain itu, penonton non muslim pun juga memberikan tanggapannya di Youtube dan media sosial. Sudah cukup banyak yang memberi komentar yang positif seperti dukungan, kebanggan akan serial ini, serta kecintaan hasil karya anak bangsa. Yang menurut Sagita Ajeng selaku Corporate Secretary, dimana sebenarnya yang dinantikan untuk setiap episodenya oleh mereka itu ialah dari segi cerita dan kualitas animasinya.

---

<sup>65</sup> Sagita Ajeng, *Corporate Secretary* The Little Giantz. Wawancara tanggal 16 Maret 2019.



**Gambar. 45** Komentar penonton non muslim

Pada saat tayang di media televisi pun, serial Nussa berhasil memenangkan penghargaan sebagai acara favorit anak 2019 dari KPI berdasarkan polling yang sudah diadakan oleh KPI sebelumnya. Polling tersebut yakni melalui komentar paling banyak di media sosial KPI mengenai apa program anak favorit mereka. Hal ini menunjukkan tentang seberapa besar peminat dan tanggapan positif dari warganet terhadap serial Nussa ini yang akhirnya berhasil diraih melalui penghargaan tersebut.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan rumusan masalah serta dari isi hasil dan pembahasan yang telah dikemukakan secara keseluruhan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

Dalam membangun nilai keislaman melalui serial ini lebih kepada merefleksikan realitas mengenai adab dan sikap yang umumnya terjadi di kehidupan masyarakat yang diangkat berdasarkan ajaran Al-Quran dan hadis, dalam bentuk yang menghibur dan mendidik. Dengan tahapan-tahapan yang dilalui yakni pada tahap persiapan materi, melalui karakter-karakternya yang dikonstruksikan sesuai dengan realitas tampilan umat muslim, naskah cerita yang juga dibentuk dari realitas keseharian umat muslim, serta persiapan secara teknis yang benar-benar diperhatikan secara cermat. Lalu pada tahap sebaran konstruksi, media yang dipilih yakni melalui televisi, *event-event* bertema Islami, Youtube, media sosial, dan oleh para kalangan selebritis dan ustadz. Sehingga pada tahap pembentukan konstruksi, terbentuklah realitas yang diinginkan di masyarakat, masyarakat menerapkan nilai-nilai keislaman dari serial Nussa dalam kesehariannya, yang beradab dan berakhlakul karimah. Dan terakhir pada tahap konfirmasi, penonton cenderung memberikan argumentasi yang positif dan mengapresiasi serial film ini dengan baik.

## **B. SARAN**

1. Bagi masyarakat, diharapkan agar serial ini mampu menjadikan pilihan tontonan terkhusus orangtua dan anak-anak, namun bisa juga menjadi tontonan bagi semua kalangan tak terbatas usia karena pesan yang terkandung di dalamnya bermanfaat dan bisa diambil sebagai bahan pembelajaran bagi seluruh muslim dan muslimah.
2. Bagi pihak lain yang ingin membuat konten ataupun ingin memproduksi film lainnya, diharapkan bisa menyelipkan nilai-nilai baik dan positif didalam film tersebut. Karena media tidak hanya bisa dijadikan sebagai hiburan semata namun juga bisa bermanfaat dan mendidik banyak orang yang menontonnya.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa melengkapi kekurangan dari penelitian ini dan akan menyempurnakan penelitian ini dengan baik. Diharapkan juga penelitian ini bisa dijadikan sebagai referensi untuk penelitian yang selanjutnya

## DAFTAR PUSTAKA

### Dari buku:

- Aziz, Moh. Ali, (2004). *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, Jakarta: Kencana.
- Bungin, Burhan, (2011). *Konstruksi Sosial Media Massa*, Jakarta: Kencana.
- \_\_\_\_\_, (2006). *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied, (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nasrullah, Rulli, (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, Rulli, (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, Cet. Ke-4
- Mulyana, Deddy, (2005). *Nuansa-Nuansa Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- S. Anggraini, Lia & Kirana Nathalia, (2016). *Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula*, Bandung: Nuansa Cendekia, Cet. Ke-4
- Saputra, Wahidin, (2012). *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suhandang, Kustadi, (2013). *Ilmu Dakwah*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

### Dari internet:

<https://www.nielsen.com/id/en>. Diakses tanggal 4 Februari 2019

<https://dkv.binus.ac.id/>. Diakses tanggal 3 Maret 2019

<https://m.liputan6.com/>. Diakses tanggal 2 Oktober 2019

[www.thelittlegiantz.com](http://www.thelittlegiantz.com). Diakses Tanggal 15 April 2019

<https://kpi.go.id/>. Diakses tanggal 12 Agustus 2019

<https://m.detik.com/inet/cyberlife/>. Diakses tanggal 2 Agustus 2019.

<https://www.malaya.or.id/index.php/2015/>. Diakses tanggal 2 Oktober 2019

<http://www.cnnindonesia.com/>. Diakses tanggal 10 Agustus 2019

<http://www.tirto.id/>. Diakses tanggal 10 Agustus 2019

Akun Youtube 'Nussa Official'

## LAMPIRAN

### PEDOMAN WAWANCARA

Pertanyaan ini diajukan berdasarkan Teori Konstruksi Sosial Media Massa oleh Burhan Bungin (2000) yang dijadikan landasan dalam skripsi. Wawancara dilakukan kepada pihak The Little Giantz, adapun pertanyaannya adalah sebagai berikut:

#### 1. PERSIAPAN

- 1) Berasal dari daerah mana saja para pekerja disana? Dan umumnya pendidikan pekerja disana berbeda-beda atau sama?
- 2) Bagaimana lingkungan kerja disana, apakah juga sesuai dengan nilai Islam?
- 3) Realitas apa yang sebenarnya dilihat di masyarakat sehingga memutuskan untuk membuat film dengan ide bertemakan Islam?
- 4) Setelah sekian lama tayang di Youtube, apa yang membuat serial film ini mau tayang di televisi?
- 5) Karna telah tayang di televisi, biasanya media massa arahnya lebih kepada keuntungan/kapitalis, apakah serial ini juga seperti itu?
- 6) Di filmnya juga ada ditampilkan merk produk-produk seperti sabun, odol, dll, sebagai bentuk apa dan apakah itu juga akan mempengaruhi ide cerita episodenya?
- 7) Apa yang melatarbelakangi film Nussa ini dibuat dengan tema "Islam"?
- 8) Apa yang ingin dibangun atau sesuatu apa yang ingin disampaikan ke masyarakat melalui film Nussa ini?
- 9) Adakah alasan khusus pembentukan karakter dalam film ini, misal bagaimana dengan karakter setan dalam film ini yang berwarna ungu bukan merah, atau kenapa karakter ummanya Nussa tidak ditampilkan wajahnya, dan karakter Abinya belum ada, itu kenapa ya?
- 10) Bagaimana dengan naskah film setiap episodenya, proses pemilihan cerita dan tema yang diangkat tiap per episodenya itu seperti apa ya?
- 11) Jalan cerita dalam naskah itu terinspirasi darimana?



12) Apa yang menjadi kendala dari proses keseluruhan film ini ?

## 2. PENYEBARAN

- 1) Diantara beragam media, kenapa film ini lebih memilih menyalurkannya lewat Youtube?
- 2) Mengapa memilih tayang seminggu sekali dan pada hari Jumat?
- 3) Apakah dalam penyebaran film dan setiap episode yg ditayangkan dipilih berdasarkan segmentasi umur, pendidikan, dsb?
- 4) Apa yang dilakukan oleh pihak film Nussa untuk mengenalkan film ini lebih luas lagi kepada khalayak dan juga agar *subscrib*ernya terus bertambah?
- 5) Adakah pihak lain yang terlibat dalam memproduksi film dan dalam rangka sebaran film ini?
- 6) Bagaimana tanggapan atau respon positif dan ada tidak yang negatif, yang diberikan oleh masyarakat terkait dengan film Nussa ini?
- 7) Bagaimana dengan pihak film Nussa sendiri atas tanggapan pro dan kontra, kritik dan saran dari masyarakat tersebut?
- 8) Apakah juga bagi penonton yang non muslim ada memberikan tanggapan? Seperti apa tanggapan tersebut?
- 9) Apa harapan pihak “film Nussa” dengan hadirnya film ini ditengah masyarakat?

# UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN FATAH PALEMBANG FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK (FISIP)

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN FATAH PALEMBANG  
NOMOR : B.398/Un.09/VIII/PP.01/04/2019  
Tentang  
PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI  
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN FATAH PALEMBANG

- MENIMBANG :**
1. Bahwa untuk dapat menyusun skripsi yang baik, mahasiswa perlu dibimbing oleh tenaga ahli sebagai dosen pembimbing pertama dan pembimbing kedua yang bertanggung jawab untuk membimbing mahasiswa dalam rangka penyelesaian penyusunan Skripsi
  2. Bahwa untuk kelancaran tugas-tugas pokok tersebut perlu dikeluarkan Surat Keputusan Dekan
  3. Lembar persetujuan judul dan penunjukan Pembimbing Skripsi oleh Ketua Prodi Ilmu Komunikasi *a.n: Rika Wahyu Septiani, tanggal, 8 April 2019*
- MENGINGAT :**
4. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 53 tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
  5. Keputusan Menteri Agama RI Nomor : 407 tahun 2000;
  6. Instruksi Direktur Bimbaga Islam Departemen RI Nomor KEP/E/PP.00.9/147/198 tanggal 5 Juni 1985 tentang pelaksanaan SKS dan Program S1 Universitas Islam Negeri Raden Fatah
  7. Instruksi Menteri Agama RI No B/152/1994 tentang Pelaksanaan SKS Program S1 Universitas Islam Negeri raden Fatah
  8. Pedoman Akademik Universitas Islam Negeri Raden Fatah No. LXXV tahun 2004;
  9. Kep.Menag RI No. 62 tahun 2015 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

## MEMUTUSKAN

### MENETAPKAN:

Pertama

: Menunjuk Saudara:

N A M A	NIP/NIDN	Sebagai
Reza Aprianti, MA	198502232011011014	Pembimbing I
Ahmad Muhaimin, M. Si	20209038503	Pembimbing II

Dosen Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang masing-masing sebagai Pembimbing pertama dan Pembimbing kedua Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu, Sosial dan Ilmu Politik. Saudara:

N a m a : Rika Wahyu Septiani

N I M : 1527010012

Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Konstruksi Komunikasi Dakwah Dalam Film Nussa

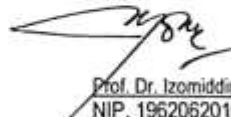
Masa bimbingan : Satu Tahun TMT, 8 April 2019 s/d 8 April 2020

Kedua : Kepada pembimbing pertama dan pembimbing kedua tersebut diberi hak sepenuhnya untuk merevisi Judul/kerangka Skripsi tersebut tanpa mengubah substansi penelitian.

Ketiga : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah/dibetulkan sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapannya.

Palembang, 8 April 2019

Dekan



Prof. Dr. Izomiddin, MA




NIP. 196206201988031001

Tembusan:

1. Rektor;
2. Dosen Penasehat Akademik yang bersangkutan
3. Pembimbing Skripsi (1 dan 2)
4. Ketua Prodi Ilmu Komunikasi
5. Mahasiswa yang bersangkutan
6. Arsip

DAFTAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Rika Wahyu Septiani  
 NIM : 1527010012  
 Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
 Jurusan : Ilmu Komunikasi  
 Judul : Konstruksi Nilai Keslamatan Dalam Film Nussa  
 Nama Pembimbing I : Reza Aprianti, MA









No.	Hari/Tanggal	Permasalahan Yang Dikonsultkan	Paraf
1	Senin, 1 April 2019	ACC BAB I	
2	Senin, 12 -08-2019	Revisi Bab 2 & 3	
3	Kamis, 23 -08-2019	Ditambahkan gambar umat muslim untuk Perumahan	
4	Putar 18-9-2019	penambahan data pada bab III, sehingga dapat memperkuat pembaca tentang nilai konstruksi media	
5	Kamis, 26-9-2019	Penambahan data dan gambar	
6	Senin, 7-10-2019	memberikan penjelasan tentang analisis pada bab IV, terkait konstruksi.	
7	Jum'at 24-10-2019	PS- Penambahan data wawancara	
8	Jum'at, 1-11-2019	ACC BAB 2 & 3	

23/11/19

**KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
RADEN FATAH PALEMBANG**

**DAFTAR KONSULTASI SKRIPSI**

Nama : Rika Wahyu Septiani  
NIM : 1527010012  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul : Konstruksi Nilai Keislaman Dalam Film Nussa  
Nama Pembimbing II : Ahmad Muhaimin, M.Si

No.	Hari/Tanggal	Permasalahan Yang Dikonsulkan	Paraf
1.	1 April 2019	ACC Bab I	
2.	13 -09-2019	Revisi Bab II	
3.	Kamis, 17-10-2019	Perbaikan isi Bab III	
4.	Senin, 21-10-2019	Perbaikan Teori	
5.	Rabu, 23-10-2019	Penambahan data mendalam	
6.	Rabu, 30-10-2019	Perbaikan Kepenulisan	
7.	Rabu, 31-10-2019	Perbaikan Halaman	
8.	Rabu, 31-10-2019	ACC BAB I & BAB II	

**KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
RADEN FATAH PALEMBANG  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry No.1 Km.3.5 Palembang 30126 Telp: (0711)354668 Website : www.radenfatah.ac.id

**BERITA ACARA**

Pada hari Kamis tanggal 21 bulan November tahun 2019 Skripsi Mahasiswa :  
N a m a : Rika Wahyu Septiani  
Nomor Induk Mahasiswa : 1527010012  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Konstruksi Nilai Keislaman dalam Film Nussa.

**MEMUTUSKAN**

1. Setelah mengumpulkan Nilai Teori dan hasil Munaqasyah pada hari ini Kamis, maka saudara dinyatakan : LULUS/ ~~TIDAK LULUS~~,  
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,75, oleh karena itu saudara berhak memakai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Sarjana ~~Sosial (S.Sos)~~ Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).
2. Perbaikan dengan Team Penguji selambat-lambatnya 2 (dua) Minggu/ sebelum penutupan pendaftaran Wisuda terhitung sejak ditetapkan.
3. Apabila melanggar point 2 diatas, maka dinyatakan belum bisa diikutsertakan mengikuti Wisuda yang diselenggarakan pada periode berjalan.
4. Apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan ini akan diadakan perubahan sebagaimana mestinya.

Team Penguji :

NO.	TEAM PENGUJI	JABATAN	TANDA TANGAN
1	<u>Reza Aprianti, MA</u>	Ketua Penguji	
2	<u>Gita Astrid, M.Si</u>	Sekretaris Penguji	
3	<u>Dr. Henrizal, M.Si</u>	Penguji Utama	
4	<u>Putri Citra Hati, M.Sos</u>	Penguji Kedua	
5	<u>Reza Aprianti, MA</u>	Pembimbing I	
6	<u>Ahmad Muhaimin, M.Si</u>	Pembimbing II	

DITETAPKAN DI : PALEMBANG  
PADA TANGGAL : 21 November 2019

K E T U A,  
  
Reza Aprianti, MA  
NIP. 19650223 2011012004

SEKRETARIS,  
  
Gita Astrid, M.Si  
NIP. 2025128703

BLANKO MUNAQASYAH

**KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
RADEN FATAH PALEMBANG  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry No.1 Km.3.5 Palembang 30126 Telp: (0711)354668 Website : www.radenfatah.ac.id

---

**SURAT KETERANGAN**


Yang bertanda tangan dibawah ini, kami Ketua Sidang Munaqasah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang dengan ini menerangkan :

Nama : Rika Wahyu Septiani  
NIM : 1527010012  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Konstruksi Nilai Keislaman dalam Film Nussa

Telah dimunaqasahkan pada hari Kamis tanggal 21 bulan 11 tahun 2019 dinyatakan ~~LULUS / TIDAK LULUS~~ Dengan Nilai Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) : **3,75**

Palembang, 21 November 2019

Ketua

  
Reza Aprianti, MA  
NIP. 19850223 2011012004



**Tembusan :**

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
2. Yang bersangkutan
3. Arsip.

**LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN  
SKRIPSI**

Nama : Rika Wahyu Septiani  
NIM : 1527010012  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Tanggal Ujian Munaqosah : 21 November 2019  
Judul Skripsi : Konstruksi Nilai Keistaman dalam film Nussa


.....  
.....  
TELAH DI REVISI SESUAI MASUKAN DAN SARAN PADA SAAT UJIAN MUNAQOSAH dan TELAH  
DISETUIJI OLEH DOSEN PENGUJI I dan DOSEN PENGUJI II.

NO.	NAMA DOSEN PENGUJI	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Dr. Jenrizal, M.Si	Penguji I	
2	Putri Citra Hati, M.Sos	Penguji II	

Palembang, 2 Desember 2019

Menyetujui,

  
Reza Aprianti, MA  
Dosen Pembimbing I

  
Ahmad Muhaimin, M.Si  
Dosen Pembimbing II