

Penanaman Nilai-Nilai Agama Islam Anak Prasekolah oleh Ibu Millennial melalui Pemanfaatan Gadget

Fadila Arifatul Fardah^{1✉}, Ikhrom Ikhrom², Agus Sutiyono³

Pendidikan Agama Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Indonesia^(1,2,3)

DOI: [10.31004/obsesi.v7i6.4119](https://doi.org/10.31004/obsesi.v7i6.4119)

Abstrak

Riset tentang ibu milenial kebanyakan dikaitkan dengan kecanduan internet, medsos, dan belanja online, tidak banyak yang membicarakan bagaimana mereka menggunakan gadget untuk mengenalkan agama pada anak. Artikel ini bertujuan mengungkap penanaman nilai-nilai agama Islam pada anak-anak mereka oleh para ibu milenial menggunakan gadgetnya. Penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologik ini bersandar pada data wawancara dan observasi kepada 9 ibu milenial dan 9 anak prasekolah. Hasil penelitian menunjukkan ibu milenial secara intensif mengenalkan nilai-nilai agama Islam pada anak, mayoritas memanfaatkan *channel* youtube. Konten youtube yang digunakan meliputi: serial animasi Malaysia Omar Hana, *rico the series*, kisah nabi, lagu anak Islami, dan animasi binatang. Perbedaan penggunaan konten youtube dipicu oleh faktor pendidikan, pekerjaan dan ekonomi keluarga. Selain itu, penggunaan konten youtube berimplikasi pada kualitas dan kuantitas pemahaman nilai agama anak prasekolah. Hasil riset merekomendasikan pengfungsian gadget sebagai faktor determinan bagi ibu milenial dalam mengenalkan nilai keagamaan kepada anak prasekolah di masa kini dan mendatang.

Kata Kunci: *anak prasekolah; ibu millennial; internet addiction; penanaman nilai-nilai agama islam*

Abstract

Research on millennial mothers is mostly related to internet addiction, social media, and online shopping. Not many people have talked about how they use gadgets to introduce religion to children. So, this article aims to reveal the inculcation of Islamic religious values in children by millennial mothers using gadgets. This qualitative research with a phenomenological approach relied on interview data and observations of 9 millennial mothers and 9 preschool children. The results showed that millennial mothers intensively introduced Islamic religious values to their children, the majority of whom used YouTube channels. YouTube content used includes: Malaysian animated series Omar Hana, *rico the series*, stories of the prophet, Islamic children's songs, and animal animation. Differences in the use of YouTube content are triggered by factors of education, work and family economy. In addition, the use of YouTube content has implications for the quality and quantity of preschool children in understanding of religious values. The research results recommend the use of gadgets as an determinant factor for millennial mothers in introducing religious values to preschoolers now and in the future.

Keywords: *millennial mothers; internet addiction; planting islamic religious values; preschool children*

Copyright (c) 2023 Fadila Arifatul Fardah & Ikhrom Ikhrom

✉ Corresponding author : Fadila Arifatul Fardah

Email Address : Fadilaaf25@gmail.com (Semarang, Indonesia)

Received 23 January 2023, Accepted 30 March 2023 tahun, Published 8 December 2023

Pendahuluan

Gaya Hidup para ibu millennial sejauh ini cenderung dinilai berlebihan dalam memanfaatkan gadget dan internet atau dikenal dengan *gadget/internet addiction* (Republika Online, 2013). Kecenderungan ini didasarkan pada hasil survei sebuah Lembaga survey yang bernama *The Asian Parents* tentang lamanya penggunaan internet, dengan responden 670 ibu milenial pada bulan April 2021. Hasilnya membuktikan bahwa ibu millennial dapat menghabiskan waktu selama 5 jam untuk berselancar di dunia digital. adapun rinciannya, 3 jam bermedia sosial melalui Fb, Ig, Youtube, dan Tiktok, dan 2 jam sisanya untuk *chatting* maupun *calling* melalui *Whatsapp, line, massanger, telegram*, dan aplikasi lainnya (Digital Mums Survey 2021, n.d.). Fenomena ini sudah pasti menimbulkan akibat di berbagai sisi kehidupan sang ibu. Karin contohnya, sosok perempuan berusia 28 tahun dari Surabaya, dengan anak satu berusia 2 tahun. Akibat kecanduannya terhadap gawai membuat sang anak tertelantarkan tidak mendapat pengasuhan dan pendidikan terkhusus pendidikan agama dari dirinya sebagaimana layaknya peran seorang ibu. Akhirnya hal ini berujung pada perceraian, dan lagi-lagi anak menjadi korban (Radar Surabaya, 2020). Hal ini membuktikan fenomena ini akan turut mempengaruhi atau berdampak bagi lingkungan sekitar ibu khususnya anak.

Penelitian terdahulu yang membahas terkait ibu milenial kebanyakan dikaitkan dengan kecanduan atau penggunaan gadget yang dapat dilihat melalui 3 kecenderungan. *Pertama*, penggunaan gadget melalui jaringan internet sebagai sumber kebutuhan informasi. Sebagaimana penelitian Wafdane Dyah Prima Jati tentang memanfaatkan internet sebagai literasi digital bagi ibu millennial terkait isu kesehatan anak maupun keluarga (Jati, 2021). Diperkuat oleh Indah Wenerda bahwa internet melalui *platform Whatsapp* dijadikan sebagai wadah komunikasi terkait kesehatan ibu dan anak, imunisasi, saran dan dukungan dari semua anggota, KB, ASI, biaya persalinan, dan pola asuh (Wenerda, 2019). Yang terakhir penelitian Syifa Astasia dan Winda Dwi bahwa internet bagi ibu milenial menjadi sumber informasi alternatif seputar kesehatan kehamilan melalui *digital application pregnancy* (Utari et al., 2016). *Kedua*, penggunaan internet untuk belanja. Sebagaimana penelitian Rini Idayanti tentang hobi ibu millennial dalam belanja online (Idayanti, 2020). Ditekankan oleh Anetta Gunawan dan Brian Garda yang meneliti kebiasaan ibu berbelanja online pakaian anak bukan hanya untuk kebutuhan melainkan juga pemenuhan kesenangan pribadi sang ibu (Gunawan & Muchardie, 2015). Terakhir, penelitian Emilia, Fauzia dan Dita yang meneliti pola pergeseran kepada perilaku belanja online ibu-ibu di Medan (Ramadhani et al., 2022). *Ketiga*, pemanfaatan internet sebagai wadah *sharenting lifestyle*. Terbukti dari penelitian Rizki tentang wujud *sharenting lifestyle*, motif dan aplikasi yang digunakan ibu milenial di ibu Kota (Fauziah et al., 2021). Diperkuat lagi oleh penelitian Eva tentang motif dan implikasi psikologi kebiasaan *sharenting* ibu milenial (Latipah et al., 2020). Dan terakhir Nur Rafiza yang meneliti realitas kebiasaan *sharenting* foto dan video oleh ibu milenial di *platform Instagram* (Putri et al., 2021). Belum banyak yang membicarakan bagaimana ibu millennial memanfaatkan gadget untuk mengenalkan agama pada anaknya.

Belum banyak dan bahkan tidak ditemukan studi terdahulu yang membicarakan ibu millennial menggunakan gadgetnya dalam mendidik anak prasekolah. Untuk itu, secara khusus artikel ini bertujuan untuk mengisi kekurangan dari studi yang ada yang cenderung melihat perilaku para ibu milenials pengguna gadget dari segi kecanduan internet, medsos mindet, misrecognisi penggunaan media teknologi, dan jual-beli online. Sejalan dengan itu, tulisan ini selain mengungkap bagaimana para ibu milenial menggunakan gadget dalam mengenalkan nilai-nilai agama Islam kepada anak sejak usia prasekolah, faktor-faktor yang mempengaruhi juga menganalisis implikasi penanaman nilai agama Islam oleh ibu millennial menggunakan gadget terhadap kualitas dan kuantitas pemahaman nilai-nilai keagamaan anak usia prasekolah.

Penelitian ini disandarkan pada suatu argumen bahwa ibu adalah sosok madrasah pertama dan utama bagi anak, artinya ia sosok pertama yang besar perannya dalam membentuk kepribadian anak (Mohammad Taufik, 2021: 41-42). Darinya sang anak mulai

kenal kehidupan, dari sisi kehidupan terkecil hingga yang besar, termasuk cara dalam mengetahui dan memahami Tuhan. cara ibu memperkenalkan tuhan pertama kali kepada anak, berarti pula ibu sedang menentukan frekuensi pengetahuan agama sekaligus membentuk corak keberagamaan anak yang kelak didominasi oleh dirinya. Mengenalkan Tuhan sama dengan menumbuhkan kecerdasan spiritual. Perlunya kecerdasan spiritual sejak masa *golden age* sebagai upaya atau langkah awal membentuk generasi kokoh baik secara spiritual sekaligus memiliki keberagamaan yang baik. Sebagaimana Jhon locke mengibaratkan seorang anak sebagai kertas putih, dimana kelak lingkungan lah yang akan membentuk dan memberi warna pada kertas putih tersebut (Adu et al., 2021). Maksudnya segala macam stimulasi dari luar, akan cenderung mempengaruhi proses perkembangan anak di masa mendatang, termasuk yang berkaitan dengan penanaman nilai agama dari ibu, nantinya juga mempengaruhi pembentukan perilaku keberagamaan anak setelah dewasa. Selain sebagai dasar dimensi kehidupan, agama juga sebagai institusi sosial yang selalu menyampaikan kebaikan dari segala sisi kehidupan yang tentunya membawa pengaruh pada nilai, sikap, maupun perilaku masyarakat (Rafiki & Wahab, 2014).

Metodologi

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. (Creswell, 2015) Riset lapangan dalam penelitian ini artinya peneliti datang langsung ke lapangan untuk mengamati realitas di lapangan serta melakukan pendekatan kepada para ibu milenial dan anak usia prasekolah dalam keluarga menengah perkotaan di Kabupaten Kudus dalam kurun waktu kurang lebih sejak bulan Maret hingga Juni 2022. Sumber data dari penelitian ini berupa data primer yaitu sembilan ibu millennial dengan rata-rata usia antara 22-34 tahun dan anak usia prasekolah yang difokuskan berusia antara 4-6 tahun di keluarga menengah perkotaan kabupaten Kudus

Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data yaitu observasi, agar peneliti dapat mengamati secara langsung penanaman nilai agama Islam yang dilakukan oleh ibu-ibu millennial pada anak mereka sejak usia prasekolah. Selain itu, dengan melakukan observasi peneliti juga dapat mengamati sekaligus menggali implikasi proses penanaman nilai agama Islam yang terkait pada keberagamaan anak. Selanjutnya teknik wawancara dipilih agar peneliti dapat melakukan proses tanya jawab secara langsung kepada informan sehingga pengumpulan segala informasi yang dibutuhkan peneliti terkait dengan penanaman nilai-nilai agama Islam anak prasekolah menjadi lebih kompleks dan fleksibel.

Uji keabsahan dalam artikel ini menggunakan uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif melalui teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber yaitu hasil wawancara informan secara langsung antara ibu milenial dan anak prasekolah. selanjutnya triangulasi metode yaitu membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi di lapangan.

Terakhir proses analisis data. Hal pertama yang dilakukan peneliti adalah memilah data baik dokumen, wawancara maupun observasi. Peneliti memfokuskan data-data berdasarkan fokus penelitian melalui pengkodean manual dimana pengkodean tersebut disesuaikan dengan rumusan masalah penelitian. Setelah data dipilah dan dipilih melalui pengkodean, masing-masing data disajikan dalam bentuk tabel guna mempermudah dalam mendeskripsikan, mengeksplanasi maupun mengkomparasi. Yang terakhir, berdasarkan data yang telah di sajikan dalam bentuk tabel sekaligus dideskripsikan maupun dieksplanasikan, selanjutnya dilakukan penarikan kesimpulan oleh peneliti melalui pernyataan ulang pada data yang penting, lalu dideskripsikan kembali data tersebut hingga dilakukan interpretasi pada tahap akhirnya.

Hasil dan Pembahasan

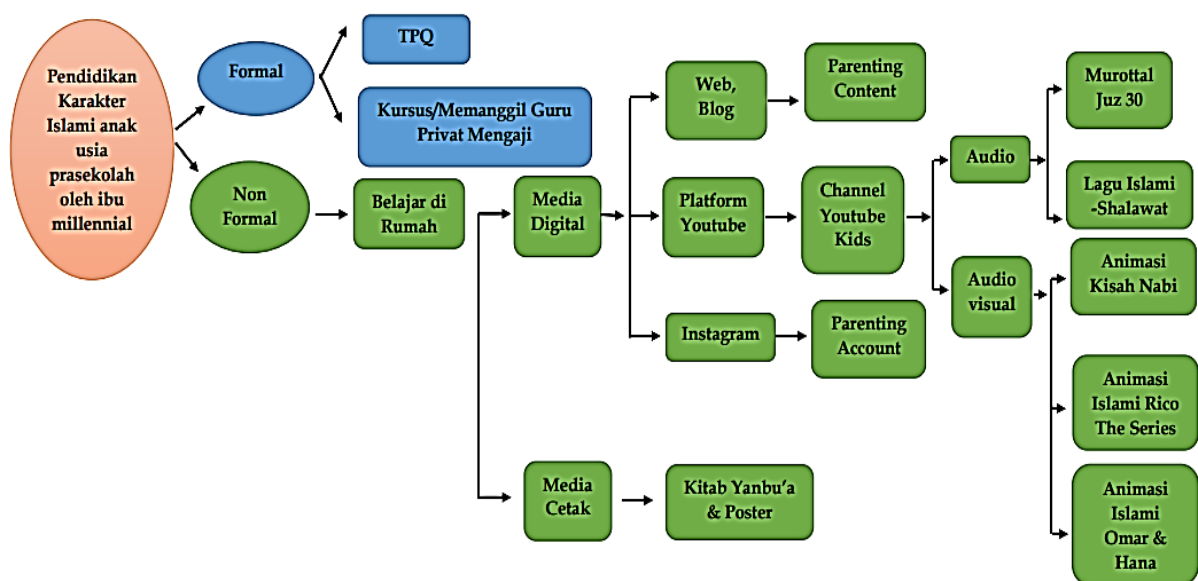
Penanaman nilai-nilai agama Islam anak prasekolah oleh ibu millennial didominasi oleh pemanfaatan media digital yaitu gadget. Sebagaimana yang dikatakan oleh salah satu ibu milenial, yaitu ibu WW, “..... sudah sejak anak saya usia 3 hingga sekarang menginjak usia 5 tahun selalu saya biasakan memperdengarkan musik-musik tentang nama-nama nabi yang ada di Youtube mbak...”, demikian dikuatkan dengan hasil observasi penulis di lapangan yang mengamati secara langsung aktivitas anak mendengarkan musik/shalawat nama-nama nabi melalui platform Youtube. Di sampign ibu WW, terdapat pula ibu SA mengungkapkan bahwa, “... anak saya memahami surga dan neraka awalnya itu saya memanfaatkan video-video seperti animasi yang ada di Youtube mbak. Animasi maupun ilustrasi yang menggambarkan surga dan neraka sembari saya jelaskan dengan kata-kata juga...” Pemanfaatan gadget yang dilakukan oleh ibu millennial tentu bukan tanpa sebab.

Tabel 1. Penanaman Nilai-Nilai Agama Islam Melalui Pemanfaatan Gadget

No	Inisial Ibu Millennial	Nilai yang ditanamkan	Proses penanaman
1.	NM	Nilai Aqidah - Pengenalan Nabi	Pembiasaan - film animasi kisah para Nabi di Youtube
2.	MA	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai Aqidah - Pengenalan Tuhan • Nilai Ibadah - Membaca dan menghafal ayat Al-Qur'an • Nilai Akhlak - Doa-doa harian, bersikap baik kepada sesama 	<ul style="list-style-type: none"> • Pemberian nasehat langsung yang di dapatkan dari Web, blog, instagram konten parenting islami • Teladan dan pembiasaan - serial animasi Omar dan Hana, Rico the Series di Youtube • Pembiasaan - serial animasi Omar dan Hana, Rico the Series di Youtube
3.	SQ	Nilai Ibadah - Mengajarkan anak melaksanakan Sholat	Gadget sebagai reward, apabila anak bersedia beribadah
4.	KA	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai Aqidah - Pengenalan Tuhan Nabi • Nilai Ibadah - Membaca dan menghafal ayat Al-Qur'an 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembiasaan - serial animasi kisah Nabi di Youtube • Pembiasaan - murottal surat-surat pendek juz 30 di Youtube
5.	SA	Nilai Aqidah - Pengenalan Nabi, Surga dan Neraka	• Teladan dan pembiasaan - lagu anak islami nama-nama Nabi, lantunan shalawat, dan tontonan video animasi, ilustrasi surga dan neraka di chanel Youtube.
6.	WW	Nilai Aqidah - Pengenalan Nabi	Pembiasaan - lagu anak islami nama-nama Nabi dan lantunan sholawat Nabi di Youtube
7.	SM	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai Aqidah - Pengenalan Tuhan dan Nabi-nabi • Nilai Ibadah - Membaca dan menghafal Ayat Al-Qur'an 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembiasaan - film Rico the Series, Omar dan Hana, animasi kisah Nabi, lantunan shalawat Nabi di Youtube • Pembiasaan - serial animasi Omar dan Hana episode membaca Surat-surat pendek di Youtube
8.	NL	Semua Aspek Nilai Aqidah, Ibadah, dan akhlak.	Gadget sebagai sumber informasi - Channel Youtube konten parenting islami oleh dokter ahli/psikolog anak.
9.	KS	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai Aqidah - Pengenalan Tuhan dan Nabi • Nilai Ibadah - Membaca dan menghafal Ayat Al-Qur'an 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembiasaan - lantunan asmaul Husna dan sholawat Nabi di Youtube • Teladan dan pembiasaan - murottal surat pendek di Youtube

Beberapa hal yang mendominasi dalam menyebabkan atau mempengaruhi pemanfaatan gadget oleh ibu millennial dalam menanamkan nilai-nilai agama Islam pada anak prasekolah yaitu latar belakang pendidikan sang ibu, pekerjaan sang ibu serta kondisi ekonomi keluarga. Pemanfaatan gadget pada penanaman nilai agama anak prasekolah pada masing-masing ibu tidak melulu dipengaruhi oleh ketiga faktor, melainkan hanya salah satu faktor dominan diantara ketiganya. Maka antara ibu satu dengan lainnya, dalam memanfaatkan gadget sebagai media penanaman nilai agama Islam pada anak prasekolah dipengaruhi atau disebabkan oleh satu dari ketiga faktor yang dominan. Apa yang diterapkan oleh ibu dalam proses penanaman nilai agama, tentu membawa dampak bagi anak di masa dewasanya. Terutama dalam keberagamaan sang anak. Adapun dampak yang dihasilkan dari proses penanaman nilai agama Islam oleh ibu millennial melalui pemanfaatan gadget yaitu berkaitan dengan kuantitas maupun kualitas keberagamaan anak baik pada aspek kognitif, afektif maupun psikomotorik.

Tabel 1 menunjukkan adanya dominasi pemanfaatan gadget dalam penanaman nilai agama Islam anak prasekolah oleh ibu-ibu millennial, hal ini menandakan bahwa karakteristik generasi millennial yang memiliki kecenderungan terhadap media teknologi memang benar adanya. Demikian itu ditandai oleh peningkatan penggunaan dan rasa akrabnya dengan berbagai media digital bahkan sejak mereka berusia lima tahun (Luttrell, 2015). Adanya peningkatan keakraban terhadap media teknologi tersebut memungkinkan penggunaanya berada pada kondisi kecanduan terhadap teknologi atau internet addiction (Young & Rogers, 1998, pp. 25–28). Pada ibu millennial, kondisi tersebut ditandai dengan tidak bisa dijauhkannya dari yang namanya pemanfaatan media digital berupa gadget, termasuk dalam mendidik sang anak. Penggunaan internet akan berlebihan karena telah menyebabkan ketergantungan, terlalu asik bahkan terkadang tidak terkontrol (Weinstein & Lejoyeux, 2010, pp. 277–283). Nilai Aqidah menjadi nilai dominan yang ditanamkan oleh ibu millennial dengan memanfaatkan media digital. Penanaman nilai aqidah khususnya seputar ketuhanan, bermula dari keingintahuan anak pada wujud maupun keberadaan Tuhan (Ridhwan, 2020, pp. 26–29). Selaras dengan ungakapan dari Zakiyah Daradjat bahwa ketika anak memasuki usia lebih dari 2 tahun, maka anak mulai sering mengemukakan pertanyaan terkait Tuhannya (Dradjat, 1995, pp. 56–60). Tentu pertanyaan yang muncul itu didasari atas rasa kagum anak terhadap fenomena lahiriyah disekitarnya sebagaimana tipe pemahaman agama yang dimiliki diusianya (Kartika Nur Fathiyah 2007, 102–117).



Gambar 1. Peta Konsep Pendidikan Karakter Islami Anak Usia Prasekolah oleh Ibu Millennial

Berdasarkan peta konsep pada **gambar 1**, penggunaan gadget dalam penanaman nilai agama Islam oleh ibu millennial didominasi oleh platform Youtube. Demikian ini bukanlah sesuatu yang negatif. Youtube telah menjadi bagian dari platform yang memiliki peran penting sebagai media pembelajaran bahkan sejak anak usia prasekolah. sebagaimana dalam sebuah penelitian yang meneliti anak PAUD Wonosobo ketika proses pembelajaran dengan Youtube, dapat memberikan mereka motivasi untuk giat belajar. Hal ini dikarenakan tampilan Youtube yang mudah memikat anak-anak usia prasekolah (Aqila & Ardina, 2021). . Dalam platform ini, tersedia beragam konten yang dibutuhkan manusia. Demikian itu yang akhirnya terjadi perbedaan penggunaan konten digital sesuai dengan kebutuhan masing-masing ibu millennial. Konten media yang dimaksudkan berupa audio, visual maupun audio visual. Pemanfaatan media visual memang dianggap lebih menarik dan merangsang perhatian anak di usia prasekolah. Hal ini dikarenakan anak prasekolah masih berada pada tahap praoperasional konkret, dimana anak membutuhkan benda-benda konkret untuk membantu dalam proses berpikirnya. Begitupula audio visual. Seperti ketika proses observasi dilapangan, mengamati anak dari ibu SA yang memahami gambaran surga dan neraka melalui metode yang diterapkan sang ibu yaitu pemanfaatan media video ilustrasi/ animasi surga neraka yang ada di Youtube. Itu merupakan satu dari banyak konten audio visual yang dapat dimanfaatkan.

Salah satunya serial film animasi, sebagaimana Waliyanto, mengatakan film animasi memiliki fungsi sebagai penghibur sekaligus media pembelajaran anak sehingga membuat anak merasa senang dan terhibur (Asmawati, 2020). Membahas serial animasi yang digunakan sebagai media untuk anak antara lain serial Malaysia Omar dan Hana, yang didalamnya sarat akan nilai religius baik berkaitan dengan nilai aqidah, ibadah maupun akhlak pada tiap episodenya (Afni & Taja, 2022, pp. 57–64). Begitu juga serial animasi buatan anak negeri Rico the series (Sa'adah et al., 2022). Beralih pada konten audio, selaras dengan ungkapan Zakiyah Darajat bahwa perkembangan kecerdasan anak prasekolah cenderung dipengaruhi oleh indera pendengaran. Pemanfaatan Lagu islami dianggap terkesan fleksibel dan tidak menggurui karena penerapannya dilakukan secara bersama-sama, sambil gerak sehingga membuat suasana pembelajaran semakin menyenangkan, serta anak akan lebih cepat dalam menyerap hal-hal baru yang didengarkan dalam lagu tersebut (Bastami & Fitriyah, 2021, pp. 55–72).

Penanaman nilai-nilai agama Islam oleh ibu millennial tentu tidak bisa dijauhkan dari dua hal yang harus diperhatikan yaitu minat dan usia anak. *Pertama*, minat yaitu suatu kegemaran atau perhatian seseorang terhadap sesuatu hingga pada akhirnya mendorong seseorang tersebut untuk melaksanakan apa yang sudah menjadi perhatian dan kegemaran bagi dirinya. Menurut *Hurlock* yang dikutip oleh Masganti Sit, minat beragama anak usia prasekolah mencakup hal-hal yang berkaitan dengan kelahiran, kematian, pertumbuhan dan unsurnya. Minat pertumbuhan, salah satunya adalah minat anak untuk mengenal Tuhannya. Maka dalam penelitian ini, ditekankan bagaimana anak mengenal Tuhan (Sit, 2017). Karena jika seorang anak ditanamkan nilai agama tanpa sesuai minatnya, maka perbuatan yang dilakukan sang anak nantinya bermakna keterpaksaan. Oleh karena itu agar anak usia prasekolah dapat benar-benar ikut larut dalam kegiatan keagamaan sebaiknya rasa itu timbul dari dalam diri sang anak secara sadar. Maka, hal yang dapat menentukan apakah anak berminat atau tidak terhadap suatu aktivitas keagamaan, secara nyata dapat dilihat pada keikutsertaannya di setiap kegiatan tersebut.

Kedua, usia. Wujud nilai agama islam yang hendak ditanamkan dalam diri anak harus menyesuaikan dengan usia sang anak. Sebagaimana pada hasil penelitian ini, cakupan nilai agama Islam yang mulai ditanamkan pada anak disesuaikan dengan cakupan usia anak yang telah diidentifikasi yaitu usia prasekolah 3-6 tahun. Nilai-nilai agama Islam yang ditanamkan pada anak prasekolah tentu tidak akan sama dengan anak yang telah masuk dunia sekolah. Misalnya, berkaitan dengan nilai aqidah anak usia prasekolah yaitu mendiktekan kalimat tauhid seperti tasbih, istighfar, tahmid, basmalah dan doa-doa pendek. Nilai aqidah tersebut

sudah tidak diperlukan untuk anak yang usianya di atas 6 tahun. Demikian dikarenakan perkembangan maupun pertumbuhan kecerdasan anak prasekolah dipengaruhi sebanyak 94% indera penglihatan dan pendengaran. Artinya bahwa anak belum cukup mampu memahami hal maknawi. Oleh karena itu dalam penanaman nilai agama Islam anak belum banyak mampu menggunakan kata-kata (verbal), melainkan masih perlu untuk diberikan contoh, pembiasaan dan latihan dalam lingkungan keluarga (Darajat, 1995).

Di samping kedua aspek yang disebutkan sebelumnya, pada tabel 2 diuraikan mengenai faktor dari sisi ibu millennial yang mempengaruhi proses penanaman nilai agama pada anak prasekolah. *Pertama* yaitu, latar belakang pendidikan ibu millennial. Beragamnya pendidikan akhir ibu millennial akan menghasilkan pula ilmu yang diterima anak satu dengan yang lainnya cukup berbeda. hal dasar yang mempengaruhi adalah dalam pembentukan sikap karena ibu menjadi sosok pertama yang memberikan pengertian dan konsep akhlak dalam diri anak (Liu & Zhao, 2014). Semakin tinggi pendidikan akhir ibu-ibu millennial, semakin minim pula dalam memanfaatkan media digital, dan akan lebih memilih mengajarkan anak secara langsung dari dirinya. Alasannya untuk menghindari adiksi internet pada anak. Sedangkan ibu dengan pendidikan lebih rendah, akan melakukan sebaliknya demi membantu keterbatasan kemampuannya dalam mengenalkan nilai agama Islam.

Tabel 2. Faktor-Faktor Penanaman Nilai-Nilai Agama Islam

No	Inisial Ibu	Pendidikan	Pekerjaan	Ekonomi	Konten yang digunakan
1.	NM	S1	Ibu Rumah Tangga	Menengah ke atas - pengeluaran (>150 ribu/hari)	Serial animasi kisah Nabi di Youtube
2.	MA	S1 Akuntansi	Ibu Rumah Tangga - Bisnis online Kosmetik	Menengah Menengah pengeluaran (>100 ribu/hari)	<ul style="list-style-type: none"> • Parenting Islami di Web, blog, dan Instagram • Film Serial Animasi Omar dan Hana serta Rico the Series di Youtube
3.	SQ	SMK	Wiraswasta	Menengah Menengah pengeluaran (70-80 ribu/hari)	Game di gadget untuk reward anak
4.	KA	SMF	Bisnis Catering	Menengah Menengah pengeluaran (>50 ribu/hari)	<ul style="list-style-type: none"> • Serial animasi kisah Nabi di Youtube • Murottal juz 30 di Youtube
5.	SA	S1 Pendidikan	Ibu Rumah Tangga	Menengah ke atas - pengeluaran (>150 ribu/hari)	<ul style="list-style-type: none"> • Lagu Islami dan lantunan shalawat di Youtube • Video Ilustrasi surga dan neraka di Youtube
6.	WW	D4 Farmasi	Ibu Rumah Tangga	Menengah ke atas - pengeluaran(100-150 ribu/hari)	Lagu islami dan lantunan shalawat di Youtube
7.	SM	S2 Pendidikan	Ibu Rumah Tangga, ikut suami berjualan	Menengah Menengah pengeluaran (70-90 ribu/hari)	Serial animasi Omar dan Hana, rico the series episode membaca surat-surat pendek, serta kisah para nabi di Youtube
8.	NL	SMA	Wiraswasta	Menengah ke atas - pengeluaran (>200 ribu/hari)	Channel Youtube tentang konten <i>parenting</i> islami oleh dokter ahli / psikolog anak.
9.	KS	S1 Pendidikan	Guru SD	Menengah ke atas - pengeluaran (70-150 ribu/hari)	Lantunan Asmaul Husna, Shalawat, dan murottal surat pendek di Youtube

Faktor kedua, yaitu Pekerjaan Ibu millennial. Semakin sibuk seorang ibu, dalam mendidik anaknya dia akan sering mengandalkan konten digital sebagai media pengganti dirinya dalam mengenalkan nilai agama Islam. Faktor terakhir yang turut mempengaruhi penanaman nilai agama Islam adalah Ekonomi Keluarga (Liu & Zhao, 2014). Tingkat perekonomian keluarga menggambarkan kesejahteraan keluarga. Semakin tinggi tingkat ekonomi, maka keluarga tersebut semakin sejahtera dan sebaliknya. Begitupun dalam aspek pendidikan, semakin tinggi tingkat ekonomi, maka semakin tinggi pula kualitas pendidikan anak yang diinginkan orang tua. Menghasilkan kualitas pendidikan salah satunya dengan memfasilitasi anak dengan memanggil guru-guru privat terbaik. Berbalik dengan mereka ibu yang tingkat ekonomi keluarganya rendah, maka ia akan lebih mengontrol keuangannya untuk kehidupan sehari-hari. Seperti halnya ibu-ibu dengan tingkat ekonomi menengah-menengah, lebih banyak mengandalkan konten digital sebagai media penunjang pengenalan nilai agama anak karena alasan mencari informasi dalam konten digital dinilai lebih hemat uang dan waktu, daripada harus memanggil guru privat (Samy et al., 2020, pp. 2-4).

Tabel 3. Implikasi Penanaman Nilai-Nilai Agama Islam

No	Inisial Anak	Usia	Konten yang dimanfaatkan	Implikasi keberagamaan anak
1.	At	6 Tahun	Serial animasi kisah Nabi di Youtube	Anak mengetahui tentang kisah tongkat nabi Musa a.s, mengingat nama beberapa Nabi.
2.	Y	5 Tahun	<ul style="list-style-type: none"> Parenting Islami di Web, blog, dan Instagram Serial Animasi Omar dan Hana serta Rico the Series di Youtube 	<ul style="list-style-type: none"> Pengetahuan anak tentang Tuhan, sebagaimana yang ibu jelaskan pada anak. Anak suka berbagi, menghafal doa-doa harian seperti doa naik kendaraan sebagaimana yang ada dalam serial animasi Omar dan Hana Anak mengetahui dan menghafal huruf hijaiyah, surat pendek sebagaimana yang ada dalam Rico the Series
3.	N	5 Tahun	Game di gadget untuk reward anak	<ul style="list-style-type: none"> Anak termotivasi untuk melaksanakan ibadah sholat
4.	Dz	6 Tahun	<ul style="list-style-type: none"> Serial Animasi kisah Nabi di Youtube Murottal juz 30 di Youtube 	<ul style="list-style-type: none"> Anak mengetahui nama-nama Nabi Anak menghafal beberapa surat pendek, walau belum mampu untuk membacanya
5.	Sy	5 Tahun	<ul style="list-style-type: none"> Lagu Islami dan lantunan shalawat di Youtube Video Ilustrasi surga dan neraka dalam bentuk di Youtube 	Anak hafal sebagian nama-nama Nabi, dan hafal beberapa syair shalawat Nabi
6.	Ab	5 Tahun	Lagu islami dan lantunan shalawat di Youtube	Anak hafal sebagian nama-nama Nabi, dan hafal beberapa syair shalawat Nabi
7.	Dh	4,5 Tahun	Serial animasi Omar dan Hana, rico the series episode membaca surat-surat pendek, serta kisah para nabi di Youtube	Anak menghafal huruf hijaiyah, surat Al-Ikhlash, Al-Falaq, An-Nas, dan Al-Kautsar.
8.	A	6 Tahun	Ibu berlangganan Channel Youtube konten parenting islami oleh dokter ahli/psikolog anak.	Anak memahami tentang Tuhan sebagaimana ibu menjelaskan pada anak. Anak memiliki kesadaran sholat 5 waktu di masjid, anak taat dan tidak pernah membantah sang ibu.
9.	L	4,5 Tahun	Lantunan Shalawat, dan murottal surat pendek di Youtube	Anak menghafal syair shalawat Nabi, mengetahui beberapa nama Nabi. Anak menghafal surat-surat pendek.

Penanaman nilai-nilai agama Islam oleh ibu millennial melalui penggunaan gadget tentu bukan tanpa tujuan. Tujuan yang diharapkan ibu tak lain adalah agar anak memiliki keberagaman yang baik dalam hidupnya. Tujuan yang dimaksudkan berkaitan dengan kuantitas dan kualitas keberagaman anak. Sebagaimana **tabel 3**, menunjukkan implikasi yang dihasilkan dari proses penanaman nilai agama Islam melalui pemanfaatan gadget. Yang Pertama, implikasi kuantitas keberagaman anak meliputi aspek kognitif dan psikomotorik. Kognitif berkaitan dengan pengetahuan dan pemahaman anak senada pada teori yang mengungkapkan bahwa tingkat perkembangan keagamaan anak prasekolah cenderung diidentikkan pada aspek kognitif yaitu pengetahuan serta pemahaman akan Tuhan, baik wujud maupun keberadaan-Nya di sekitar sang anak (Khaironi, 2018, p. 17). Sedangkan psikomotorik keberagaman anak berkaitan dengan seiring meningkatnya kemampuan anak menghafal. Kedua, implikasi yang berkaitan dengan kualitas keberagaman anak yang terdiri dari aspek kognitif, afektif dan psikomotorik.

Pada aspek kognitif, anak tidak sekedar mengetahui nama nabinya melainkan juga mengetahui lebih jauh tentang apa yang telah diketahuinya walau tidak secara mendalam. Artinya bahwa mereka menerima apa yang mereka ketahui tanpa mengkritik dan masih sekedarnya saja (Noer Rohmah, 2020, p. 89). Dilanjutkan aspek afektif, munculnya kesadaran dan kebiasaan baik anak yang menandakan mulai tumbuhnya karakter tanggung jawab dalam diri anak. Taufik Abdullah mengungkapkan bahwa salah satu nilai baik dalam aktifitas ibadah yaitu Tanggung Jawab, yang bermakna dengan adanya kewajiban manusia sebagai hamba kepada Tuhan-Nya, tentu akan menumbuhkan dalam diri manusia rasa bertanggung jawab atas segala apa yang dilakukan (Abdullah, 2002, p. 60). Aspek terakhir yaitu psikomotorik terdiri dari keterampilan hafalan anak yang bersifat verbalis, yaitu sebatas pada ucapan semata sebagaimana kebiasaan yang telah diarahkan pada mereka. Demikian diperkuat dengan perkembangan otak anak prasekolah yang mulai memperlihatkan kematangan dalam berbahasa, sehingga sedikit banyak mampu mengikuti dan mengucapkan apa saja yang ia dengar dari sang ibu. (Yusron Masduki dan Idi Warsah, 2020, p. 199).

Simpulan

Adanya dominasi pemanfaatan gadget melalui platform Youtube oleh ibu millennial guna menanamkan nilai agama Islam pada anak prasekolah. Yang demikian itu tidak menjadi masalah khususnya di masa kini dan mendatang karena konten dalam Youtube telah dipilah dan dipilih oleh ibu millennial mana yang terbaik untuk sang anak sejak usia prasekolah. Sejalan dengan itu, hal demikian membuktikan bahwa media digital tidak lagi sekedar media hiburan semata, namun ternyata kecanggihan teknologi dan media digital oleh para ibu milenial juga dimanfaatkan sebagai media pengenalan, penanaman dan pendidikan nilai-nilai agama khususnya pada anak-anaknya di usia prasekolah. Hasil penelitian membuka ruang baru dalam penelitian di mana ibu millennial yang memiliki kecenderungan terhadap teknologi, turut menjalankan perannya dalam menanamkan nilai agama sejak anak usia prasekolah dengan dominasi pemanfaatan gadget. Senada dengan itu, penelitian ini membuktikan bahwa ibu millennial dalam kondisi kecanduan internet, tidak lalai dengan perannya sebagai seorang ibu walaupun dalam prosesnya cenderung berbeda dengan ibu-ibu generasi sebelumnya.

Ucapan Terima Kasih

Seluruh Ibu-Ibu Millennial di Kabupaten Kudus Jawa Tengah yang telah berkontribusi dalam penelitian dan memberikan dedikasinya dalam menanamkan nilai-nilai agama Islam pada anak sejak masa usia prasekolah.

Daftar Pustaka

- Abdullah, T. (2002). *Ensiklopedi Tematis Dunia Islam jilid III*. Ochyiar Baru Van Hoeve.
- Adu, L., Rijal, M., & Rahawarin, Z. A. (2021). The Inculcation of Islamic Values in Preschool

- Children. In *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry (TOJQI)* (Vol. 12, Issue 4). <https://orcid.org/0000-0002-5555-7645>
- Afni, M. N., & Taja, N. (2022). Nilai-Nilai Pendidikan Karakter Religius dalam Film Omar dan Hana. *Riset Pendidikan Agama Islam (JRPai)*, 2(1), 57–64. <https://doi.org/0.29313/jrpai.v2i1.986>
- Aqila, F., & Ardina, M. (2021). YouTube Approach Sebagai Media Pembelajaran Komunikasi Digital Preschool di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Audiens*, 2(2), 166–173. <https://doi.org/10.18196/jas.v2i2.11863>
- Asmawati, L. (2020). Peran Orangtua Dalam Penggunaan Film Animasi Islami Untuk Pembelajaran Anak Usia Dini. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*, 3(1), 216–223.
- Bastami, B., & Fitriyah, R. (2021). Pengembangan Kecerdasan Spiritual Anak Melalui Lagu-lagu Islami. *Fakta: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(1), 29. <https://doi.org/10.28944/fakta.v1i1.209>
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Pustaka Belajar.
- Darajat, Z. (1995). *Pendidikan Islam dalam Keluarga dan Sekolah*. Ruhama.
- Dradjat, Z. (1995). *Pendidikan Islam dalam Keluarga dan Sekolah*, Jakarta: YPI Ruhama, Cet. ke-2 (p. 35). Ruhama.
- Fathiyah, K. N. (2007). Problem, dampak, dan solusi transformasi nilai-nilai agama pada anak prasekolah. *Dinamika Pendidikan*, 14(1), 102–117. <https://eprints.uny.ac.id/4875>
- Fauziah, R., Syahas, A. N. R., Lubis, M. S., & Silitonga, M. (2021). Ibu Milenial Dan Sharenting Lifestyle di Ibu Kota. *Psikologi Konseling*, 18(1), 888. <https://doi.org/10.24114/konseling.v18i1.27831>
- Gunawan, A., & Muchardie, B. G. (2015). Pola Perilaku Pembelian Produk Apparel untuk Balita oleh Millennial Moms dan Implikasinya untuk Pemasar Kids Apparel. *Binus Business Review*, 6(1), 142. <https://doi.org/10.21512/bbr.v6i1.997>
- Idayanti, R. (2020). Model Konsumsi Peduli Masalah Ibu-Ibu Milenial. *ILTIZAM Journal of Shariah Economic Research*, 4(1), 136. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v4i1.579>
- Jati, W. D. P. (2021). Literasi Digital Ibu Generasi Milenial terhadap Isu Kesehatan Anak dan Keluarga. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(1), 1–23. <https://doi.org/10.24815/jkg.v10i1.20091>
- Khaironi, M. (2018). Perkembangan Anak Usia Dini. *Jurnal Golden Age*, 2(01), 01. <https://doi.org/10.29408/goldenage.v2i01.739>
- Latipah, E., Adi Kistoro, H. C., Hasanah, F. F., & Putranta, H. (2020). Elaborating motive and psychological impact of sharenting in millennial parents. *Universal Journal of Educational Research*, 8(10), 4807–4817. <https://doi.org/10.13189/ujer.2020.081052>
- Lindo, J. M. (2011). Parental job loss and infant health. *Journal of Health Economics*, 30(5), 869–879. <https://doi.org/10.1016/j.jhealeco.2011.06.008>
- Liu, M., & Zhao, X. (2014). Cause of “Professional Board Secretary”: Profit Seeking or Short Slab of Institutions? *Management World*, 4. http://qikan.cqvip.com/article/detail.aspx?id=49169504&from=zq_search
- Luttrell, R. (2015). *Sosial Media : How to engage, share and connect*. Rowman& Littlefield.
- Noer Rohmah. (2020). *Psikologi Agama (Amatul Jadidah (Ed.))*. CV.Jakad Media Publishing.
- Putri, N. R., Harkan, A. A., Khairunnisa, A. A., Nurintan, F., & Ahdiyati, M. A. (2021). Construction of “Sharenting” Reality for Mothers Who Shares Children’s Photos and Videos on Instagram. *Proceedings of the Asia-Pacific Research in Social Sciences and Humanities Universitas Indonesia Conference (APRISH 2019)*, 558(Aprish 2019), 782–788. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210531.099>
- Radar Surabaya. (2020). *Ibu Sibuk Main Gadget, Anak Terbengkalai, Pernikahan di Ujung Cerai*. <https://radarsurabaya.jawapos.com>
- Rafiki, A., & Wahab, K. A. (2014). Islamic Values and Principles in the Organization: A Review of Literature. *Asian Social Science*, 10(9). <https://doi.org/10.5539/ass.v10n9p1>

- Ramadhani, E., Agustini, F., & Amanah, D. (2022). Pola Perilaku Ibu Rumah Tangga Sebagai Pengguna Media Sosial Di Kota Medan. *Jurnal Kajian Gender Dan Anak*, 06(1), 17–28. <https://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/JurnalGender/article/view/5523>
- Republika Online. (2013). *Pecandu Internet Ternyata Ibu-Ibu*. <https://news.republika.co.id/berita/mmtn6l/pecandu-internet-ternyata-ibuibu>
- Ridhwan, D. S. (2020). *Konsep Dasar Pendidikan Islam*. Raja Grafindo Persada.
- Sa'adah, N., 'Afiatus, Udin, T., & Jaelani, A. (2022). Analisis Nilai-nilai Pendidikan Akhlak dalam Film Serial Animasi Riko The Series. *Jurnal Lensa Pendas*, 7(1), 15–25. <https://doi.org/10.33222/jlp.v7i1.1705>
- Samy, M., Abdelmalak, R., Ahmed, A., & Kelada, M. (2020). Social media as a source of medical information during COVID-19. *Medical Education Online*, 25(1), 2–4. <https://doi.org/10.1080/10872981.2020.1791467>
- Setiawan, R. (2021). *Digital Mums Surveoy 2021: Para Ibu Habiskan 5 Jam Sehari di Dunia Maya*.
- Sit, M. (2017). *Psikologi Perkembangan Anak Usia Dini*. Kencana.
- Taufik, M. (2021). *Malaikat Itu Bernama Ibu* (Ulfa Nur Halizah (Ed.)). Yayasan Cendekia Muslim Press.
- Utari, S. A., Dwi, W., & Zebua, A. (2016). the Using of Digital Pregnancy Applications As an. *Proceeding International Conference On Social Sciences, November*, 138. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/ICSS/article/view/6436>
- Weinstein, A., & Lejoyeux, M. (2010). Internet addiction or excessive internet use. *American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 36(5), 277–283. <https://doi.org/10.3109/00952990.2010.491880>
- Wenerda, I. (2019). Grup WhatsApp Sebagai Wadah Komunikasi Ibu-Ibu di Era Digital. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 23(1), 43–53. <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v23i1.105>
- Young, Ki. S., & Rogers, R. C. (1998). The relationship between depression and internet addiction. *Cyberpsychology and Behavior*, 1(1), 25–28. <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.25>
- Yusron Masduki dan Idi Warsah. (2020). *Psikologi Agama*. Tunas Gemilang.