

Televisi Mendidik Karakter Bangsa: Harapan dan Tantangan

Oos M. Anwas

Peneliti Madya di Pustekkom Kemdiknas, email: anwasipb@yahoo.co.id

Abstrak: Pendidikan karakter merupakan upaya menanamkan kecerdasan dalam berpikir, penghayatan dalam bersikap, dan pengamalan dalam bentuk perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai dan norma serta akhlak mulia. Oleh karena itu, diperlukan pembiasaan, keteladanan, dan lingkungan yang kondusif baik di keluarga, sekolah, masyarakat, serta dukungan *exposure* media massa khususnya televisi. Kepala sekolah, guru, orangtua, dan masyarakat dituntut menjadi teladan bagi generasi muda. Namun, pembiasaan dan keteladanan dalam berperilaku sehari-hari tidak mudah. Media televisi dengan berbagai karakteristiknya optimis dapat meminimalisir kendala tersebut. Televisi merupakan media massa yang paling digemari. Televisi juga dapat mendramatisasi dan memotret realitas kehidupan sehari-hari di masyarakat dalam bentuk audio visual. Realitas tersebut merupakan penghayatan dan penanaman ajaran agama, keanekaragaman budaya bangsa, kearifan lokal, kekayaan alam, kehidupan sosial kemasyarakatan, pengembangan kreativitas, termasuk sejarah perjuangan bangsa dan cerita-cerita rakyat. Format sajian dapat mengoptimalkan konsep drama, sinetron, atau kisah nyata. Penokohan dan *setting* lokasi menggambarkan wilayah Indonesia dengan mengakomodir keragaman budaya, suku, agama, dan lingkungan lokal. Untuk mewujudkan harapan ini peran masyarakat sangat penting dalam mempengaruhi stasiun televisi untuk menyiarkan acara yang mendidik. Begitu pula diperlukan komitmen dan kebijakan pemerintah, serta kepedulian swasta dalam menanamkan pendidikan karakter melalui televisi.

Kata kunci: *pendidikan karakter dan televisi*

Abstract: Character education is an effort to embed intelligence in thinking, appreciation in attitude, and practice in the form of behavior which is consistent with the values and norms as well as noble personality. Therefore we need inuring, modeling, and a conducive environment within family, school, community, and support from the mass media, especially television exposure. The school principal, teachers, parents, and communities are required to be role models for younger generations. However, habituation and ideals in the daily behavior are not easy. Television media with different characteristics is hopefully able to minimize these constraints. Television is the most popular mass media. Television also can dramatize and photograph the reality of everyday life in society in audio-visual based. The reality mentioned here comprises the appreciation and cultivation of religious teachings, the nation's cultural diversity, local knowledge, natural resources, social life, development of creativity, including the history of national struggle and folklore. Certain presentation format could optimize the concept of drama, soap opera, or a true story. Characterization and location setting describe Indonesian territory that accommodate the diversity culture, ethnic, religion, and the local environment. The role of community is very important to influence television station in order to broadcast educating programs. Similarly, government commitment and policy as well as private concerns is expected in order to instill character education through television.

Key words: *character education and television*

Pendahuluan

Kecenderungan menurunnya moral bangsa seperti kasus korupsi di berbagai bidang, praktik mafia kasus, plagiat, dan kasus lainnya merupakan cermin kegagalan pendidikan karakter bangsa (Majalah Gatra, 6-12 Mei 2010). Dalam hal ini Kementerian Pendidikan Nasional yang bertanggung

jawab terhadap pendidikan bangsa, telah memprioritaskan perlunya penanaman kembali pendidikan karakter di semua jenis dan jenjang pendidikan.

Proses pendidikan tidak hanya mencetak manusia cerdas atau ahli dalam bidang tertentu, tetapi yang lebih penting adalah membentuk

individu yang mampu menghayati dan mengamalkan norma dan nilai-nilai serta akhlak mulia. Memiliki akhlak mulia ini merupakan modal dasar untuk hidup berbangsa dan bernegara. Akhlak mulia merupakan fondasi bagi setiap individu dalam berhubungan dengan sesama manusia, dengan alam, dan juga dengan Allah SWT, Tuhan Yang Maha Kuasa.

Menanamkan pendidikan karakter tidak bisa dilakukan seperti mentransfer ilmu pengetahuan atau mengajarkan sesuatu pelajaran kepada peserta didik. Pendidikan karakter perlu bimbingan, keteladanan, pembiasaan, atau pembudayaan serta ditunjang oleh iklim lingkungan yang kondusif, baik di lingkungan keluarga, sekolah, dan masyarakat. Proses pembiasaan dan keteladanan melalui lingkungan yang kondusif ini kenyataannya tidak mudah. Kepala sekolah, guru, dan tenaga kependidikan lainnya harus menjadi teladan dalam sikap dan perilakunya. Begitu pula orangtua, tokoh masyarakat, dan orang dewasa lainnya harus menjadi panutan bagi generasi muda. Dengan kata lain, peserta didik perlu contoh nyata menghayati dan mengamalkan norma dan nilai-nilai luhur serta akhlak mulia dalam kehidupan nyata sehari-hari di lingkungan mereka.

Media televisi dapat menyajikan acara-acara tentang potret kehidupan dan perilaku sehari-hari baik dalam bentuk kisah nyata maupun dramatisasi sesuai dengan tujuan yang dikehendaki. Media televisi juga sebagai media massa yang paling populer dan digemari oleh berbagai lapisan masyarakat, termasuk anak-anak dan remaja. Melalui televisi, pesan bisa disajikan dalam bentuk audio visual dan gerak. Televisi juga bisa menyajikan siaran langsung (*live*) atau liputan berita dari sumbernya pada saat yang bersamaan. Dengan bantuan media lain, televisi juga bisa menyajikan acara interaktif. Dalam pemanfaatannya, televisi dapat ditonton sambil santai di rumah, menyaksikan siaran langsung, dramatisasi, hiburan, sinetron, musik, pendidikan, dan informasi lainnya.

Dengan karakteristik yang dimiliki media televisi tersebut, banyak kajian membuktikan besarnya pengaruh media televisi terhadap pembentukan perilaku masyarakat, terutama anak-anak. Dalam pengamatan sederhana sering ditemukan anak-anak dan remaja menirukan gaya dan perilaku idolanya di layar televisi. Namun,

yang ditiru mereka justru sikap dan perilaku yang kurang mencerminkan pendidikan karakter. Hal ini diduga karena tayangan di layar televisi sangat kurang memiliki substansi pendidikan karakter. Di sisi lain, kesadaran masyarakat terhadap acara televisi yang bermutu, yakni yang memiliki aspek penanaman pendidikan karakter masih kurang. Tulisan ini mengkaji tentang penanaman pendidikan karakter melalui televisi, yang meliputi: hakikat pendidikan karakter, potensi televisi dalam menanamkan karakter, materi pendidikan karakter bangsa, format sajian pendidikan karakter, serta mewujudkan harapan televisi pendidikan karakter bangsa.

Kajian Literatur dan Pembahasan Hakikat Pendidikan Karakter

Pendidikan tidak sekadar membentuk manusia yang cerdas saja, namun membentuk manusia yang utuh memiliki kepribadian dan akhlak mulia. Hal ini ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 1 yang menyatakan bahwa pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

Pendidikan karakter hakikatnya merupakan pengintegrasian antara kecerdasan, kepribadian, dan akhlak mulia. Pendidikan karakter menurut Thomas Lickona (Elkind dan Sweet, 2004) merupakan upaya membantu peserta didik untuk memahami, peduli, dan berbuat atau bertindak berdasarkan nilai-nilai dan etika. Sejalan dengan itu Suyanto (2010) menegaskan bahwa pendidikan karakter adalah pendidikan budi pekerti plus, yaitu yang melibatkan aspek pengetahuan (*cognitive*), perasaan (*feeling*), dan tindakan (*action*). Secara operasional Raharjo (2010) menegaskan bahwa pendidikan karakter adalah suatu proses pendidikan secara holistik yang menghubungkan dimensi moral dengan ranah sosial dalam kehidupan peserta didik sebagai fondasi bagi terbentuknya generasi yang berkualitas yang mampu hidup mandiri dan memiliki

prinsip suatu kebenaran yang dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam grand desain pendidikan karakter (Kemdiknas, 2010), pendidikan karakter merupakan proses pembudayaan dan pemberdayaan nilai-nilai luhur dalam lingkungan satuan pendidikan (sekolah), lingkungan keluarga, dan lingkungan masyarakat. Nilai-nilai luhur tersebut berasal dari: teori-teori pendidikan, psikologi pendidikan, nilai-nilai sosial budaya, ajaran agama, Pancasila dan UUD 1945 serta UU No 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, serta pengalaman terbaik dan praktik nyata dalam kehidupan sehari-hari. Proses pembudayaan dan pemberdayaan nilai-nilai luhur tersebut juga perlu didukung oleh komitmen dan kebijakan pemangku kepentingan serta pihak-pihak terkait lainnya termasuk dukungan sarana dan prasarana yang diperlukan.

Pendidikan karakter merupakan upaya menanamkan kecerdasan dalam berpikir, penghayatan dalam bentuk sikap, dan pengamalan dalam bentuk perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai luhur yang menjadi jati dirinya, diwujudkan dalam berinteraksi dengan Tuhannya, diri sendiri, antarsesama, dan lingkungannya. Nilai-nilai luhur tersebut antara lain: kejujuran, kemandirian, sopan santun, kemuliaan sosial, serta kecerdasan berpikir termasuk kepenasaranan akan intelektual dan berpikir logis. Oleh karena itu, penanaman pendidikan karakter tidak bisa hanya sekadar menstransfer ilmu pengetahuan atau melatih suatu keterampilan tertentu. Penanaman pendidikan karakter perlu proses, contoh teladan, dan pembiasaan atau pembudayaan dalam lingkungan peserta didik baik dalam lingkungan sekolah, keluarga, lingkungan masyarakat, maupun lingkungan (*exposure*) media massa.

Pendidikan karakter harus dimulai sejak lahir bahkan masih dalam kandungan melalui belaian kasih sayang ibu dan bapaknya. Pada masa bayi, penanaman pendidikan karakter dalam keluarga sangat penting. Nilai dan norma ditanamkan melalui contoh perilaku semua anggota keluarga. Kemudian memasuki empat tahun, anak mulai berkenalan dengan lingkungan baru yaitu lingkungan taman kanak-kanak atau pendidikan anak usia dini. Pada tahap ini penanaman pendidikan karakter sangat penting. Para ahli psikologi menyebutnya sebagai usia emas (*golden age*),

karena usia ini sangat menentukan kemampuan mengembangkan potensi anak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sekitar 50% variabilitas kecerdasan orang dewasa sudah terjadi ketika anak berusia 4 tahun. Peningkatan 30% berikutnya terjadi pada usia 8 tahun, dan 20% sisanya pada pertengahan atau akhir dasa warsa kedua (Suyanto, 2010).

Sejalan dengan tubuh kembangnya anak, pada lingkungan sekolah, penanaman pendidikan karakter lebih kompleks. Anak-anak dituntut belajar berperilaku dalam menghayati, mengamalkan nilai dan norma serta akhlak mulia. Penanaman dan pembiasaan dalam menanamkan nilai-nilai luhur di lingkungan sekolah harus terintergrasi dalam proses pembelajaran pada setiap mata pelajaran. Pembiasaan dan menciptakan lingkungan yang kondusif serta menjadi figur bagi peserta didik adalah pekerjaan yang tidak mudah. Sekolah baik di perkotaan atau di pedesaan barangkali sudah sering dan terbiasa memberikan pelajaran pendidikan karakter. Namun hal ini seringkali lebih dominan aspek pengenalan atau pemahaman (kognitif). Yang sulit adalah bagaimana penghayatan dan pengamalannya.

Kenyataannya dalam sekolah-sekolah yang menerapkan muatan lokal pendidikan agama misalnya, sering kali peserta didik dijejali oleh berbagai pengetahuan mata pelajaran keagamaan. Akibatnya mata pelajaran yang harus ditempuh oleh peserta didik sangat banyak. Padahal dalam penanaman pendidikan karakter yang penting adalah bagaimana semua komunitas sekolah terbiasa untuk berpikir, bersikap, dan berperilaku sesuai dengan nilai-nilai dan norma serta ajaran agama. Intinya adalah bagaimana lingkungan sekolah menghayati dan mengamalkan ajaran agama tersebut, yang terintegrasi dalam proses pembelajaran setiap mata pelajaran, pembiasaan dalam interaksi keseharian di sekolah, termasuk dalam kegiatan ekstra kurikuler. Dengan demikian peserta didik dibiasakan penanaman norma dan nilai akhlak mulia tersebut. Di sinilah peran guru, kepala sekolah, dan tenaga kependidikan lainnya dituntut menjadi teladan dalam cara berpikir, bersikap, dan berperilaku yang sesuai dengan ajaran agama serta norma dan nilai kebenaran lainnya.

Dalam lingkungan keluarga, para orangtua tidak mudah memberikan contoh dan pembiasaan menanamkan pendidikan karakter dalam kehidupan sehari-hari. Kehidupan zaman modern terutama di kota besar, kedua orangtua sangat sibuk dengan kegiatan rutinitas pekerjaannya sehari-hari. Di sisi lain, anak-anak dan remaja lebih senang dan akrab dengan *exposure* media massa, khususnya televisi. Inilah barang kali kendala utama kurang berhasilnya menanamkan pendidikan karakter.

Potensi Televisi Menanamkan Pendidikan Karakter

Dunia sudah memasuki era informasi. Setiap aspek kehidupan manusia selalu ditandai adanya pengolahan, pengiriman, dan penerimaan informasi. Setiap menit bahkan setiap detik informasi terus berkembang. Lingkungan keluarga, sekolah, dan masyarakat dipengaruhi oleh perkembangan deras arus informasi. Begitu pula sejak masih bayi, meningkat usia anak-anak, apalagi remaja sudah terbiasa nonton di depan televisi, komputer, handpone, atau media lainnya.

Realitas tersebut akan berpengaruh terhadap penanaman pendidikan karakter khususnya anak-anak dan remaja. Dalam kehidupan sehari-hari bisa disaksikan bagaimana anak-anak meniru berbagai adegan (*action*) yang diperolehnya di layar televisi. Toko-tokoh film anak, seperti *Supermen*, *Satria Baja Hitam*, *Power Ranger*, *Upin Ipin*, dan tokoh lainnya sungguh melekat dalam kehidupan anak. Bahkan kondisi seperti ini dimanfaatkan betul oleh para pengelola stasiun televisi dan pelaku perdagangan lainnya. Misalnya, mereka membuat busana anak yang mirip dengan para tokoh tersebut, dan hasilnya sangat digemari anak-anak. Kecenderungan anak-anak merasa senang dan bergengsi bila makan makanan yang sering muncul di layar televisi. Anak-anak mulai pandai menyebut merek-merek dagang terkenal, termasuk merk mobil yang mungkin mustahil terbeli oleh orangtuanya. Lebih mengkhawatirkan lagi mereka lebih suka nongkrong di depan televisi, dibandingkan belajar, membaca, atau mengerjakan pekerjaan rumah dari gurunya.

Mengapa televisi bisa menyulap sikap dan perilaku masyarakat, terutama anak-anak. Menurut Skomis (dalam Anwas, 1999), dibanding-

kan dengan media massa lainnya (radio, surat kabar, majalah, buku, dan lain sebagainya), televisi mempunyai sifat istimewa. Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar hidup (*gerak/live*) yang bisa bersifat politis, bisa informatif, memberikan hiburan, pendidikan, atau bahkan gabungan dari ketiga unsur tersebut. Sebagai media informasi, televisi memiliki kekuatan yang *powerful* (ampuh) untuk menyampaikan pesan. Karena media ini dapat menghadirkan pengalaman yang seolah-olah dialami sendiri dengan jangkauan yang luas (*broadcast*) dalam waktu yang bersamaan. Penyampaian isi pesan seolah-olah langsung antara komunikator dan komunikan. Informasi/kejadian di belahan bumi utara bisa diterima langsung di rumah.

Menurut Rakhmat (1991), gambaran dunia dalam televisi sebetulnya gambaran dunia yang sudah diolah. Dalam hal ini Rakhmat menyebutnya sebagai Tangan-tangan Usil. Tangan pertama yang usil adalah kamera (*camera*), gerak (*motions*), ambilan (*shots*), dan sudut kamera (*angles*) menentukan kesan pada diri pemirsa. Tangan kedua adalah proses penyuntingan yang dapat mendramatisasikan pesan/berita dengan memainkan *special effects*. Tangan ketiga adalah ketika gambar muncul dalam layar televisi. Layar televisi mengubah persepsi tentang ruang dan waktu. Tangan keempat adalah perilaku para penyiar televisi, dengan cara menggaris-bawahi berita, memberikan makna yang lain, atau sebaliknya meremehkannya.

Dalam pemanfaatannya, televisi akrab dengan suasana rumah dan kegiatan penonton sehari-hari. Televisi juga bisa menciptakan suasana tertentu, yaitu para penonton dapat melihat sambil duduk santai menyaksikan berbagai tayangan televisi. Oleh karena itu, media televisi merupakan media massa yang paling banyak digemari. Menurut data Badan Pusat Statistik (2010), persentase penduduk Indonesia yang berumur 10 tahun ke atas yang menonton televisi di dalam sepuluh tahun terakhir ini menunjukkan peningkatan yang signifikan, yaitu tahun 2003 sebanyak 84,94 persen, tahun 2006 sebanyak 85,86 persen, dan tahun 2009 meningkat menjadi 90,27 persen. Artinya, penduduk Indonesia yang tidak menonton televisi di tahun 2009 hanya kurang dari 10 persen.

Penelitian membuktikan bahwa media televisi merupakan kekuatan yang besar bagi kepentingan-kepentingan yang dominan dalam masyarakat (Littlejohn, 1996). McQuel dan Windahl (1996) menjelaskan model psikologi Comstock tentang efek televisi terhadap orang perorangan. Ditegaskannya bahwa media televisi tidak hanya mengajarkan tingkah laku, tetapi juga tindakan sebagai stimulus untuk membangkitkan tingkah laku yang dipelajari dari sumber-sumber lain. Ini menunjukkan bahwa media televisi memiliki kekuatan yang ampuh (*powerful*) bagi pemirsanya. Menurut Perin (1977) televisi memberikan pengaruh yang besar dalam kehidupan sehari-hari dibandingkan dengan media lainnya. Ia memerankan peran utama dalam kehidupan, ia juga merupakan sumber informasi dan sumber belajar dalam kehidupan manusia. Bahkan, Perin menegaskan bahwa dalam kehidupan manusia televisi merupakan sumber informasi yang utama (*a prime source of news*).

Dalam teori modeling yang dikemukakan Bandura (1977), manusia belajar dengan mengamati dan meniru perilaku orang lain. Peniruan model menjadi unsur penting dalam belajar. Individu dapat saling membelajarkan dengan cara saling mengamati perilaku individu lainnya. Dengan saling mengamati perilaku orang lain, manusia dapat dengan cepat mendapatkan respons.

Teori belajar ini sangat cocok diterapkan pada tingkatan anak-anak dan remaja. Masa ini adalah usia mencari figur atau panutan dalam rangka pembentukan karakter atau jati dirinya. Dalam kenyataannya, anak-anak dan remaja sering kali mengidolakan figur yang ditemukan di layar televisi dibandingkan dengan figur guru atau orangtuanya. Hasil penelitian Bandura menunjukkan bahwa anak-anak lebih agresif setelah menonton model agresif, film agresif atau kartun kekerasan dibandingkan dengan anak-anak yang melihat model yang tidak agresif atau tanpa model sekalipun (Woolfolk dan Nicolich, 1984).

Menyadari begitu strategisnya media televisi dalam mempengaruhi perilaku masyarakat, maka dalam menanamkan pendidikan karakter tidak cukup hanya melalui lingkungan konvensional seperti keluarga, sekolah, dan masyarakat saja. Lingkungan media khususnya televisi sangat perlu

dikondisikan. Kondisi ini sungguh mengkhawatirkan karena umumnya tayangan televisi lebih banyak menyajikan adegan kekerasan, sikap konsumtif, dan perilaku lainnya yang dapat merusak pendidikan karakter. Oleh karena itu, wacana membangun kembali pendidikan karakter yang mungkin telah rusak ini, dapat dilakukan melalui televisi dengan program yang ditayangkan harus dibenahi. Semua perangkat kepentingan pendidikan harus menyadari akan kondisi tersebut.

Materi Pendidikan Karakter

Materi pendidikan karakter di layar televisi menekankan pada kekuatan dari media tersebut. Sebagaimana dijelaskan bahwa media televisi dapat menyajikan pesan audio visual dan gerak. Media ini juga dapat mendramatisasi dan memanipulasi pesan sesuai dengan tujuan yang dikehendaki. Kelebihan media televisi ini sesungguhnya membantu tugas guru dan orangtua dalam menanamkan pendidikan karakter terhadap peserta didiknya secara berkesinambungan.

Materi acara televisi didesain melalui contoh-contoh kongkret kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara, yang menjunjung tinggi tatanan nilai luhur, norma, dan akhlak mulia. Aspek pemahaman, penghayatan, dan pengalaman nilai, norma, kearifan lokal, dan akhlak mulia yang terkandung dalam perilaku keseharian masyarakat yang dikemas menarik menjadi acara televisi yang disajikan untuk kepentingan pendidikan, antara lain adalah: a) Penghayatan dan penanaman ajaran agama. Melalui tayangan televisi ditanamkan bagaimana melaksanakan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari yang menekankan pada hubungan vertikal manusia dengan sang pencipta dan hubungan horizontal antarmanusia termasuk manusia dengan alam semesta. Topik yang dapat dikembangkan ke layar kaca antara lain: sikap dan perilaku keseharian dalam menjalankan kehidupan menurut ajaran agama, kebebasan beragama, serta toleransi antarumat beragama; b) Pelestarian budaya bangsa. Negara Indonesia memiliki keragaman budaya yang khas, seperti: kesenian daerah, kerajinan, upacara-upacara adat, dan nilai budaya lainnya yang sangat kaya. Televisi sebagai media audio visual sangat efektif dalam memelihara dan

menanamkan budaya tersebut pada anak. Keragaman budaya dan suku bangsa ini sangat membantu mengilhami para *script writer* dalam menyusun naskah acara televisi; c) Indonesia memiliki kearifan lokal seperti: sifat gotong royong, kerja sama tolong-menolong, toleransi, kemandirian, tanggung jawab, disiplin, kreatif, empati, ramah, rajin, dan sikap atau perilaku lainnya sebagai modal sosial yang tumbuh lestari secara turun-temurun. Topik-topik seperti, pantang menyerah dalam melakukan kebenaran, berani membela kebenaran, rasa bersyukur terhadap apa yang telah diperolehnya, tidak konsumtif, tidak bergaya hidup mewah sangat menarik diangkat dalam layar televisi; d) Alam Indonesia sangat kaya dengan sumber daya alam, baik di darat, udara, dan juga di laut. Topik yang dapat dikembangkan antara lain: mencintai lingkungan, memelihara, melestarikan serta memanfaatkan lingkungan secara bertanggung jawab. e) Topik-topik aktual yang terjadi dalam kehidupan sosial kemasyarakatan dapat menjadi pelajaran menarik dalam menanamkan pendidikan karakter. Topik tersebut antara lain: memahami hak dan kewajiban diri dan orang lain, menghargai perbedaan pendapat, memahami kekurangan dan kelebihan diri sendiri; berkomunikasi dan berinteraksi secara efektif dan santun; dan lain-lain; f) Mengembangkan kreativitas dan kemandirian. Setiap anak mempunyai bakat (potensi) masing-masing. Kisah-kisah perjuangan dalam mengaktualisasikan kreativitas dan bakat serta meraih kemandirian menjadi tontonan menarik dan motivasi bagi penontonnya; dan g) Indonesia memiliki sejarah perjuangan bangsa dan cerita-cerita rakyat. Sejarah dan cerita rakyat ini lebih menarik jika diangkat ke layar kaca. Misalnya, Perjuangan Pangeran Diponegoro, Perjuangan Pattimura di Ambon, cerita Kerajaan Majapahit, Si Kabayan (cerita Parahiangan), dan sebagainya.

Semua aspek tersebut menjadi modal bagi stasiun televisi baik milik pemerintah maupun swasta untuk membuat acara yang memiliki nuansa penanaman pendidikan karakter. Rincian di atas juga membuktikan tidak ada alasan bagi stasiun televisi, untuk kekurangan ide dan kreativitas dalam memproduksi acara televisi yang menarik dan memiliki tuntutan pendidikan karakter. Oleh karena itu Pemerintah, swasta, dan

masyarakat perlu menyadari dan merealisasikan potensi dalam menanamkan pendidikan karakter bangsa di layar kaca.

Format Sajian Pendidikan Karakter

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa pendidikan karakter tidak hanya pada aspek pengetahuan, tetapi yang lebih penting adalah penghayatan dan pengamalan nilai, norma kebenaran yang diwujudkan dalam bentuk perilaku akhlak mulia. Untuk menanamkan pribadi individu seperti itu diperlukan pembiasaan dalam iklim lingkungan yang kondusif melalui berbagai perilaku dalam lingkungan sekolah dan juga masyarakat. Pembiasaan ini akan lebih nyata jika diwujudkan melalui sebuah contoh atau figur nyata realitas kehidupan sehari-hari di sekolah dan lingkungan masyarakat.

Media televisi dengan berbagai karakteristiknya optimis dapat meminimalisir kendala yang dihadapi sekolah, orangtua, dan juga masyarakat dalam menanamkan pendidikan karakter. Dalam perspektif media, media massa khususnya televisi adalah realitas yang terjadi dalam masyarakat. Artinya, apa yang disajikan media merupakan cerminan dari realitas masyarakat. Media televisi yang baik adalah media yang mampu memberikan nilai tambah, yaitu perubahan perilaku masyarakat ke arah yang lebih baik. Dalam hal ini media televisi harus mampu mencerdaskan masyarakat dan meningkatkan pendidikan karakter bangsa.

Media televisi melalui berbagai format acara dapat menyuguhkan realitas potret yang terjadi dalam masyarakat. Drama atau sinetron misalnya, adalah salah satu format acara yang bisa memainkan karakter dan penokohan dalam membawa emosi penonton larut dalam cerita dan adegan yang diperankan. Melalui format ini dapat disajikan bagaimana bentuk dan contoh-contoh perilaku pendidikan karakter yang benar-benar nyata terjadi dalam masyarakat, baik di lingkungan keluarga, hidup bertetangga, sekolah, masyarakat. Sinetron juga bisa menyajikan bagaimana bersikap dan perilaku toleransi, menghormati dan menghargai perbedaan agama, suku bangsa, bahasa, status sosial, dan perbagai perbedaan lainnya yang ada dalam masyarakat. Begitu pula penghayatan dan pengamalan terhadap ajaran agama bisa diperankan secara *real* dalam

kehidupan sehari-hari. Format ini merupakan salah satu acara yang paling digemari termasuk oleh anak-anak dan remaja. Hal ini dapat dilihat bahwa sinetron sering ditayangkan pada jam tayang bagus, pada saat orang-orang sedang berkumpul dengan keluarga di rumah (*prima time*).

Karakter dan penokohan dalam acara televisi sangat penting. Fungsi karakter dan penokohan, selain untuk menghidupkan (menarik) program, juga biasanya menjadi idola bagi penonton, khususnya anak. Tokoh-tokoh seperti *Power Ranger*, *Satria Baja Hitam*, *Superman*, *Ujin Ipin*, dan lain sebagainya sangat melekat dengan dunia anak. Anak-anak dan remaja sering menirukan apa yang dilakukan tokoh idolanya. Oleh karena itu, karakter tokoh sangat strategis dalam penanaman pendidikan karakter.

Pengemasan pesan pendidikan karakter dapat melekat pada penokohan. Pesan dikemas dalam karakter tokoh yang baik dan tokoh antagonis. Misalnya, dikisahkan persaingan dua anak dalam mengejar prestasi di sekolahnya. Tokoh yang baik dikisahkan bagaimana ia dengan gigit belajar giat dan disiplin walaupun berasal dari keluarga pas-pasan. Ia hormat pada orang tua, guru, dan teman-temannya, sehingga semua orang menyukainya. Sementara itu tokoh antagonis berasal dari keluarga kaya. Hidup dengan kemewahan dan kesenangannya. Ia menghalalkan segala cara dalam meraih prestasi di sekolahnya. Di samping itu, ia memiliki sifat pengecut dan ketergantungan pada temannya. Klimaknya, ketika dihadapkan pada cobaan ia tampak cengeng dan tidak bisa mengatasinya, ia gagal mencapai cita-citanya dan hidup dengan penyelasan. Sementara itu, tokoh idola dapat meraih cita-citanya dan mencapai kesuksesan. Cerita sukses seperti ini penting ditanamkan kepada anak-anak dan remaja secara variatif dan kontinyu.

Nama-nama tokoh tentu disesuaikan dengan kondisi Indonesia. Keanekaragaman suku bangsa Indonesia menjadi asset berharga dalam mewarnai acara, sehingga dapat mewakili seluruh Indonesia, atau mungkin bisa diistilahkan Indonesia mini. Penamaan ini bisa menonjolkan keanekaragaman suku bangsa, misalnya nama Ucoc (mewakili daerah Batak), Buyung (Minang), Dadang (Sunda), Joko (Jawa), Andi (Makasar), dan yang lainnya.

Pengkondisian dan pembiasaan dalam bertutur sapa yang sopan juga perlu ditanamkan melalui karakter tokoh. Upaya ini akan berkesan pada anak jika dikemas secara apik dan melekat dalam pribadi sang tokoh sehingga tidak terkesan menggurui. Pembiasaan yang dapat dilakukan sehari-hari misalnya, ketika masuk ke rumah dibiasakan mengucapkan salam atau mengetuk pintu, mau tidur permisi pada orang tuanya dan membaca doa, bangun tidur selalu pagi, dan perilaku atau kebiasaan lain yang mungkin kelihatannya sepele. Sikap dan perilaku dalam kehidupan sehari-hari inilah yang menjadi dasar penanaman pendidikan karakter.

Pendidikan karakter melalui tayangan televisi juga bisa mengangkat seting lokal dan kearifan lokal. Masyarakat Indonesia begitu kaya dengan keragaman budaya dari Sabang sampai Merauke. Budaya itu memiliki ciri khas dan daya tarik masing-masing. Begitu pula lingkungan alam yang indah. Kehidupan gotong royong, kekeluargaan, kerja sama, dan bentuk kearifan lokal lainnya yang nyata terjadi dalam masyarakat sesungguhnya menjadi bahan yang kaya ide dan kreativitas untuk dikembangkan menjadi suatu acara televisi yang menarik dan bermanfaat. Mungkin sebagian orang meragukan daya tarik terhadap seting seperti ini. Padahal sesungguhnya daya tarik tidak terletak pada hingar bingarnya seting yang penuh dengan alam mimpi. Daya tarik bergantung pada bagaimana kreativitas si pengembang mengemas seting (objek atau cerita) ini menjadi menarik. Di sini penonton dibawa pada kondisi nyata yang sesuai dengan alam dan budayanya.

Mewujudkan Harapan Televisi Mendidik Karakter Bangsa

Di Indonesia siaran televisi yang memiliki muatan pendidikan khususnya pendidikan karakter bangsa sebenarnya sudah ada. Salah satunya siaran Televisi Edukasi (TVE) yang dikelola Kementerian Pendidikan Nasional. Acara TVE mengkhususkan siaran pendidikan. Begitu pula di TVRI dan beberapa acara di televisi swasta sudah ada yang relevan dengan penanaman pendidikan karakter. Namun, karena banyaknya stasiun televisi khususnya televisi swasta, perbandingan siaran bernuansa pendidikan karakter ini masih sangat kurang. Oleh karena itu berbagai pihak

perlu mendorong stasiun televisi baik milik pemerintah maupun swasta agar lebih peduli terhadap pendidikan karakter dalam membangun SDM Indonesia yang tidak hanya cerdas tetapi memiliki akhlak yang mulia.

Dalam kajian media massa, masyarakat bisa mempengaruhi isi media massa. Teori *Uses and Gratifications* lebih menekankan pada apa yang diperbuat khalayak terhadap media massa (Anwas, 2009). Artinya khalayak aktif, selektif dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingannya. Dengan kata lain khalayak atau masyarakat memiliki kekuasaan untuk memilih media massa yang sesuai dengan dirinya. Dalam perspektif ini apa yang dilakukan khalayak berpengaruh terhadap media, karena khalayak aktif. Media massa yang berkembang adalah media massa yang mengikuti selera masyarakat. Sebaliknya media massa yang tidak bisa mengikuti kebutuhan masyarakat secara otomatis akan ditinggalkannya.

Implikasinya bahwa masyarakat dapat mempengaruhi tayangan televisi. Masyarakat bisa menentukan acara apa yang sesungguhnya dibutuhkan dan bermanfaat dalam menanamkan pendidikan karakter khususnya kepada anak-anak dan remaja. Dalam hal ini stasiun televisi harus tunduk terhadap kebutuhan masyarakat tersebut. Jika stasiun televisi tidak memenuhi harapan masyarakat, maka penontonnya akan semakin berkurang, *rating*-nya juga turun. Akibatnya, sponsor atau pemasang iklan berkurang, dan secara otomatis pendapatan mereka berkurang atau merugi.

Masyarakat bisa mempengaruhi stasiun televisi, agar menayangkan acara yang memiliki muatan penanaman pendidikan karakter. Ini adalah harapan, tetapi bisa dilakukan apabila masyarakat telah memiliki beberapa kondisi yang perlu dipenuhi, antara lain: a) Kesadaran dan pemahaman masyarakat perlu ditumbuhkan bahwa menonton televisi tidak sekadar mencari hiburan. Televisi harus menjadi media komunikasi dan pendidikan yang bermanfaat khususnya bagi anak-anak dan remaja. Oleh karena itu, masyarakat perlu disadarkan bahwa acara yang mereka tonton adalah acara yang berkualitas, yaitu menambah wawasan dan menanamkan nilai, norma serta akhlak mulia; b) Masyarakat perlu dibiasa-

kan dan dibudayakan untuk mengkritisi acara di stasiun televisi. Mengajukan usul, saran, atau keberatan terhadap sebuah tayangan televisi perlu dibudayakan. Sebagai warga negara kita memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan atas siaran televisi. Mengkritisi ini dapat dilakukan langsung ke stasiun televisi, melalui telpon, surat, email, atau *faximile* atau melaporkan kepada Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Kritikan juga bisa disampaikan melalui media massa (kolom surat pembaca, rubrik opini, atau melalui jejaring sosial (*facebook, twiter, dll*), dengan menggalang kekuatan, bahkan mungkin memboikot stasiun televisi yang ternyata menayangkan acara yang merusak tatanan nilai dan norma serta akhlak mulia khususnya terhadap anak-anak dan remaja; c) Orangtua perlu mendampingi dan membimbing anak-anaknya dalam menonton televisi. Orangtua berkewajiban menjelaskan tayangan acara televisi baik acara yang sifatnya fiktif atau kisah nyata, termasuk memberikan penjelasan makna yang terkandung dalam adegan atau cerita itu. Anak-anak juga dibiasakan untuk memilih acara yang sesuai dengan usianya; d) Keteladanan orangtua dalam menonton televisi yang baik sangat perlu. Tak cukup dengan sikap duduk dan jarak antara mata dengan layar televisi, orangtua perlu memberikan contoh memperlakukan televisi sebagai media massa. Tayangan televisi yang dilarang untuk anak sebaiknya orang tua juga menghindarinya. Ada kalanya orang tua melarang anaknya menonton televisi dan disuruhnya masuk ke kamar untuk belajar, sementara dirinya dengan santai menonton acara televisi tersebut.

Peran sekolah terutama guru dan kepala sekolah dalam mewujudkan harapan televisi dapat menanamkan karakter bangsa sangat penting. Anak-anak dibiasakan belajar melalui media televisi. Pemanfaatan siaran televisi ini dapat dilakukan di dalam atau luar kelas. Pemanfaatan di kelas dapat dilakukan secara terintergrasi dalam proses pembelajaran. Dalam hal ini jadwal pelajaran menyesuaikan siaran televisi sehingga pada saat siaran dapat diterima di dalam kelas. Cara lain, siaran televisi direkam sebelumnya, kemudian dimanfaatkan sesuai dengan jadwal pembelajaran di kelas. Pemanfaatan siaran televisi seperti ini telah dilakukan oleh beberapa sekolah yang telah memanfaatkan

siaran Televisi Edukasi, baik melalui channel TVRI maupun melalui bantuan antena parabola. Pemanfaatan di luar jam pelajaran atau di rumah dapat dilakukan dengan cara memberikan tugas materi pelajaran yang terkait dengan siaran televisi.

Pemanfaatan siaran televisi sebagai media pembelajaran oleh guru ini dapat dilakukan apabila sekolah (kepala sekolah, guru, tenaga kependidikan lainnya): memiliki kesadaran dan kemauan untuk memanfaatkan televisi, mengetahui adanya siaran televisi yang relevan dengan materi pembelajaran, serta ketersediaan sarana prasarana di sekolah atau di tempat lain dalam mengakses dan memanfaatkan siaran televisi. Dengan demikian peserta didik, guru, kepala sekolah, tenaga kependidikan lainnya, dan juga orangtua dibiasakan untuk menonton acara televisi yang berkualitas.

Peran pemerintah dalam mewujudkan siaran televisi yang mendukung penanaman pendidikan karakter sangat penting. Peran ini berupa komitmen kebijakan, atau insentif. Pemerintah bisa mengoptimalkan televisi milik pemerintah untuk meningkatkan acara-acara bernuansa pendidikan karakter. Dalam hal ini Kementerian Pendidikan Nasional dapat bekerjasama dengan Kementerian Komunikasi dan Informasi, serta Lembaga Penyiaran Publik TVRI menyusun acara secara sistematis dan kontinyu. Bagi televisi swasta yang peduli terhadap pendidikan karakter diberikan kemudahan-kemudahan, pembinaan, dan pencitraan positif, termasuk keringanan pajak. Dalam hal ini pemerintah memiliki kekuatan yang besar untuk menggerakkan dan memotivasi media televisi agar peduli terhadap penanaman pendidikan karakter bangsa.

Pihak swasta diperlukan dukungannya terutama menjadi sponsor terhadap acara-acara yang memiliki misi penanaman pendidikan karakter. Dengan cara ini stasiun televisi akan berlomba membuat acara berkualitas. Di sisi lain stasiun televisi juga dituntut tidak sekadar mencari untung akan tetapi memiliki kepedulian dalam membangun dan mendidik karakter bangsa. Kesadaran dan peran semua pihak tersebut menjadikan optimisme untuk mewujudkan harapan menjadi kenyataan, televisi mendidik karakter bangsa.

Simpulan dan Saran

Simpulan

Pendidikan karakter merupakan upaya menanamkan kecerdasan dalam berpikir, penghayatan dalam bersikap, dan pengamalan dalam bentuk perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai luhur dan norma serta akhlak mulia. Oleh karena itu penanaman pendidikan karakter diperlukan adanya proses, pembiasaan dan contoh teladan dari guru, orangtua, dan sesama teman sebayanya.

Televisi sebagai media audio visual dan gerak, dapat mendramatisasi dan memanipulasi pesan. Televisi juga dapat memotret realitas kehidupan dan perilaku sehari-hari yang terjadi di masyarakat. Kekuatan yang dimiliki oleh media televisi ini dapat dimanfaatkan untuk menanamkan pendidikan karakter kepada anak-anak dan remaja secara berkesinambungan. Hal ini dapat mengatasi kesulitan guru dan orangtua dalam memberikan contoh teladan dan proses pembiasaan dan pembudayaan dalam menanamkan pendidikan karakter kepada peserta didiknya.

Potret kehidupan sehari-hari masyarakat dalam pemahaman, penghayatan, dan pengamalan nilai, norma, dan akhlak mulia dapat dikemas menjadi acara televisi yang menarik dan mendidik. Realitas tersebut adalah penghayatan dan penanaman ajaran agama, keanekaragaman budaya bangsa, modal sosial dan kearifan lokal, kekayaan alam, kehidupan sosial kemasyarakatan, pengembangan kreativitas, termasuk sejarah perjuangan bangsa dan cerita-cerita rakyat. Semua aspek tersebut menjadi modal bagi stasiun televisi baik milik pemerintah maupun swasta untuk membuat acara menarik dan mendukung penanaman pendidikan karakter.

Format sajian dapat mengoptimalkan konsep drama, sinetron, atau kisah nyata kehidupan keseharian. Pengemasan pesan pendidikan karakter dapat melekat pada penokohan baik dalam cara berpikir, sikap, ucapan, dan perbuatannya. Pesan dikemas dalam karakter tokoh yang baik dan tokoh antagonis. Penokohan dan *setting* lokasi menuju pada gambaran Indonesia mini dengan mengakomodir keragaman budaya, suku, agama, dan lingkungan lokal.

Siaran televisi yang memiliki muatan pendidikan karakter masih sangat kurang. Oleh karena

itu berbagai pihak perlu mendorong stasiun televisi baik milik pemerintah dan juga swasta agar lebih peduli terhadap pendidikan karakter bangsa. Pihak-pihak dimaksudkan adalah pemerintah (pusat dan daerah), kepala sekolah, guru, tenaga kependidikan, orangtua, masyarakat, pihak swasta, dan stasiun televisi. Kesadaran dan peran semua pihak tersebut meningkatkan optimisme untuk mewujudkan harapan menjadi kenyataan, yaitu televisi mendidik karakter bangsa.

Saran

Dalam era informasi, penanaman pendidikan karakter tidak cukup di lingkungan keluarga, sekolah, dan masyarakat, akan tetapi media massa khususnya televisi sudah menjadi kekuatan baru dalam membentuk karakter bangsa terutama pada anak-anak dan remaja. Untuk mewujudkan harapan televisi baik milik pemerintah maupun swasta sebagai media yang dapat mendidik karakter bangsa diperlukan kesadaran dan tindakan nyata dari berbagai pihak terkait.

Masyarakat memiliki kemampuan untuk memilih dan mempengaruhi acara televisi. Masyarakat perlu menyadari untuk menonton acara televisi yang berkualitas, yaitu yang mendukung penanaman pendidikan karakter bangsa. Kesadaran ini juga perlu ditanamkan kepada anak-anak. Masyarakat juga perlu dibiasakan dan dibudayakan untuk mengkritisi

acara di stasiun televisi, mendampingi anak-anaknya dalam menonton televisi, serta meningkatkan kualitas komunikasi antara orangtua dan anak, serta keteladanan orangtua dalam menonton televisi.

Pihak sekolah perlu menumbuhkan dan membiasakan untuk memanfaatkan siaran televisi sebagai media pendidikan terhadap anak didik. Pemanfaatan ini dapat dilakukan terintegrasi dalam pembelajaran di kelas ataupun pemberian tugas untuk menonton televisi di luar jam pelajaran, baik di sekolah ataupun di rumah peserta didik.

Dukungan pemerintah dalam mewujudkan harapan televisi agar dapat mendidik karakter bangsa sangat penting berupa regulasi, kebijakan, atau insentif. Untuk televisi milik pemerintah, acara-acara bernuansa pendidikan karakter perlu dioptimalkan baik substansi acara maupun kemudahan aksesnya. Begitu pula pihak dunia usaha perlu mendukung berupa menjadi sponsor di acara-acara televisi yang memiliki nuansa penanaman pendidikan karakter. Dengan demikian pihak stasiun televisi baik milik pemerintah maupun swasta dituntut untuk memenuhi harapan khalayak yaitu orangtua, masyarakat, sekolah, swasta, dan juga regulasi pemerintah untuk menyajikan acara-acara yang memiliki nuansa penanaman pendidikan karakter bangsa.

Daftar Pustaka

- Anwas, Oos M. 1999. Antara Televisi, Anak, dan Keluarga. Artikel Jurnal Teknodik, Jakarta: Pustekkom Depdiknas No. 7/IV/Teknodik/Oktober/1999
- _____, 2009. Membangun Media Massa yang Mendidik Masyarakat. Artikel Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan. Jakarta: Balitbang Kementerian Pendidikan Nasional Vol. 15 No. 1 Januari 2009.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Republik Indonesia. 2010. Indikator Sosial Budaya; Persentase Penduduk Berumur 10 Tahun ke Atas yang Menonton Televisi, Mendengarkan Radio, dan Membaca Surat Kabar/ Majalah. http://www.bps.go.id/tab_sub/view.php?tabel=1&daftar=1&id_subyek=27¬ab=35 (18 September 2010).
- Bandura, Albert. 1977. *Social Learning Theory*. New Jersey: Prentice-Hall Inc, Englewood Cliffs.
- Elkind, David H dan Freddy Sweet. 2004. **How to Do Character Education**. http://www.goodcharacter.com/Article_4.html (27 September 2010).
- Kementerian Pendidikan Nasional, 2010. *Pembangunan Pendidikan Nasional 2010-2014; Paparan Mendiknas Mohammad Nuh dalam Rembug Nasional Pendidikan 2010*. Depok: 2-4 Maret 2010 www.dikti.go.id/.../Rembuknas2010/REMBUK-MENDIKNAS-2010-V-2.pdf (27 September 2010).
- Littlejohn, SW. 1996. *Theories of Human Communication*. Wadsworth, Publishing Company. An International Thomson Publishing Company.

Majalah Gatra, 6-12 Mei 2010, Laporan Utama: Hari Pendidikan Nasional.

McQuail, Denis dan Sven Windahl. 1996. *Communication models; for the study of mass communication*. London & New York: Longman.

Perin Donald G, 1977. *Instructional Television: Synopsis of Television in Education*, New Jersey: Educationa Technology Publication.

Raharjo, Sabar Budi. 2010. Pendidikan Karakter sebagai upaya Menciptakan Akhlak Mulia. Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan. Jakarta: Balitbang Kementerian Pendidikan Nasional. Vol. 16 No.3 Mei 2010.

Rakhmat, Jalaludi. 1991, *Islam Aktual; Refleksi Sosial Seorang Cendekiawan Muslim*, Bandung: Mizan.

Suyanto. 2010. Urgensi Pendidikan Karakter, <http://www.mandikdasmen.depdiknas.go.id/web/pages/urgensi.html> (27 Sept 2010)

Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.

Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945.

Woolfolk, Anita E dan Nicolich, Lorraine McCune. 1984. *Educational psychology for teachers*. Second edition. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, Inc.