



Strategi Pendidikan Karakter dalam Penyiaran Televisi Lokal (Studi di Reksa Birama TV Yogyakarta)

Sumaryati¹, Fajar Dwi Putra², Supriyadi³

^{1,3}Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Universitas, Ahmad Dahlan, Indonesia

²Ilmu Komunikasi, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia

¹sumaryati@ppkn.uad.ac.id, ²dwiputra@fsbk.uad.ac.id, ³supriyadi@ppkn.uad.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima: 22-07-2024

Disetujui: 01-09-2024

Kata Kunci:

Televisi swasta;
Karakter;
Program acara televisi;
Strategi.

Keywords:

Private television;
Character;
Television programme;
Strategy.

ABSTRAK

Abstrak: Televisi seharusnya sebagai salah satu media pendidikan karakter. Namun dalam kenyataannya televisi, khususnya swasta lebih banyak menonjolkan aspek hiburan. Bahkan televisi swasta masih didorong oleh kepentingan bisnis, dan ideologi pemiliknya (*owner*). Sementara masyarakat juga memilih televisi sebagai pilihan hiburan. Tujuan penelitian mengeksplorasi strategi pendidikan karakter oleh televisi lokal DIY RBTV Yogyakarta. Jenis penelitian deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data dengan wawancara sejumlah 12 pertanyaan, observasi, dan dokumentasi. Jumlah responden ada tiga (Direktur RBTV, Kepala Penyiaran RBTV, dan seorang pembawa acara). Validasi instrumen oleh ahli penyiaran televisi dan dosen pengampu etika Tahapan proses analisis data dengan reduksi data, klasifikasi data, penyajian data, dan kesimpulan. Hasil penelitian adalah program Embun Hati memuat karakter religius, Kabar Jogja memuat karakter disiplin, karakter sopan, dan santun, dan Leyeh-leyeh memuat karakter nasionalis. Strategi RBTV dalam melaksanakan pendidikan karakter dengan habituasi, pembudayaan, membelajarkan hal-hal yang baik (*moral knowing*), merasakan dan mencintai yang baik (*feeling and loving the good*), tindakan yang baik (*moral acting*), keteladanan dari lingkungan sekitar (*moral modeling*). Kontribusi hasil penelitian bagi pertelevisian Indonesia membuktikan bahwa televisi swasta sudah berkiprah dalam pendidikan karakter bangsa dan sebagai bahan evaluasi materi program acara televisi.

Abstract: Television is supposed to be one of the media for character education. However, in reality, television, especially private television, emphasizes the entertainment aspect. Even private television is still driven by business interests, and the ideology of its owners. Meanwhile, people also choose television as an entertainment option. The purpose of the research is to explore the character education strategy by DIY local television RBTV Yogyakarta. The type of research is descriptive qualitative. Data collection methods were interview with 12 questions, observation, and documentation. There were three respondents (RBTV Director, RBTV Head of Broadcasting, and a program host). Instrument validation by television broadcasting experts and ethics lecturers Stages of data analysis process with data reduction, data classification, data presentation, and conclusions. The results of the research are that the Embun Hati program contains religious characters, Kabar Jogja contains disciplinary characters, polite and courteous characters, and Leyeh-leyeh contains nationalist characters. RBTV's strategy in implementing character education with habituation, acculturation, teaching good things (*moral knowing*), feeling and loving the good (*feeling and loving the good*), good actions (*moral acting*), exemplary from the surrounding environment (*moral modeling*). The contribution of the research results to Indonesian television proves that private television has taken part in national character education and as material for evaluating television program materials.

A. LATAR BELAKANG

Globalisasi dan perkembangan teknologi selain memberikan kemudahan kehidupan manusia, juga berdampak negative. Contohnya terkikisnya etika dalam berbagai aspek kehidupan manusia, adanya pergeseran nilai, kurangnya penghargaan dan penghormatan kepada budaya nasional (Firmansyah & Dewi, 2021)(Ashifa & Dewi, 2021)(Setyawati et al., 2021). Degradasi moral terjadi, seperti lemahnya kesadaran nilai-nilai moral masyarakat, terjadinya disorientasi dan belum dihayatinya nilai-nilai Pancasila, bergesernya nilai etika dalam kehidupan berbangsa dan bernegara,

memudarnya kesadaran terhadap nilai-nilai budaya bangsa, ancaman disintegrasi bangsa, dan melemahnya kemandirian bangsa (Sakman & Bakhtiar, 2019)(Prayogi & Danial, 2016). Pendidikan karakter sangat penting, sebagai upaya dan antisipasi memperbaiki, mempertahankan, dan meningkatkan karakter luhur bangsa Indonesia.

Penguatan pendidikan karakter sudah lama dilakukan pemerintah, melalui Gerakan Nasional Pendidikan Karakter Bangsa Tahun 2010 yang kemudian diteruskan dengan program Penguatan Pendidikan Karakter (PPK) pada tahun 2016 (Ismail et al.,

2021)(Firdaos, 2017). PPK ini sebagai salah satu langkah konkrit butir ke delapan Nawa Cita, yaitu Revolusi mental (Ismail et al., 2021). Landasan pendidikan karakter adalah Pancasila, UU Sistem Pendidikan Nasional No.20 Tahun 2003, agama, dan nilai budaya masyarakat (Taulabi & Mustofa, 2019). Pendidikan karakter sebagai salah satu upaya mewujudkan tujuan pendidikan nasional, yaitu mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab. Pendidikan karakter dipahami sebagai upaya yang disengaja agar manusia dapat memahami, memperhatikan, dan melaksanakan nilai-nilai (Harefa & Tabrani, 2021).

Tujuan pendidikan karakter adalah mengembangkan nilai yang membentuk karakter bangsa yaitu nilai-nilai Pancasila (Farida, 2016), mengembangkan potensi peserta didik, agar menjadi manusia yang berhati baik, berpikiran baik, berperilaku baik, memiliki rasa percaya diri, bangga pada bangsa dan negara, mencintai sesama manusia (Abdusshomad, 2020). Tujuan pendidikan karakter tercapai dengan dukungan dan dorongan dari lingkungan sekitar. peran keluarga, sekolah, dan masyarakat (Gunawan, 2012). Menurut Lickona karakter baik memiliki tiga unsur penting yang berkesinambungan, yaitu pengetahuan moral (*moral knowing*), perasaan moral (*moral feeling*) dan tindakan moral (*moral doing*)(Taulabi & Mustofa, 2019).

Strategi pendidikan karakter dengan sosialisasi, pendidikan, pemberdayaan, pembudayaan, dan kerja sama (Pacinongi & Asrifan, 2020)(Andi et al., 2021)(Mini, 2017). Sosialisasi adalah penyadaran semua pemangku kepentingan akan pentingnya karakter bangsa. Media cetak dan elektronik berperan dalam sosialisasi. Pendidikan, secara formal (satuan pendidikan), non formal (kegiatan keagamaan, kursus, pramuka dll.), informal (keluarga, masyarakat, dan tempat kerja), dan forum pertemuan (kepemudaan). Pemberdayaan, dengan memberdayakan semua pemangku kepentingan (orang tua, satuan pendidikan, ormas, dsb.) berperan aktif dalam pendidikan karakter. Pembudayaan, perilaku berkarakter dibina dan dikuatkan dengan penanaman nilai-nilai kehidupan agar menjadi budaya. Sedangkan kerja sama, adalah membangun kerjasama sinergis antara semua pemangku kepentingan.

Dalam pendidikan karakter dibutuhkan peran serta semua bidang, termasuk bidang penyiaran. Salah satu penyiaran adalah televisi. Dalam pasal 3 Undang-Undang RI No, 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, dinyatakan tujuan diselenggarakannya penyiaran, termasuk televisi adalah untuk memperkukuh integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun

masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera, serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia. Sedangkan dalam pasal 4 Undang-Undang RI No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran dinyatakan fungsi penyiaran sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial. Keunggulan televisi di antaranya adalah daya jangkauan yang lebih luas, selektivitas dan fleksibel, fokus, kreativitas dan efek, prestise, dan waktu tertentu.

Dengan demikian penyiaran, termasuk televisi local harus senantiasa berbenah agar mampu melaksanakan amanah Pasal 3 dan 4 Undang-Undang RI No. 32 Tahun 2002 tersebut. Strategi untuk menarik pendengar/masyarakat, televisi khususnya LPP TVRI Riau-Kepri harus mengikuti perkembangan zaman baik teknologi maupun sosial, agar stasiun televisi dapat bertahan. Selain itu stasiun televisi khususnya LPP TVRI Riau-Kepri perlu bekerja lebih kreatif dalam mengolah acara sehingga lebih menarik dan diharapkan partisipasi masyarakat tetap tinggi serta mampu mawadahi dan menjembatani kepentingan masyarakat Riau-Kepri (Wulandari, 2022). Penelitian ini lebih difokuskan pada strategi menarik pendengar, sementara dalam kajian ini lebih fokus pada strategi televisi dalam pendidikan karakter. Sementara Andre Noevi Rahmanto menyatakan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi publik tentang *good governance* (Rahmanto, 2022). Kajian ini memperkuat bahwa media televisi dapat mempengaruhi persepsi publik tentang pemerintahan yang baik. Sementara dalam kajian ini penulis lebih membahas tentang strategi pendidikan karakter oleh media televisi local RBTB.

Pada Pendidikan karakter anak tingkat usia dini, peran media massa TV sebagai salah satu instrumen utama dalam perubahan sikap dan proses modernisasi dalam berpikir, bersikap dan berperilaku, menampilkan *balance argumentation*, dan mengembangkan kecerdasan jamak pada anak (Makarim, 2015). Kajian ini fokus pada peran televisi dalam Pendidikan karakter, sementara penelitian ini lebih fokus pada strategi Pendidikan karakter yang dilakukan RBTB.

Secara langsung atau tidak langsung, stasiun televisi lokal telah ikut serta menyosialisasikan program revolusi mental melalui program siaran yang dibuat. Kontribusi siaran televisi lokal efektif dan efisien untuk berperan sebagai media sosialisasi kebijakan dan implementasi revolusi mental sesuai dengan fungsi yang dimilikinya. Revolusi mental telah dilakukan dan dieksplorasi oleh stasiun televisi lokal yang dibuat berdasarkan pemikiran dan sudut pandang lokal yang variatif dan inovatif (Dirgahayu & Sunarsi, 2017). Perbedaan kajian ini dengan penelitian penulis terletak dalam hal materi/aspek pendidikan karakter yang diusung. Dirgahayu fokus dalam hal kebijakan revolusi mental, sementara penelitian

ini lebih fokus pada strategi pendidikan karakter yang dilaksanakan oleh RB TV.

Program acara televisi yang diminati anak-anak SD terdapat sepuluh nilai pendidikan karakter. Nilai-nilai pendidikan karakter tersebut didasarkan pada nilai pendidikan karakter dan nilai sosial budaya yang terkandung dalam acara tersebut (Sabardila et al., 2021). Kajian ini lebih difokuskan pada penemuan jenis nilai yang terdapat dalam semua acara televisi yang disajikan. Sementara penelitian ini lebih difokuskan pada strategi pendidikan karakter/nilai-nilai karakter oleh RBTv.

Pendidikan karakter di era reformasi harus didukung oleh media masa publik yang memiliki idealisme mengutamakan kepentingan masyarakat. Dalam hal ini substansi media masa publik harus dirancang sesuai dengan kebutuhan dan karakter masyarakat sasaran. Selain itu substansi siaran disusun secara menarik dan kekinian. Substansi materi siaran memberikan contoh dan teladan dalam pendidikan karakter, sehingga mampu menjadikan masyarakat belajar dan terinspirasi, dan cerdas (Anwas, 2011).

Media masa (termasuk televisi) mempunyai fungsi sebagai media informasi, hiburan, dan juga pendidikan, namun dalam kenyataannya media masa lebih banyak menonjolkan aspek hiburan. Substansi media masa terutama milik swasta didorong oleh kepentingan bisnis, kepentingan dan ideologi pemilik (*owner*), serta mencari keuntungan. Akibatnya program dan siaran yang bertajuk penguatan karakter menjadi terbatas (Dirgahayu & Sunarsi, 2017). Dalam hal ini diperlukan kajian secara mendasar dan komprehensif tentang realisasi peran dan media penyiaran televisi dalam membangun masyarakat khususnya mengembangkan pendidikan karakter (Anwas, 2011)(Tannenbaum, 2014).

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini penelitian kualitatif. Pendekatan penelitian yang diambil studi kasus, karena penelitian ini khusus mengkaji strategi pendidikan karakter yang dilakukan Reksa Birama TV (RBTv) sebagai salah satu stasiun televisi lokal di Yogyakarta. Metode pengumpulan data dengan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara mendalam dengan tiga responden, yaitu direktur RBTv, Kepala Penyiaran RBTv, dan seorang pembawa acara. Alasan penentuan tiga responden karena mereka lebih memahami pelaksanaan dan maksud program penyiaran. Wawancara untuk menggali informasi secara mendasar dan komprehensif tentang visi, misi, tujuan, program acara, jenis karakter yang dibangun, dan, strategi pendidikan karakter yang dilaksanakan RBTv Yogyakarta. Observasi dilakukan dalam rangka mengkonfirmasi dan melengkapi informasi hasil wawancara. Adapun hal yang diobservasi adalah youtube beberapa program acara yang ditayangkan RBTv. Dokumentasi dalam hal ini digunakan untuk

mendapatkan beberapa dokumen pendukung strategi pendidikan karakter di RBTv, seperti profil RBTv, visi, misi, tujuan, daftar program acara, dekripsi setiap program acara, dan dokumen berupa youtube siaran acara RBTv. Instrumen penelitian adalah peneliti sendiri, didukung dengan kisi-kisi wawancara mendalam, kisi-kisi observasi, dan kisi-kisi dokumentasi. Desain penelitian terbagi dalam tiga tahapan yaitu persiapan, pelaksanaan, dan pelaporan. Persiapan dengan perijinan, koordinasi dengan mitra penelitian (Direktur RBTv), penyusunan instrumen penelitian, dan koordinasi tim inti penelitian. Pelaksanaan diawali dengan koordinasi waktu wawancara, pelaksanaan wawancara, pengumpulan dokumen pendukung informasi/data, observasi youtube, analisis data, penyusunan laporan kemajuan penelitian, dan penyusunan draft luaran penelitian (artikel). Analisis data, mengacu pada terori Miles and Huberman, yaitu reduksi data, klasifikasi data, penyajian data, dan kesimpulan. Tahap ketiga, pelaporan diawali dengan diskusi tim penyusunan luaran penelitian, submitte luaran penelitian, penyusunan laporan akhir penelitian, seminar hasil penelitian, dan submitte laporan hasil penelitian.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil RBTv

Reksa Birama TV disingkat RBTv merupakan stasiun televisi lokal yang berdiri dan mengudara di Kota Yogyakarta. Pendiri RBTv adalah Bapak Aris Yudianto, SH dan Bapak Wahyu Sudarmawan, SE,SH. Motivasinya turut berpartisipasi membangun daerah. Landasan yuridis Undang-Undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran memperkuat mendirikan stasiun televisi sebagai usaha semakin kuat. Pendirian RBTv diawali dengan pendirian perseroan PT Reksa Birama Media berdasarkan Akta pendirian Perseroan Terbatas No.1 tgl 1 Juli 2003, di Sleman Yogyakarta. Perseroan ini disahkan dengan Surat Keputusan Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. C-03760 HT 01 01 Th 2004, tanggal 16 Februari 2004, Akta Perusahaan Pernyataan keputusan Rapat No. 20/2004 tgl 27 Juli 2004, dan Akta Perubahan Pernyataan Keputusan rapat 30/2004 tgl 06 Oktober 2004 di Yogyakarta. RBTv mulai mengudara sejak tanggal 15 Agustus 2004, merupakan stasiun televisi local Nomor 1 di Yogyakarta, Magelang, Surakarta, dan sekitarnya. Link profil RBTv adalah <https://youtu.be/BjwBKDoKfv8>. Lpgo RBTv merupakan penggabungan antara kata RBTv dengan symbol sinyal, sebagai analogi dari gelombang frekuensi yang berasal dari satu titik memancarkan enam sinyal frekuensi ke angkasa. Logo ini sebagai pengingat awal mula (tetenger cikal bakal) berdirinyan RBTv. Pendiri RBTv sejumlah tujuh orang diharapkan mampu memberikan sajian dan tayangan informatif, edukatif, dan menghibur khalayak.

2. Visi, Misi, dan Slogan RBTV

Visi RBTV, industri televisi yang mengedepankan dan menjunjung tinggi nilai-nilai etika dan budaya Jogja dalam segala aspek manajemennya, melekat dalam setiap insan yang terlibat dalam pengelolaan usahanya, sehingga menjadi media hiburan, informasi, dan pendidikan yang dibutuhkan masyarakat luas. RBTV merumuskan empat misi. Pertama, menciptakan bisnis yang berguna dan dibutuhkan masyarakat. Kedua, menjadikan RBTV perusahaan yang selalu mengedepankan dinamisasi dan kreatifitas kerja sehingga bisa menciptakan laba usaha yang terukur. Ketiga, perusahaan yang selalu memperhatikan perkembangan inovasi teknologi dan kreatifitas penyusunan program acaranya, sehingga dapat berkembang mengikuti kebutuhan dan keinginan masyarakat terhadap media hiburan, informasi, pendidikan sekaligus media yang dibutuhkan sebagai sarana promosi usaha yang berkualitas dan tertib administrasi. Keempat, menjadikan staf dan karyawan RBTV sebagai insan pembangunan yang ulet dan mau bekerja keras untuk mengedepankan kepentingan bangsa dan negara (Gambar 1). RBTV memiliki slogan "Asli Jogja". RBTV sebagai televisi komersial pertama di Yogyakarta yang bertekad menciptakan televisi yang sesuai dengan masyarakat Yogyakarta, sebagai kota pelajar, kota budaya, dan tujuan wisata. Slogan "Asli Jogja" yang mengiringi logo RBTV mengandung makna bahwa RBTV ingin selalu menyajikan program-program televisi yang mengedepankan nilai-nilai "asli Jogja, dan berciri khas Jogja, seperti ramah, sopan, harmonis, cerdas.



Gambar 1. Visi, misi, tujuan RBTV

3. Program Acara RBTV

RBTV memiliki beberapa program. Pertama program acara Embun Hati. Acara ini ditayangkan setiap hari Senin – Minggu, pukul 06.00 – 06.30 WIB. . isi/ materi acara ini tausiyah oleh ustad lokal Yogyakarta. Tujuannya memberikan pencerahan, menambah ilmu keagamaan, serta menyejukkan jiwa penonton. Salah satu link acara sebagai berikut <https://youtu.be/GgD9-FjzEE>. Kedua, program acara Kabar Jogja. Acara ini tayang setiap hari pukul 06.30-07.00. Tujuan mewartakan informasi yang mendidik dan menghibur dengan megedepankan etika

jurnalistik, serta norma dan budaya yang luhur. Materinya isu-isu yang tengah terjadi di DIY dan Jawa Tengah. Salah satu link acara ini <https://youtu.be/zJLGSeNeHUE>. Ketiga, program acara Ragam Info. Acara ini tayang di setiap Sabtu dan Minggu pukul 09.30–10.00 WIB. Tujuan acara ini menginformasikan aneka informasi advertising maupun liputan khusus (lipsus). Adapun matrynya sebagai topik antara lain, bisnis, sosial, budaya, hukum, pendidikan, dan sejenis lainnya. Salah satu link <https://youtu.be/ZLHapSI0-V0>.

Program acara keempat adalah "Leyeh-leyeh". Program ini tayang Setiap Hari Senin, Selasa, dan Kamis pukul 09.00-10.00 WIB, program ini dihadirkan untuk mendekatkan masyarakat dengan budaya lokal jawa, baik dagelan khas jogja maupun lagu-lagu campursari, acara juga diwarnai dengan mengundang partisipasi penonton yang ingin berkirim salam untuk teman dan kerabat melalui telepon interaktif. Terdapat beberapa contoh link pelaksanaan program ini, yaitu <https://youtu.be/4JAUHP0PNjM>, <https://youtu.be/C9X84PBtTHU>, <https://youtu.be/IR2F69A06pl>, dan <https://youtu.be/F-Hg3kB9-38>.

Kelima, program acara obrolan pagi. Tayang Setiap Senin-Jumat pukul 10.00-11.00 WIB, konsep acara berupa talkshow dengan berbagai topik, baik isu kekinian di Jogja dan Jateng, Sosialisasi dari Pemerintah, Kesehatan, Pendidikan, Komunitas maupun Bisnis. Link <https://youtu.be/BNmPYz2hP50>, <https://youtu.be/RjzwAt2VO40>, dan <https://youtu.be/woyr9u7n35g>.

Berikut program acara mingguan, tayang satu kali dalam setiap minggunya. Pertama Start Up. Program acara ini tayang setiap Rabu pukul 09.00 -09.30. Dikemas dalam bentuk talkshow. Materi berupa topik merintis usaha yang baru berjalan, menerapkan inovasi teknologi untuk menjalankan core businessnya, dan membantu memecahkan sebuah masalah di masyarakat. Contoh tayangan acara dapat dilihat pada <https://youtu.be/XqKAV260GpQ>. Kedua program acara Inspirasi Dapur. Program acara ini tayang setiap hari Kamis pukul 06.00-06.30 dan hari Minggu pukul 09.00 - 09.30. Materi tentang cara memasak. Nara sumber dari hotel yang ada di Yogyakarta secara bergantian. Melalui acara ini masyarakat dikenalkan dan dipahamkan masakan-masakan khas daerah Yogyakarta. Salah satu contoh tayangan program dapat dilihat pada <https://youtu.be/xzksyUD0KcU>.

4. Nilai-nilai karakter yang dikembangkan di RBTV

Berdasarkan informasi dari narasumber RBTV dan dokumen visi, misi, tujuan, dan program acara yang ditayangkan RBTV, berikut nilai-nilai karakter yang dikembangkan di RBTV. Visi RBTV adalah mengedepankan dan menjunjung tinggi nilai-nilai etika

dan budaya Jogja dalam segala aspek manajemennya. Seperti dinyatakan SDMW bahwa semua karyawan dalam perilaku selama di kantor dan saat bertugas harus berpedoman pada etika dan budaya yang berlaku di Yogyakarta. Sebagai contoh dalam menyebut atau memanggil sesama rekan kerja dengan sebutan "mas" atau "mbak", tidak dengan langsung menyebut nama. Bahasa sehari-hari dengan menggunakan Bahasa Jawa, sedangkan saat memandu acara sesuai dengan karakteristik acara yang dibawakan. Demikian juga saat bertugas menghantarkan acara, di awal acara harus menyampaikan permisi kepada pemirsa. Termasuk dalam berbusana, semua karyawan diharuskan berbusana yang rapi sesuai adat masyarakat Yogyakarta. Berdasarkan pada informasi tersebut, visi RBTW memuat karakter nasionalis, menjunjung dan menghormati aturan-aturan daerah yang mengandung etika dan nilai luhur.

Dalam hal misi, dapat dicermati misi kedua, RBTW perusahaan yang selalu mengedepankan dinamisasi dan kreatifitas kerja. RBTW berupaya melayani kebutuhan masyarakat, demikian yang disampaikan SDMW. Kebutuhan masyarakat akan hiburan dan pendidikan yang semakin berkembang, menuntut RBTW dinamis dan kreatif menyiapkan dan menyajikan program acara yang kekinian dan populer di masyarakat, dengan tetap memuat nilai-nilai luhur masyarakat Jogjakarta. Dalam hal ini, misi RBTW memuat pesan pengembangan karakter kreatif bagi semua karyawan. Berikutnya misi keempat RBTW adalah menjadikan staf dan karyawan RBTW sebagai insan pembangunan yang ulet dan mau bekerja keras untuk mengedepankan kepentingan bangsa dan negara. Dalam misi ini jelas memuat karakter kerja keras dan nasionalis. Staf dan karyawan RBTW dikondisikan dan didampingi secara berkelanjutan menjadi pribadi yang ulet dan kerja keras dalam melaksanakan tugas.

RBTW memiliki slogan "Asli Jogja". Slogan ini mengandung makna bahwa RBTW ingin selalu menyajikan program-program televisi yang mengedepankan nilai-nilai "asli Jogja", seperti ramah, sopan, harmonis, cerdas. SDMW dan AA menyatakan bahwa nilai-nilai asli jogja sebagai semangat dan spirit yang mewarnai semua manajemen di RBTW. Dalam hal ini semua aktivitas dan program acara yang ditayangkan, termasuk staf dan karyawan harus berupaya menjaga keramahan, kesopanan, dan kecerdasan sebagai ciri orang Jogja. Hal ini diperkuat dengan informasi SDMW yang menyatakan meskipun karyawan berasal dari luar Yogyakarta, sewaktu bertugas harus memperlihatkan sifat dan watak orang Jogja yang ramah, sopan, dan cerdas. Jelas dalam misi ini terkandung karakter ramah dan sopan.

Embun Hati sebagai salah satu program acara di RBTW dengan isi/materi berupa tausiyah oleh ustad lokal Yogyakarta. Tujuannya memberikan pencerahan, menambah ilmu keagamaan, serta menyejukkan jiwa penonton. Dalam tayangan program acara ini

(<https://youtu.be/GgD9-FjztEE>) terlihat jelas karakter religious sebagai karakter yang dibangun dalam program acara ini. Sajian materi oleh ustadz menarik, berbusana sopan, cara berbicara santun dan ramah, mampu sebagai embun yang meyejukkan hati pemirsa.

Sedangkan program acara "Kabar Jogja" menyajikanewartakan informasi yang mendidik dan menghibur dengan megedepankan etika jurnalistik, serta norma dan budaya yang luhur. Materinya isu-isu yang tengah terjadi di DIY dan Jawa Tengah. Dalam hal ini RBTW menegaskan adanya etika jurnalistik bagi semua karyawan, melaksanakan tugas sesuai dengan etika profesi jurnalis. Selain itu karyawan menjunjung dan mentaati norma dan nilai-nilai budaya daerah Yogyakarta. Dengan demikian program acara ini bermuatan karakter disiplin, karakter sopan, dan santun. Acara ini mengajarkan karyawan disiplin, sopan, santun, dan memberikan edukasi dan contoh-contoh perilaku disiplin, sopan, dan santun.

Program acara "Leyeh-Leyeh", menurut informasi dan AA dan SDMW merupakan acara paling populer di masyarakat. Program acara ini dikemas mendekati masyarakat dengan budaya lokal Jawa, seperti dagelan khas Jogja maupun lagu-lagu campursari. acara juga diwarnai dengan mengundang partisipasi penonton yang ingin berkirim salam untuk teman dan kerabat melalui telepon interaktif. Program acara ini juga dilakukan secara live di kelompok masyarakat tertentu, contoh leyeh-leyeh Bersama petani ikan. Karakter yang dibangun melalui program ini karakter nasionalis.

Sementara program acara "Obrolan pagi" dengan materi berbagai isu kekinian di Jogja dan Jateng, sosialisasi dari pemerintah, kesehatan, pendidikan, komunitas maupun bisnis. Obrolan pagi lebih cenderung memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat tentang hal-hal yang sedang terjadi, misalnya Menuju New Normal di kota Yogyakarta, dengan nara sumber Wakil Walikota Yogyakarta, Dr. Herue Purwanto, MA, Tata kota di Kawasan Kumuh dengan nara sumber Menko PMK dan Wali Kota Surakarta, dan Prokes dalam pembelajaran tatap muka dengan nara sumber Kepala sekolah SMP Negeri 4 Depok Sleman dan Kepala Sekolah SD Muhammadiyah Ungaran. Mengacu pada materi program acara ini karakter yang dimuat di dalamnya lebih dekat dengan karakter peduli dan karakter kritis. Masyarakat diharapkan memiliki tambahan wawasan yang luas dan dapat mengkritisinya.

Program acara mingguan "Start UP" yang materinya cenderung ke topik merintis usaha yang baru berjalan, menerapkan inovasi teknologi untuk menjalankan ruang lingkup usaha, dan membantu memecahkan masalah di masyarakat. Program acara ini cenderung mengedukasi masyarakat untuk berjiwa wirausaha. Dalam program acara ini dihadirkan antara lain wirausahawan untuk memberikan contoh bagaimana proses, perjuangan menjadi seorang wira usaha, sehingga memotivasi

masyarakat untuk berwira usaha menuju masyarakat yang berdaya dan mandiri. Dalam program acara ini karakter yang dikembangkan cenderung mendekati pada karakter kerja keras dan inovatif.

Berikutnya program acara mingguan "Inspirasi Dapur". Program acara ini lebih focus tentang cara memasak. Nara sumber dari hotel yang ada di Yogyakarta secara bergantian. Melalui acara ini masyarakat dikenalkan dan dipahamkan masakan-masakan dan cara memasaknya. Program acara ini cenderung terdapat unsur edukasi, hiburan sekaligus membangun karakter inovatif dan mandiri. Pemirsa diharapkan dapat memasak sendiri untuk kepentingan konsumsi sehari-hari keluarga (tidak konsumtif) dan inovatif kreatif dalam memasak.

5. Strategi Pendidikan Karakter di Televisi Lokal RBTv Yogyakarta

Mengacu pada informasi narasumber (SDMW, AA), profil RBTv, dan observasi program acara, terdapat beberapa karakter yang dimuat dalam manajemen organisasi dan manajemen program acara. Beberapa karakter tersebut adalah, nasionalis, kreatif, kerja keras, ramah, sopan, santun, cerdas, religius, disiplin, peduli, kritis, inovatif, dan mandiri. Terdapat beberapa strategi RBTv dalam menuangkan pendidikan karakter di semua manajemen RBTv. Beberapa strategi tersebut adalah pertama, perumusan visi, misi, tujuan, logo RBTv. Kedua, sosialisasi visi, misi, dan tujuan RBTv kepada semua karyawan dan stakeholder. Ketiga, menerjemahkan isi visi, misi, dan tujuan ke dalam program acara. Keempat, menerjemahkan isi slogan RBTv dalam program acara. Kelima, penentuan tujuan dan deskripsi setiap program acara. Keenam, persiapan pelaksanaan setiap program acara oleh produser dan presenter.

Strategi pertama. Perumusan visi, misi, tujuan RBTv, berdasarkan informasi dari SDMW perumusan visi, misi, tujuan RBTv dilakukan dengan beberapa kali pertemuan. Dalam pertemuan dihadirkan beberapa pihak direktur Radio Retjo Buntung, perwakilan masyarakat, beberapa ahli komunikasi, ahli media, dan pemerintah setempat. Pertimbangan penyusunan visi, misi pada kebutuhan masyarakat, perkembangan teknologi komunikasi, lingkungan sosial budaya masyarakat setempat sekeliling RBTv. dan peluang usaha. Perumusan visi, misi, dan tujuan memuat nilai-nilai yang akan diwujudkan dalam berbagai program acara yang disiapkan. Nilai-nilai yang terkandung dalam visi RBTv adalah nilai etika dan nilai budaya Yogyakarta.

Strategi kedua, sosialisasi visi, misi. Upaya memahami semua staf terhadap visi dan misi RBTv, dilakukan dengan memasang visi dan misi RBTv di tempat-tempat strategis, yang memungkinkan staf membaca dan mengingatnya. Sosialisasi vis-misi ini bertujuan agar nilai-nilai yang terkandung di dalamnya

dimengerti dan diimplementasikan oleh semua karyawan dalam tugas dan dalam keseharian di tempat tugas.

Strategi ketiga, menerjemahkan nilai yang terdapat dalam visi, yaitu nilai etika dan nilai budaya Yogyakarta dalam program acara RBTv. Berdasarkan informasi dari SDMW dan AA, dokumen, dan tayangan program acara RBTv, nilai etika dan budaya Yogyakarta, yang tertuang dalam program acara RBTv adalah religius, sopan, santun, ramah, dalam berbicara maupun dalam berperilaku, disiplin, kerja keras, mandiri, peduli, cerdas, kreatif, dan inovatif. Nilai religius dijabarkan dalam program acara Embun Hati. Disiplin, sopan, dan santun dijabarkan dalam program acara Kabar Jogja. Nasionalis dijabarkan dalam program acara Leyeh-leyeh. Peduli dan kritis dijabarkan dalam program acara Obrolan Pagi. Kerja keras dan inovatif dijabarkan dalam program acara Start Up. Mandiri dan kreatif dijabarkan dalam program acara Inspirasi Dapur. Selain itu etika dan budaya Jogja direalisasikan dengan pembiasaan dan keteladanan dalam keseharian semua karyawan. Pembiasaan dan keteladanan dalam hal penampilan, berbahasa, berkomunikasi (baik kepada sesama karyawan maupun kepada pemirsa), kebiasaan saling menyapa dengan menyebut nama secara ramah.

Keempat, menerjemahkan isi slogan RBTv dalam program acara. Slogan "Asli Jogja" yang mengiringi logo RBTv mengandung makna bahwa RBTv ingin selalu menyajikan program-program televisi yang mengedepankan nilai-nilai "asli Jogja, dan berciri khas Jogja, seperti ramah, sopan, harmonis, cerdas.

Kelima, penentuan tujuan dan deskripsi setiap program acara. Perumusan tujuan dan deskripsi setiap program acara dilakukan oleh dewan redaksi dan produser. Hal ini dijadikan sebagai acuan pengembangan naskah dan penentuan pengisi acara. Skenario, alur acara, sarana pendukung, pengisi acara, harus selaras dengan tujuan program acara.

Keenam, persiapan pelaksanaan setiap program acara oleh produser dan presenter. Strategi ini dilakukan dengan pemilihan sarana pendukung yang sesuai dengan tujuan program acara. Dalam hal ini pemilihan backsound disesuaikan dengan karakteristik acara, misalnya acara Embun Hati, acara yang bersifat religius dengan backsound yang lembut, Acara Kabar Jogja dengan backsound lebih semangat, program acara Leyeh-leyeh dengan backsound khas Yogyakarta (gamelan). Demikian juga dengan bayground studio, terdapat bayground khas Yogyakarta, yaitu berupa "gebyok"/ dinding dari kayu khas Yogyakarta. Leyeh-leyeh juga disiarkan langsung dari lokasi terpilih, dengan keunikan dan kekhasannya. Pembawa acara Leyeh-leyeh juga berpenampilan dengan busana khas Yogyakarta, yaitu surjan dan blangkon. Hal ini menunjukkan bahwa RBTv menjunjung dan mempromosikan budaya asli Yogyakarta (SDMW, tayangan program acara Leyeh-leyeh).

6. Pembahasan

Visi RBTV sesuai dengan beberapa asas penyiaran yang tertuang dalam Pasal 2 UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, "Penyiaran diselenggarakan berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dengan asas manfaat, adil dan merata, kepastian hukum, keamanan, keberagaman, kemitraan, etika, kemandirian, kebebasan, dan tanggung jawab" (Wartoyo & Ginting, 2022). Penyiaran RBTV diselenggarakan dengan asas manfaat, keberagaman, etika, dan tanggungjawab. Asas manfaat terdapat dalam rumusan aspek manajemen RBTV mengacu pada nilai etika dan budaya Jogja. Asas keberagaman terlihat dalam konsep budaya Jogja dengan segala keberagamannya sebagai inspirasi dan muatan local program acara RBTV. Asas etika dan tanggungjawab terlihat dalam konsep menjunjung tinggi nilai-nilai etika dan budaya Jogja dalam segala aspek manajemennya.

Tujuan RBTV selaras dengan tujuan penyiaran yang tertuang dalam pasal 3 UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Tujuan penyiaran adalah untuk memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera, serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia. Terdapat empat tujuan RBTV, pertama menciptakan bisnis yang berguna dan dibutuhkan masyarakat. Tujuan ini selaras dengan tujuan penyiaran dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera. Kedua, menjadi perusahaan yang mengedepankan dinamisasi dan kreatifitas kerja sehingga dapat menciptakan laba usaha yang terukur. Tujuan ini relevan dengan tujuan penyiaran untuk menumbuhkan industri penyiaran Indonesia. Ketiga, menjadi perusahaan yang selalu memperhatikan perkembangan inovasi teknologi dan kreatifitas, sehingga penyusunan program acara berkembang mengikuti kebutuhan dan keinginan masyarakat sebagai media hiburan, informasi, pendidikan, dan saran promosi usaha yang berkualitas. Tujuan ini selaras dengan tujuan penyiaran untuk menumbuhkan industri penyiaran Indonesia. Keempat, menjadikan staf dan karyawan RBTV sebagai insan pembangunan yang ulet dan mau bekerja keras untuk mengedepankan kepentingan bangsa dan negara. Tujuan ini selaras dengan tujuan penyiaran untuk memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum (Fetrimen et al., 2022).

Nilai karakter yang dibangun dalam program acara RBTV adalah karakter nasionalis, karakter kreatif, karakter kerja keras, karakter ramah, dan karakter sopan, Karakter ini sesuai dengan beberapa karakter yang termasuk dalam 18 karakter yang dikembangkan Kemendikbud

melalui jalur Pendidikan formal (Firmansyah & Dewi, 2021)(Ashifa & Dewi, 2021)(Yudaparmita & Purandina, 2022)(Samsu & Sadapotto, 2022). Delapan belas nilai karakter tersebut meliputi religius, jujur, toleransi, disiplin, kerja keras, kreatif, mandiri, demokratis, rasa ingin tahu, semangat kebangsaan, cinta tanah air, menghargai prestasi, bersahabat/komunikatif, cinta damai, gemar membaca, peduli lingkungan, peduli sosial, dan tanggung-jawab (Setyawati et al., 2021). Kedelapan belas nilai tersebut tidak bersifat mutlak harus dilaksanakan secara keseluruhan dan serentak dalam kurikulum sekolah. Sekolah diberi kebebasan untuk menambah nilai-nilai di atas dengan nilai-nilai yang hidup di masyarakat di mana suatu sekolah berada dan sekolah juga memiliki kebebasan untuk mengurangi nilai di atas.

Kesesuaian nilai karakter program acara RBTV dengan delapan belas nilai karakter sebagai berikut. Karakter nasionalis sesuai dengan karakter semangat kebangsaan dan karakter cinta tanah air. Karakter kreatif sesuai dengan karakter kreatif. Karakter kerja keras sesuai dengan karakter kerja keras. Karakter ramah sesuai dengan karakter cinta damai. Karakter sopan sesuai dengan karakter bersahabat/komunikatif dan karakter peduli sosial.

Berikutnya terdapat lima nilai utama karakter bangsa, yaitu religius, nasionalis, mandiri, gotong royong, dan integritas (Sakman & Bakhtiar, 2019)(Prayogi & Danial, 2016)(Yusnan, 2022)(Widyani, 2022). Berikut kesesuaian karakter yang terdapat dalam program acara RBTV dengan lima nilai karakter utama. Karakter nasionalis sesuai dengan nilai karakter utama kedua, nasionalis. Karakter kreatif sesuai dengan nilai karakter utama ketiga, mandiri. Karakter kerja keras sesuai dengan nilai karakter utama yang ketiga, mandiri. Karakter ramah dan karakter sopan sesuai dengan nilai karakter utama keempat, gotong royong.

Mengacu pada kesesuaian nilai tersebut, dapat dinyatakan melalui program acaranya RBTV berperan sebagai agen pendidikan karakter bangsa. Hal ini menunjukkan bahwa RBTV sebagai salah satu televisi lokal telah melaksanakan fungsinya sesuai amanah Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2) Undang-Undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, yang menyatakan penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta berfungsi ekonomi dan kebudayaan.

Pendidikan karakter yang dilaksanakan di RBTV dengan berbagai strategi, yaitu perumusan visi, misi, tujuan, logo RBTV, sosialisasi visi, misi, dan tujuan RBTV kepada semua karyawan dan *stakeholder*, menerjemahkan isi visi, misi, dan tujuan ke dalam program acara, menerjemahkan isi slogan RBTV dalam program acara, penentuan tujuan dan deskripsi setiap program acara, persiapan pelaksanaan setiap program

acara oleh produser dan presenter, dan evaluasi program acara. Pendidikan karakter yang dilakukan diarahkan baik secara internal kepada semua karyawan RBTB, maupun secara eksternal untuk semua pemirsa RBTB.

Strategi Pendidikan karakter untuk semua karyawan RBTB adalah dengan perumusan visi, misi, tujuan, logo RBTB, sosialisasi visi, misi, dan tujuan RBTB kepada semua karyawan dan stakeholder. Sedangkan strategi Pendidikan karakter untuk pemirsa RBTB dengan menerjemahkan isi visi, misi, dan tujuan ke dalam program acara, menerjemahkan isi slogan RBTB dalam program acara, penentuan tujuan dan deskripsi setiap program acara, persiapan pelaksanaan setiap program acara oleh produser dan presenter, dan evaluasi program acara. Terdapat beberapa strategi pembentukan karakter yaitu habitusasi (pembiasaan) dan pembudayaan, membelajarkan hal-hal yang baik (*moral knowing*), merasakan dan mencintai yang baik (*feeling and loving the good*), tindakan yang baik (*moral acting*), keteladanan dari lingkungan sekitar (*moral modeling*) (Anwas, 2010)(Anwas, 2011)(Dirgahayu & Sunarsi, 2017).

Mengacu pada pendapat tersebut strategi menerjemahkan isi visi, misi, dan tujuan ke dalam program acara, menerjemahkan isi slogan RBTB dalam program acara, dan penentuan tujuan dan deskripsi setiap program acara termasuk dalam strategi *moral knowing*. Karena dalam hal ini isi, makna visi, misi, tujuan dan slogan RBTB diharapkan dapat dipahami oleh semua karyawan RBTB. Strategi penentuan tujuan dan deskripsi setiap program acara, termasuk sebagai strategi *feeling and loving the good*, karena dalam menentukan tujuan dan mendeskripsikan setiap program acara direktur beserta karyawan diarahkan memiliki pola pikir untuk suka dan mencintai karakter yang akan dibangun. Bermodalkan pemahaman yang benar akan karakter yang dibangun dan adanya rasa mencintai, maka akan terdapat upaya merealisasikan dalam kenyataan sehari-hari. Sedangkan strategi dengan persiapan pelaksanaan setiap program acara oleh produser dan presenter dan evaluasi program acara termasuk dalam strategi *moral acting*. Dalam hal ini karyawan RBTB secara langsung melakukan tindakan/ aksi mengimpelentasikan karakter dalam tugasnya maupun dalam program acara yang disiapkannya. Adapun strategi *moral modelling* di RBTB dilakukan dalam keseharian keluarga RBTB, masing-masing berupaya saling memberikan contoh realisasi nilai-nilai luhur budaya Yogyakarta.

Strategi pendidikan karakter ini dilakukan RBTB agar RBTB dapat memenuhi isi dan makna Pasal 5 UU RI No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran. Dalam pasal ini dinyatakan bahwa penyiaran televisi diarahkan menjaga dan meningkatkan moralitas dan nilai-nilai agama serta jati diri bangsa, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, menjaga dan mempererat persatuan dan kesatuan bangsa, meningkatkan kesadaran ketaatan

hukum dan disiplin nasional, menyalurkan pendapat umum serta mendorong peran aktif masyarakat dalam pembangunan nasional dan daerah serta melestarikan lingkungan hidup, dan memajukan kebudayaan nasional. Secara langsung atau tidak langsung pendidikan karakter yang dilakukan di RBTB akan berdampak pada tercapainya arah penyiaran televisi.

Tujuan penyiaran salah satunya untuk memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa (pasal 3). Fungsi penyiaran sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat social (Pasal 4 ayat 1). Arah penyiaran untuk menjaga dan meningkatkan moralitas dan nilai-nilai agama serta jati diri bangsa, serta meningkatkan kualitas sumber daya manusia (Pasal 5). Isi siaran wajib mengandung informasi, pendidikan, hiburan, dan manfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak, moral, kemajuan, kekuatan bangsa, menjaga persatuan dan kesatuan, serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia (Pasal 36 ayat 1). Tayangan televisi sebagai media pendidikan memiliki kekuatan daya jangkau yang luas tak terbatas tanpa hambatan geografis dan sosiologis, menyedot perhatian pemirsa, dan mudah dicerna oleh masyarakat (Fardiah, 2004). Televisi sebagai media pemberi informasi kepada masyarakat, sarana pentrasfer ilmu dalam dunia pendidikan karena memiliki sifat audio visual. Peran televisi dalam pembelajaran memberikan manfaat secara kognitif,afektif dan psikomotor (Suryani, 2018). Televisi mampu sebagai media pendidikan karakter (Sabardila et al., 2021)(Anwas, 2010)(Hidayat, 2009).

Hasil penelitian ini sebagai praktik baik stasiun RBTB yang membuktikan bahwa stasiun televisi lokal mampu berperan sebagai salah satu lembaga sekaligus media pendidikan karakter bangsa. Televisi lokal mampu mengembangkan kreativitas dan inovasi pendidikan karakter bangsa disesuaikan dengan visi, misi, tujuan, kearifan lokal yang dibangun masing-masing stasiun televisi lokal. Dengan demikian stasiun televisi lokal, dalam hal ini RBTB membuktikan mampu berkiprah dalam pelaksanaan kebijakan revolusi mental melalui Penguatan Pendidikan Karakter (PPK) dalam semua acara yang disajikan.

Hasil penelitian ini juga berkontribusi bagi stasiun televisi untuk melakukan evaluasi apakah sudah dapat melaksanakan amanah Pasal 3 dan 4 Undang-Undang RI No, 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Amanah tersebut antara lain memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera, serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia, media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial. Hasil penelitian ini juga membuktikan

bahwa Pendidikan karakter bangsa dapat dilakukan secara kolaboratif antara Lembaga Pendidikan, dalam hal ini perguruan tinggi dengan Lembaga penyiaran, dalam hal ini stasiun televisi lokal.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Penyiaran RBTB diselenggarakan dengan asas manfaat, keberagaman, etika, dan tanggungjawab. Asas manfaat terdapat dalam rumusan aspek manajemen RBTB mengacu pada nilai etika dan budaya Jogja. Asas keberagaman terlihat dalam konsep budaya Jogja dengan segala keberagamannya sebagai inspirasi dan muatan lokal program acara RBTB. Asas etika dan tanggungjawab terlihat dalam konsep menjunjung tinggi nilai-nilai etika dan budaya Jogja dalam segala aspek manajemennya. Berdasarkan empat asas tersebut RBTB meracik program-program acara yang bermuatan pendidikan karakter. Karakter yang dibangun dan dikembangkan di program acara RBTB adalah karakter nasionalis, karakter kreatif, karakter kerja keras, karakter ramah, dan karakter sopan. Beberapa program acara RBTB adalah Embun Hati (memuat karakter religius), Kabar Jogja (memuat karakter, disiplin, karakter sopan, dan santun), Leyeh-leyeh (memuat karakter nasionalis), Ragam Jogja (memuat karakter peduli dan karakter kritis), Obrolan Pagi (memuat karakter kerja keras dan karakter inovatif), Start-up (memuat karakter kerja keras dan karakter inovatif) dan Inspirasi dapur (memuat karakter mandiri dan kreatif). Strategi RBTB dalam melaksanakan pendidikan karakter bagi semua karyawan RBTB dan semua pemirsa RBTB dengan habitusasi dan pembudayaan, membelajarkan hal-hal yang baik (*moral knowing*), merasakan dan mencintai yang baik (*feeling and loving the good*), tindakan yang baik (*moral acting*), keteladanan dari lingkungan sekitar (*moral modeling*).

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih penulis ucapkan kepada Direktur dan staff RBTB Yogyakarta, atas kerja sama memberikan informasi dan dokumen pendukung yang lengkap. Semua pimpinan UAD atas dukungan moril dan materiil yang diberikan. Tim peneliti atas semangat dan kerja sama selama ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdusshomad, A. (2020). Pengaruh Covid-19 terhadap Penerapan Pendidikan Karakter dan Pendidikan Islam. *QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Agama*, 12(2), 107–115.
- Andi, D., Abid, M., Sunarsi, D., & Akbar, I. R. (2021). Implementasi Pendidikan Karakter Melalui Nilai-nilai Kearifan Lokal di Mts Darul Huda Kp. Cimuncang Kabupaten-Tasikmalaya. *JiIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(3), 149–153.
- Anwas, O. M. (2010). Televisi mendidik karakter bangsa: harapan dan tantangan. *Jurnal Pendidikan dan kebudayaan*, 16(9), 256–266.
- Anwas, O. M. (2011). Membangun media massa publik dalam menanamkan pendidikan karakter. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 17(6), 680–690.
- Ashifa, R., & Dewi, D. A. (2021). Implementasi Nilai-Nilai Pancasila Sebagai Strategi Pembangunan Karakter Bangsa Di Era Globalisasi. *Academy of Education Journal*, 12(2), 215–226.
- Dirgahayu, D., & Sunarsi, R. (2017). Kontribusi Media Televisi Lokal dalam Menyosialisasikan Program Revolusi Mental. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(2).
- Fardiah, D. (2004). Format Tayangan Televisi Sebagai Media Pendidikan Kualitas Bangsa. *MIMBAR: Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 20(4), 525–539.
- Farida, S. (2016). Pendidikan karakter dalam prespektif islam. *KABILAH: Journal of Social Community*, 1(1), 198–207.
- Fetrimen, F., El Khuluqo, I., & Kodri, S. (2022). Supervision of Educational Functions on Television Films During the Covid 19 Pandemic. *Journal of Education Research and Evaluation*, 6(2).
- Firdaos, R. (2017). Penguatan Pendidikan Karakter Berbasis Masyarakat pada Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) di Kabupaten Tulang Bawang Provinsi Lampung. *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam*, 8(2), 267–279.
- Firmansyah, M. C., & Dewi, D. A. (2021). Pembelajaran Pendidikan Kewarganegaraan Untuk Membangun Karakter Bangsa Sesuai Nilai Pancasila Di Era Globalisasi. *Jurnal Pesona Dasar*, 9(1).
- Gunawan, H. (2012). Pendidikan karakter. *Bandung: alfabeta*, 2(1).
- Harefa, I. D., & Tabrani, A. (2021). Problematika Pendidikan Karakter, Antara Konsep dan Realita. *SHAMAYIM: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani*, 1(2), 148–156.
- Hidayat, U. S. (2009). *Pemanfaatan Siaran Televisi Sebagai Media Pembelajaran Moral*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Ismail, S., Suhana, S., & Zakiah, Q. Y. (2021). Analisis Kebijakan Penguatan Pendidikan Karakter Dalam Mewujudkan Pelajar Pancasila Di Sekolah. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(1), 76–84.
- Makarim, C. (2015). Peran Media Massa Televisi Dalam Pendidikan Karakter Anak Usia Dini. *Fikrah*, 7(2).
- Mini, R. (2017). Peningkatan Mutu Sumber Daya Manusia melalui Pendidikan Karakter dan Attitude. *Nur El-Islam*, 4(2), 79–96.
- Pacinongi, A., & Asrifan, A. (2020). Bimbingan Pengawas Berkelanjutan dalam Mewujudkan Pendidikan Karakter Bangsa dalam Kegiatan Belajar Mengajar Penjaskes. *Celebes Education Review*, 2(1), 1–7.
- Prayogi, R., & Danial, E. (2016). Pergeseran nilai-nilai budaya pada suku Bonai sebagai Civic Culture di kecamatan Bonai Darussalam kabupaten Rokan Hulu provinsi Riau. *Humanika: Jurnal Ilmiah Kajian Humaniora*, 23(1), 61–79.
- Rahmanto, A. N. (2022). Media Sosial dan Persepsi Publik tentang Good Governance pada Pemerintah Daerah di Solo Raya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(1), 88–100.
- Sabardila, A., Markhamah, M., Arifin, Z., Kusmanto, H., Hidayah, L. N., Kurniasari, A. D., & Saputro, D. (2021). Menakar Nilai Pendidikan Karakter Acara Televisi pada Anak Usia 6-8 Tahun. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 8(1), 150–162.
- Sakman, S., & Bakhtiar, B. (2019). Pendidikan Kewarganegaraan dan Degradasi Moral di Era Globalisasi. *SUPREMASI: Jurnal Pemikiran, Penelitian Ilmu-ilmu Sosial, Hukum dan Pengajarannya*, 14(1), 1–8.
- Samsu, T., & Sadapotto, A. (2022). National Educational Characters on English Hand Book Used by English as a Foreign Language (EFL) Teachers. *Uniqbu Journal of Social Sciences*, 3(2), 163–170.
- Setyawati, Y., Septiani, Q., Aulia Ningrum, R., & Hidayah, R. (2021). Imbas Negatif Globalisasi terhadap Pendidikan di Indonesia. *Jurnal Kewarganegaraan*, 5(2), 306–315.
- Suryani, E. (2018). Televisi sebagai Media Pembelajaran. *Jurnal Riset Kajian Teknologi dan Lingkungan*, 1(1), 62–65.
- Tannenbaum, P. H. (2014). *The entertainment functions of*

television. Psychology Press.

- Taulabi, I., & Mustofa, B. (2019). Dekadensi Moral Siswa Dan Penanggulangan Melalui Pendidikan Karakter. *Tribakti: Jurnal Pemikiran Keislaman*, 3(1), 28–46.
- Wartoyo, F. X., & Ginting, Y. P. (2022). Convergence of Law and Technology Through Optimization of Pancasila. *Journal of Digital Law and Policy*, 1(2), 17–28.
- Widyani, D. (2022). Character Education Analysis on the 4th Grade Elementary School's 2013 Curriculum Instructional Materials in Legend Text. *International Conference on Elementary Education*, 4(1), 130–141.
- Wulandari, Y. (2022). Analisis Strategi Pengarah Acara Program Hiburan di Televisi Republik Indonesia Riau KEPRI dalam Menarik Pemirsa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(3), 296–308.
- Yudaparmita, G. A., & Purandina, I. P. (2022). The Role of Parents in Cultivating Characters through Pencak Silat Sport at The Pandemic COVID-19 in Sub-District Sukasada Buleleng, Bali. *Proceedings of the First Lekantara Annual Conference on Public Administration, Literature, Social Sciences, Humanities, and Education, LePALISSHE 2021, August 3, 2021, Malang, Indonesia*.
- Yusnan, M. (2022). Implementation Of Character Education In State Elementary School. *ELS Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, 5(2), 218–223.