



Nilai Pendidikan Karakter dalam Iklan Layanan Masyarakat di Youtube

Assifa Atsna Hanifa¹, Siti Rinjani², Elpida Fathi Garwita³, Mahmudah Fitriyah ZA.⁴

^{1,2,3}Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia
assifa.atsna21@mhs.uinjkt.ac.id¹, siti.rinjani21@mhs.uinjkt.ac.id², elpida.garwita1421@mhs.uinjkt.ac.id³,
mahmudah.fitriyah@uinjkt.ac.id⁴

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima: 21-06-2023

Disetujui: 08-09-2023

Kata Kunci:

Pendidikan;
Karakter;
Iklan.

Keywords:

Education;
Character;
Advertising.

ABSTRAK

Abstrak: Pendidikan karakter adalah pendidikan yang berfokus pada watak, moral, budi pekerti, dan nilai. Penguatan nilai pendidikan karakter sangat penting bagi pertumbuhan dan perkembangan karakter pelajar, terlebih dalam menghadapi perkembangan zaman. Oleh karena itu, baik pemerintah, sekolah, maupun masyarakat, kini turut berkontribusi terhadap penguatan pendidikan karakter pelajar Indonesia. Salah satu upaya yang dilakukan adalah menyebarkan iklan layanan masyarakat yang mengandung nilai pendidikan karakter. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan nilai-nilai pendidikan karakter dalam iklan layanan masyarakat yang diunggah oleh akun Cerdas Berkarakter Kemdikbud di platform YouTube. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa teknik simak dan teknik catat, serta teknik analisis data berupa analisis isi (*analysis content*). Berdasarkan analisis yang dilakukan, terdapat 8 (delapan) nilai pendidikan karakter dalam iklan layanan masyarakat di YouTube, di antaranya: (1) mandiri; (2) tanggung jawab; (3) religius; (4) toleransi; (5) kreatif; (6) disiplin; (7) karakter peduli sosial; dan (8) komunikatif atau bersahabat.

Abstract: Character education is education that focuses on character, morals, ethics, and values. Strengthening the value of character education is very important for the growth and development of student character, especially in dealing with the times. Therefore, both the government, schools and the community are now contributing to strengthening the character education of Indonesian students. One of the efforts made is to distribute public service advertisements that contain character education values. This study aims to describe the values of educational character in public advertising services uploaded by Cerdas Berkarakter Kemdikbud account on the YouTube platform. This study uses a qualitative descriptive method, with data collection techniques in the form of listening and note-taking techniques, as well as data analysis techniques in the form of content analysis (*content analysis*). Based on the analysis conducted, there are 8 (eight) educational character values in public service advertisements on YouTube, including: (1) independent; (2) responsibility; (3) religious; (4) tolerance; (5) creative; (6) discipline; (7) social caring character; and (8) communicative or friendly.

A. LATAR BELAKANG

Iklan selalu menjadi media informasi yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk mewujudkan kepentingannya. Iklan dibuat sedemikian rupa agar pesan yang dikemas melalui pemaduan unsur gambar, kata-kata, gerak, dan suara dapat membuat seseorang merasa terdorong untuk melakukan suatu tindakan sesuai dengan yang diinginkan pengiklan.

Melalui iklan, suatu pesan dapat tersampaikan secara efektif, baik pesan yang bertujuan untuk mengimbau, mendidik, dan mengedukasi masyarakat maupun pesan yang bertujuan untuk membangun preferensi merek. Adapun iklan layanan masyarakat merupakan media informasi yang bertujuan untuk menyampaikan informasi bersifat persuasif, mendidik, dan mengedukasi masyarakat agar bertambahnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat, serta munculnya kesadaran sikap

dan perubahan perilaku pada diri masyarakat terhadap masalah yang disampaikan oleh pengiklan (Ashsidiq, 2021).

Dewasa ini, salah satu sasaran suatu lembaga dalam membuat dan menyebarluaskan iklan layanan masyarakat adalah peserta didik jenjang SD s.d SMA. Kelompok tersebut adalah kelompok yang mengalami permasalahan dan krisis karakter sehingga membutuhkan penanaman dan penguatan nilai pendidikan karakter. Pada dasarnya, pendidikan karakter adalah pendidikan yang berfokus pada watak, moral, budi pekerti, dan nilai, dengan tujuan untuk menjadikan seseorang mampu mengambil keputusan tentang hal baik dan buruk, memelihara serta menciptakan kebaikan tersebut dalam keseharian dengan sungguh-sungguh (Kemendikbud, 2020).

Kementerian Pendidikan Nasional Indonesia telah merumuskan 18 (delapan belas) nilai-nilai yang

ditanamkan dalam diri warga Indonesia, terutama seorang siswa, guna membangun serta menguatkan karakter bangsa. Delapan belas nilai-nilai dalam pendidikan karakter tersebut, di antaranya: kreatif, tanggung jawab, kerja keras, keinginantahuan yang tinggi, peduli lingkungan, semangat kebangsaan, cinta kedamaian, peduli sosial, gemar membaca, demokratis, menghargai prestasi, bersahabat dan komunikatif, mandiri, disiplin, jujur, dan toleransi (Kemendikbud, 2020). Nilai pendidikan karakter tersebut penting bagi peserta didik untuk diimplementasikan dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Maka dari itu, diperlukan upaya dan kerja sama dari seluruh pihak pemerintah, sekolah, keluarga, dan masyarakat untuk menanamkan dan memperkuat nilai pendidikan karakter pada pelajar Indonesia.

Upaya penanaman dan penguatan karakter pelajar salah satunya digencarkan oleh Puspeka. Puspeka (Pusat Penguatan Karakter) merupakan unit di Kemendikbud, yang berperan sebagai penunjang pelaksanaan program prioritas Kemendikbud, yaitu Program Penguatan Karakter. Salah satu media informasi yang digunakan oleh Puspeka untuk melakukan penguatan nilai pendidikan karakter pelajar adalah iklan layanan masyarakat. Iklan tersebut ditayangkan melalui akun Cerdas Berkarakter Kemdikbud di *platform* YouTube. Dalam akun tersebut, iklan layanan masyarakat yang disebarluaskan mayoritas berupa cerita, yaitu cerita yang relevan dengan kehidupan sehari-hari peserta didik, baik di sekolah, lingkungan keluarga, maupun masyarakat. Dalam iklan layanan masyarakat tersebut, diselipkan nilai-nilai pendidikan karakter sebagai bentuk upaya penguatan pada diri pelajar. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji nilai-nilai pendidikan karakter dalam iklan layanan masyarakat pada akun Cerdas Berkarakter Kemdikbud di YouTube.

Penelitian mengenai nilai pendidikan karakter dalam media informasi banyak dilakukan oleh peneliti. Pertama, penelitian Etikasari, dkk. (2020) yang berjudul "Analisis Nilai-Nilai Karakter pada Iklan Televisi". Dalam penelitian tersebut, ditemukan nilai-nilai karakter yang meliputi: teguh pada pendirian; hormat pada orang lain; jujur; berani; peduli; dan sebagainya. Tujuan dimasukkannya nilai-nilai karakter tersebut dalam iklan televisi yang dijadikan subjek penelitian adalah untuk memberikan edukasi kepada masyarakat terutama anak-anak, memberikan teladan yang baik dan pesan moral yang dapat diambil oleh masyarakat, serta menjadi sarana kontrol sosial.

a. Kedua, penelitian Sabardila, dkk. (2022) yang berjudul "Menakar Nilai Pendidikan Karakter Acac. Televisi pada Anak Usia 6-8 Tahun". Dalam penelitian tersebut, ditemukan 10 (sepuluh) nilai pendidikan karakter pada program acara televisi yang diminati anak usia 6-8 tahun, di antaranya: (1) religius; (2) tanggung

jawab; (3) kerja keras; (4) kreatif; (5) rasa ingin tahu; (6) nasionalisme; (7) cinta damai; (8) jujur; (9) peduli sosial; dan (10) disiplin.

Berdasarkan penelitian relevan tersebut, penelitian mengenai nilai-nilai pendidikan karakter dalam iklan layanan masyarakat dengan media penyebaran berupa YouTube belum pernah dilakukan. Hal ini menunjukkan kebaruan karena iklan layanan masyarakat tersebut disebarluaskan melalui *platform* yang dekat dengan generasi muda termasuk kalangan pelajar, yaitu YouTube. Dengan demikian, penyampaian pesan mengenai nilai-nilai pendidikan karakter dapat berjalan efektif.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini mengkaji nilai-nilai pendidikan karakter dalam iklan layanan masyarakat di YouTube. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan nilai-nilai pendidikan karakter dalam iklan layanan masyarakat di YouTube, serta mendeskripsikan tujuan adanya nilai karakter yang terdapat dalam iklan layanan masyarakat tersebut.

B. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini berjenis deskriptif kualitatif. Mukhtar (2013) memberikan definisi, bahwa deskriptif kualitatif merupakan metode untuk melakukan pengumpulan teori atau informasi dalam suatu penelitian, yang berkaitan selama periode waktu tertentu. Sugiyono (2016) menyatakan, bahwa penggunaan metode deskriptif bertujuan untuk menyusun deskripsi atas suatu peristiwa atau keadaan objektif dengan memperhatikan fakta yang ada untuk kemudian disimpulkan. Selanjutnya, penggunaan metode kualitatif bertujuan untuk mewujudkan perolehan data yang mengandung makna (nilai di balik data yang tampak) (Sugiyono, 2016). Penggunaan metode deskriptif kualitatif sesuai dengan tujuan penelitian ini, yaitu untuk mendeskripsikan nilai-nilai pendidikan karakter dalam iklan layanan masyarakat di YouTube.

2. Data dan Sumber Data

Data penelitian ini berupa iklan layanan masyarakat yang diunggah oleh akun Cerdas Berkarakter Kemendikbud, yang di dalamnya terdapat nilai-nilai pendidikan karakter. Peneliti menemukan 7 (tujuh) data berupa iklan yang terdapat dalam akun YouTube tersebut. Adapun data penelitian ini adalah iklan layanan masyarakat yang diunggah di *platform* YouTube, berikut tautannya:

<https://youtu.be/Tw7v8bOo1-l>

<https://youtu.be/HBU35y6ZadY>

<https://youtu.be/mKC7wfr141o>

<https://youtu.be/2Qs8GKnUvk>

https://youtu.be/_xNrBJ_7UKQ

<https://youtu.be/yzgWM19UUWc>

<https://youtu.be/OMluWT07cbY>

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, peneliti melibatkan penggunaan teknik simak dan teknik catat, melalui 3 (tiga) langkah, antara lain: (1) menyimak iklan layanan masyarakat yang diunggah oleh akun Cerdas Berkarakter Kemdikbud RI berdasarkan tinjauan nilai-nilai pendidikan karakter; (2) memilih 7 (tujuh) video yang mengandung nilai-nilai pendidikan karakter, seperti nilai mandiri, bertanggung jawab, religius, toleransi, peduli sosial, kreatif, disiplin, dan komunikatif atau bersahabat; (3) mencatat nilai-nilai pendidikan karakter yang terdapat pada iklan layanan masyarakat yang dipilih.

4. Teknik Analisis Data

Dalam melakukan analisis data, peneliti melibatkan penggunaan teknik analisis isi konten (*content analysis*). Adrianto (dalam Etikasari, 2020) mengemukakan bahwa, analisis isi (*content analysis*) dapat dimanfaatkan untuk melakukan analisis terhadap sesuatu yang berbentuk komunikasi, seperti iklan televisi, berita dari radio, surat kabar, dan bahan video dokumentasi lainnya. Adapun langkah analisis data dalam penelitian ini berdasarkan teknik analisis isi (*content analysis*) adalah (1) mengelompokkan data (video) sesuai dengan nilai-nilai pendidikan karakter yang ditemukan; (2) mengidentifikasi dan mendeskripsikan data yang telah dikelompokkan tersebut berdasarkan apa yang dilihat, didengar, dan dirasakan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang dicapai berdasarkan analisis yang telah dilakukan terhadap iklan layanan masyarakat yang diunggah di akun Cerdas Berkarakter Kemdikbud, yakni di platform YouTube, dengan menggunakan teknik analisis isi (*analysis content*) untuk melihat nilai-nilai pendidikan karakter yang termuat di dalamnya adalah: terdapat 8 (delapan) jenis nilai-nilai pendidikan karakter dalam iklan layanan masyarakat tersebut, yakni (1) mandiri; (2) tanggung jawab; (3) religius; (4) toleransi; (5) kreatif; (6) disiplin; (7) peduli social; dan (8) komunikatif/bersahabat. Kemudian, peneliti mengelompokkan 8 (delapan) jenis nilai-nilai pendidikan karakter tersebut, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Nilai-Nilai Pendidikan Karakter dalam Iklan Layanan Masyarakat di YouTube

No	Nilai Pendidikan Karakter	Judul Layanan Iklan Masyarakat
1.	Mandiri	Pelajar Mandiri Aku Anak Mandiri
2.		Menjadi Pelajar Pancasila
3.	Tanggung Jawab	Pelajar Mandiri
4.	Religius	Menjadi Pelajar Pancasila
5.	Toleransi	Menjadi Pelajar Pancasila
6.	Kreatif	Tanpa Aksi, Inovasi Tak Berarti
7.	Peduli Sosial	Menjadi Pelajar Pancasila

		Berbagi – Bagian 1
8.	Disiplin	Disiplin Tugas
9.	Komunikatif/ Bersahabat	Ayo Bergotong Royong

Setelah mengelompokkan nilai-nilai pendidikan karakter yang ditemukan dalam 7 (tujuh) iklan layanan masyarakat yang dikaji, berikut peneliti sajikan deskripsi masing-masing nilai pendidikan karakter tersebut atas identifikasi yang dilakukan.

1. Karakter Mandiri

Karakter mandiri ditemukan dalam iklan layanan masyarakat berjudul "Pelajar Mandiri", "Menjadi Pelajar Pancasila", dan "Aku Anak Mandiri". Berikut ini contoh karakter mandiri dalam iklan layanan masyarakat berjudul "Pelajar Mandiri".

Contoh (1):

Nio: Ayah, Nio mau ini. (*Menunjuk mainan yang terletak di dalam rak yang agak tinggi*),

Ayah: Coba pakai ini. (*Memberikan bangku kecil kepada Nio*),

Nio: (*Mengambil mainan di rak menggunakan bangku kecil*) Yey ...

Contoh (1) merupakan kutipan dialog dari tokoh Nio dan Ayah dalam iklan layanan masyarakat berjudul "Pelajar Mandiri". Nova, dkk. (2019) menjelaskan, bahwa karakter mandiri (*independent*) merupakan sikap yang menunjukkan kemampuan individu dalam memenuhi kebutuhan dan melaksanakan aktivitas hidupnya melalui upaya sendiri tanpa melibatkan bantuan orang lain. Dalam iklan layanan masyarakat tersebut, karakter mandiri ditampilkan oleh tokoh Nio. Tokoh tersebut memenuhi kebutuhannya sendiri, yaitu mainan, tanpa bantuan dari tokoh Ayah. Dengan demikian, iklan layanan masyarakat tersebut bertujuan untuk menanamkan dan memperkuat karakter mandiri pada diri sasaran iklan (anak-anak), dengan menekankan bahwa dalam melakukan hal kecil sekalipun, seseorang harus berusaha sendiri terlebih dahulu.

Karakter mandiri juga ditemukan dalam iklan layanan masyarakat berjudul "Menjadi Pelajar Pancasila, Bareng Rama". Berikut contoh karakter mandiri dalam iklan layanan masyarakat tersebut.

Contoh (2):

"Beres merapikan tempat tidur, saatnya *ngasih* makan si mungil dulu."

Contoh (2) menggambarkan karakter mandiri. Perilaku tokoh Rama dalam iklan layanan masyarakat tersebut menggambarkan inisiatif untuk melakukan suatu hal, tepatnya untuk merapikan tempat tidur, tanpa bantuan dari kedua orang tuanya. Iklan layanan masyarakat tersebut menekankan, bahwa karakter mandiri penting bagi seorang pelajar, khususnya dalam

melakukan aktivitas sehari-hari. Lebih lanjut, iklan layanan masyarakat tersebut bertujuan untuk memperkuat karakter mandiri pelajar, dengan menekankan, bahwa seseorang harus mempunyai inisiatif untuk melakukan sesuatu.

Karakter mandiri juga ditemukan dalam iklan layanan masyarakat berjudul "Aku Anak Mandiri. Berikut contoh karakter mandiri dalam iklan layanan masyarakat tersebut.

Contoh (3):

"Ayah Ibu mengajarkan kami mandiri sejak bangun tidur ... mandi, pakai baju sekolah";

Contoh (4):

"... mencuci sepeda sendiri."

Narasi yang dilontarkan oleh Bagas (pemain iklan) dalam contoh (3) dan contoh (4) menunjukkan karakter mandiri. Bagas selaku pelajar mempraktikkan karakter mandiri dalam aktivitas sehari-hari, yaitu merapikan tempat tidur, mandi, memakai baju seragam sekolah, dan mencuci sepeda dengan upayanya sendiri tanpa bantuan dari orang lain. Sama seperti contoh sebelumnya, iklan layanan masyarakat ini juga bertujuan untuk menumbuhkan dan memperkuat karakter mandiri pelajar, dengan menekankan, bahwa seseorang harus mempunyai inisiatif untuk melakukan sesuatu, serta mengusahakan sesuatu dengan tenaga dan pikiran sendiri.

2. Karakter Tanggung Jawab

Karakter tanggung jawab ditemukan dalam iklan layanan masyarakat berjudul "Pelajar Mandiri". Berikut ini contoh karakter tanggung jawab dalam iklan layanan masyarakat tersebut.

Contoh (1):

Nio: Bu, Nio boleh main tidak?;

Ibu: Boleh, tapi kamu selesaikan tanggung jawab kamu dulu, kerjakan PR;

Nio: Oke, Bu!

Karakter tanggung jawab adalah karakter dalam sikap seseorang yang mampu memenuhi kewajiban dan tugasnya, baik terhadap Tuhan, masyarakat, negara, lingkungan, maupun diri sendiri (Hasan dalam Ardila, 2017). Contoh (1) menunjukkan karakter tanggung jawab yang dimiliki seorang pelajar. Dalam iklan layanan masyarakat tersebut, karakter tanggung jawab tampak dari perilaku Nio yang mengerjakan pekerjaan sekolah (PR) terlebih dahulu sebelum bermain bersama temannya. Hal ini berarti Nio mempunyai tanggung jawab untuk melaksanakan dan menyelesaikan apa yang menjadi kewajibannya, yaitu mengerjakan pekerjaan rumah (PR). Dengan demikian, iklan layanan masyarakat tersebut bertujuan untuk menanamkan dan memperkuat karakter

tanggung jawab, dengan menekankan, bahwa seorang pelajar harus bertanggung jawab terhadap kewajibannya, entah di lingkungan sekolah, rumah, atau masyarakat.

3. Karakter Religius

Karakter religius ditemukan dalam iklan layanan masyarakat berjudul "Menjadi Pelajar Pancasila, Bareng Rama". Berikut ini contoh karakter tanggung jawab dalam iklan layanan masyarakat tersebut.

Contoh (1):

"Eh, sebelum makan jangan lupa berdoa, ya!"

Contoh (1) merupakan kutipan narasi yang diucapkan oleh pemain iklan (Rama), narasi tersebut menunjukkan karakter religius. Karakter religius didefinisikan sebagai karakter dalam sikap/tindakan seseorang yang senantiasa patuh terhadap ajaran agama. Karakter religius adalah sikap/tindakan yang menunjukkan kepercayaan seseorang pada agama tertentu dan bagaimana ia menjalankan ibadah sehari-hari (patuh). Sebagaimana definisi tersebut, tindakan Rama menunjukkan kepatuhan terhadap ajaran agama, yaitu berdoa sebelum makan. Dengan demikian, iklan layanan masyarakat tersebut bertujuan untuk menanamkan dan memperkuat karakter religius dalam diri pelajar, dengan menekankan, bahwa seorang pelajar Indonesia harus bersikap dan bertindak sesuai dengan ajaran agama masing-masing dalam kehidupan sehari-hari.

4. Karakter Toleransi

Karakter toleransi yang ditemukan dalam iklan layanan masyarakat yang berjudul "Menjadi Pelajar Pancasila, Bareng Rama". Pada iklan tersebut terdapat nilai pendidikan toleransi. Berikut contoh karakter toleransi dalam iklan layanan masyarakat tersebut.

Contoh (1):

Rama : *Om Swastyastu* Pak Chandra, Rahajeng Semeng. (*Berjalan sambil menyapa Pak Chandra*)

Pak Chandra : *Om Swastyastu*, Rama.

Contoh (1) merupakan kutipan dialog dari tokoh Rama. Perkataan Rama kepada Pak Chandra merupakan kalimat sapaan atau salam pembuka yang biasanya disampaikan oleh seseorang kepada seseorang sebagai bentuk penghormatan, biasanya kalimat tersebut digunakan oleh mayoritas masyarakat Bali.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan toleransi sebagai sifat atau sikap toleran. Baidawi (dalam Murni, 2018) menyatakan bahwa toleransi adalah sikap yang menunjukkan bahwa suatu individu bersedia menerima dan menghargai pandangan orang lain meskipun pandangan tersebut tidak sejalan dengan pandangannya. Definisi tersebut sejalan dengan karakter yang termuat dalam tindakan Rama, tokoh tersebut

menerima perbedaan agama antara dirinya dan tetangganya dengan menunjukkan sikap menghargai, ramah, dan hormat.

Dengan demikian, iklan layanan masyarakat tersebut bertujuan untuk memperkuat karakter toleransi dalam diri pelajar, dengan menekankan, bahwa seorang pelajar harus menerapkan karakter toleransi, yaitu sikap ramah, hormat, dan menghargai antar sesama tanpa melihat perbedaan suku, ras, dan agama, di mana pun kita berada.

5. Karakter Kreatif

Karakter kreatif ditemukan dalam iklan layanan masyarakat berjudul "Tanpa Aksi, Inovasi Tak Berarti". Berikut ini contoh karakter kreatif dalam iklan layanan masyarakat tersebut.

Contoh (1):

Ino: Kata Pak Guru, air bisa mengalir ke tempat yang lebih tinggi. (*Bergegas mengambil bambu, botol, pipa, dan alat lainnya untuk membuat pompa air sederhana*)

Contoh (2):

Ino: Pak guru tolong dong, dari kemarin tidak bisa bekerja.

Pak Guru: Coba kamu ganti pakai pipa yang lebih panjang, terus kamu kasih batu yang kecil. Nah, lalu kamu tekan.

Contoh (1) merupakan perilaku yang menunjukkan karakter kreatif. Kreatif adalah kemampuan seseorang untuk menciptakan suatu karya. Karakter kreatif yang ditunjukkan oleh Ino dalam iklan layanan masyarakat tersebut adalah merealisasikan ide untuk mengatasi masalah kesulitan air di lingkungan masyarakat melalui pembuatan pompa air sederhana (tanpa listrik) dengan alat-alat yang ada sehingga menghasilkan saluran air yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Kegiatan yang dilakukan pada video tersebut dapat mengembangkan kreativitas dan menggali kemampuan dalam diri sasaran iklan (pelajar). Rogers dalam Munandar (2014) mendefinisikan kreativitas sebagai kecenderungan seseorang dalam menunjukkan dan menggunakan semua kemampuan uniknya, mencapai potensi yang ada dalam dirinya, dan memiliki keinginan untuk tumbuh dan menjadi lebih baik.

Iklan layanan masyarakat tersebut bertujuan untuk menumbuhkan dan memperkuat karakter kreatif dalam diri pelajar. Karakter ini sangat penting bagi pelajar sehingga perlu ditumbuhkan dan dikembangkan melalui peran pelajar itu sendiri, lingkungan, dan masyarakat. Dengan karakter kreatif, seseorang dapat menghasilkan hal bermanfaat dan berdampak positif untuk lingkungan sekitar.

6. Karakter Disiplin

Karakter disiplin ditemukan pada iklan layanan masyarakat berjudul "Disiplin Tugas". Berikut contoh karakter disiplin dalam iklan layanan masyarakat tersebut.

Contoh (1):

Radit: Buku yang tadi kita pinjam dari *perpus*, dibawa siapa, ya?

Tasya: Ya ampun Dit... harus banget kerjain tugas sekarang, *yo?*

Teman Radit: Iya Dit, kaya di kelas aja *deh* kamu.

Contoh (2):

Desi: "Radit, datang ke sini, langsung mengerjakan tugas itu salahnya di mana?"

Kutipan dialog pada contoh (1) dan contoh (2) merupakan penggambaran karakter disiplin yang ditunjukkan oleh tokoh Radit. Karakter disiplin yang ditunjukkan oleh Radit adalah karakter yang seharusnya dimiliki oleh seorang pelajar, yakni taat mengerjakan tugas, dan radit bersikap taat dan tanggung jawab terhadap tugas yang diberi oleh gurunya.

Hartini (2017) menyebutkan, bahwa disiplin berarti berperilaku patuh dan tertib terhadap seluruh peraturan dan ketentuan. Karakter kedisiplinan ini membentuk kepribadian seseorang menjadi lebih bertanggung jawab, dan seseorang yang memiliki sikap disiplin yang baik akan mampu mematuhi setiap jadwal pelajaran, tugas, dan tanggung jawab yang diembannya.

7. Karakter Peduli sosial

Karakter peduli sosial ditemukan pada iklan layanan masyarakat berjudul "Berbagi-bagian 1". Berikut contoh karakter peduli sosial pada iklan layanan tersebut.

Contoh (1):

"Ini buat kamu, kamu sekolah *online* di sini aja." (*Memberi roti, username WiFi, dan password WiFi kepada seorang anak penjual masker*)

Contoh (1) menggambarkan karakter peduli sosial, yang mana karakter ini diterapkan oleh seorang anak bernama Hiro. Peduli sosial merupakan sikap empati manusia yang tumbuh dalam dirinya, serta membentuk sikap saling menghormati dan menghargai terhadap sesama. Karakter peduli sosial yang ditunjukkan oleh Hiro dapat dilihat pada momen Hiro memberikan roti, *username* WiFi, dan *password* WiFi kepada Fajar (penjual roti yang sedang mengikuti kelas *online* sekaligus berjualan roti), dan mengajak Fajar untuk menjalankan sekolah *online* di rumahnya menggunakan WiFi milik Hiro. Sikap tersebut telah menunjukkan karakter peduli terhadap sesama.

Karakter peduli sosial sangat penting untuk diterapkan, karena ketika seseorang memiliki karakter tersebut akan timbul rasa kepedulian terhadap sekitar.

Salahudin (dalam Kurniawati, 2019) mendefinisikan peduli sosial sebagai sikap serta tindakan seseorang yang senantiasa menolong orang, serta melibatkan diri ketika orang lain menghadapi kesulitan.

8. Karakter Komunikatif/Bersahabat

Karakter komunikatif atau bersahabat ditemukan dalam iklan layanan masyarakat yang berjudul "Ayo Bergotong Royong!". Berikut contoh karakter toleransi dalam iklan layanan masyarakat tersebut.

Contoh (1):

"Jadi, hari ini kita akan membahas pelajaran Bahasa Inggris tentang *expressing sympathy*." (*Mulai menyampaikan materi*)

Contoh (1) menggambarkan tentang nilai pendidikan karakter komunikatif/bersahabat. Chastanti, dkk. (2019) menerangkan bahwa karakter komunikatif/bersahabat mengacu pada kemampuan seseorang dalam berkomunikasi dengan orang lain. Ini mencakup kemampuan menyampaikan ide-ide dan pemikiran dengan baik kepada orang lain saat berinteraksi, serta kemampuan mendengarkan dan merespon apa yang dikatakan orang lain dengan baik.

Dalam iklan layanan masyarakat tersebut, terdapat tiga tokoh yang merupakan pelajar, yaitu tiga teman Chika dan Chika. Ketiga teman Chika tersebut bekerja sama membuat video pembelajaran untuk Chika karena pada hari itu Chika sakit dan tidak masuk sekolah. Dalam video tersebut, ketiga teman Chika menyampaikan materi pelajaran yang dipelajari di sekolah pada hari itu melalui pemikiran dan interpretasinya. Perilaku tersebutlah yang menunjukkan karakter komunikatif.

Adapun iklan layanan masyarakat tersebut bertujuan untuk memperkuat karakter komunikatif dalam diri pelajar, dengan menekankan, bahwa dengan berbekal kemampuan komunikatif seseorang dapat menyampaikan dan menginterpretasikan suatu pesan.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa terdapat nilai-nilai pendidikan karakter dalam iklan layanan masyarakat yang diunggah oleh akun Cerdas Berkarakter Kemdikbud RI di YouTube antara lain: mandiri; tanggung jawab; religius; toleransi; kreatif; disiplin; karakter peduli sosial; dan komunikatif/bersahabat.

Tujuan dimuatnya karakter-karakter tersebut adalah: (1) menumbuhkan inisiatif pelajar untuk melakukan sesuatu dengan tenaga dan pikirannya sendiri (mandiri); (2) memperkuat tanggung jawab pelajar terhadap kewajibannya; (4) menanamkan kesadaran untuk berperilaku sesuai ajaran agama masing-masing; (5) menanamkan sikap ramah, hormat, dan menghargai antar sesama tanpa melihat perbedaan suku, ras, dan agama;

(6) membentuk pelajar berdaya cipta sehingga menimbulkan manfaat dan dampak positif untuk lingkungan sekitar; (7) menumbuhkan dan memperkuat rasa kepedulian; dan (8) membentuk pelajar berkemampuan komunikatif sehingga mampu menginterpretasikan suatu pesan, serta bekerja sama dengan orang lain.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah mengadakan evaluasi terhadap efektivitas iklan layanan masyarakat yang diunggah di YouTube dalam mempengaruhi dan memperkuat nilai-nilai pendidikan karakter pada pelajar. Evaluasi ini dapat dilakukan melalui survei atau penelitian lapangan untuk mengukur sejauh mana iklan tersebut berhasil menanamkan nilai-nilai karakter yang diinginkan pada target audiens.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Mahmudah Fitriyah ZA. yang turut menjadi penulis dalam penelitian ini, sekaligus pembimbing yang senantiasa memberikan masukan dan motivasi kepada penulis hingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Ali, A. M. (2018). *Pendidikan Karakter Konsep dan implementasinya*. Jakarta: Kencana.
- Ardila, R. M., Nurhasanah, N., & Salimi, M. (2017). Pendidikan Karakter Tanggung Jawab dan Pembelajarannya Di Sekolah. *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Pendidikan*, 0(0), 79–85. <https://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/snip/article/view/11151>
- Ashsidiqy, A., & Sofyan, A. (2018). Makna Edukasi Bahaya Merokok dalam Iklan Layanan Masyarakat di Media Sosial. *Prosiding Ilmu Komunikasi*, 7(2), 375–378.
- Chastanti, I., Gultom, M., & Sari, N. F. (2020). Analisis Penggunaan Internet Terhadap Karakter Bersahabat/Komunikatif pada Pembelajaran Biologi. *Jurnal Pelita Pendidikan*, 8(1), 52–61. <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/pelita/article/view/17301/13178>
- Etikasari, D., & Mulyaningtyas, R. (2020). Analisis Nilai-Nilai Karakter Pada Iklan Televisi. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 1(2), 133–140. <https://jurnal-lp2m.umnaw.ac.id/index.php/JIP/article/view/600>
- Faradila, W., Amalia, A. R., & Nurasih, I. (2020). Analisis Nilai Pendidikan Karakter Peduli Sosial Dalam Buku Siswa Kelas 3 SD Tema 4 Peduli Lingkungan Sosial. *DIKDAS MATAPPA: Jurnal Ilmu Pendidikan Dasar*, 3(2), 159. <https://doi.org/10.31100/dikdas.v3i2.676>
- Hanum, A., & Meilinda, A. (2019). Studi Karakterisasi Bersahabat/Komunikatif Pada Siswa SMPN 18 Kota Jambi. *Publikasi Pendidikan*, 9(2), 147. <https://doi.org/10.26858/publikan.v9i2.9016>
- Hartini, S. (2017). Pendidikan Karakter Disiplin. *Basic Of Education*, 02(01), 38–59.
- Kurniawati, A., & Wuryandani, W. (2019). *Pendidikan Karakter Peduli Sosial melalui Metode Pembiasaan di TK Al Wafa Bantul dan TK Al Fatimah Umbulharjo* [Lumbung Pustaka UNY]. <https://eprints.uny.ac.id/67909/>
- Matsutono. (2020). *8 Upaya Penerapan Pendidikan Karakter bagi Peserta Didik di Sekolah. Ayo Guru Berbagi*. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi.

<https://ayoguruberbagi.kemdikbud.go.id/artikel/8-upaya-penerapan-pendidikan-karakter-bagi-peserta-didik-di-sekolah>

- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: Referensi (GP Press Group).
- Munandar, U. (2014). *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Murni, D. (2018). Toleransi Dan Kebebasan Beragama Dalam Perspektif Al-Quran. *Jurnal Syhadah*, 6(2), 72–90.
- Nova, Deana Dwi Rita., & Widiastuti, N. (2019). Pembentukan Karakter Mandiri Anak Melalui Kegiatan Naik Transportasi Umum. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 2(2), 113. <https://doi.org/10.22460/comm-edu.v2i2.2515>
- Prabandari, A. S. (2020). Implementasi Pendidikan Karakter Di Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 2(1), 68–71. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v1i2.586>
- 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*, 6(1), 150–162. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i1.875>
- Salahudin, A., dan Irwanto, A. (2013). *Pendidikan Karakter*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Siweb. (2020). *Pusat Penguatan Karakter (Puspeka) Kemendikbud. BMP. DI Yogyakarta Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Teknologi, dan Riset*. <https://bpmpjogja.kemdikbud.go.id/pusat-penguatan-karakter-puspeka-kemdikbud/>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Syifa, U. Z., Ardianti, S. D., & Masfuah, S. (2022). Analisis Nilai Karakter Tanggung Jawab Anak Dalam Pembelajaran Daring. *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, 8(2), 568–577. <https://doi.org/10.31949/educatio.v8i2.2071>