

LAPORAN PENELITIAN MANDIRI



KARAKTERISTIK MORAL SISWA DAN PEMBENTUKANNYA MELALUI PENDIDIKAN NILAI DI SMP YOGYAKARTA

Oleh:

Dr. Sri Wening, M.Pd

FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
TAHUN 2011

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN PENELITIAN

1. Judul Penelitian: Karakteristik Moral Siswa dan Pembentukannya Melalui Pendidikan Nilai Di SMP Yogyakarta
2. Ketua Pelaksana Penelitian :
 - a. Nama : Dr. Sri Wening, M.Pd
 - b. NIP : 195706081983032002
 - c. Pangkat/Golongan : Pembina Tk 1/IV b
 - d. Jabatan : Lektor Kepala
 - e. Pengalaman di Bidang Penelitian : Pendidikan
 - f. Fakultas/Jurusan : FT/ Pendidikan Teknik Boga dan Busana
 - g. Bidang Keahlian : Pendidikan Konsumen
 - h. Universitas : UNY
 - i. Waktu Penelitian : 6 bulan
3. Jenis Penelitian : Mandiri
4. Jumlah Tim Peneliti : 1 orang
5. Jangka Waktu Penelitian : 6 bulan
6. Bidang Ilmu : Pendidikan
7. Lokasi Penelitian : PTBB FT UNY
8. Kerjasama :
 - a. Nama Instansi :
 - b. Alamat :
9. Biaya Yang Diperlukan : Mandiri

Yogyakarta, 18 November 2011

Mengetahui
Wakil Dekan 1
Fakultas Teknik

Peneliti

Dr. Suji Munadi, M.Pd.
NIP 195303101978031003

Dr. Sri Wening, M.Pd
NIP 195706081983032002

DPP Jurusan PTBB

Dr. Endang Mulyatiningsih, M.Pd
NIP: 196301111988122001

PRAKATA

Dengan mengucapkan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa bahwasanya penelitian yang berjudul “ Karakteristik Moral Siswa dan Pembentukannya Melalui Pendidikan Nilai di SMP Yogyakarta ” ini telah dapat diselesaikan dengan baik.

Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan yang baik ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Negeri Yogyakarta
2. Dekan FT UNY
3. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan kritik dan saran hingga selesainya penelitian ini

Semoga atas segala budi baik dari berbagai pihak tersebut mendapatkan berkah yang berlimpah dari Tuhan, dan semoga penelitian ini bermanfaat khususnya bagi dunia pendidikan dalam membentuk karakter bangsa dan siapa saja yang berkenan membacanya. Amien.

Yogyakarta, November 2011

Peneliti

Dr. Sri Wening, M.Pd.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Masalah	1
B.Identifikasi Masalah	3
C.Pembatasan Masalah	4
D.Rumusan Masalah	6
E.Tujuan Penelitian	6
F.Manfaat Hasil Penelitian	6
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	8
A.Kajian Teoritik	8
B.Kerangka Berpikir	34
C.Pertanyaan Penelitian	37
BAB III. METODE PENELITIAN	39
A.Jenis Penelitian	39
B.Prosedur Penelitian	39
C.Populasi dan Sampel Penelitian	41
D.Teknik Pengumpulan Data	41
E.Instrumen Penelitian	43
F.Uji Coba dan Analisis Instrumen	46
G.Teknik Analisis Data	51
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Hasil Penggalan Dimensi Nilai Kehidupan Konsumen	

Sebagai Pembentuk Karakter	53
B. Perolehan Nilai-nilai Kehidupan Konsumen sebagai Pembentuk Karakter	58
C. Faktor-faktor utama yang mempengaruhi pembentukan karakter...	75
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	77
BAB. V. KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN.....	86
A.Kesimpulan	86
B.Implikasi Hasil Penelitian	87
C.Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	90

DAFTAR TABEL

Halaman

1. Klasifikasi Konsep Pendidikan Konsumen	21
2. Nilai-nilai Moral dan Tujuan dalam Pendidikan Konsumen	
3. <i>Lesson Plans Teaching Guides</i>	
4. Distribusi Sekolah, Guru dan Siswa yang Dilibatkan dalam Penelitian	
5. Kisi-kisi Penyusunan Kuesioner Pengaruh Variabel Keluarga, Sekolah, Teman Sebaya dan Media Mass	
6. Kisi-kisi Penyusunan Kuesioner Pembentukan Karakter	
7. Kecenderungan Keterkaitan Sistem Nilai dengan Dimensi Pembentuk Karakter	
8. Perolehan Sistem Nilai Melalui Pengaruh Keluarga Ditinjau dari Status Sekolah, Tingkat Kelas, dan Jenis Kelamin	
9. Perolehan Sistem Nilai Melalui Pengaruh Sekolah Ditinjau dari Status Sekolah, Tingkat Kelas, dan Jenis Kelamin	
10. Perolehan Sistem Nilai Melalui Pengaruh Teman Sebaya Ditinjau dari Status Sekolah, Tingkat Kelas, dan Jenis Kelamin.....	
11. Perolehan Sistem Nilai Melalui Pengaruh Media Massa Ditinjau dari Status Sekolah, Tingkat Kelas, dan Jenis Kelamin	
12. Hasil Analisis Trend Antar Waktu Perolehan Sistem Nilai Siswa Melalui Pengaruh Keluarga, Sekolah, Teman Sebaya dan Media Massa.....	
13. Kecenderungan Pembentukan Karakter Siswa Ditinjau dari Sekolah, Tingkat Kelas, dan Jenis Kelamin	
14. Rangkuman Hasil Uji Normalitas Variabel	
15. Rangkuman Hasil Uji Linieritas	
16. Rangkuman Hasil Uji Matrik Korelasi	
17. Rangkuman Hasil Analisis Regresi Keluarga (X1), Sekolah (X2), Teman Sebaya (X3), dan Media Massa (X4) dengan Pembentukan ... Karakter (Y).....	

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk (1) menggali dimensi pembentuk karakter dari nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam pendidikan konsumen, (2) menelaah perolehan pendidikan nilai melalui faktor-faktor lingkungan (keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa) yang mampu membentuk karakter siswa, (3) mengetahui pengaruh pendidikan nilai melalui faktor-faktor lingkungan (keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa) terhadap pembentukan karakter siswa.

Pendekatan penelitian adalah *ex-post facto* yang melakukan survey kepada siswa kelas 1, 2, dan 3 SMP di Yogyakarta. Partisipan penelitian ini diambil secara acak. Mereka adalah guru PKn, IPS Ekonomi, dan PKK serta 244 siswa dari 4 SMP yang berbeda-beda di Yogyakarta. SMP Negeri 11, SMP Negeri 4, SMP Muhammadiyah, dan SMP Santa Maria. Analisa deskriptif dibuat berdasarkan refleksi para siswa untuk mengungkap perolehan pendidikan nilai melalui keluarga, sekolah, teman sebaya dan media masa (faktor-faktor lingkungan) dan karakter yang terbentuk. Analisa korelasi terhadap variabel-variabel penelitian ini dibuktikan berdasarkan analisa korelasi dan regresi.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa (1) hasil refleksi para guru menemukan 17 nilai kehidupan (sistem nilai) yang termuat dalam konsep pendidikan konsumen dan semuanya sangat berkaitan dengan dimensi pembentuk karakter. Nilai-nilai tersebut dianggap sebagai sangat penting untuk diberikan di sekolah; (2) Berdasarkan evaluasi reflektif siswa terhadap pengalaman mereka, pendidikan nilai yang diperoleh dari keluarga, sekolah, teman-teman sebaya mereka dan media masa cenderung cukup baik; (3) sekolah tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan karakter siswa. Oleh karenanya, peningkatan pembentukan karakter siswa hanya dapat direalisasikan sepenuhnya jika persepsi siswa terhadap pentingnya pendidikan nilai adalah tinggi. Faktor lingkungan akan memberikan pengaruh yang signifikan pada peningkatan pembentukan karakter hanya ketika pendidikan nilai dari faktor-faktor tersebut diperoleh secara bersama-sama

ABSTRACT

Sri Wening : *The Establishment Of The Adolescence Character Through Values Education Implied In Consumer Education: A Study Of Reflective Evaluation Of Junior High School Curriculum In Yogyakarta*. A Dissertation. Education Evaluation and Research Study Program of Yogyakarta State University (UNY), 2007.

This dissertation is aimed (1) to develop the dimension of the character shaper from the life values implied in consumer education (value system), (2) to analyze the educating of values (value system) able to be reached through the surroundings factors capable to shape the adolescence character, (3) to find out the influence of the values education through the surroundings factors capable to shape the adolescence character, and (4) to reveal the attainment of the establishment of the adolescence character through values education implementation in subjects/curriculum.

This is an ex-post facto study using causal comparative model and is situated in Yogyakarta from July 2005 to April 2006. It applies intervention by giving a series of story books contained of values education. The participants are taken by chance. They are 39 teachers of PKn (Citizenship), IPS Ekonomi (Social and Economic Study), and PKK (Life Skill) and 744 students of 39 classes of 10 various Junior High Schools in Yogyakarta. The study proposes reflective evaluation as a starting point for developing a reflective evaluation process by comparing the values education of various periods of time. Reflective analysis of the teachers is made concerning to the content of value system in syllabus and text books and the experiences of teaching values in the earlier period. Descriptive analysis is completed based on the teachers' reflection to reveal the correlation between the value system and the dimension of character shaper, the importance of the value system from the students' point of view and the teachers' point of view, the students' reflection on the getting hold of the values education through family, school, peers and mass-media (surroundings factors) and the established character. The correlation analysis of the research variables is documented based on the analysis of correlation and regression, while the comparison analysis of the intervened classes and non-intervened classes were illuminated based on the analysis of t-test.

The findings of the study show that (1) the reflective evaluation of the teachers find out 17 life values (value system) implied in consumer education concept and all are closely related to the dimension of character shaper. Those values are thought as very crucial to be given in school; (2) the reflective evaluation of the students illustrate that values education is perceived as very important to have. Based on the students' reflective evaluation of their experiences, the values education dogged up from their family, school, peers and mass-media tend to be quite good; (3) school does not give a significant influence on the establishment of students' character. Consequently, the establishment of students' character can only be fully improved if the students' perceptions of the importance of values education are high. The four surroundings factors will give an important influence on the improvement of character establishment only when values education from those factors is achieved concurrently; (4) there are 9 dimensions of value system of PKn, 2 dimensions of value system of IPS Ekonomi, and 5 dimensions of value system of PKK in Syllabus.

There are 2 dimensions of value system of PKn, 6 dimensions of value system of IPS Ekonomi and 4 dimensions of value system of PKK in text books. The study shows that the establishment of the students' character of the intervened classes is higher than that of the non intervened classes. For that reason, character education in schools needs to be realized in curriculum in some ways.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Terjadi perubahan yang begitu cepat dalam semua aspek kehidupan manusia pada era globalisasi dewasa ini. Proses globalisasi juga menyebabkan jangkauan aktivitas dan komunikasi menjadi hampir tanpa batas. Proses ini memberi implikasi positif maupun negative dengan menjamurnya *supermarket* dan *shopping center* pada hampir semua kota, selain semakin gencarnya iklan promosi, turut mempengaruhi perilaku dan daya beli konsumen. Perilaku seseorang ditentukan oleh lingkungan, seseorang akan menjadi pribadi yang berkarakter apabila tumbuh pada lingkungan yang berkarakter. Oleh karena itu untuk membentuk pribadi yang berkarakter, diperlukan usaha semua pihak: keluarga, sekolah dan seluruh komponen yang terdapat dalam masyarakat.

Untuk itu, perlu dibangun *character building* yang didasari nilai-nilai moral kemanusiaan di kalangan masyarakat, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok. Nilai-nilai moral yang kokoh dan etika standar yang kuat amat diperlukan bagi individu maupun masyarakat. Hal ini dapat dilakukan melalui pendidikan nilai pada proses pendidikan, khususnya di sekolah secara terencana, terfokus dan komprehensif agar pembentukan masyarakat yang berkarakter dapat terwujud.

Fromm (Zebua, 2001: 2) mengemukakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan modern untuk mengkonsumsi sesuatu, tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Pendapat tersebut menyiratkan bahwa perilaku membeli yang berlebihan tidak lagi mencerminkan usaha manusia untuk memanfaatkan uang secara ekonomis. Perilaku membeli yang kurang tepat ini tidak hanya bagi orang tua, tetapi juga remaja khususnya siswa SMP.

Dewasa ini perilaku konsumtif sudah merupakan fenomena psikoekonomik yang banyak melanda kehidupan masyarakat terutama yang tinggal di perkotaan. Fenomena ini menarik untuk diteliti mengingat perilaku konsumtif juga banyak melanda kehidupan remaja di kota-kota besar, yang sebenarnya belum memiliki kemampuan finansial untuk memenuhi kebutuhannya, tetapi merupakan kelompok usia terbanyak di Indonesia (Kompas, Juli 2002: 7). Hal ini sangat menarik untuk diamati karena para remaja akan menjadi kelompok pemuda, sebagai motor penggerak kemajuan bangsa di masa depan. Sangat dikhawatirkan pula apabila pola-pola kehidupan dan perilaku yang tidak sesuai dengan tatanan kehidupan ini akan berkembang dan mewarnai kehidupan mereka

sebagai penentu masa depan bangsa. Fenomena saat ini dapat memicu pertanyaan tentang bagaimana dengan kemampuan konsumen anak-anak sekolah menengah di Indonesia?

Konsumen remaja sering menjadi objek aktivitas bisnis untuk mendapatkan keuntungan besar dengan berbagai cara, seperti promosi penjualan. Hal ini disebabkan karena karakteristik mereka yang labil, spesifik dan mudah dipengaruhi sehingga akhirnya mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar. Dalam rangka memperoleh jati diri, remaja berusaha membentuk citra tentang dirinya dan upaya ini terakumulasi dalam suatu konsep yang berisikan gambaran tentang bagaimana setiap remaja mempersepsikan dirinya. Termasuk di dalamnya bagaimana ia mencoba menampilkan diri secara fisik. Hal tersebut membuat mereka peka terhadap gambaran fisik mereka seperti tubuh yang tidak langsing, pendek, jerawat, rambut keriting dan lain-lain sehingga mendorong mereka melakukan berbagai upaya agar tampilan fisiknya sesuai dengan tuntutan komunitas sosial mereka. Keinginan untuk memenuhi tuntutan tersebut diperkirakan mendorong remaja untuk berperilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif yang terjadi pada remaja diduga terkait dengan kurangnya wawasan, sikap dan keterampilan mereka dalam mengelola uang atau kecerdasan finansial serta dalam mengkonsumsi. Hal ini bisa terjadi karena para remaja tidak disiapkan sedini mungkin untuk berfungsi sebagai konsumen di pangsa pasar dalam menghargai nilai uang, baik itu oleh keluarga maupun sekolah, sehingga tingkat kesadaran konsumen lemah karena tingkat pendidikan konsumen masih sangat rendah.

Untuk mengatasi hal itu, langkah mendesak yang harus dilakukan adalah melakukan pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan kepada masyarakat/remaja. Penting sekali untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat agar mereka mampu mengelola uang atau memiliki kecerdasan finansial, pola konsumsi, serta memiliki kedudukan tinggi sebagai konsumen yang sesungguhnya hal ini merupakan hak konsumen seperti yang tertuang di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU nomor 8 Tahun 1999 dalam Pasal 4).

Penelitian yang dilakukan oleh Bannister (Kerka, 1993: 2) menunjukkan bahwa pendidikan konsumen yang merupakan proses pembelajaran dalam mengatur keuangan personal dan pembuatan keputusan, sangat penting diterapkan dalam lingkungan yang menantang seperti saat ini.

Pemberdayaan masyarakat melalui pendidikan konsumen diharapkan mampu mendorong proses pembudayaan yang dapat membentuk watak baik konsumen di masyarakat. Ini sejalan dengan hasil survei Knapp (1991: 3) yang menemukan bahwa di dalam pendidikan konsumen terkandung makna nilai-nilai implisit yang patut ditumbuhkembangkan pada siswa yakni memiliki kesadaran akan diri sendiri sehingga mereka mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta memiliki tanggung jawab.

Di Daerah Istimewa Yogyakarta Indonesia telah dikembangkan program Pendidikan Karakter Bangsa pada 10 SMP oleh Dinas Pendidikan. Pemilihan SMP tersebut berdasarkan kriteria sekolah yang berada pada lingkungan kritis ditinjau dari pengaruh budaya serta banyak dikunjungi orang (tempat wisata, tempat hiburan). Kenyataannya, sampai saat ini baru diujicobakan Pendidikan Karakter Bangsa di 3 SMP. Dengan demikian, untuk mengetahui peran sekolah sebagai wadah pembentukan karakter siswa melalui pembelajaran pendidikan nilai, serta untuk mendukung dan memperluas program Pendidikan Karakter Bangsa yang sudah dirintis, maka perlu dilakukan kajian yang lebih mendalam.

B. Identifikasi Masalah

1. Pendidikan merupakan wahana untuk membangun dan meningkatkan martabat bangsa, tolok ukur keberhasilan suatu pendidikan antara lain apabila dapat menciptakan manusia yang cerdas, kreatif, masyarakat yang berkualitas, dan bangsa yang unggul dengan berbagai keahlian, kenyataannya pendidikan di Indonesia masih gagal membangun akhlak dan moral bangsa.
2. Arus globalisasi yang demikian kuat berpotensi mengikis watak, kepribadian dan jati diri bangsa sebab nilai-nilai kehidupan yang dipelihara menjadi goyah bahkan berangsur hilang, hal ini salah satu penyebabnya adalah penanaman nilai melalui pendidikan yang dapat menumbuhkan karakter masih terabaikan
3. Rendahnya mutu pendidikan tidak hanya disebabkan oleh kelemahan pendidikan dalam membekali kemampuan akademis kepada siswa namun ada hal lain yang tidak kalah penting, yaitu kurangnya penyadaran nilai secara bermakna melalui sekolah.
4. Perubahan substansi pendidikan ke pengajaran berdampak langsung terhadap pembentukan karakter dan kepribadian siswa, makna pendidikan yang syarat dengan muatan nilai-nilai moral bergeser pada pemaknaan pengajaran yang berkonotasi sebagai transfer pengetahuan, sehingga kurang memperhatikan pengembangan

kurikulum, model pembelajaran, strategi maupun metode pembelajaran yang tepat dalam mengimplementasikan pendidikan nilai untuk membentuk karakter anak didiknya.

5. Kurangnya penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sekolah dalam menanamkan nilai-nilai kehidupan yang dapat membentuk karakter individu sebagai anggota masyarakat.
6. Kurangnya penelitian tentang peranan lingkungan pendidikan yang terdiri dari keluarga, sekolah dan masyarakat, dalam menanamkan nilai-nilai kehidupan yang dapat membentuk karakter individu sebagai anggota masyarakat di era modernisasi.

C. Pembatasan Masalah

Dalam membentuk karakter individu Lickona (1992) menekankan pentingnya tiga komponen nilai karakter yang baik (*components of good character*) untuk diinternalisasikan kepada individu, yaitu *moral knowing* (pengetahuan tentang moral), *moral feeling* (perasaan tentang moral) dan *moral action* (perbuatan moral). Ketiga unsur itu saling berkaitan dan perlu diperhatikan, supaya nilai yang ditanamkan tidak tinggal sebagai pengetahuan saja tetapi termanifestasikan menjadi tindakan seseorang. Nilai-nilai pembentukan karakter dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada nilai-nilai kehidupan yang terkandung di dalam pendidikan konsumen.

Seperti yang telah dijelaskan di depan, nilai-nilai kehidupan yang diajarkan harus termanifestasikan dalam kurikulum sehingga semua siswa dalam sekolah faham benar tentang nilai-nilai tersebut dan mampu menerjemahkannya dalam perilaku nyata. Oleh karena itu diperlukan pendekatan optimal untuk mengajarkan nilai-nilai kehidupan sebagai subyek yang berdiri sendiri namun diintegrasikan dalam kurikulum sekolah keseluruhan. Penelitian ini tidak melibatkan seluruh mata pelajaran yang diberikan di SLTP, hanya akan dipilih tiga mata pelajaran yang diasumsikan banyak mengandung nilai-nilai pendidikan pada umumnya dan pendidikan konsumen khususnya yaitu mata pelajaran IPS bidang Ekonomi, PKn (Pendidikan Kewarganegaraan) dan PKK (Pendidikan Kesejahteraan Keluarga).

Keberhasilan untuk menawarkan dan menanamkan nilai-nilai kehidupan melalui pendidikan nilai dipengaruhi juga oleh cara penyampaiannya. Suparno dkk (2002: 42) mengatakan bahwa terdapat empat model dalam menyampaikan pendidikan nilai pada siswa yaitu a) model sebagai mata pelajaran tersendiri, b) model terintegrasi dalam semua bidang studi, c) model di luar pengajaran (kegiatan ekstra kurikuler), dan d)

model gabungan. Penelitian ini menggunakan model terintegrasi dalam bidang studi dengan bentuk modul karena proses belajar dianggap sebagai suatu kesatuan yang utuh dan saling melengkapi, misalnya ketika siswa belajar ekonomi, ia diarahkan pada pertimbangan moral dan etika lingkungan. Kemudian dilakukan evaluasi oleh guru untuk mengukur kualitas perkembangan mutu pembelajaran pendidikan nilai dengan mengajak siswa melihat kembali apakah nilai-nilai moral yang digeluti sudah dipunyai atau dimiliki oleh siswa.

Penelitian ini merupakan penelitian evaluasi evaluasi reflektif. Evaluasi reflektif berfungsi sebagai suatu pendekatan evaluasi pendidikan, evaluasi kurikulum, dan evaluasi efektivitas pembelajaran terhadap pendidikan nilai yang diberikan oleh guru dengan mengajak siswa untuk melihat kembali apakah nilai-nilai moral yang digeluti sudah dimiliki atau dipunyai oleh siswa.

D. Perumusan Masalah

Dengan mencermati uraian latar belakang permasalahan tersebut di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Dimensi-dimensi pembentuk karakter mana yang mampu dikembangkan melalui nilai-nilai kehidupan konsumen untuk menjadi sistem nilai (pendidikan nilai)?
2. Bagaimana dimensi pendidikan nilai konsumen sebagai pembentuk karakter diperoleh siswa melalui keluarga, pendidikan di sekolah, lingkungan teman sebaya dan media massa?
3. Apakah pendidikan nilai konsumen yang diperoleh melalui lingkungan (keluarga, sekolah, teman sebaya, media massa) berpengaruh terhadap pembentukan karakter?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan penelitian, maka secara umum penelitian ini akan menggunakan evaluasi reflektif untuk mengetahui bagaimana pengaruh pendidikan nilai yang terkandung dalam pendidikan konsumen mampu membentuk karakter remaja awal. Secara rinci tujuan yang akan dicapai adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dimensi-dimensi pembentuk karakter yang mampu dikembangkan melalui nilai-nilai kehidupan konsumen untuk menjadi sistem nilai (pendidikan nilai).

2. Menelaah dimensi-dimensi pendidikan nilai sebagai pembentuk karakter yang dapat dicapai/diperoleh melalui faktor lingkungan (keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa).
3. Menelaah sejauh mana pendidikan nilai yang diperoleh melalui faktor lingkungan (keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa) berpengaruh untuk membentuk karakter remaja/siswa SMP.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh dunia pendidikan khususnya sekolah untuk:

1. Upaya membangun akhlak bangsa melalui pendidikan moral yang merupakan salah satu tujuan pendidikan.
2. Menanamkan keterampilan hidup remaja/siswa SMP sebagai konsumen dan memperbaiki kualitas hidup mereka ketika menggunakan dan mengatur keuangan personal sebagai cara terbaik untuk menumbuhkan kesadaran dan perilaku konsumen yang bijaksana di kalangan anak-anak remaja.
3. Upaya perlindungan konsumen dapat memberikan dasar-dasar pengetahuan dan keterampilan konsumen, seperti mengatur keuangan personal, mengambil tindakan untuk membuat keputusan konsumen, dan hak serta tanggung jawab sebagai konsumen, secara langsung maupun tidak langsung.
4. Mengembangkan kepribadian remaja awal dalam mempersiapkan kualitas sumber daya manusia dalam pembentukan karakter konsumen yang bijaksana.

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Kajian Teori

1. Perkembangan Siswa SMP/Remaja Awal

Salah satu tahapan perkembangan yang dilalui seorang individu adalah masa remaja. Dalam rangkaian proses perkembangan individu, remaja tidak mempunyai tempat yang jelas, tidak lagi termasuk golongan anak, tetapi belum termasuk golongan orang dewasa (Monks, dkk 2002: 259). Siswa usia SMP tergolong pada para remaja awal. Perkembangan dalam masa remaja berlangsung antara umur 12 dan 21 tahun, dengan pembagian 12-15 tahun: masa remaja awal, 15-18 tahun: masa remaja pertengahan, dan 18-21 tahun: masa remaja akhir.

Studi tentang masa remaja menjadi sangat penting karena tahap perkembangan tersebut penuh dengan dinamika dan gejolak, serta mempunyai ciri yang berbeda bila dibandingkan dengan masa perkembangan individu pada masa balita, anak, dewasa dan lanjut usia. Menurut Papalia (1998: 12) masa remaja awal/siswa usia SMP adalah masa perubahan atau masa pertumbuhan dengan proses hormonal yang mempengaruhi penampilan dan perubahan secara fisik. Pendapat lain dikemukakan oleh Fishbein (1978: 7) bahwa remaja itu ditandai dengan datangnya masa pubertas, dan bersamaan dengan itu terjadi pula pertumbuhan fisik, dan timbul gejolak-gejolak kejiwaan.

Steinberg (1993: 124) menyatakan bahwa dalam beberapa hal, masa puber itu mendorong remaja untuk keluar dari rasa ketergantungan pada keluarga sepenuhnya. Selain karakteristik tersebut, Solomon (1999: 8) mengemukakan bahwa perubahan-perubahan yang terjadi pada masa remaja terkadang menciptakan hal-hal yang tidak menentu sehingga mendorong mereka untuk menemukan dan memiliki jatidiri yang unik sebagai individu yang berarti. Mereka menganggap penampilan fisik pada masa ini sangat penting, sehingga dalam masa ini perhatian remaja terhadap penampilan dirinya sangat besar.

Timbulnya gejolak pada masa remaja ini karena remaja berada pada masa transisi, suatu masa dimana periode anak-anak sudah terlewati dan di satu sisi ia belum diterima sebagai manusia dewasa. Masa ini merupakan masa yang labil, karena remaja melakukan penyesuaian terhadap pola-pola kehidupan baru, padahal emosi remaja dalam keadaan tidak stabil atau masih bergejolak. Begitu pula tahapan perkembangan kognitif anak remaja awal menurut Piaget (Monks et al, 2002: 223),

merupakan tahap operasional formal yaitu anak sudah dapat berpikir tentang yang akan datang, sesuatu yang diandaikan. Anak sudah dapat diajak menyadari apa yang diperbuat dengan alasan. Segi rasionalitas tindakan sudah dapat diajarkan. Oleh sebab itu tahap perkembangan anak tersebut dapat dimanfaatkan oleh orang dewasa untuk menanamkan nilai, karena anak sudah dapat diajak berdiskusi untuk menemukan nilai yang baik dan yang jelek. Dengan demikian agar tugas-tugas perkembangan yang cukup berat tersebut bisa dilampaui individu pada masa remaja awal maka diperlukan peranan lingkungan untuk menapak tahap-tahap perkembangan tersebut. Segala dinamika perubahan yang terjadi pada remaja, oleh orang dewasa hendaknya disikapi dan dikelolanya menjadi potensi yang dapat dimiliki remaja. Remaja dibantu untuk memahami segala potensi yang ada pada dirinya, kemudian diarahkan untuk mengembangkan potensi tersebut dan memanfaatkannya sebagai suatu kecakapan hidup remaja agar mampu hidup mandiri di masyarakat.

Perkembangan sosial remaja menjadi masalah penting dalam keseluruhan perkembangan remaja, karena merupakan salah satu ciri yang menonjol dalam kehidupan remaja. Pada masa ini, remaja memiliki rasa sosialisasi tinggi. Menurut Monks (2002 : 276) perkembangan sosial remaja dapat dilihat adanya dua macam gerak yaitu memisahkan diri dari orang tua dan menuju ke arah teman-teman sebaya. Keinginan yang kuat untuk melepaskan diri dari keterikatan orang tua membuat remaja mencari dukungan sosial melalui teman sebaya. Teman sebaya menjadi suatu sarana sekaligus tujuan dalam pencarian jati diri mereka.

Keterikatan terhadap kelompok teman sebaya ternyata merupakan suatu hal yang paling banyak terjadi pada fase remaja (Berk, 1993: 32). Menurut Santrock (1998: 63) konformitas mempengaruhi berbagai aspek dalam kehidupan remaja, seperti pilihan terhadap aktivitas sekolah atau sosial yang akan diikuti, penampilan, bahasa yang digunakan, sikap dan nilai-nilai yang dianut. Konformitas pada remaja umumnya terjadi karena mereka tidak ingin dipandang berbeda dari teman-temannya. Perbedaan pada masa ini sering dipersepsikan sebagai penolakan dan akan menyebabkan mereka merasa terasing. Informasi mengenai masa-masa perkembangan fisik, psikis, sosial dan kognisi remaja awal tersebut, akan dijadikan pijakan dalam penanaman nilai-nilai kehidupan yang dapat membentuk watak remaja relevan dengan pertumbuhan manusiawi remaja awal dalam taraf

perkembangannya, serta yang relevan bagi bangunan lingkungan sosial di sekitarnya.

2. Pendidikan Nilai dan Pembentukan Karakter.

a. Pendidikan Nilai dan Terbentuknya Sistem Nilai

Menurut Sudarminta (Tilaar, 2002: 456) yang dimaksud dengan pendidikan nilai adalah upaya untuk membantu peserta didik, mengenal, menyadari pentingnya, dan menghayati nilai-nilai yang pantas dan semestinya dijadikan panduan bagi sikap dan perilaku manusia, baik secara perseorangan maupun bersama-sama dalam suatu masyarakat. Dalam pengertian yang hampir sama Mardiatmadja (1986: 68) mendefinisikan pendidikan nilai sebagai bantuan terhadap peserta didik agar menyadari dan mengalami nilai-nilai serta menempatkannya secara integral dalam keseluruhan hidupnya. Dua ahli pendidikan nilai tersebut memiliki pandangan yang sama bahwa pendidikan nilai tidak hanya merupakan program khusus yang diajarkan melalui sejumlah mata pelajaran, tetapi mencakup pula keseluruhan proses pendidikan. Zakaria (2000) menyebutkan, hakikat Pendidikan Budi Pekerti dalam konteks pendidikan di Indonesia adalah pendidikan nilai, yakni pendidikan nilai-nilai luhur yang bersumber dari budaya bangsa Indonesia sendiri, dalam rangka membina kepribadian generasi muda.

Sementara itu dalam laporan *National Resource Center for Value Education*, pendidikan nilai di negara India didefinisikan sebagai usaha untuk membimbing siswa dalam memahami, mengalami, dan mengamalkan nilai-nilai ilmiah, kewarga negaraan dan sosial yang tidak secara khusus dipusatkan pada pandangan agama tertentu (NRCVE, 2003). Dalam pengertian yang lebih operasional Aspin (2003) membuat definisi pendidikan nilai sebagai bantuan untuk mengembangkan dan mengartikulasikan kemampuan pertimbangan nilai atau keputusan moral yang dapat melembagakan kerangka tindakan manusia.

Dari definisi di atas dapat ditarik suatu definisi pendidikan nilai yang mencakup keseluruhan aspek sebagai upaya untuk membantu siswa mengenal, menyadari pentingnya, dan menghayati nilai-nilai yang pantas dan semestinya dijadikan panduan bagi sikap dan perilaku manusia, baik secara perseorangan maupun bersama-sama dalam suatu masyarakat.

Secara umum, pendidikan nilai dimaksudkan untuk membantu siswa agar memahami, menyadari, dan mengalami nilai-nilai serta mampu menempatkannya secara

integral dalam kehidupan. Hasil penelitian Dasman Lanin (2004: 652), menyimpulkan bahwa perlunya pendidikan nilai karena banyak memberikan daya dukung pada perilaku siswi dalam belajar dan perilaku keseharian mereka. Ternyata sikap dan perilaku yang bermuara pada pembentukan karakter perlu diamati dalam esensi pendidikan nilai sebagai pengamatan salah satu indikator.

Untuk mencapai tujuan tersebut, tindakan-tindakan pendidikan yang mengarah pada perilaku yang baik dan benar perlu diperkenalkan oleh para pendidik. Dalam gagasan pendidikan nilai merujuk pada pendapat Kniker (dalam Rohmat Mulyana, 2004:105) dalam pengembangan sejumlah strategi belajar nilai menampilkan lima tahapan penyadaran nilai sesuai dengan jumlah huruf yang terkandung dalam kata *value*. Tahapan-tahapan itu adalah a) *value identification* (identifikasi nilai), tahap ini nilai yang menjadi target pembelajaran perlu diketahui oleh setiap siswa, b) *activity* (kegiatan), tahap ini peserta didik dibimbing untuk melakukan tindakan yang diarahkan pada penyadaran nilai yang menjadi target pembelajaran, c) *learning aids* (alat bantu belajar), benda yang dapat memperlancar proses belajar nilai, seperti cerita, film, atau benda lainnya yang sesuai dengan topik nilai, d) *unit interaction* (interaksi kesatuan), tahap ini melanjutkan tahapan kegiatan dengan semakin memperbanyak strategi atau cara yang dapat menyadarkan siswa terhadap nilai, e) *evaluation segment* (bagian penilaian), tahap ini diperlukan untuk memeriksa kemajuan belajar nilai melalui penggunaan beragam teknik evaluasi nilai.

Dalam proses pendidikan nilai, tindakan-tindakan pendidikan yang lebih spesifik dimaksudkan untuk mencapai tujuan yang lebih khusus. Seperti dikemukakan Komite APEID (*Asia and the Pacific Programme of Educational Innovation for Development*), Pendidikan Nilai secara khusus ditujukan untuk: a) menerapkan pembentukan nilai kepada anak, b) menghasilkan sikap yang mencerminkan nilai-nilai yang diinginkan, dan c) membimbing perilaku yang konsisten dengan nilai-nilai tersebut. Dengan demikian tujuan pendidikan nilai meliputi tindakan mendidik yang berlangsung mulai dari usaha penyadaran nilai sampai pada perwujudan perilaku-perilaku yang bernilai (UNESCO, 1993).

Sejak lama Ki Hajar Dewantara memproklamasikan adanya tiga lingkungan pendidikan yang disebut sebagai tri pusat pendidikan. Tiga lingkungan itu adalah sekolah, keluarga, dan masyarakat, dalam Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional No 20/2003 disebut sebagai lingkungan pendidikan formal, informal dan nonformal.

Peranan ketiga lingkungan pendidikan nilai memiliki kekhasannya masing-masing. Pembahasan lebih mendalam akan diuraikan pada bagian lain.

Para ahli telah mengemukakan berbagai teori pendekatan yang digunakan dan bermanfaat dalam pelaksanaan pendidikan nilai. Menurut Hersh, *et al.* (1980: 74), di antara berbagai teori yang berkembang, ada lima teori yang banyak digunakan yaitu a) pendekatan pengembangan rasional, b) pendekatan pertimbangan, c) pendekatan klarifikasi nilai, d) pendekatan pengembangan moral kognitif, dan e) pendekatan perilaku sosial. Berbeda dengan klasifikasi tersebut, Elias (1989: 53) mengklasifikasikan berbagai teori yang berkembang menjadi tiga yakni: pendekatan kognitif, pendekatan afektif, dan pendekatan perilaku. Klasifikasi ini menurut Rest (1992: 68) didasarkan pada tiga unsur moralitas, yang biasa menjadi tumpuan kajian psikologi yakni perilaku, kognisi dan afeksi.

Berdasarkan berbagai pendekatan pelaksanaan pendidikan nilai di atas, penelitian ini akan menggunakan pendekatan pendidikan nilai dengan pandangan bahwa pendidikan nilai dan pendidikan moral sebagai upaya sadar untuk membantu orang lain memperoleh pengetahuan, keterampilan, tingkah laku dan nilai-nilai yang ikut serta dalam kehidupan secara personal memuaskan dan secara sosial konstruktif.

Terdapat dua tujuan utama pendidikan nilai dan pendidikan moral dalam pendekatan ini. Pertama, membantu generasi muda untuk mengembangkan nilai-nilai yang bertindak sebagai dasar bagi suatu kehidupan secara pribadi lebih memuaskan yang memiliki makna, kenikmatan dan kepuasan. Hidup secara sungguh-sungguh mengalami kesempurnaan diri sendiri, orang lain dan dunia sekitar dengan memilih pada tujuan-tujuan yang bermakna. Kedua, membantu generasi muda mempelajari perilaku-perilaku moral dan sikap untuk peduli dan menghargai hak-hak orang lain agar hidup lebih konstruktif secara sosial yang memiliki andil terhadap kebaikan masyarakat, yang didasarkan pada kepedulian dan rasa kasih bagi sesama manusia dan makhluk hidup lainnya.

Dilihat dari substansinya, ada empat pendekatan yang dianggap sebagai gerakan utama dalam bidang pendidikan nilai yang komprehensif, yaitu 1) realisasi nilai yang membantu para individu untuk menentukan, mengenali atau menyadari, mengimplementasikan, bertindak terhadap, dan mencapai nilai-nilai mereka dalam kehidupan; 2) pendidikan watak memiliki tujuan untuk mengajarkan nilai-nilai tradisional tertentu yaitu nilai-nilai yang secara luas dianggap sebagai dasar landasan tingkah laku yang baik dan bertanggung jawab; 3) pendidikan kewarganegaraan ditujukan untuk mengajarkan nilai-nilai bersama yang menjadi dasar negara. Mempelajari nilai bersama berarti mengakui pengetahuan, perilaku, keyakinan dan sikap-sikap dengan sistem hukum dan sistem politik negara; dan 4) pendidikan moral memiliki tujuan untuk menghasilkan individu yang otonom, yang mengetahui nilai-nilai moral dan berkomitmen untuk bertindak secara konsisten dengan nilai-nilai tersebut, mencakup pendekatan dan metode yang mengajarkan generasi muda tentang pengetahuan, sikap, perilaku, keyakinan, dan keterampilan untuk menjadi jujur, penyayang yang dinyatakan dengan istilah bermoral (Kirschenbaum, 1995: 15-27).

Untuk membangun pendidikan yang efektif, UNESCO (1991) menekankan pentingnya martabat manusia (*human dignity*) sebagai nilai tertinggi. Penghargaan terhadap martabat manusia dianggap sebagai nilai yang tidak terbatas dan dapat mendorong manusia untuk memilih nilai-nilai dasar yang berkisar di sekelilingnya bila

diberikan kepada siswa melalui pendidikan nilai dapat membentuk karakter mereka. Nilai-nilai dasar ini, menurut UNESCO, meliputi: 1) Nilai dasar kesehatan, 2) Nilai dasar kebenaran, 3) Nilai dasar kasih sayang, 4) Nilai dasar spiritual, 5) Nilai dasar tanggung jawab social, 6) Nilai dasar efisiensi ekonomi, 7) Nilai dasar nasionalisme, dan 8) Nilai dasar solidaritas global.

Dari berbagai penjelasan di atas maka dapat dikatakan bahwa pendidikan nilai yang dimaksudkan dalam penelitian ini terbentuk dari sistem nilai (dimensi nilai-nilai kehidupan).

b. Pembentukan Karakter

Seperti yang telah disebutkan di atas, tujuan sekolah mendidik siswa adalah untuk membentuk karakter siswa, agar tidak saja menjadi manusia yang cerdas secara kognitif tetapi juga memiliki kemampuan afektif untuk mengaplikasikan kecerdasan kognitifnya. Maka disini fungsi sekolah untuk membentuk karakter siswa. Menurut Wynne (1991: 128) kata karakter berasal dari bahasa Yunani yang berarti '*to mark*' (menandai) dan memfokuskan pada aplikasi nilai kebaikan dalam bentuk tingkah laku atau tindakan. Definisi karakter menurut Wynne dan Walberg (1984) sebagai pengikutsertaan dalam tingkah laku atau tutur yang secara moral relevan, atau penahanan diri dari tingkah laku atau tutur tertentu. Walaupun seseorang tidak memiliki kesempurnaan, namun seseorang tetap sebagai individu yang unik dan mengagumkan dengan banyak ciri karakter positif yang kuat. Strom (2002) mendefinisikan karakter sebagai suatu gabungan dari atribut-atribut, pola sikap dan perilaku yang terpadu untuk mengangkat identitas seseorang dan membedakan setiap individu dari individu lain.

Hubungan antara sikap dan perilaku, Anastasi (1982: 74), menyatakan sikap seseorang tidak dapat diamati secara langsung, melainkan harus ditafsirkan terlebih dahulu dari perilaku yang tampak secara verbal/ucapan maupun non verbal/tindakan. Teori Fishbein (Zamroni, 1988: 79) menyatakan bahwa perilaku adalah fungsi dari sikap, dan perilaku erat kaitannya dengan niat. Niat akan ditentukan oleh sikap. Sikap tidak menjelaskan secara langsung terhadap perilaku, melainkan melalui niat berperilaku, yakni sikap – niat – perilaku.

Dalam kerangka konseptual ini Fishbein & Ajzen menempatkan niat sebagai variabel yang mendahului perilaku dalam hubungannya antara sikap dan perilaku nyata seseorang. Mereka memandang sikap sebagai "evaluasi seseorang terhadap perilaku". Menurut kedua ahli ini (Zamroni, 1992: 58), sikap hanya mengandung komponen afektif, tidak mengandung komponen kognitif dan kecenderungan berperilaku atau konatif.

Sikap adalah predisposisi seseorang untuk menyatakan setuju atau tidak setuju secara konsisten terhadap sesuatu masalah yang dihadapi.

Pengalaman LaPiere (Bimo Walgito, 1994: 52), menunjukkan bahwa perilaku akan lepas dari sikap yang ada pada diri seseorang. Tidak ada jaminan bahwa sikap yang berubah akan mengubah pula perilaku seseorang. Dari penelitian Leon Festinger timbul pendapat bahwa perilaku tidak dilatarbelakangi oleh sikap yang ada pada diri seseorang. Myere (1983: 94) berpendapat bahwa perilaku merupakan sesuatu yang banyak dipengaruhi lingkungan. Demikian pula sikap yang akan diekspresikan (*expressive attitudes*) juga merupakan sesuatu yang dipengaruhi oleh keadaan sekitarnya. Sedangkan sikap yang diekspresikan merupakan perilaku. Perilaku dan sikap saling berinteraksi satu sama lainnya. Pendapat Myers pada dasarnya cenderung mengakui adanya kaitan antara sikap dan perilaku yang saling berpengaruh satu dengan yang lain.

Sikap merupakan faktor yang ada dalam diri seseorang yang dapat memotivasi dan mendorong seseorang untuk berniat melakukan suatu tindakan (berperilaku). Sikap yang dimiliki oleh seseorang menurut Mar'at (1982: 68), bukan merupakan sesuatu yang dibawa sejak lahir, tetapi merupakan produk dari sosialisasi di mana seseorang bereaksi sesuai dengan rangsangan yang diterima. Sikap seseorang terhadap obyek atau rangsangan akan terbentuk melalui lingkungan sosialnya, dengan kata lain terbentuknya sikap dipelajari orang, dan diperoleh melalui pengalamannya. Menurut Saifuddin (1995: 51), sikap selalu dikaitkan dengan perilaku yang berada dalam kenormalan dan merupakan respon atau reaksi terhadap rangsangan dalam lingkungan sosialnya.

Sekali sikap terbentuk, maka sikap akan cenderung bertahan. Sikap umum yang bertahan akan dapat memudahkan timbulnya tingkah laku bermotivasi (Newcomb, 1985: 63). Oleh karena itu sikap tidak hanya mempengaruhi niat untuk melakukan perilaku tertentu melainkan juga mempengaruhi aspek-aspek psikologis lainnya, seperti dorongan untuk bekerja, pendapat, persepsi dan sebagainya.

Sikap yang selalu dinyatakan dalam cara-cara yang sama untuk situasi yang sama, merupakan kebiasaan dan kemudian menunjukkan karakter individu tersebut. Dengan demikian, sikap perlu dikuasai seseorang untuk dorongan. Oleh karena itu perlu dikembangkan sikap positif sejak kanak-kanak, karena nilai sikap positif selalu baik bagi diri dan lingkungan. Para Sektoretis dan operasional sikap selalu melihat faktor lingkungan (Mar'at, 1981: 63). Hal tersebut mengandung arti bahwa perkembangan sikap tidak terlepas dari pengaruh lingkungan di mana individu berada. Adanya lingkungan yang bermacam-macam akan menimbulkan sikap yang berbeda-beda terhadap suatu obyek pada setiap individu. Pengalaman sejak kanak-kanak dalam keluarga membentuk sikap, sehingga perluasan pergaulan sosial mempengaruhi

perkembangan sikap. Sikap dipelajari dari lingkungan keluarga, sekolah dan lingkungan masyarakat.

Mengenai cara pembentukan perilaku, Bimo Walgito (1994: 79) mengemukakan adanya tiga cara, yaitu: 1) kondisioning atau pembiasaan, dengan cara membiasakan diri untuk berperilaku seperti yang diharapkan, akhirnya akan terbentuklah perilaku tersebut; 2) pengertian (*insight*), cara ini mementingkan pengertian dengan adanya pengertian mengenai perilaku akan terbentuklah perilaku; dan 3) model, dalam hal ini perilaku terbentuk karena adanya model atau contoh/teladan yang ditiru.

Ciri-ciri karakter positif merupakan sesuatu yang bisa dan memang seharusnya dikembangkan. Ada kelompok inti ciri karakter yang perlu dimiliki setiap manusia, karena ciri-ciri karakter positif itu baik bagi diri sendiri, baik bagi keluarga, dan baik bagi bangsa. Lewis (2004: 5) menyebutkan bahwa kebanyakan ahli menyatakan ciri-ciri karakter sebagai mengasihi, peduli, menghormati kehidupan, jujur atau layak dipercaya, bertanggung jawab, dan menegakkan keadilan atau adil. Sejarah telah pula menunjukkan bahwa masyarakat cenderung merusak diri ketika orang-orangnya tidak mempunyai kelompok inti ciri karakter yang positif.

Seorang yang berperilaku kejam, rakus, berfoya-foya dikatakan sebagai orang yang berkarakter jelek atau karakter negatif, sementara orang yang berperilaku suka menolong, berhemat dan sederhana dikatakan sebagai orang yang berkarakter mulia. Jadi istilah karakter erat kaitannya dengan *personality* (kepribadian) seseorang, di mana seseorang bisa disebut orang yang berkarakter (*a person of character*) jika tingkah lakunya sesuai dengan kaidah moral.

Membentuk karakter yang baik dan kepribadian yang utuh dalam diri seseorang dapat dilakukan melalui suatu proses pembudayaan. Proses pembudayaan dapat dilakukan dengan menumbuhkembangkan seseorang menjadi pribadi manusia yang berbudaya dan beradab, yang tercermin dari sistem nilai yang dianut oleh pribadi tersebut dan masyarakatnya. Dijelaskan oleh Lewis (2004: 6) bahwa mengembangkan ciri-ciri karakter positif seseorang berhubungan dengan nurani, keyakinan-keyakinan moral, kepercayaan, pengalaman pribadi, pola asuh, hak-hak dan tanggung jawab, kebudayaan, hukum serta ekspektasi-ekspektasinya yang berhubungan dengan diri sendiri, sesama dan dengan dunia.

Pendidikan yang membentuk karakter yang baik serta kepribadian yang utuh seseorang (siswa), selain dilakukan oleh setiap orang tua dalam keluarga, juga dapat diupayakan melalui pendidikan nilai di sekolah. Pendidikan nilai di sekolah pun perlu

secara sadar dirancang dan dikelola sedemikian rupa sehingga dalam proses pembelajarannya terjadi pula proses pembentukan sikap dan perilaku yang baik. Elkind dan Sweet (September 2004) menawarkan beberapa pendekatan yang disebut dengan pendekatan Smorgasbord untuk memberikan pengalaman pengembangan karakter yang bermanfaat bagi siswa yaitu melalui: (a) pembangunan sebuah masyarakat yang peduli; (b) pengajaran nilai-nilai melalui kurikulum; (c) diskusi-diskusi kelas; dan (d) pembelajaran pelayanan. Brooks dan Gooble (1995) menyebutkan bahwa dalam menjalankan pendidikan karakter terdapat tiga elemen yang penting untuk diperhatikan yaitu prinsip, proses dan prakteknya dalam pengajaran. Dalam menjalankan prinsip itu nilai-nilai yang diajarkan harus termanifestasikan dalam kurikulum sehingga semua siswa faham benar tentang nilai-nilai tersebut dan mampu menerjemahkannya dalam perilaku nyata.

Menurut Suparno (2002: 35), sebagai sikap nilai moral berisikan suatu pandangan dalam diri seseorang, sedangkan sebagai perilaku, nilai moral harus berwujud tindakan yang mencerminkan sikap dasar seseorang. Dengan demikian ada dua unsur pemahaman atau pengertian, dan unsur tindakan atau perbuatan kedua hal harus ada dan saling melengkapi. Sikap menjadi dasar bertindak, dan tindakan menjadi ungkapan sikap itu. Bila tindakan dilakukan terus menerus secara konsisten sampai menjadi kebiasaan maka terjadi pembentukan karakter seseorang.

Lickona (1992: 87) menambahkan bahwa memiliki pengetahuan nilai moral itu tidak cukup untuk menjadi manusia berkarakter, nilai moral harus disertai dengan adanya karakter bermoral. Termasuk dalam karakter ini adalah tiga komponen karakter (*components of good character*) yaitu pengetahuan tentang moral (*moral knowing*), perasaan tentang moral (*moral feeling*) dan perbuatan bermoral (*moral action*). Hal ini diperlukan agar manusia mampu memahami, merasakan dan sekaligus mengerjakan nilai-nilai kebajikan.

Pengetahuan moral, keterampilan pemikiran moral dan perasaan-perasaan moral menurut Kirschenbaum (1995: 28) adalah perilaku-perilaku dan kegemaran-kegemaran lain yang merupakan kedewasaan moral. Perilaku dan kegemaran-kegemaran ini menurut Kirschenbaum diistilahkan sebagai kecenderungan-kecenderungan moral yang menimbulkan adanya dorongan seseorang untuk berperilaku sesuai dengan nilai yang dipahami sebagai nilai yang benar. Menurut Lickona kecenderungan ini termasuk *moral feeling* dan *moral action*.

Pengetahuan tentang moral termasuk di dalamnya adalah kesadaran moral, pengertian akan nilai, kemampuan untuk mengambil gagasan orang lain, rasionalitas (alasan mengapa harus melakukan hal itu), pengambilan keputusan berdasarkan nilai moral dan pengertian mendalam tentang dirinya. Segi pengertian ini dikembangkan dalam pendalaman bersama di kelas maupun dengan masukan orang lain. Inilah segi rasionalitas atau segi kognitif dari nilai moral. Dalam pendidikan nilai, segi kognitif ini perlu ditekankan. Dengan unsur ini, siswa dibantu untuk mengerti apa yang akan dilakukan dan sadar akan apa yang dilakukan.

Unsur perasaan moral ini meliputi suara hati (kesadaran akan yang baik dan tidak baik), harga diri seseorang, sikap empati terhadap orang lain, perasaan mencintai kebaikan, kontrol diri dan rendah hati. Perasaan moral ini sangat mempengaruhi seseorang untuk mudah atau sulit bertindak baik atau jahat, maka perlu mendapatkan perhatian. Dalam pendidikan nilai, segi perasaan ini perlu mendapatkan tempat, karena unsur perasaan ini sangat penting. Siswa dibantu untuk menyenangi ataupun mengiyakan nilai yang mau dilakukannya. Mereka dibantu untuk lebih tertarik terhadap nilai tersebut dan dapat merasakan bahwa nilai itu sungguh baik dan perlu dilakukan.

Ada tiga unsur tindakan moral, yaitu kompetensi (punya kemampuan untuk mengaplikasikan keputusan dan perasaan moral ke tindakan konkret), kemauan atau keinginan dan kebiasaan. Tanpa kemauan yang kuat, meski orang sudah tahu tentang tindakan baik yang harus dilakukan, ia tidak akan melakukannya. Dalam pendidikan nilai, kemampuan untuk melaksanakan nilai dalam tindakan nyata, kemauan, dan kebiasaan melakukan nilai tersebut harus dimunculkan dan ditingkatkan. Siswa dibantu untuk dapat melakukan nilai-nilai yang telah disadari dalam wujud tindakan nyata, mereka juga dibantu untuk mempunyai kemauan melakukan nilai tersebut. Pendidik perlu membantu agar siswa mempunyai keinginan untuk mewujudkan nilai itu dalam tindakan sehari-hari.

Kebiasaan menjadi faktor penting untuk bertindak baik. Bila seseorang sudah dibiasakan bertindak baik dalam hal-hal yang kecil, akan lebih mudah untuk melakukan tindakan baik dalam hal yang lebih besar. Oleh karena itu, dalam pembinaan kepada peserta didik kebiasaan-kebiasaan yang baik penting untuk dilatihkan. Dengan demikian tampak jelas bahwa dalam penanaman nilai ketiga komponen karakter pemahaman, perasaan dan tindakan harus ada untuk membentuk manusia yang berkarakter. Unsur-unsur nilai harus dimengerti atau dipahami isinya dan alasannya mengapa harus

dilakukan, perasaan akan mengiyakan penerimaan nilai tersebut dan akhirnya nilai itu diwujudkan dalam tindakan nyata.

Berdasarkan pembahasan di atas, penelitian ini akan mengkaji pembentukan karakter yang berdasarkan pada aspek pembentukan sikap dan perilaku. Sesuai dengan pendapat Suparno dan Lickona, peneliti menyimpulkan bahwa sikap memiliki unsur pemahaman dan perasaan, sedangkan perilaku memiliki unsur tindakan moral. Oleh karena itu, pembahasan dalam kajian ini peneliti menggunakan istilah pembentukan karakter memiliki kesamaan pengertian dengan pembentukan sikap dan pembentukan perilaku.

3. Pendidikan Konsumen

Di Indonesia, pendidikan konsumen tidak secara khusus ada dalam kurikulum sekolah, padahal di dalamnya implisit terkandung nilai-nilai kehidupan yang berguna untuk diterapkan dalam menjalani kehidupan sehari-hari di masyarakat. Ilmu konsumen banyak tersembunyi dalam mata pelajaran yang dibelajarkan di sekolah, dan ini penting untuk dimiliki oleh setiap manusia karena sejak lahir hingga akhir hayatnya selalu melakukan konsumsi untuk menopang kehidupannya.

a. Definisi dan Konsep Pendidikan Konsumen

Walter *et al.* (1992: 84) berpendapat bahwa konsumen adalah individu yang membeli suatu barang atau jasa konsumen, yang dengan pembelian semacam itu memberikan suara ekonomi bagi produksi barang tersebut. Pernyataan tersebut menegaskan bahwa masyarakat adalah konsumen, karena mereka membeli serta menggunakan barang dan jasa, baik untuk keperluan sendiri maupun untuk keperluan orang lain. Keinginan untuk memenuhi segala keperluan yang berlebihan mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif (*consumptive behavior*), perilaku konsumtif adalah perilaku yang menggambarkan suatu tindakan yang tidak rasional dan bersifat kompulsif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya (Neufeldt, 1996: 69). Untuk membekali pengetahuan kepada masyarakat/konsumen agar memiliki dasar-dasar pengetahuan dan keterampilan untuk membuat keputusan keuangan personal yang akan dihadapi dan mampu membuat penilaian bijaksana dalam pasar memerlukan proses pendidikan yang dimulai sejak anak-anak yaitu pendidikan konsumen

Knapp (1991) mendefinisikan pendidikan konsumen sebagai “ *the process of gaining the knowledge and skills needed in managing consumer resources and taking*

actions to influence the factors which affect consumer decisions”. Definisi yang hampir senada juga dikemukakan oleh Bannister (1996), bahwa “*consumer education is the process of gaining the knowledge and skills to manage personal resources and to participate in social, political and economic decisions that affect individual well being and the public good*”. Berdasarkan definisi tersebut, pendidikan konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah proses memperoleh ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam mengatur sumber keuangan personal, melakukan tindakan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dan menjadi warga negara yang baik.

Bila dicermati dalam membangun definisi di atas, terdapat tiga kategori utama konsep pendidikan konsumen yang dilibatkan yaitu: a) pilihan konsumen dan pembuatan keputusan, b) pengaturan keuangan personal, dan c) partisipasi warga negara dalam pangsa pasar (hak dan tanggung jawab konsumen). Klasifikasi konsep pendidikan konsumen ini di AS digunakan sebagai konsep dasar bagi pengembangan kurikulum dan pembuatan program di sekolah (Bannister and Monsma, 1980). Adapun klasifikasi konsep pendidikan konsumen tersebut terdapat pada Tabel 1.

National Institute of Consumer Education pada tahun 1993 menggunakan strategi pendekatan klasifikasi konsep pendidikan konsumen untuk dikembangkan dalam sistem pembelajaran, yang mencakup beberapa alternatif sebagai berikut: a) merupakan mata pelajaran terpisah/khusus, b) konsep-konsep menggabung dalam mata pelajaran yang ada, c) menyatukan dengan mata pelajaran inti, dan d) melakukan pengajaran berkelompok.

Konsep pendidikan konsumen memiliki lima prinsip dasar yang merupakan tanggung jawab sosial konsumen dalam melakukan konsumsi agar perlindungan konsumen dapat terwujud. Lima prinsip dasar tersebut adalah 1) kesadaran kritis, 2) aktivitas dan keterlibatan dalam bertindak, 3) kepedulian sosial, 4) kesadaran pada lingkungan dan 5) kesetiakawanan (Tantri, 1995: 24).

Tabel 1

Klasifikasi Konsep Pendidikan Konsumen

Pilihan Konsumen dan Pembuatan Keputusan	Pengaturan Keuangan Personal	Partisipasi Warga Dalam Pangsa Pasar
1. Kebutuhan dan keinginan personal dan sosial, nilai-nilai dan tujuan	1. Pendapatan, penggunaan, menabung dan investasi uang	1. Hukum perlindungan konsumen
2. Lingkungan ekonomi, sosial/kultur dan politik	2. Membeli dan menggunakan barang dan jasa	2. Agen dan sumber bantuan
3. Dampak teknologi terhadap pilihan konsumen	3. Penganggaran dan penyimpanan	3. Hak dan tanggung jawab konsumen, produsen dan

		pemerintah
4. Kemudahan informasi, reliabilitas, biaya dan kegunaan	4. Penggunaan kredit konsumen, menghindari masalah kredit	4. Ketegasan-perbaikan konsumen dan strategi tindakan
5. Etika tingkah laku pasar dari produsen, pekerja dan konsumen	5. Asuransi hidup, kesehatan, kekayaan, korban perang	5. Organisasi konsumen dari individual ke aksi kelompok
6. Masalah ekonomi seperti kemiskinan, pengangguran, biaya kesejahteraan	6. Biaya pajak, manfaat, masalah dan aturan	
7. Masalah kesehatan dan keamanan	7. Pendidikan, keterampilan yang dapat dibuat untuk mencari kerja dan pendapatan	
	8. Konservasi-sumber lingkungan, penggunaan dan pengaturan	

Kerka (1993) menambahkan bahwa kecenderungan yang berkembang saat ini mendorong adanya penekanan agar pendidikan konsumen diberikan kepada anak remaja (usia sekolah menengah); ini antara lain disebabkan oleh (1) ekonomi global yang memfungsikan seseorang sebagai produsen dan konsumen; (2) meningkatnya teknologi maju dalam hidup sehari-hari; (3) perubahan cara hidup, misalnya hasrat bekerja untuk keseimbangan seseorang, jumlah anak, peningkatan pendapatan dan perubahan pola konsumsi; (4) mental baja dan kepedulian, serta tanggung jawab sosial; dan (5) kekuatan dan perhatian pasar yang diberikan pada seseorang.

Konsep konsumen dapat diperkenalkan sejak dini kepada remaja melalui berbagai cara yang bermakna. Salah satunya adalah melalui penggunaan kehidupan nyata dalam keluarga, masyarakat dan sekolah. Ini dimaksudkan agar anak dapat terbiasa untuk melakukan pembuatan keputusan, penyelesaian pemutusan masalah dan keterampilan berfikir kritis dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dapat membantu mereka dalam membuat penilaian secara bijaksana dalam pasar. Hasil survei di Amerika Serikat menyatakan bahwa pendidikan konsumen tidak mengimbangi perubahan pasar dengan cepat, dan belum mampu mencapai level ilmu pengetahuan dan keterampilan yang diinginkan dalam mengatur sumber-sumber keuangan pribadi (Bannister, 1996). Selain itu, pengenalan konsep tersebut juga dapat mencegah permasalahan yang muncul karena pelanggaran perlindungan konsumen dalam perilaku konsumsi misalnya barang palsu, bakmi dan bakso yang mengandung boraks, serta kasus kehalalan suatu produk MSG.

Untuk membuat seseorang mampu menilai tersebut memerlukan proses pendidikan yang dimulai sejak anak-anak terutama dalam keluarga karena orangtua sebagai pendidik pertama dan utama untuk anak-anaknya. Dengan pemberian pendidikan konsumen pada anak, menurut Topatimasang dkk (1990: 69) anak akan bertambah pengetahuan tentang

barang dan jasa, meningkatkan kesadaran anak, membina keterampilan anak dan anak dapat melakukan tindakan secara perorangan maupun kelompok dalam menjaga martabat konsumen jika dirugikan dalam proses konsumsi.

Pendidikan konsumen akan membekali siswa atau masyarakat dengan proses memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan individu dan melakukan tindakan ketika membuat keputusan membeli, sehingga dapat berpengaruh penting terhadap kesejahteraan ekonomi individu dan sosial. Ahmad (1993: 42) berpendapat bahwa, sasaran utama mempelajari pendidikan konsumen adalah untuk a) membina kecakapan seorang konsumen dalam membeli barang, sehingga dapat mengatur keuangan, mampu meningkatkan penghasilan dan memberi petunjuk tentang perlindungan hukum atas milik seseorang, b) memberikan petunjuk untuk dapat memahami keadaan ekonomi tempat konsumen berada, c) mengikutsertakan konsumen untuk mengetahui dan mengerti tentang situasi ekonomi serta efeknya bagi kehidupan.

Di Amerika Serikat, pendidikan konsumen dipandang perlu diberikan di sekolah-sekolah karena pendidikan ini memiliki tujuan membantu peserta didik untuk: 1) memperoleh ilmu pengetahuan untuk bertindak sebagai konsumen terdidik, 2) membangun suatu pengertian fungsi sosial sebagai sebuah peranan keseluruhan dan khususnya para konsumen, 3) menguasai keterampilan-keterampilan sehingga dapat berfungsi sebagai konsumen yang terdidik dan bertanggung jawab, 4) menyadari pentingnya menjadi konsumen terdidik, dan 5) bertindak sebagai konsumen terdidik, terpelajar dan bertanggung jawab (Bannister, 1996). Dijelaskan lebih lanjut oleh Rosella bahwa pendidikan konsumen diberikan kepada peserta didik agar ketika mengkonsumsi produk hendaknya mempertimbangkan dampak pilihan mereka terhadap kesejahteraan yang lain.

Sebuah laporan survei oleh *National Institute for Consumer Education Center*, mengidentifikasi pandangan para ahli tentang manfaat pendidikan konsumen yang diperoleh individu apabila diberikan melalui sekolah maupun masyarakat. Manfaat tersebut antara lain: 1) mendukung cara berfikir kritis yang membantu fungsi konsumen lebih efisien di pangsa pasar, 2) menanamkan keterampilan-keterampilan hidup konsumen yang memberikan sumbangan untuk sukses, 3) meningkatkan kepercayaan diri dan kemandirian, 4) membantu nilai penerimaan secara luas, dan 5) memperbaiki kualitas hidup. Pendidikan konsumen tidak hanya sekedar mengajarkan kepada anak atau masyarakat untuk menggunakan uang mereka dengan baik. Pada kenyataannya, hasil sebuah survey menunjukkan bahwa di dalam pendidikan konsumen terkandung nilai-

nilai implisit yang patut untuk dikembangkan pada anak yaitu: 1) memiliki kesadaran akan diri sendiri karena mereka tahu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, 2) memiliki tanggung jawab misalnya kesadaran membayar rekening, 3) menjadi hemat dan hidup sederhana misalnya menabung, 4) menjadi lebih bijaksana karena mereka memilih ketika membeli, dan 5) hidupnya bertujuan karena mereka menganggarkan uang dalam kehidupannya (Knapp, 1991).

Dengan demikian pendidikan konsumen diharapkan dapat memperkuat posisi konsumen. Seringkali, konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk mendapatkan keuntungan besar dengan berbagai cara. Rendahnya kesadaran konsumen akibat rendah tingkat pendidikan dapat memperburuk posisi konsumen yang sudah lemah tersebut. Oleh karena itu, konsumen perlu mengenali diri bagaimana menjadi konsumen dan memiliki kesadaran yang baik sebagai seorang konsumen. Jika pengenalan dan kesadaran ini telah dimiliki, konsumen dapat berfungsi dengan baik di pangsa pasar sehingga terhindar dari rasa kecewa, tidak puas atau merasa tertipu. Ini juga dapat mendorong pada konsumen untuk mengetahui martabat, hak dan kewajibannya, dan tanggung jawabnya serta melaksanakannya secara konsisten untuk mewujudkan perlindungan konsumen.

Selain itu, kesadaran berkonsumsi juga dapat menghindarkan konsumen dari perilaku hidup konsumtif. Barang barang yang dikonsumsi dilakukan dengan baik dan benar serta didasari pada ilmu pengetahuan konsumen yang dikuasai. Semua kebutuhan yang dibeli direncanakan dengan matang, berdasarkan urutan prioritas kebutuhan yang sesuai dengan jumlah keuangan yang ada. Sebaliknya seorang konsumen yang tidak memiliki kesadaran konsumen, akan mudah membelanjakan uang untuk barang yang kurang dibutuhkan. Akibatnya sejumlah barang yang dibeli menjadi mubazir karena tidak pernah disentuh atau mungkin hanya dijadikan koleksi atau pajangan saja. Menurut Riswanto (1997: 37) seorang konsumen dapat menghindari maupun mengatasi masalah yang menyebabkan hidup konsumtif dengan cara: 1) membekali diri dengan pengetahuan standar berbagai produk dan juga pengetahuan hak yang dimiliki seperti hak atas informasi yang benar ketika mengkonsumsi suatu produk, 2) membiasakan diri untuk bersikap kritis dan berani menuntut haknya, 3) meningkatkan ketelitian dalam membeli suatu produk sehingga tidak terjebak pada hadiah-hadiah yang belum tentu didapat.

Seseorang yang memiliki perilaku sadar konsumsi dalam mengkonsumsi suatu produk maupun jasa akan menggunakan inisiatif, mencari informasi tentang produk atau jasa, merencanakan berbagai kemungkinan misalnya saja mencari tahu kualitas suatu

barang, mencari tahu tentang spesifikasi suatu barang, mencari acuan sesuatu barang yang akan dibeli, dan dampak terhadap cara perawatan suatu barang. Ditegaskan pula oleh Tantri (1995: 26), bahwa seseorang yang memiliki perilaku sadar konsumsi, akan lebih bersikap kritis, berani bertindak atas kesadaran sendiri, memiliki kepedulian sosial, memiliki kesadaran lingkungan dan memiliki kesetiakawanan sosial agar perlindungan konsumen dapat terwujud.

Kerugian yang dialami konsumen dalam aktivitas perdagangan digolongkan sebagai perbuatan yang bertentangan dengan nilai moral agama dan moral kemanusiaan. Berdasarkan hal ini pemerintah telah mengatur hubungan hukum antara konsumen dengan pihak produsen serta pedagang dan penjual dalam menciptakan ketertiban hubungan manusia. Pada tanggal 20 April 1999 Pemerintah RI mengeluarkan suatu kebijakan baru mengenai Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU nomor 8 Tahun 1999(LNRI Tahun 1999 nomor 42, TLNRI Nomor 3821) dalam Pasal 4 dapat dikatakan sebagai salah satu pranata hukum ekonomi yang melengkapi instrumen perlindungan hak-hak konsumen seperti (Kompas, 16 Desember 2002):

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan jasa.
- b. Hak memilih barang dan jasa serta mendapatkan barang dan jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa.
- d. Hak didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang digunakan.
- e. Hak mendapat advokasi mengenai perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g. Hak diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- h. Hak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- i. Hak-hak yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya.

Pendidikan konsumen mengandung banyak nilai kehidupan. Nilai ini dapat merupakan sesuatu yang diinginkan sehingga melahirkan tindakan pada diri seseorang atas dasar pilihannya. Nilai yang terkandung dalam pendidikan konsumen merupakan nilai etika (baik-buruk) yang terkait dengan moral. Sifat baik-buruk tersebut sudah

menyatu dengan tindakan, erat kaitannya dengan tanggung jawab sosial yang teruji secara langsung. Nilai-nilai moral yang terkandung dalam pendidikan konsumen dapat membantu peserta didik dalam membentuk sikap dan perilaku menjadi konsumen yang bijaksana yang bermuara pada pembentukan karakter. Sikap berisikan suatu pandangan dari dalam diri peserta didik, sedangkan perilaku merupakan perwujudan dari tindakan yang mencerminkan sikap dasar mereka. Keduanya saling melengkapi, sikap menjadi dasar bertindak dan tindakan menjadi ungkapan sikap tersebut. Adapun nilai-nilai moral yang terkandung dalam pendidikan konsumen yang diolah dari konsep-konsep pendidikan konsumen adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Nilai-nilai Moral dan Tujuan dalam Pendidikan Konsumen

Nilai Moral dalam Cakupan Luas	Tujuan
1. Kesadaran diri sendiri	Untuk menanamkan kesadaran membeli dengan membedakan antara kebutuhan dan keinginan barang yang dikonsumsi.
2. Tanggung jawab	Untuk mengembangkan kemampuan mengenal kehidupan suatu masyarakat dan menyadari saling ketergantungan kehidupan sosial, misal membayar pajak, rekening, iuran dll.
3. Hemat	Untuk mendorong penggunaan sumber-sumber secara efisien dari pada memboroskan, dan menerapkan hidup hemat dan sederhana dalam perilaku konsumsi dengan menabung.
4. Bijaksana	Untuk menanamkan kemampuan memilih barang dan jasa konsumsi pada tingkat harga dan jaminan mutu yang setara dan sesuai dengan kebutuhan.
5. Bertujuan	Untuk mengembangkan kepedulian terhadap urusan uang dan pengetahuan tentang penggunaan uang secara bijaksana dengan membuat anggaran.
6. Teliti	Untuk menanamkan kemampuan melihat dan memeriksa barang dalam perilaku konsumsi.
7. Berusaha cari informasi	Untuk mengembangkan kemampuan memperoleh informasi untuk keperluan memilih dan membeli
8. Toleransi sosial	Untuk mengembangkan kemampuan untuk lebih waspada terhadap segala akibat yang ditimbulkan oleh pola konsumsi terhadap orang lain terutama kelompok nirdaya.
9. Peka	Untuk mengembangkan kemampuan tanggap terhadap segala perubahan yang terjadi di pangsa pasar dalam perilaku konsumsi.
10. Kritis	Untuk mengembangkan kemampuan untuk lebih waspada dan kritis terhadap harga dan mutu suatu barang dan jasa yang digunakan.
11. Peduli	Untuk mengembangkan kemampuan kesetiakawanan dengan berhimpun bersama sebagai konsumen untuk menghimpun kekuatan dan pengaruh demi memperjuangkan dan melindungi kepentingan bersama, hal ini menyangkut nilai uang terhadap barang dan nilai manusia.
12. Keadilan	Untuk mengembangkan kemampuan memperjuangkan keadilan sesama konsumen terutama pihak yang nirdaya, sehingga membantu menciptakan masyarakat adil, lebih terbuka dan rasional.
13. Sadar lingkungan	Untuk mengembangkan pemahaman terhadap segala akibat tindakan konsumsi terhadap lingkungan, menghemat sumberdaya alam dan melindungi bumi demi generasi mendatang.
14. Berusaha/produktifitas	Untuk mengembangkan kemampuan memanfaatkan barang bekas dan berusaha untuk membuat sendiri dengan menggunakan biaya murah, higienis, aman.

Nilai Moral dalam Cakupan Luas	Tujuan
15. Menghargai nilai uang	Untuk menanamkan pemahaman untuk menghargai barang yang dimiliki dengan merawat barang tersebut.
16. Sederhana	Untuk menanamkan pemahaman untuk hidup wajar tidak berlebihan.
17. Nasionalisme	Untuk menanamkan pemahaman agar menghargai dan mencintai serta memiliki kebanggaan terhadap barang-barang yang diproduksi oleh bangsa sendiri

Peningkatan kesadaran konsumen khususnya para remaja awal, bisa diajarkan melalui tiga mata pelajaran yang terdapat di dalam kurikulum SMP yaitu mata pelajaran IPS bidang ekonomi, mata pelajaran PKn, dan mata pelajaran keterampilan PKK. Ini dikarenakan ketiga mata pelajaran tersebut memuat paling banyak konsep pendidikan konsumen yang di dalamnya terdapat nilai-nilai kehidupan yang menyatu, dibandingkan mata pelajaran lainnya.

Berikut di bawah ini adalah matriks kesejajaran *Lesson Plans Character Education* dalam bentuk *teaching guides* sebagai pedoman guru untuk pembentukan karakter siswa (Available at: <http://www.LessonPlans-CharacterEducation-LifeSkills-MiddleSc.htm>) dengan nilai-nilai pendidikan konsumen.

Tabel 3
Lesson Plans Teaching Guides

<i>Life Skills</i>	<i>Character</i>	Nilai Pendidikan Konsumen
Tanggung jawab untuk melakukan	Kepercayaan	Kesadaran diri sendiri
Menghormati orang lain	Menghargai orang lain	Tanggung jawab
Pencegahan konflik dan kekerasan	Tanggung jawab	Hemat
Anda dan nilai anda	Keadilan	Sederhana
Membicarakan sex tidak tabu	Kepedulian	Bijaksana
Tujuan yang direncanakan	Kewarganegaraan	Bertujuan
Memaksakan diri untuk berbuat baik	Kejujuran	Teliti
Menumbuhkan percaya diri	Keberanian	Peka
Mengolah emosi	Kerajinan	Toleransi sosial
Pertemanan	Totalitas	Berusaha cari informasi
Bersahabat dengan orang tua		Kritis
Berkata tidak ke alkohol		Peduli
		Keadilan
		Sadar lingkungan
		Berusaha/produktivitas

			Menghargai nilai uang
			Nasionalisme

Berdasarkan identifikasi nilai-nilai pendidikan konsumen dengan nilai-nilai pembentuk karakter dalam konteks pengembangan life skills, ditemukan sistem nilai yang diduga kuat dapat membentuk sikap dan perilaku siswa yang bermuara kepada pembentukan karakter peserta didik. Sistem nilai yang telah ditemukan tersebut merupakan nilai moral (pendidikan nilai) yang akan diintegrasikan melalui pembelajaran melalui tiga mata pelajaran IPS (Ekonomi), PKn dan keterampilan (PKK).

4. Pendidikan Nilai Melalui Faktor-Faktor Lingkungan

Pembentukan karakter dapat dilakukan dengan memberikan pendidikan nilai melalui faktor-faktor lingkungan. Yang termasuk dalam faktor-faktor lingkungan adalah:

a. Pendidikan Nilai Melalui Keluarga

Keluarga merupakan unit sosial terkecil yang bersifat universal, artinya keluarga terdapat pada setiap masyarakat di dunia. Keluarga yang terbentuk melalui pernikahan pria dan wanita merupakan peletakan dasar pendidikan anak. Dengan demikian, kehidupan keluarga adalah peletakan dasar perkembangan aspek-aspek kognitif, afektif dan psikomotor melalui proses pendidikan, serta memiliki arti penting bagi perkembangan nilai kehidupan pada anak. Hal inilah yang akan menentukan perkembangan kepribadian anak, karena kekhasannya keluarga memiliki corak pendidikan yang berbeda dari sekolah. Apa yang diperoleh anak dalam lingkungan keluarga berpengaruh pada sikap dan perilaku mereka. Ini disebabkan karena pendidikan berjalan bukan atas dasar tatanan ketentuan yang diformalkan, melainkan tumbuh dari kesadaran moral sejati antar orang tua dan anak. Karena itu dapat dikatakan bahwa pendidikan nilai keluarga dibangun bukan atas dasar pertimbangan rasional, melainkan berdasarkan pada ikatan emosional kodrati.

Adiwikarta (1988: 14) menjelaskan bahwa keluarga merupakan sistem sosial yang terdiri atas subsistem-subsistem yang berhubungan dan saling mempengaruhi satu sama lain. Subsistem sosial itu bukan unit-unit fisik seperti ayah, ibu atau anak, melainkan subsistem itu merupakan peran-peran atau fungsi yakni fungsi-fungsi hubungan antara ayah-ibu, ayah-anak, ibu-anak dan anak-anak. Kualitas hubungan berpengaruh terhadap masing-masing anggota keluarga di dalamnya. Segala macam hubungan sosial memiliki nilai dan arti pendidikan bagi anak. Ciri-ciri ini sekaligus dapat menjadi petunjuk adanya

perbedaan intensitas pendidikan nilai antara yang dilakukan oleh orang tua kepada anaknya dengan yang dilakukan oleh pendidik kepada siswanya.

Pengaruh pendidikan dapat disadari dan disengaja atau tanpa disadari dan tanpa disengaja oleh anggota dalam keluarga. Arah pendidikan dapat positif dan dapat pula negatif terhadap pertumbuhan dan perkembangan kepribadian anak dilihat dari nilai dan norma yang berlaku dalam keluarga atau masyarakat yang bersangkutan. Sebagai lingkungan yang paling akrab dengan kehidupan anak, keluarga memiliki peran yang sangat penting dan strategis bagi penyadaran, penanaman, dan pengembangan nilai.

Ikatan emosi antara orang tua dan anak yang demikian kuat menyebabkan pendidikan di keluarga memiliki sisi keunggulan dalam pembinaan moral anak. Nilai-nilai seperti kedisiplinan, tanggung jawab, ketaatan pada orang tua, kejujuran, dan kasih sayang merupakan nilai yang ditanamkan orang tua kepada anak. Hal senada juga dijelaskan oleh Taris (1996), bahwa anak mengikuti pola perilaku melalui struktur keluarga, pola hubungan dan gaya kepemimpinan dalam keluarga yang akan menentukan corak kepribadian anak. Keluarga sebagai kelompok primer bagi anak merupakan *frame of reference* bagi perilaku anak itu sendiri. Norton (1977) menjelaskan tentang bagaimana anak belajar bertingkah laku melalui orang dewasa dalam keluarganya. Perilaku orang tua yang teramati menjadi acuan bertingkah laku anaknya meski itu tak disengaja baik yang ditiru maupun yang meniru.

Di dalam keluarga anak memperoleh pendidikan pengetahuan dasar, keterampilan dan aspek-aspek rohani serta kepribadian dasar yang dapat dikembangkan lebih jauh dalam lingkungan pendidikan dan lingkungan masyarakat. Selain itu anak juga mempelajari aturan-aturan dan tata cara berbuat dan berperilaku sesuai dengan norma dan nilai sosial yang dianut keluarga dan masyarakat sekitar. Dengan intensitas komunikasi dan interaksi yang selalu terjadi dalam kehidupan keseharian, proses penanaman nilai dapat berlangsung dalam beragam bentuk dan cara. Lingkungan keluarga merupakan peletakkan dasar pembentukan kepribadian anak. Dengan demikian, keluarga mempunyai peranan penting dalam sosialisasi dan pembentukan sikap anak. Pembentukan sikap ini dapat diperoleh melalui penanaman kebiasaan-kebiasaan dalam keluarga, dorongan dari anggota keluarga, norma dan nilai yang berlaku dalam keluarga. Peranan orang tua sangat menentukan bagi sikap anak. Anak dapat belajar dari orang tua dalam bersikap terhadap sesuatu, dalam menghargai sesuatu, menghargai orang lain, menghargai waktu dan menghargai barang-barang.

Orang tua terutama ibu, karena dianggap figur yang paling dekat dengan anak dibiasakan menjalin komunikasi yang efektif dengan anak-anaknya dalam rangka menyampaikan informasi tentang hal-hal yang berkaitan dengan pembelian barang. Hasil penelitian Baswedan (2002: 48) menemukan bahwa pendidikan dalam keluarga juga berperan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, terutama peran ibu. Dengan memperoleh bekal informasi dan pengetahuan tentang berkonsumsi yang bijaksana,

dapat mendukung anak untuk membuat keputusan pembelian barang yang tepat guna dan sekaligus merupakan saat yang tepat bagi anak mendapatkan kecakapan hidup dan nilai-nilai kehidupan. Melalui komunikasi perihal seluk beluk pendidikan konsumen, ibu dapat melatih anak untuk belajar mengemukakan pendapat tentang masalah-masalah pembelian barang. Penelitian yang dilakukan oleh Chomzana Kinta Marini (1994: 62) menjelaskan bahwa ada pengaruh komunikasi ibu dan anak terhadap peranan pengambilan keputusan pembelian barang. Semakin sering anak diajak bertukar pendapat, maka semakin kuat kepercayaan diri anak akan kemampuannya dalam membuat keputusan membeli. Penelitian yang dilakukan oleh Sulisty Herawati (1990: 58) juga mendukung pendapat tersebut. Dalam penelitiannya Sulisty Herawati menemukan hubungan positif antara lingkungan keluarga dengan pola hidup konsumtif siswa SMU. Hal senada juga dijelaskan Sri Wening (1998: 53), bahwa mahasiswa yang sudah menempuh mata kuliah pendidikan konsumen memiliki pola kesadaran konsumtif aktif.

Mencermati pendapat Chomzana Kinta Marini, Sulisty Herawati dan Sri Wening di atas dapat ditarik suatu pengertian bahwa komunikasi dalam keluarga tentang pengetahuan berkonsumsi yang bijaksana dapat membekali anak dalam membuat keputusan membeli barang.

b. Pendidikan Nilai Melalui Sekolah

Sekolah merupakan lembaga pendidikan kedua yang dibangun sebagai wahana pendidikan formal berperan besar dalam pembentukan dan pengembangan pengetahuan, keterampilan, sikap dan nilai siswa. Iklim berinteraksi antara satu dengan yang lainnya, lingkungan sekolah dapat dipastikan melibatkan beragam nilai kehidupan. Nilai-nilai itu dapat berupa nilai yang secara sengaja dilembagakan melalui sejumlah ketentuan formal atau nilai-nilai yang diatur melalui kurikulum tertulis. Selain itu, sekolah tempat bertemunya nilai-nilai kehidupan yang lahir secara pribadi dan ditampilkan dalam bentuk pikiran, ucapan, dan tindakan perorangan. Nilai-nilai tersebut muncul spontanitas dalam berbagai kekhasan pribadi setiap orang, sehingga nilai-nilai yang direfleksikan melalui tampilan perorangan tersebut berperan bagi terbentuknya pribadi-pribadi yang penuh makna. David dan Frank (1997) mengatakan, bahwa sekolah adalah tempat yang strategis untuk pendidikan karakter, karena anak-anak dari semua lapisan akan mengenyam pendidikan di sekolah. Selain itu anak-anak menghabiskan sebagian waktunya di sekolah, sehingga apa yang didapatkan di sekolah akan mempengaruhi pembentukan karakternya.

Sekolah dapat membentuk karakter siswa melalui sejumlah proses. Proses tersebut misalnya penanaman nilai melalui pendidikan nilai yang diintegrasikan lewat materi pelajaran, pemberian contoh, modeling dan lain sebagainya. Dalam hal ini, guru sebagai aktor utama dalam mengelola proses belajar mengajar, memegang peranan kunci dalam membentuk dan mengembangkan orientasi nilai-nilai kehidupan pada diri siswa. Misalnya menanamkan perilaku hemat dalam berkonsumsi dengan mengaitkannya melalui materi pelajaran bidang ekonomi yang diampu oleh guru. Kemudian guru menunjukkan keteladan berhemat, dan merefleksikan bersama-sama siswa dalam memaknai nilai hemat maka akan mudah menginternalisasi atau mempribadi pada diri siswa, maka secara reflek siswa akan melakukan tindakan hemat. Sehubungan dengan hal itu, penelitian Harvey (Morrison 1973) menyatakan bahwa pola perilaku guru yang bersifat membantu berkorelasi positif dan signifikan dengan kecenderungan siswa untuk melakukan hal-hal yang sesuai dengan norma, aturan-aturan dan harapan guru. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa hubungan antara guru dengan siswa yang kondusif sangat membantu proses penanaman nilai-nilai kehidupan pada diri siswa dan akan bermuara pula pada pembentukan karakter siswa.

c. Pendidikan Nilai Melalui Teman Sebaya

Seseorang dalam kehidupannya pasti selalu bersentuhan dengan lingkungan sosialnya. Sebagai makhluk sosial, manusia memerlukan peran-peran dirinya sebagai anggota masyarakat. Hal itu berlaku pula bagi seorang anak. Ia membutuhkan lingkungan masyarakat sebagai tempat mendewasakan dirinya. Dengan cara bergaul di masyarakat, anak belajar dari apa yang terjadi dalam kehidupan yang sebenarnya melalui mencoba dan mencoba.

Sejak usia sekolah, anak juga mengenal lingkungan lain yaitu teman seusia mereka atau teman sebayanya. Hal ini lebih menonjol pada masa usia remaja. Teman sebaya adalah kelompok yang terdiri dari anak-anak yang mempunyai umur relatif sama dengan minat dan cita-cita yang sama pula (Dorothy, 1998: 83). Remaja bersama dengan kelompok teman sebayanya sudah memiliki lingkungan tersendiri. Kelompok tersebut memiliki norma dan nilai tersendiri pula dalam kehidupannya. Anak dapat belajar dari keberhasilan dan kegagalan yang dialaminya. Pengaruh teman sebaya tampak nyata melalui peran imitasi dalam interaksi sosial.

Untuk itu, lingkungan masyarakat merupakan lingkungan penting lainnya yang ikut berpengaruh terhadap kesadaran nilai pada anak. Karakteristik pergaulan anak dalam masyarakat dapat berlangsung secara sukarela. Dalam arti yang positif, sukarela

bermakna kebebasan pada diri anak untuk memilih lingkungan atau teman, dan pilihannya itu didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan moral yang matang. Sifat sukarela terkadang dapat menjerumuskan anak pada pergaulan yang merugikan bagi dirinya andaikata anak tidak cerdas membedakan mana yang baik dan mana yang buruk. Dengan kata lain, pendidikan nilai dalam lingkungan masyarakat melibatkan dua faktor penting yang berpengaruh terhadap keberhasilan anak, yaitu potensi anak dalam memilih nilai dan nilai yang berkembang di masyarakat.

Sesuai dengan tahap perkembangan sosial anak remaja awal, para remaja cenderung untuk meniru sesuatu yang dimiliki teman sebayanya. Bimowalgitto (1993: 48), mengatakan bahwa peran imitasi tampaknya dalam hal dimana anak meniru apa saja yang didengarnya kemudian menyampaikannya kepada orang lain, misalnya mempelajari bahasa, tingkah laku ataupun mode, bahkan peniruan mode kadang-kadang dilakukan tanpa mengetahui latar belakang lebih lanjut. Penelitian yang dilakukan oleh Barry dan Darrel (1983) juga menunjukkan bahwa teman sebaya ternyata berpengaruh positif terhadap pembentukan sikap berilmu dan meraih prestasi. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa teman sebaya berperan dalam pembentukan sikap dan tingkah laku termasuk perilaku konsumsi mereka. Hal ini didukung pula oleh penelitian David dan Albert (1984) yang menyatakan bahwa dalam membeli pakaian, majalah, rokok, kendaraan bermotor, remaja dipengaruhi oleh temannya. Penelitian yang dilakukan Sri Wening (1991: 47) juga ikut mendukung penelitian-penelitian terdahulu bahwa terdapat hubungan yang positif antara teman sebaya dengan cara mengkonsumsi busana bagi para mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa teman sebaya dapat mempengaruhi tingkah laku dan sikap mereka dalam melakukan konsumsi.

d. Pendidikan Nilai Melalui Media Massa

Dalam kehidupan manusia pada abad reformasi, peranan media massa menjadi sangat penting artinya, termasuk bagi remaja. Perubahan yang sangat nyata dari kehidupan kota terjadi sejak awal 1990-an dan saat itu ditandai dengan perkembangan mass media. Sejak saat itu mulai terpacu dan marak berkembang pengetahuan manusia yang disebabkan oleh sumber berita yang berasal dari lembaga pemerintah maupun swasta, dan hal ini sangat berpengaruh pada gaya hidup masyarakat. Abrar (Kedaulatan Rakyat, 1998: 7) menyatakan bahwa menurut pengakuan orang-orang yang konsumtif, pembelanjaan barang-barang yang tidak begitu mereka butuhkan banyak dipengaruhi oleh iklan. Iklan mereka anggap sebagai penyebab meluasnya budaya konsumtif.

Bagi para remaja media massa dapat berpengaruh positif dan negatif, tergantung kepada bagian-bagian yang dinikmatinya. Pengaruh tersebut dapat tertuju pada sikap dan tingkah laku mereka. Dalam penelitiannya mengenai kenakalan remaja dan media massa, Supriyoko (1996: 79) menyimpulkan bahwa media massa sangat berpengaruh dominan dalam pembentukan sikap dan tingkah laku. Begitu juga perkembangan media cetak sangat berkembang dengan munculnya majalah-majalah baru, surat kabar dan tabloid lainnya. Perkembangan media informasi yang demikian pesat membawa dampak perkembangan pengetahuan masyarakat disamping berpengaruh juga terhadap orientasi konsumtivisme. Hasil penelitian Hardjana (1996: 554) menemukan bahwa pampangan yang bertubi-tubi terhadap iklan-iklan barang konsumsi di media massa menimbulkan pengaruh atas sikap konsumtif dan perilaku konsumtif.

Terlepas dari sikap konsumtif seseorang, ternyata acara hiburan di radio secara negatif terkait pada tingkat kelompok konsumsi tinggi, sedangkan siaran hiburan TV secara kurvilinier terdapat pada kelompok konsumsi menengah. Konsumtivisme merupakan gaya hidup yang mengarah pada pola perilaku yang lebih mengutamakan konsumsi dari pada hal-hal yang produktif. Oleh karena itu, pendidikan nilai di masyarakat memerlukan kerjasama dari semua pihak sehingga perlu disediakan pengaruh isi bahan bacaan yang ikut mendukung pembentukan sikap dan perilaku konsumen sehingga dapat membangun karakter remaja.

B. Kerangka Pikir dan Pengajuan Hipotesis

Anak usia sekolah sejak lahir dibesarkan dalam suatu keluarga, hidup dengan keluarga dan anggota keluarga yang lain. Sebagaimana telah diuraikan di muka bahwa lingkungan keluarga merupakan peletak dasar pembentukan kepribadian anak. Dengan demikian, keluarga mempunyai peranan penting dalam sosialisasi dan pembentukan karakter anak. Pembentukan karakter ini dapat diperoleh melalui penanaman kebiasaan-kebiasaan dalam keluarga, dorongan dari anggota keluarga, norma dan nilai yang berlaku dalam keluarga.

Peranan orang tua sangat menentukan bagi sikap anak. Anak dapat belajar dari orang tua dalam bersikap terhadap sesuatu, dalam menghargai sesuatu, menghargai orang lain, waktu dan barang-barang. Begitu pentingnya peranan orang tua dalam pembentukan karakter anak sehingga sering terjadi bahwa anak yang bersikap tertentu pasti dikaitkan dengan orang tuanya. Demikian pula mengenai bersikap tertentu pasti

dikaitkan dengan orang tuanya. Demikian pula mengenai kesadaran konsumsi dan pembentukan karakter konsumen.

Lingkungan keluarga/orang tua yang memiliki kesadaran konsumsi dan melakukannya dengan bijaksana serta mensosialisasikan kepada anak-anaknya ketika memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, tentu saja dapat teramati oleh anak dan menjadi acuan bertingkah laku anak ketika ia akan mengkonsumsi kebutuhannya. Karena yang tinggi frekuensinya diamati selama masa kanak-kanak adalah orang tua atau keluarga maka intensitas peniruan itu juga tinggi. Uraian tersebut kiranya dapat digunakan sebagai dasar untuk menduga bahwa pola kehidupan keluarga dapat mendukung pembentukan karakter anak.

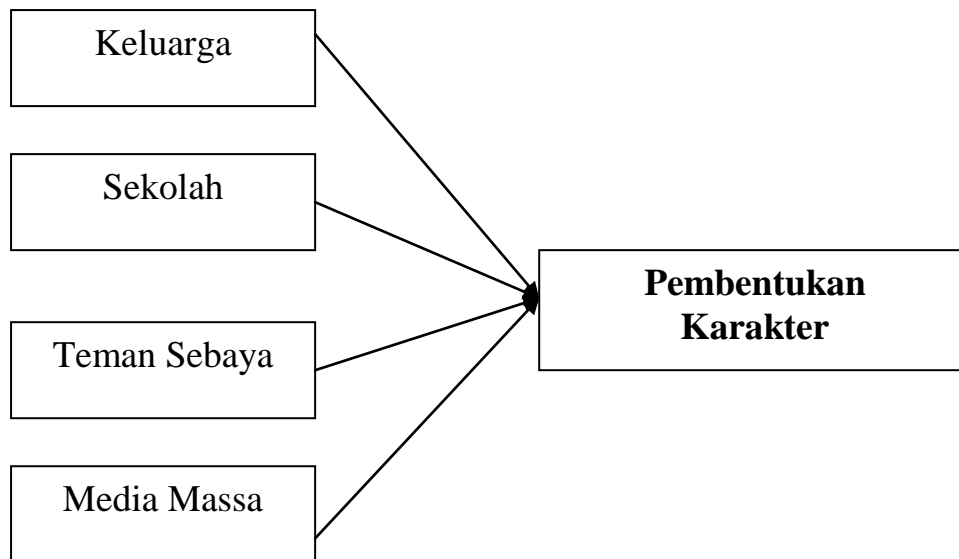
Institusi sekolah selalu dipandang sebagai salah satu tempat yang sesuai untuk membentuk nilai di samping keluarga. Pendidikan sering dipertimbangkan sebagai faktor yang mempunyai pengaruh kuat terhadap perubahan cara pandang dan perilaku siswa. Hal ini tidak dapat dipungkiri, karena perubahan tersebut diperoleh siswa karena adanya suatu proses melalui informasi, nasehat, modeling, pemberian contoh dan lain sebagainya. Dalam hal ini, guru sebagai aktor utama dalam mengelola proses belajar mengajar, memegang peranan kunci dalam membentuk dan mengembangkan orientasi nilai-nilai kehidupan pada diri siswa melalui pendidikan nilai yang diintegrasikan pada mata pelajaran yang diampunya. Jenis pendekatan yang digunakan guru, tipe kepemimpinan guru, sangat menentukan suasana dan kondisi proses belajar mengajar. Pendekatan yang mengayomi dan demokratis akan membantu menciptakan suasana kondusif dalam upaya mengembangkan potensi-potensi yang ada pada diri siswa. Interaksi antara guru dengan siswa merupakan komponen yang paling penting dalam proses sosialisasi nilai-nilai kehidupan, karena dalam interaksi ini terjadi proses asimilasi dan akomodasi sistem nilai. Sehubungan dengan hal itu, penelitian Harvey (Morrison 1973) menyatakan bahwa pola perilaku yang bersifat membantu berkorelasi positif dan signifikan dengan kecenderungan siswa untuk melakukan hal-hal yang sesuai dengan norma, aturan-aturan dan harapan guru. Secara singkat dapat dikatakan bahwa hubungan antara guru dengan siswa yang kondusif sangat membantu proses penanaman nilai-nilai kehidupan pada diri siswa yang akan bermuara pada pembentukan karakter siswa.

Perkembangan anak di samping dipengaruhi pembawaan yang telah dimilikinya, juga dipengaruhi oleh lingkungannya. Lingkungan telah memberikan pengalaman yang baru bagi anak usia sekolah. Setelah lingkungan keluarga adalah teman-teman sebaya mereka. Teman sebaya ini merupakan teman mereka, baik di sekolah maupun di tempat

tinggal anak. Teman sebaya mempunyai arti penting dalam kehidupan anak. Solidaritas dan arti kebersamaan di dalam kehidupan anak usia sekolah sangat menonjol, sehingga teman sebaya dapat mempengaruhi keputusan yang diambil olehnya. Dengan demikian dapat dipengaruhi sikap dan perilaku mereka. Sikap yang kemudian ditunjukkan dalam bentuk perilaku merupakan suatu pengambilan keputusan anak mengenai suatu objek. Dalam pembentukan karakter anak, teman sebaya berperan sebagai peluang. Anak akan menunjukkan memiliki karakter konsumen yang bijaksana bila teman mereka juga bersikap demikian. Hal ini didukung oleh London dan Della yang menyimpulkan bahwa dalam membeli pakaian, majalah, rokok, kendaraan bermotor, mereka dipengaruhi oleh teman-temannya. Uraian tersebut dapat digunakan sebagai dasar untuk menduga bahwa teman sebaya mendukung pembentukan karakter konsumen anak.

Media massa juga memainkan peranan dalam pembentukan karakter, lebih-lebih dalam pembentukan karakter konsumsi anak. Sumber berita swasta saat ini sangat marak berkembang, dan hal itu sangat berpengaruh pada gaya hidup anak. Televisi pemerintah maupun swasta menyelenggarakan program-programnya ke seluruh Indonesia, begitu juga perkembangan media cetak sangat sangat berkembang dengan munculnya majalah-majalah baru, surat kabar dan tabloid lainnya. Munculnya iklan yang banyak di media elektronik maupun media cetak begitu juga dengan isi bahan bacaannya cenderung mendorong anak untuk bersikap dan selanjutnya bertingkah laku sesuai dengan apa yang dilihatnya. Hal ini dapat dilihat dari jenis media yang dinikmati oleh anak, jenis berita yang dimuat dan juga aspirasi terhadap iklan yang dimuat dalam media massa. Dalam membentuk karakter seseorang, iklan mempunyai kecenderungan untuk mempengaruhi si penglihat atau pendengar. Hal ini sesuai dengan fungsi iklan, menurut Moh As'ad, (1997: 69) iklan adalah sebuah proses yang menghasilkan dan mengedarkan rangsangan yang terorganisir melalui medi massa, dan berusaha mempengaruhi tingkah laku orang-orang yang diharapkan sebagai calon pembeli, sedangkan Hepner mengartikan bahwa iklan berfungsi sebagai pembujuk. Kedua pendapat tersebut dapat menunjukkan bahwa sikap dan perilaku anak dapat dipengaruhi oleh media massa terutama iklan yang dimuat di dalamnya. Berdasarkan uraian tersebut dapat digunakan untuk menduga bahwa media massa ikut mempengaruhi terbentuknya karakter konsumen anak.

Hubungan antara Variabel Bebas dengan Variabel Terikat



C. **Pertanyaan Penelitian dan Hipotesis Penelitian**

Pertanyaan penelitian dan hipotesis yang diajukan di bawah ini untuk menjawab perumusan masalah dalam penelitian

Pertanyaan Penelitian

4. Dimensi-dimensi pembentuk karakter mana yang mampu dibentuk melalui nilai-nilai kehidupan konsumen menjadi sistem nilai (pendidikan nilai)?
5. Bagaimana dimensi pendidikan nilai sebagai pembentuk karakter dapat dicapai melalui keluarga, pendidikan di sekolah, lingkungan teman sebaya dan media massa?

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka berpikir di atas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pembentukan karakter siswa dipengaruhi oleh pendidikan nilai yang diperoleh secara bersama-sama melalui lingkungan keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa.
2. Pembentukan karakter siswa dipengaruhi oleh pendidikan nilai yang diperoleh melalui lingkungan keluarga.
3. Pembentukan karakter siswa dipengaruhi oleh pendidikan nilai yang diperoleh melalui pelajaran di sekolah.
4. Pembentukan karakter siswa dipengaruhi oleh pendidikan nilai yang diperoleh melalui lingkungan teman sebaya.

5. Pembentukan karakter siswa dipengaruhi oleh pendidikan nilai yang diperoleh melalui media massa.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengungkapkan sistem nilai yang tepat untuk pembentukan karakter siswa melalui pendidikan konsumen. Sesuai dengan tujuannya, penelitian ini menggunakan pendekatan survey dengan melakukan evaluasi. Proses pelaksanaan penelitian yang dilakukan peneliti adalah dengan evaluasi reflektif, maka peneliti juga berusaha menerapkan konsep refleksi dalam kegiatan penelitian ini. Evaluasi adalah proses penggambaran, pencarian dan pemberian informasi yang sangat bermanfaat bagi pengambilan keputusan dalam menentukan alternatif keputusan yang akan diambil. Sebagai obyek penelitian adalah pendidikan nilai yang diintegrasikan melalui kegiatan belajar mengajar mata pelajaran IPS bidang ekonomi, PKn dan PKK. Subyek penelitian adalah siswa SMP kelas 1, 2 dan 3.

B. Prosedur Penelitian

Proses pelaksanaan penelitian menggunakan cara evaluasi reflektif mencakup beberapa tahapan untuk memperoleh temuan. Untuk lebih jelasnya tahapan dalam kegiatan penelitian ini dibagi menjadi 5 tahap yaitu: (a) menggali sistem nilai, validasi dan *workshop* dengan guru, (b) membuat instrumen dan melakukan uji coba instrumen, (c) melaksanakan pengumpulan data, (d) menganalisis hasil pengumpulan data, membuat sintesis dan kesimpulan.

Menggali sistem nilai yang akan diberikan melalui pendidikan nilai sebagai dimensi pembentukan karakter remaja awal atau siswa melalui tahapan sebagai berikut: **Pertama**, mengembangkan konstruk konsep awal dengan menggunakan teknik analisis konten (*content analysis*) yang dikembangkan oleh Krippendorff untuk mengestimasi atau memperkirakan parameter tunggal (Darmiyati Zuchdi, 1993). Caranya dengan mengkaji dan mengidentifikasi nilai-nilai kehidupan konsumen yang terkandung dalam klasifikasi konsep-konsep pendidikan konsumen, dan dari hasil identifikasi ditemukan enam belas nilai kehidupan konsumen yang terkandung dalam konsep pendidikan konsumen. **Kedua**, enam belas nilai kehidupan konsumen berdasarkan hasil kajian dan identifikasi tersebut divalidasikan kepada guru dengan cara melihat keterkaitannya dengan *Lesson Plans Teaching Guides* (dimensi pembentuk karakter dan dimensi *life skills*). Caranya dengan memadukan dan mengkaitkan dimensi-dimensi nilai kehidupan konsumen ke dalam dimensi pembentuk karakter yang terdiri dari sepuluh nilai yang

terdapat dalam *Lesson Plans Teaching Guides*. Hasil dari refleksi tersebut adalah nilai kehidupan konsumen yang banyak terkandung dalam dimensi pembentuk karakter yang kemudian akan menjadi sistem nilai (pendidikan nilai). **Ketiga**, Berdasarkan hasil validasi konstruk sistem nilai, para guru memandang perlunya ditambahkan satu dimensi sistem nilai baru yaitu dimensi nilai nasionalisme sebagai nilai kehidupan pembentuk karakter, sehingga dimensi sistem nilai menjadi 17 nilai. Ketujuhbelas nilai ini yang akan dipergunakan untuk kisi-kisi pengembangan instrumen untuk siswa.

1. Pengembangan Instrumen

Penelitian ini menggunakan instrumen dalam bentuk kuesioner sebagai alat untuk merefleksikan pembelajaran nilai (sistem nilai) oleh siswa. Instrumen yang diberikan kepada siswa digunakan untuk merefleksikan perolehan pembelajaran nilai (sistem nilai) yang diperolehnya melalui lingkungan keluarga, sekolah, teman sebaya dan media masa. Untuk mendapatkan validitas empiris instrumen, kuesioner terlebih dahulu diuji cobakan kepada siswa kelas 1, 2, dan 3 di SMP Negeri Sedayu dan SMP Stella Duce.

Instrumen guru digunakan untuk menganalisis refleksi para guru tentang keterkaitan dimensi sistem nilai dengan dimensi nilai pembentuk karakter.

2. Melaksanakan Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan adalah data pembelajaran nilai pembentuk karakter siswa SMP. Pengumpulan data tentang pembelajaran nilai juga dilakukan kepada guru-guru menggunakan kuesioner, yaitu: refleksi keterkaitan sistem nilai dengan dimensi pembentuk karakter siswa.

3. Analisis Hasil Pengumpulan Data, Membuat Sintesis dan Kesimpulan

Pada tahap akhir, pengumpulan data dilanjutkan dengan analisis data. Data yang terkumpul bersifat kualitatif maupun kuantitatif, kemudian diklasifikasi dan dianalisis dengan cara yang sesuai dengan jenis data tersebut. Analisis data meliputi analisis pengaruh pembentukan karakter.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi penelitian ini adalah seluruh siswa kelas 1, 2, 3 SMP Negeri 11, SMP Negeri 4, SMP Muhammadiyah 1, dan SMP Santa Maria di Yogyakarta.

2. Sampel Penelitian

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah siswa yang diampu oleh para guru mata pelajaran PKn, IPS Ekonomi, dan PKK. Besarnya sampel adalah 244 siswa, dengan menggunakan teknik area stratified propotional random sampling. Hasil akhir dari tahapan pengambilan sampel dari 4 SMP di Yogyakarta dengan komposisi sebagai berikut:

Tabel 4

Distribusi Sekolah, Guru dan Siswa yang Dilibatkan dalam Penelitian

Sekolah	Guru Bidang Studi			Siswa
	PPKN	IPS	PKK	
SMP Negeri 4	2	2	1	67
SMP Santa Maria	2	1	-	58
SMP Muhammadiyah 1	1	1	1	52
SMP Negeri 11	2	1	1	67
Jumlah	7	5	3	244

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel bebas dalam penelitian ini, adalah menggali sistem nilai (nilai kehidupan konsumen) yang telah diperoleh siswa melalui keluarga (X1), sekolah (X2), teman sebaya (X3), dan media masa (X4), sedangkan variabel terikatnya adalah pembentukan karakter siswa (Y), yang akan dijelaskan sebagai berikut:

Keluarga adalah lingkungan perolehan pengaruh nilai-nilai moral kehidupan konsumen oleh siswa melalui nasehat, teladan, diskusi dengan orang tua sebagai wujud hasil penanaman pembelajaran konsep-konsep pendidikan konsumen dalam kehidupan keluarganya.

Sekolah adalah lingkungan perolehan pengaruh nilai-nilai moral kehidupan konsumen oleh siswa melalui proses pembelajaran, nasehat, teladan, diskusi dengan para guru sebagai wujud hasil pembelajaran konsep-konsep pendidikan konsumen yang diintegrasikan pada pembelajaran mata pelajaran di sekolah.

Teman sebaya adalah lingkungan perolehan pengaruh nilai-nilai moral kehidupan konsumen oleh siswa melalui ajakan, teguran maupun diskusi dengan teman lingkungan rumah maupun sekolah sebagai wujud hasil pembelajaran konsep-konsep pendidikan konsumen.

Media massa adalah sarana yang mempengaruhi perolehan pengaruh nilai-nilai moral kehidupan konsumen olah siswa melalui proses membaca, melihat, dan mendengar baik surat kabar, majalah, radio, televisi dan media lain yang ada.

Pembentukan karakter adalah proses internalisasi dan pengamalan sistem nilai kehidupan konsumen yang ditunjukkan dalam bentuk perilaku maupun tindakan setelah memahami atau mengerti isinya, mempunyai alasan untuk melakukannya dan mempunyai perasaan untuk menerima nilai tersebut, kemudian nilai yang diyakini diwujudkan dalam tindakan sehari-hari berupa sikap dan perilaku.

2. Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat 2 kelompok sumber data yaitu kelompok guru, dan kelompok siswa. Data yang diperoleh menggunakan angket. Data penelitian, baik data kualitatif maupun kuantitatif diperoleh dengan angket. Analisis keterkaitan sistem nilai kehidupan konsumen dengan dimensi pembentuk karakter.

Data perolehan sistem nilai siswa melalui keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa, serta refleksi pembentukan karakter siswa, dengan menggunakan angket.

a. Pengumpulan Data Guru

Hasil refleksi keterkaitan sistem nilai kehidupan yang terkandung dalam pendidikan konsumen dengan dimensi pembentukan karakter diperoleh melalui *workshop* dengan para guru tiga bidang mata pelajaran sebagai FGD.

b. Pengumpulan Data Siswa

Kuesioner pengaruh lingkungan keluarga, sekolah, teman sebaya dan media massa dibagikan secara bergantian dengan selang waktu satu minggu. Kuesioner tersebut harus diisi sesuai dengan kesesuaian pernyataan yang ada dalam kuesioner tentang perolehan sistem nilai yang diwujudkan dalam perilaku berkonsumsi menurut siswa melalui pengaruh keluarga, sekolah, teman sebaya dan media massa mereka sehari-hari. Proses pengisian kuisisioner dibantu oleh guru-guru tiga bidang matapelajaran yang dilibatkan dalam penelitian, bantuan berupa membagikan kuesioner dan kejelasan kuesioner bila diperlukan namun tidak mempengaruhi pendapat para siswa.

Kuesioner pembentukan karakter dibagikan kepada siswa. Kuesioner tersebut diisi sesuai dengan kesesuaian pernyataan yang ada dalam kuesioner tentang sikap dan perilaku berkonsumsi mereka sehari-hari. Proses pengisian kuesioner dibantu oleh guru-guru tiga bidang matapelajaran yang dilibatkan dalam penelitian, dengan cara

membagikan kuesioner dan menjelaskan kuesioner bila diperlukan namun tidak mempengaruhi pendapat para siswa.

E. Instrumen Penelitian

Tujuan pembuatan instrumen atau alat ukur adalah untuk mengukur daya serap internalisasi sistem nilai yang terkandung dalam pendidikan konsumen yang telah dimiliki siswa melalui lingkungan (keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media masa). Instrumen atau alat ukur yang dipersiapkan sudah melewati tahapan pengembangan sebagai berikut: verifikasi validitas konstruk, analisis validitas empiris, analisis reliabilitas, dan seleksi butir dan perbaikan butir.

a. Instrumen Guru

Instrumen penelitian yang dipersiapkan dan dikembangkan adalah instrumen guru yaitu instrumen refleksi keterkaitan sistem nilai kehidupan yang terkandung dalam pendidikan konsumen dengan dimensi pembentukan karakter. Instrumen dibuat berdasarkan temuan 17 sistem nilai kehidupan yang disejajarkan dengan 10 dimensi pembentuk karakter yang diperoleh dari *Teaching guides for middle school* (<http://www.LessonPlan-Character Education-LifeSkills-Middle Sc.htm>). Guru diminta untuk merefleksikan tentang keterkaitan sistem nilai kehidupan konsumen dengan dimensi pembentuk karakter. Tujuan penggunaan instrumen ini untuk mengungkap sistem nilai kehidupan konsumen yang dapat digunakan sebagai dimensi pembentuk karakter siswa melalui pendidikan nilai.

b. Instrumen Siswa

Kemudian instrumen siswa terdiri atas; (a) instrumen refleksi perolehan sistem nilai melalui keluarga, (b) instrumen refleksi perolehan sistem nilai melalui sekolah, (c) instrumen refleksi perolehan sistem nilai melalui teman sebaya, (d) instrumen refleksi perolehan sistem nilai melalui media masa, dan (e) instrumen refleksi pembentukan karakter.

Instrumen empat variabel bebas yaitu lingkungan keluarga, sekolah, teman sebaya dan media massa dikembangkan sendiri oleh peneliti. Kisi-kisi pembuatan instrumen dikembangkan berdasarkan pada 17 sistem nilai yang telah divalidasikan dengan guru-guru pada saat *workshop*. Masing-masing sistem nilai diwujudkan dalam bentuk sikap dan perilaku cara berkonsumsi, siswa memberikan respon terhadap masing-masing pada skala Likert empat titik yang berkisar dari 1 (tidak pernah) sampai 4 (selalu). Tujuan menggunakan instrumen ini untuk mengungkap sejauhmana perolehan sistem nilai

kehidupan yang terkandung dalam pendidikan konsumen yang diperoleh melalui keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa. Instrumen ini dibuat menggunakan bentuk skala Likert dengan empat option jawaban yaitu selalu (skor 4), sering (skor 3), jarang (skor 2), dan tidak pernah (skor 1). Pada variabel keluarga dan sekolah untuk masing-masing nilai dikembangkan 3 wujud sikap dan perilaku berkonsumsi, sehingga variabel keluarga terdapat 51 butir pernyataan dan variabel sekolah juga terdapat 51 butir pernyataan. Sedangkan untuk variabel teman sebaya dan media massa masing-masing nilai dikembangkan 2 wujud sikap dan perilaku berkonsumsi, sehingga variabel lingkungan teman sebaya terdapat 34 butir dan variabel media massa juga terdapat 34 butir pernyataan. Kisi-kisi penyusunan angket perolehan sistem nilai melalui pusat-pusat pendidikan yaitu keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4
Kisi-kisi Penyusunan Kuesioner Pengaruh Variabel Keluarga, Sekolah, Teman Sebaya dan Media Massa

No	Sistem Nilai	Variabel Lingkungan							
		Keluarga (X1)		Sekolah (X2)		Teman Sebaya (X3)		Media Massa (X4)	
		Btr. +	Btr. -	Btr +	Btr -	Btr +	Btr -	Btr +	Btr -
1	Kesadaran diri	1	18 35	1	18 35	1	18	1	18
2	Tanggung Jawab	2 19 36	-	2 19 36	-	2 19	-	2 19	-
3	Hemat	20 37	3	3 20 37	-	3 20	-	3	20
4	Bijaksana	4 21 38	-	4 21 38	-	4	21	4	21
5	Bertujuan	22 39	5	22 39	5	5	22	5 22	-
6	Teliti	23	6 40	-	6 23 40	6 23	-	23	6
7	Mencari Informasi	24 41	7	24 41	7	24	7	24	7
8	Toleransi sosial	25 42	8	25 42	8	8	25	25	8
9	Peka	26 43	9	26 43	9	9 26	-	9 26	-
10	Kritis	27	10 44	27	10 44	10	27	10	27
11	Peduli	11 45	28	11 45	28	11	28	11	28
12	Keadilan	12 46	29	12 46	29	29	12	12 29	-
13	Sederhana	13 30	47	13 30	47	30	13	30	13
14	Sadar Lingkungan	14 48	31	14 48	31	31	14	14 31	-
15	Produktif	15 32 49	-	15 32 49	-	15 32	-	15 32	-
16	Menghargai Uang	16 33 50	-	16 33 50	-	16 33	-	16 33	-
17	Nasionalisme	34 51	17	17 34 51	17	34	17	34	17
	Jumlah Butir	51		51		34		34	

1) Instrumen Refleksi Pembentukan Karakter

Instrumen variabel pembentukan karakter dikembangkan sendiri oleh peneliti. Pengembangannya menggunakan kisi-kisi 17 nilai yang telah melewati validasi dengan para guru tiga bidang studi yang terlibat dalam penelitian. Tujuan menggunakan instrumen ini untuk mengungkap daya serap perolehan sistem nilai yang telah dimiliki siswa, yang ditunjukkan dalam bentuk tingkatan perilaku sampai pada perwujudan menjadi suatu pembiasaan yang telah diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Ini merupakan suatu gambaran tentang tingkatan pembentukan karakter siswa dengan menerapkan sistem nilai kehidupan sehari-hari melalui cara berkonsumsinya. Instrumen ini dibuat menggunakan bentuk skala Likert dengan empat option jawaban yaitu sudah menjadi kebiasaan sehari-hari (skor 4), sudah melakukan (skor 3), belum melakukan (skor 2), dan tidak pernah terpikirkan (skor 1). Instrumen ini dikembangkan dari kuisisioner variabel lingkungan keluarga yang terlebih dahulu sudah memenuhi persyaratan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan analisis faktor dan penambahan beberapa butir sehingga menjadi 60 butir pernyataan untuk mengungkapkan variabel pembentukan karakter. Kisi-kisi penyusunan variabel pembentukan karakter dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5
Kisi-kisi Penyusunan Kuesioner Pembentukan Karakter

No	Sistem Nilai	Butir Variabel		Jumlah butir
		Butir +	Butir -	
1	Kesadaran diri	1 35	18 52 59	5
2	Tanggung Jawab	2 19 36	-	3
3	Hemat	3 20 37	53	4
4	Bijaksana	4 21 38	58	4
5	Bertujuan	22 39 54	5	4
6	Teliti	60	6 23 40	4
7	Mencari Informasi	24 41	7	3
8	Toleransi sosial	25 42	8	3
9	Peka	26 43 55	9	4
10	Kritis	27 56	10 44	4
11	Peduli	11 45	28	3
12	Keadilan	12 46	29	3
13	Sederhana	13 30	47	3
14	Sadar Lingkungan	14 48 57	31	4
15	Produktif	15 32 49	-	3
16	Menghargai Uang	16 33 50	-	3

17	Nasionalisme	34 51	17	3
Jumlah butir		41	19	60

F. Uji Coba dan Analisis Instrumen

Peneliti tidak melakukan uji coba terhadap instrumen untuk guru karena fungsinya hanya sebagai pendukung dalam penelitian ini. Adapun instrumen untuk siswa yang diujicobakan adalah kuesioner yang digunakan untuk menggali perolehan sistem nilai melalui pengaruh empat lingkungan. Kuesioner perolehan sistem nilai melalui pengaruh variabel lingkungan keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa, diuji cobakan pada 40 siswa kelas 1, 2, dan 3 SMP.

Masing-masing butir kuesioner dengan empat skala jawaban, diberi nilai antara empat sampai dengan satu untuk butir positif dan diberi nilai antara satu sampai empat untuk butir negatif. Berdasarkan penilaian sebagaimana tersebut diatas, maka dilakukan analisis uji coba. Hasil uji coba dianalisis kelayakan butir-butirnya dengan bantuan *software SPSS for Window versi 10.0* untuk analisis faktor.

Analisis faktor dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

- a. Mengetahui banyaknya komponen/faktor yang membentuk kuesioner. Komponen/faktor yang dimaksud merupakan pengelompokan dari butir-butir kuesioner. Metoda ekstraksi yang digunakan adalah metoda *principal component analysis* dan metoda rotasi yang digunakan adalah metoda *equamax with Kaiser normalization*.
- b. Mengetahui besarnya kontribusi butir terhadap komponen/faktornya, berdasarkan muatan faktor butir-butir pendukungnya. Menurut Carmines & Zeller (1979), suatu butir dinyatakan valid/sahih jika besarnya muatan faktor terendah 0,3. Penggunaan istilah valid dalam penelitian ini bukan dimaksudkan untuk menyatakan validitas butir, yang oleh Azwar (1997) disebut sebagai indeks validitas item ($iva = S_i r_{iy}$) dimana S_i adalah deviasi standar skor butir i sedangkan r_{iy} adalah korelasi antara skor butir i (dari kuesioner yang dikembangkan) dengan skor pada kriteria Y (dari kuesioner lain). Penggunaan istilah valid dalam penelitian ini mempunyai esensi sebagai *item discrimination* (p_u atau r_u) atau korelasi skor butir dengan skor total atau sebagai bagian dari indeks reliabilitas butir (Kumaidi, 2004).
- c. Pemberian nama kembali terhadap komponen/faktor. Pemberian nama faktor dilakukan dengan cara melihat kembali butir-butir kuesioner yang digunakan untuk menyusun kuesioner.

Ketentuan yang digunakan untuk mempertahankan butir adalah butir dinyatakan layak berdasarkan besarnya muatan faktor, yaitu lebih besar dari 0,30 (Camines & Zeller, 1979). Butir yang dipertahankan adalah butir yang memenuhi persyaratan tersebut. Butir tidak dipergunakan karena persyaratan tidak terpenuhi. Perbaikan terhadap butir yang tidak memenuhi syarat tidak dilakukan mengingat tidak dilakukan uji coba lagi setelah dilakukan perbaikan. Penggantian butir tidak dilakukan karena masih ada butir lain yang memenuhi syarat dan berada pada faktor/komponen yang sama.

Hasil analisis faktor untuk masing-masing kuesioner, sebagai berikut:

c. Kuesioner Keluarga

Hasil analisis faktor menunjukkan terbentuknya tiga faktor yaitu faktor satu terdiri dari butir nomor 2, 7, 13, 15, 16, 19, 22, 24, 25, 28, 30,32, 35, 39, dan 41. Faktor dua terdiri dari butir nomor 4, 5, 6, 9, 10, 12, 17, 18, 20, 23, 24, 26, 29, 33, 34,37, 38, 40, 46, 47, 48, dan 49. Faktor tiga terdiri dari butir nomor 1, 3, 8, 11, 14, 21, 27, 31, 36, 42, 43, 44, 45, dan 50. Semua butir mempunyai muatan faktor lebih besar dari 0,30. Hasil perhitungan *Kaiser Meyer Olkin Measure (KMO)* 0,608, *total variance explained (TVE)* 30,093% dan angka perhitungan *reliability coefficients alpha* sebesar 0,80.

Berdasarkan identifikasi butir-butir yang mengelompok pada tiap-tiap faktor, maka dilakukan pemberian nama terhadap faktornya sebagai berikut:

- 1) Faktor satu: pengambilan keputusan membeli
- 2) Faktor dua: pengelolaan keuangan personal
- 3) Faktor tiga: partisipasi sebagai warga masyarakat

Berdasarkan analisis faktor diketahui bahwa semua butir dinyatakan valid. Pada proses pengembangan instrumen, dilakukan uji beda hasil refleksi siswa berdasarkan waktu masa lalu dan masa sekarang pada data uji coba. Ini dimaksudkan sebagai bahan seleksi butir instrumen untuk pengumpulan data penelitian sebenarnya. Hasil analisis uji beda membuktikan bahwa terdapat perbedaan waktu perolehan sistem nilai menurut siswa melalui keluarga, hal tersebut dapat menunjukkan bahwa tingkat refleksi siswa mulai berjalan, dan kemudian berdasarkan alasan tersebut, pada instrumen sesungguhnya akan ditanyakan kepada siswa. Instrumen yang semula berjumlah 50 butir ditambah satu butir lagi menjadi 51 butir untuk melengkapi reduksi nilai nasionalisme yang semula hanya dibuat dua butir menjadi tiga butir agar sama dengan nilai-nilai yang lainnya.

b. Kuesioner Sekolah

Hasil analisis faktor menunjukkan terbentuknya tiga faktor yaitu faktor satu terdiri dari butir nomor 4, 5, 6, 9, 10, 12, 17, 18, 20, 21, 26, 27, 29, 33, 34, 37, 38, 46, 47, dan

48. Faktor dua terdiri dari butir nomor 2, 3, 7, 13, 16, 19, 22, 24, 25, 28, 30, 32, 35, 39, 41, dan 49. Faktor tiga terdiri dari butir nomor 1, 8, 11, 14, 15, 23,31, 36, 40, 42, 43, 44, 45, dan 50. Semua butir mempunyai muatan faktor lebih besar dari 0,30. Hasil perhitungan *Kaiser Meyer Olkin Measure (KMO)* 0,623, *total variance explained (TVE)* 33,803% dan angka perhitungan *reliability coefficients alpha* sebesar 0,866.

Berdasarkan identifikasi butir-butir yang mengelompok pada tiap-tiap faktor, maka dilakukan pemberian nama terhadap faktornya sebagai berikut:

- 1) Faktor satu: pengambilan keputusan membeli
- 2) Faktor dua: pengelolaan keuangan personal
- 3) Faktor tiga: partisipasi sebagai warga masyarakat

Berdasarkan analisis faktor diketahui bahwa semua butir dinyatakan valid. Pada proses pengembangan instrumen, dilakukan uji beda hasil refleksi siswa berdasarkan waktu masa lalu dan masa sekarang pada data uji coba. Ini digunakan sebagai bahan seleksi butir instrumen untuk pengumpulan data penelitian sebenarnya. Hasil analisis uji beda membuktikan bahwa terdapat perbedaan waktu perolehan sistem nilai menurut siswa melalui sekolah, hal tersebut dapat menunjukkan bahwa tingkat refleksi siswa mulai berjalan, dan kemudian berdasarkan alasan tersebut, pada instrumen sesungguhnya akan ditanyakan kepada siswa. Instrumen yang semula berjumlah 50 butir ditambah satu butir lagi menjadi 51 butir untuk melengkapi reduksi nilai nasionalisme yang semula hanya dibuat dua butir menjadi tiga butir agar sama dengan nilai-nilai yang lainnya.

c. Kuesioner Teman Sebaya

Hasil analisis faktor menunjukkan terbentuknya tiga faktor yaitu faktor satu terdiri dari butir nomor 1, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 11, 12, 14, 19, 24, 27, 29, 31, 32, dan 34. Faktor dua terdiri dari butir nomor 10, 13, 16, 20, 22, dan 26. Faktor tiga terdiri dari butir nomor 2, 8, 15, 17, 18, 21, 23, 25, dan 33. Semua butir mempunyai muatan faktor lebih besar dari 0,30. Hasil perhitungan *Kaiser Meyer Olkin Measure (KMO)* 0,699, *total variance explained (TVE)* 37,535% dan angka perhitungan *reliability coefficients alpha* sebesar 0,819. Berdasarkan identifikasi butir-butir yang mengelompok pada tiap-tiap faktor, maka dilakukan pemberian nama terhadap faktornya sebagai berikut:

- 1) Faktor satu: pengambilan keputusan membeli
- 2) Faktor dua: pengelolaan keuangan personal
- 3) Faktor tiga: partisipasi sebagai warga masyarakat

Berdasarkan analisis faktor diketahui bahwa semua butir dinyatakan valid. Pada proses pengembangan instrumen, dilakukan uji beda hasil refleksi siswa berdasarkan

waktu masa lalu dan masa sekarang pada data uji coba. Tujuannya adalah untuk bahan seleksi butir instrumen untuk pengumpulan data penelitian sebenarnya. Hasil analisis uji beda membuktikan bahwa terdapat perbedaan waktu perolehan sistem nilai menurut siswa melalui teman sebaya, hal tersebut dapat menunjukkan bahwa tingkat refleksi siswa mulai berjalan, dan kemudian berdasarkan alasan tersebut, pada instrumen sesungguhnya akan ditanyakan kepada siswa.

d. Kuesioner Media Massa

Hasil analisis faktor menunjukkan terbentuknya tiga faktor yaitu faktor satu terdiri dari butir nomor 1, 3, 4, 5, 7, 9, 10, 12, 14, 16, 17, 18, 19, 22, 23, 26, 27, 31, dan 32. Faktor dua terdiri dari butir nomor 2, 6, 8, 11, 15, 24, 25 dan 33. Faktor tiga terdiri dari butir nomor 13, 20, 21, 28, 29, 30, dan 34. Semua butir mempunyai muatan faktor lebih besar dari 0,30. Hasil perhitungan *Kaiser Meyer Olkin Measure (KMO)* 0,705, *total variance explained (TVE)* 40,684% dan angka perhitungan *reliability coefficients alpha* sebesar 0,861. Berdasarkan identifikasi butir-butir yang mengelompok pada tiap-tiap faktor, maka dilakukan pemberian nama terhadap faktornya sebagai berikut:

- 1) Faktor satu: pengambilan keputusan membeli
- 2) Faktor dua: pengelolaan keuangan personal
- 3) Faktor tiga: partisipasi sebagai warga masyarakat

Berdasarkan analisis faktor diketahui bahwa semua butir dinyatakan valid. Pada proses pengembangan instrumen, dilakukan uji beda hasil refleksi siswa berdasarkan waktu masa lalu dan masa sekarang pada data uji coba. Ini digunakan sebagai bahan seleksi butir instrumen untuk pengumpulan data penelitian sebenarnya. Hasil analisis uji beda membuktikan bahwa terdapat perbedaan waktu perolehan sistem nilai menurut siswa melalui pengaruh media massa, hal tersebut dapat menunjukkan bahwa tingkat refleksi siswa mulai berjalan, dan kemudian berdasarkan alasan tersebut pada instrumen sesungguhnya akan ditanyakan kepada siswa.

e. Kuesioner Pembentukan Karakter

Kuesioner ini menggunakan kuesioner pengaruh keluarga yang semuanya sudah memenuhi persyaratan uji coba yang dilakukan dengan analisis faktor. Semula jumlah butir hanya 51 butir lalu dikembangkan lagi butir pernyataannya menjadi 60 butir untuk mengungkap gambaran terjadinya pembentukan karakter siswa dengan membuat option yang berbeda. Berdasarkan alasan tersebut, kuesioner ini tidak dilakukan uji coba lagi.

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif Data Kualitatif

Data kualitatif yang diperoleh melalui wawancara, angket akan diklasifikasi dan dianalisis secara manual, kemudian disintesis antara data satu dengan yang lain, baik data kualitatif maupun data kuantitatif. Setelah itu peneliti membuat suatu kesimpulan yang dapat mendukung tujuan penelitian dan hipotesis penelitian.

2. Analisis Deskriptif Data Kuantitatif

Seluruh data hasil pengukuran perolehan sistem nilai melalui pengaruh keluarga, sekolah, teman sebaya, media massa, pembentukan karakter, setelah diklasifikasi, dianalisis atau dihitung kemudian dibuat kurva distribusi frekuensi dan dicari modus, median, mean, simpangan baku dan varians, sebagai data *base* analisis selanjutnya. Untuk membantu kelancaran analisis deskriptif data kuantitatif, digunakan Program SPSS-10, sub program *Descriptive – Explore* dan program lain yang terkait, untuk mengetahui deskripsi statistik terhadap 6 variabel dan data pendukung lainnya.

3. Pengujian Persyaratan Analisis

Persyaratan analisis regresi adalah: (a) pengambilan sampel secara acak, (b) data terdistribusi secara normal, (c) linieritas antar variabel bebas dengan variabel tergantung.

a. Pengambilan Sampel Acak

Seperti dikemukakan di atas bahwa pengambilan sampel tidak dilakukan secara acak individual, tetapi dilakukan secara acak kelompok. Sampel diambil dari kelas yang diampu oleh guru tiga mata pelajaran kemudian masing-masing kelas diundi untuk diambil 20 orang siswa setiap kelas.

b. Uji Normalitas Data

Untuk mengetahui apakah data dari enam variabel yaitu persepsi sistem nilai, pengaruh melalui lingkungan keluarga, sekolah, teman sebaya, media massa, dan pembentukan karakter, tersebut berasal dari sampel yang populasinya berdistribusi normal maka dilakukan uji normalitas menggunakan *one-sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Pengujian ini menggunakan Program SPSS-10 sub program *Descriptive–Explore*.

c. Uji Linieritas

Untuk memastikan apakah masing-masing variabel bebas mempunyai hubungan yang linier dengan variabel tergantung maka dilakukan uji linieritas dengan Program SPSS-10. Ini dilakukan dengan cara mengetahui nilai statistik *Linearity – Between Groups* dan kemungkinan tingkat kesalahan atau signifikansinya (p). Mengingat tingkat

kesalahan penelitian ditentukan sebesar 5%, maka dengan nilai signifikansi (p) $>0,05$ berarti hubungan variabel bebas dengan variabel tergantung adalah tidak linier, sebaliknya bila nilai signifikansi $< 0,05$, maka hubungan variabel bebas dengan variabel tergantung adalah linier.

4. Pengujian Hipotesis Penelitian

Berdasarkan hipotesis penelitian ini dan untuk menguji hipotesis tersebut, maka teknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Analisis Hubungan Antarvariabel

Analisis hubungan atau pengaruh antarvariabel penelitian ini menggunakan Program SPSS-10, sub program *multivariate correlation* ((r_1 , r_2 , r_3 , r_4 , r_5). Kemudian, peneliti mencari kontribusi variabel tersebut (R^2) terhadap pembentukan karakter. Setelah itu peneliti melakukan analisis regresi sederhana untuk membuat prediksi kontribusi masing-masing variabel terhadap pembentukan karakter, untuk mengetahui hubungan atau pengaruh 4 variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis hubungan dengan teknik regresi ini digunakan untuk menguji hipotesis penelitian nomor 1, 2, 3, 4, 5. Analisis regresi ganda dilakukan analisis regresi ganda untuk membuat prediksi kontribusi secara bersama-sama variabel bebas terhadap pembentukan karakter. Analisis hubungan dengan teknik regresi ini digunakan untuk menguji hipotesis penelitian nomor 1.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengungkap pembentukan karakter oleh siswa SMP melalui pendidikan nilai. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah perolehan pendidikan nilai melalui pengaruh keluarga, sekolah, teman sebaya dan media massa. Yang dimaksud dengan pendidikan nilai adalah sistem nilai. Untuk selanjutnya yang dimaksud pendidikan nilai berfokus pada 17 nilai (dalam pendidikan konsumen).

Uji signifikansi sumbangan variabel bebas dilakukan terhadap variabel terikat dari sampel siswa 4 SMP yang dilibatkan dalam penelitian. Secara berurutan penjelasan hasil-hasil analisis data penelitian yang telah diperoleh siswa diawali dengan mendeskripsikan konteks pendidikan nilai melalui angket dan kemudian dilanjutkan dengan pengujian hipotesis.

1. Hasil Penggalan Dimensi Nilai Kehidupan Konsumen Sebagai Pembentuk Karakter

Dari 15 guru, sebanyak 11 orang menyepakati bahwa penyadaran nilai kepada siswa melalui mata pelajaran dianggap sangat perlu dan 4 guru mengatakan perlu. Salah seorang guru mengatakan “perlu nya penyadaran nilai pada siswa melalui mata pelajaran supaya mereka menyadari pentingnya nilai-nilai tersebut dimengerti dan dimiliki agar dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari”. Ini ditunjukkan dengan besarnya jumlah guru (94%) yang pernah terpikir untuk mengenalkan 17 nilai kehidupan konsumen kepada siswa melalui pembelajaran. Sebanyak 15 guru tersebut mengharapkan agar 17 nilai-nilai kehidupan yang sudah dikembangkan dalam pendidikan konsumen dapat membantu pembentukan pribadi siswa yang cerdas secara kognisi, afeksi, dan psikomotoris. Para guru mengharapkan siswa dapat menyadari pentingnya nilai-nilai tersebut untuk dimengerti kemudian mampu dan dapat membiasakan diri untuk menerapkan nilai-nilai kehidupan tersebut dalam perilaku ekonomi terutama sebagai konsumen dalam kehidupan sehari-hari. Semua guru mengatakan sudah pernah menanamkan nilai-nilai kehidupan tersebut kepada siswa, meskipun belum seluruhnya 17 nilai kehidupan yang ditanamkan melalui materi dalam pokok bahasan atau sub pokok bahasan yang sesuai dengan aspek nilai kehidupan sehari-hari. Mereka mengatakan bahwa penanaman nilai kepada siswa dilakukan dengan cara memberikan nasehat, cerita, keteladanan dan pembiasaan, studi kasus, permainan, dan jam konsultasi dengan siswa. Para guru ini termotivasi

mengenalkan nilai-nilai tersebut kepada siswa untuk memberikan bekal masa depan, karena guru merasa prihatin dengan tergesernya dan mulai lunturnya nilai-nilai moral yang disebabkan oleh arus globalisasi. Berbagai media baik elektronik maupun media massa dikhawatirkan dapat mempengaruhi pola pikir dan perilaku siswa ke dalam pola hidup konsumtif dan hedonis. Kemudian guru berharap agar pengenalan nilai-nilai kehidupan tersebut dapat membentuk siswa yang selektif, tangguh, dan berpikir secara holistik dalam menghadapi setiap permasalahan.

Pendidikan nilai tidak dapat diabaikan karena diyakini sangat berperan dalam membentuk karakter anak. Munculnya nilai-nilai, seperti hedonisme dan narkoba yang semakin marak berkembang di lingkungan anak remaja, menunjukkan masih gagalnya pendidikan dalam membentuk karakter remaja. Hal tersebut semakin membuat kegelisahan pendidikan di Indonesia. Ini menjadi tantangan tersendiri, karena kompetensi ilmu dituntut tinggi tetapi nilai kemanusiaan juga dituntut tinggi. Untuk menepis pengaruh negatif perkembangan masyarakat, seperti derasnya arus persaingan pasar bebas dengan munculnya pusat-pusat perbelanjaan yang menimbulkan perilaku konsumtif dan terjerumusnya sebagian remaja terhadap narkoba, pembelajaran nilai perlu diarahkan mendekati peri kehidupan masyarakat sekitar dengan menghayati nilai-nilai kehidupan masyarakat yang berkembang dalam aspek pembentukan karakter mulia. Upaya ini memerlukan kerja sama yang sinergis antara peran pusat-pusat pendidikan (keluarga, sekolah, teman sebaya dan media massa) agar pendidikan karakter melalui penanaman nilai-nilai dapat terimplementasikan secara efektif.

Keterkaitan Sistem Nilai dengan Dimensi Pembentuk Karakter

Sub bagian ini menjelaskan tentang keterkaitan nilai-nilai kehidupan konsumen (sistem nilai) dengan dimensi nilai pembentuk karakter menurut pandangan guru. Guru-guru yang menjadi subyek penelitian ini adalah 15 orang yang mengajar mata pelajaran PKn, IPS Ekonomi, dan PKK pada empat sekolah menengah pertama (SMP) di Yogyakarta. Sejak awal penelitian, angket yang disebarkan untuk kepentingan penelitian ini adalah 20 responden. Seiring dengan perjalanan penelitian jumlah ini menyusut karena berbagai faktor, diantaranya angket tertinggal, hilang atau terselip di lapangan. Oleh karena itu, peneliti hanya menggunakan data yang kembali. Dari angket yang kembali, angka dihitung berdasarkan persentase. Guru-guru ini merefleksikan keterkaitan nilai kehidupan konsumen dengan dimensi nilai pembentuk karakter.

Kolom pertama pada tabel menunjukkan kode urutan sistem nilai yang diturunkan dari konsep pendidikan konsumen. Kolom kedua adalah “Dimensi Nilai Dasar Pembentuk Karakter’ yang berisi sepuluh nilai pembentuk karakter yang diambil dari *teaching guides for middle school* ([http://www.LessonPlans-CharacterEducation-LifeSkills-Middle Sc.htm](http://www.LessonPlans-CharacterEducation-LifeSkills-Middle_Sc.htm)) yang diacu oleh guru untuk mengkaitkan ketujuh belas nilai kehidupan konsumen (sistem nilai). Kesepuluh dimensi nilai pembentuk karakter tersebut terdiri dari: 1) kepercayaan, 2) menghargai orang lain, 3) tanggung jawab, 4) keadilan, 5) kepedulian, 6) kewarganegaraan, 7) kejujuran, 8) keberanian, 9) kerajinan, dan 10) totalitas. Guru diminta untuk menuliskan kode angka sesuai urutan sistem nilai kehidupan konsumen pada masing-masing kolom “Dimensi Nilai Pembentuk Karakter” sesuai dengan analisis refleksi guru tentang keterkaitan nilai-nilai tersebut.

Dari data yang terkumpul, kemudian muncul kode angka nilai yang dimasukkan para guru ke dalam masing-masing kolom dimensi pembentuk karakter. Akhirnya diperoleh jumlah kode angka sistem nilai dari keterkaitan setiap sistem nilai kehidupan konsumen (17 nilai) dengan masing-masing dimensi nilai pembentuk karakter (10 nilai), yang merupakan nilai universal yang diajarkan dalam pendidikan karakter. Dengan demikian, angka-angka tersebut menunjukkan jumlah guru yang mengkaitkan masing-masing sistem nilai kehidupan konsumen dengan masing-masing dimensi nilai pembentuk karakter. Kemudian dari angka-angka tersebut, dibuat persentase keterkaitan dimensi pembentuk karakter dengan sistem nilai kehidupan konsumen. Angka persentase diperoleh dari jumlah guru yang mengkaitkan masing-masing nilai dibagi jumlah guru subyek penelitian seluruhnya dikalikan 100%.

Hasil angka persentase pada kolom, diperoleh persentase nilai terendah 2,7% dan nilai tertinggi 78,4%, ditemukan juga ada beberapa kolom yang tidak ada datanya. Selanjutnya persentase nilai tersebut dikelompokkan menjadi tiga kategori nilai untuk menunjukkan tingkat keterkaitannya yaitu sangat terkait, terkait, dan kurang terkait. Peneliti membuat keputusan bahwa setiap kolom sistem nilai yang berkategori sangat terkait dan kategori terkait, mempunyai keterkaitan dengan dimensi nilai pembentuk karakter. Artinya, bahwa sistem nilai tersebut memiliki fungsi yang sama untuk membentuk karakter siswa bila ditanamkan kepada mereka. Kemudian hasil keterkaitan sistem nilai tersebut dipergunakan untuk pengembangan kisi-kisi instrumen. Hasil rekapitulasi dari masing-masing kolom “Dimensi Nilai” dapat dilihat pada tabel 7.

Temuan ini menunjukkan bahwa hampir seluruh kolom pada setiap dimensi nilai pembentuk karakter terdapat kode (+) yang menjelaskan terkaitnya sistem nilai dengan dimensi pembentuk karakter. Ada satu dimensi nilai pembentuk karakter yaitu nilai kerajinan yang tidak mengadung kode + (terkait) akan tetapi cukup terkait (v) dengan **nilai kesadaran diri, tanggung jawab, hemat, teliti, produktif, dan menghargai nilai uang**. Hal ini menunjukkan bahwa keseluruhan responden sepakat menyatakan ada keterkaitan yang konkrit yang menjadi indikasi nilai-nilai kehidupan konsumen (sistem nilai) untuk menopang pembentukan karakter siswa.

Tabel 7
Kecenderungan Keterkaitan Sistem Nilai
dengan Dimensi Pembentuk Karakter

Sistem Nilai	Dimensi Nilai Pembentuk Karakter									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Kesadaran diri	+	v	+	v	v	v	v	v	v	+
2. Tanggung jawab	+	o	+	v	v	+	+	v	v	+
3. Hemat	o	o	-	-	-	-	-	o	v	-
4. Bijaksana	v	+	v	+	-	v	v	v	-	v
5. Bertujuan	o	-	v	-	-	-	o	v	-	v
6. Teliti	-	o	v	-	-	-	v	-	v	v
7. Mencari informasi	o	o	-	-	-	-	-	v	-	v
8. Toleransi sosial	-	+	-	v	+	v	-	-	-	v
9. Peka	-	v	-	v	v	-	-	v	-	v
10. Kritis	-	o	-	-	v	v	-	+	o	v
11. Peduli	-	v	-	v	+	-	-	-	-	v
12. Keadilan	-	-	-	+	v	v	v	-	-	v
13. Sederhana	-	o	-	v	-	-	-	o	-	-
14. Sadar lingkungan	-	-	-	-	+	v	-	-	-	v
15. Produktif	o	-	-	-	-	-	-	-	v	v
16. Menghargai uang	o	o	+	-	-	-	-	-	v	v
17. Nasionalisme	o	o	+	o	o	+	o	o	o	v

Keterangan: 1= Kepercayaan

2= Menghargai orang lain

3= Tanggung jawab

4= Keadilan

+ = 55% - 79% = Terkait

v = 28% - 54% = Cukup terkait

- = 3% - 27% = Kurang terkait

o = tidak ada data

- 5= Kepedulian
- 6= Kewarganegaraan
- 7= Kejujuran
- 8= Keberanian
- 9= Kerajinan
- 10= Totalitas

Berdasarkan tabel di atas dapat dirinci bahwa para guru mengutarakan: 1) nilai kesadaran diri dan tanggung jawab terkait kearah dimensi pembentuk karakter nilai kepercayaan; 2) nilai bijaksana dan toleransi sosial terkait kearah dimensi pembentuk karakter nilai menghargai orang lain; 3) nilai kesadaran diri, tanggung jawab, menghargai nilai uang, dan nasionalisme terkait kearah dimensi pembentuk karakter nilai tanggung jawab; 4) nilai bijaksana, dan keadilan terkait kearah dimensi pembentuk karakter nilai keadilan; 5) nilai toleransi sosial, peduli, dan sadar lingkungan terkait kearah dimensi pembentuk karakter nilai kepedulian; 6) nilai tanggung jawab dan nasionalisme terkait kearah dimensi pembentuk karakter nilai kewarganegaraan; 7) nilai tanggung jawab terkait kearah dimensi pembentuk karakter nilai kejujuran; 8) nilai kritis terkait kearah dimensi pembentuk karakter nilai keberanian; 9) nilai kesadaran diri dan tanggung jawab terkait kearah dimensi pembentuk karakter nilai totalitas.

2. Perolehan Nilai-nilai Kehidupan Konsumen sebagai Pembentuk Karakter

a. Lingkungan Keluarga

Hasil angket memperlihatkan bahwa perolehan pembentukan karakter melalui pendidikan nilai kehidupan konsumen yang diperoleh melalui pengaruh keluarga adalah tergolong cukup. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rerata hasil penelitian sebesar 141,43 dari skor maksimum 182 dan skor minimum 62 yang lebih besar dari rerata ideal sebesar 138,9 serta kecenderungan masing-masing skor. Kategori cukup ini dapat pula diamati dari kecenderungan skor perolehan nilai kehidupan konsumen melalui keluarga secara keseluruhan. Dari 244 siswa sebanyak 186 orang (76,34%) termasuk dalam kategori cukup dan 29 orang (12,20%) dalam kategori baik dan 26 orang (10,75%) mempunyai kecenderungan kurang. Rerata yang menunjukkan bahwa skor hasil penelitian lebih besar dari rerata ideal, hal ini menunjukkan bahwa skor yang dicapai sudah berada di atas rerata.

Selanjutnya, untuk informasi lebih rinci tentang kecenderungan pembentukan karakter siswa melalui pendidikan nilai khususnya nilai kehidupan konsumen melalui

pengaruh keluarga. Tabel 8 menyajikan gambaran kecenderungan pembentukan karakter melalui pendidikan nilai khususnya untuk kehidupan konsumen melalui pengaruh keluarga, ditinjau dari status sekolah, tingkat kelas maupun jenis kelamin. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa setiap dimensi nilai tidak ada yang masuk kategori kurang. Artinya kadar perolehan sistem nilai siswa melalui pengaruh lingkungan keluarga tergolong cukup baik. Perolehan sistem nilai siswa yang sama-sama masuk pada kategori baik adalah **nilai tanggung jawab, bijaksana, kritis, sederhana, dan menghargai uang.**

Tabel 8
Perolehan Sistem Nilai Melalui Pengaruh Keluarga Ditinjau dari Status Sekolah, Tingkat Kelas, dan Jenis Kelamin

No	Sistem Nilai	Sekolah		Kelas			Jenis Kelamin	
		N	S	1	2	3	L	P
1	Kesadaran diri	C	C	C	C	C	C	C
2	Tanggung jawab	B	C	B	B	B	B	B
3	Hemat	C	C	C	C	C	C	C
4	Bijaksana	B	B	B	B	B	B	B
5	Bertujuan	C	C	C	C	C	C	C
6	Teliti	C	C	C	C	C	C	C
7	Mencari informasi	C	C	C	C	C	C	C
8	Toleransi sosial	C	C	C	C	C	C	C
9	Peka	C	C	C	C	C	C	C
10	Kritis	B	B	B	B	B	B	B
11	Peduli	C	C	B	C	C	C	C
12	Keadilan	C	C	C	C	C	C	C
13	Sederhana	B	B	B	B	B	B	B
14	Sadar lingkungan	C	C	C	C	C	C	C
15	Berproduktif	C	C	C	C	C	C	C
16	Menghargai uang	B	B	B	B	B	B	B
17	Nasionalisme	C	C	C	C	C	C	C

Keterangan: N = Negeri, S = Swasta

L = Laki-laki, P = Perempuan,

B = Baik, C = Cukup, K = Kurang

Hal ini menunjukkan perhatian dan keterlibatan orang tua tergolong baik terhadap proses sosialisasi nilai-nilai kehidupan melalui pendidikan konsumen dalam mengatur keuangan personal dengan sederhana, membuat keputusan membeli secara bijaksana dan kritis, serta berpartisipasi sebagai warga penuh tanggung jawab. Misalnya, ketika

memberi uang sekolah, uang jajan, dan uang buku, kepada anaknya, orang tua sedang melakukan proses pembelajaran. Secara otomatis, anak dituntut untuk mengelola uang tersebut dengan bijaksana agar semua kebutuhan dapat terpenuhi. Dengan demikian, orang tua tidak saja memberikan uang, tetapi juga pembelajaran mengenai sikap bijaksana dan bertanggung jawab. Artinya, orang tua sudah berperan dengan baik dalam memberikan sumber informasi dan keteladanan maupun nasehat dalam menanamkan kelima dimensi sistem nilai dengan menggunakan pengalaman dan pengetahuan yang diperolehnya tentang pendidikan konsumen.

Keluarga seharusnya merupakan pendidik karakter yang pertama dan utama. Data menunjukkan bahwa 29% (5 nilai dari 17 nilai) termasuk kategori baik, sedangkan 71% masih termasuk kategori cukup. Ini kemungkinan disebabkan oleh kecenderungan orang tua yang semakin sibuk sehingga mengakibatkan semakin kurangnya ikatan emosional dalam keluarga. Peran serta orang tua dan keluarga diperlukan untuk tetap mempertahankan interaksi yang berkualitas sebagai upaya menopang pembentukan dan pematangan karakter. Oleh karena itu meskipun sudah cukup baik, penanaman nilai kehidupan yang lainnya kepada siswa melalui lingkungan keluarga memang masih perlu ditingkatkan. Mengingat kebanyakan orang tua mempunyai kecenderungan semakin sibuk sehingga mengakibatkan semakin kurangnya ikatan emosional dalam keluarga. Diperlukan peran serta orang tua dan keluarga untuk tetap mempertahankan interaksi yang berkualitas sebagai upaya menopang pembentukan dan pematangan karakter.

b.Lingkungan Sekolah

Pembentukan karakter siswa melalui pendidikan nilai khususnya untuk kehidupan konsumen yang diperoleh melalui sekolah juga tergolong cukup baik. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rerata hasil penelitian (145,26) dari skor maksimum 198 dan skor minimum 74 yang lebih besar dari rerata ideal (143,5) serta kecenderungan masing-masing skor. Kategori cukup ini dapat pula diamati dari kecenderungan skor perolehan sistem nilai melalui sekolah secara keseluruhan. Dari 244 siswa sebanyak 179 orang (73,52%) termasuk dalam kategori cukup, dan 33 orang (13,58%) dalam kategori baik, serta 31 orang (12,90%) mempunyai kecenderungan kurang. Maka dapat dilihat bahwa skor hasil penelitian lebih besar dari rerata ideal, Artinya, skor yang dicapai sudah berada di atas rerata.

Bahan analisis lebih lanjut untuk memperoleh informasi lebih rinci tentang kecenderungan pembentukan karakter melalui pendidikan nilai khususnya untuk kehidupan konsumen di sekolah, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 9
Perolehan Sistem Nilai Melalui Pengaruh Sekolah Ditinjau dari Status Sekolah, Tingkat Kelas, dan Jenis Kelamin

No	Sistem Nilai	Sekolah		Kelas			Jenis Kelmn	
		N	S	1	2	3	L	P
1	Kesadaran diri	C	C	C	C	C	C	C
2	Tanggung jawab	B	B	B	B	B	B	B
3	Hemat	C	C	C	C	C	C	C
4	Bijaksana	B	B	B	B	B	B	B
5	Bertujuan	C	C	C	C	C	C	C
6	Teliti	C	C	C	C	C	C	C
7	Mencari informasi	C	C	C	C	C	C	C
8	Toleransi sosial	C	C	C	C	C	C	C
9	Peka	C	C	C	C	C	C	C
10	Kritis	B	B	B	B	B	B	B
11	Peduli	C	C	C	C	C	C	C
12	Keadilan	C	C	C	C	C	C	C
13	Sederhana	B	B	B	B	B	B	B
14	Sadar lingkungan	C	C	C	C	C	C	C
15	Berproduktif	C	C	C	C	C	C	C
16	Menghargai uang	B	B	B	B	B	B	B
17	Nasionalisme	C	C	C	C	C	C	C

Keterangan: N = Negeri, S = Swasta

L = Laki-laki, P = Perempuan,

B = Baik, C= Cukup, K= Kurang

Tabel di atas menunjukkan bahwa kecenderungan perolehan dimensi sistem nilai oleh siswa melalui pengaruh lingkungan sekolah dapat ditinjau dari status sekolah, tingkat kelas maupun jenis kelamin. Dapat dilihat bahwa setiap dimensi nilai tidak ada yang masuk kategori kurang. Hal ini berarti, perolehan sistem nilai siswa melalui pengaruh lingkungan sekolah cukup baik. Dimensi sistem nilai yang sama-sama masuk pada kategori baik adalah **nilai tanggung jawab, bijaksana, kritis, sederhana, dan menghargai uang**. Gambaran ini memberikan kesan bahwa pendidikan nilai di sekolah belum sungguh-sungguh berusaha melaksanakan pendidikan watak, hanya 5 dari 17 nilai (29%) dimensi sistem nilai yang terinternalisasi dengan baik oleh siswa melalui

lingkungan sekolah. Perencanaan dan implementasi pendidikan karakter di sekolah harus diusahakan dengan serius. Sudah seharusnya pendidikan karakter di sekolah diberi porsi yang lebih signifikan agar semakin banyak nilai-nilai terkristalisasi oleh siswa, mengingat saat ini siswa menghabiskan waktu cukup signifikan di sekolah. Selama ini pendidikan watak di sekolah baru sebatas pada pengenalan nilai-nilai secara kognitif semata. Apabila ditinjau lebih mendalam, hanya sedikit yang sampai ke penghayatan nilai secara afektif. Padahal pendidikan watak seharusnya membawa siswa ke pengenalan nilai secara kognitif, penghayatan nilai secara afektif, dan akhirnya ke pengamalan nilai secara nyata.

Dari lingkungan keluarga dan lingkungan sekolah dalam membentuk karakter siswa melalui pendidikan nilai sama-sama baru 5 dimensi sistem nilai (29%) yang termasuk kategori baik ditanamkan kepada siswa, sebagian besar masih termasuk kategori cukup. Untuk ini diperlukan upaya yang sinergis antara sekolah dan keluarga, terutama dalam upaya bersama membekali siswa untuk menangkai pengaruh negatif perkembangan masyarakat yang begitu cepat.

c.Lingkungan Teman Sebaya

Pembentukan karakter siswa melalui pendidikan nilai khususnya untuk kehidupan konsumen yang diperoleh melalui pengaruh teman sebaya menunjukkan sudah cukup baik. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rerata hasil penelitian (97,01) dari skor maksimum 131 dan skor minimum 50 yang lebih besar dari rerata ideal (96,3) serta kecenderungan masing-masing skor. Kategori cukup ini dapat pula diamati dari kecenderungan skor perolehan sistem nilai melalui teman sebaya secara keseluruhan. Dari 244 siswa sebanyak 176 orang (72,04%) termasuk dalam kategori cukup, dan 36 orang (14,65%) dalam kategori baik, serta 32 orang (13,13%) mempunyai kecenderungan kurang. Dari rerata dapat diamati bahwa skor hasil penelitian lebih besar dari rerata ideal, hal ini menunjukkan bahwa skor yang dicapai sudah berada di atas rerata.

Selanjutnya, untuk memperoleh informasi lebih rinci tentang kecenderungan pembentukan karakter melalui pendidikan nilai khususnya untuk kehidupan konsumen melalui pengaruh teman sebaya, yang dibedakan berdasarkan pada status sekolah, tingkat kelas dan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 10
Perolehan Sistem Nilai Melalui Pengaruh Teman Sebaya Ditinjau dari Status Sekolah, Tingkat Kelas, dan Jenis Kelamin

No	Sistem Nilai	Sekolah	Kelas	Jenis Kelmn
----	--------------	---------	-------	-------------

		N	S	1	2	3	L	P
1	Kesadaran diri	C	C	C	C	C	C	C
2	Tanggung jawab	B	B	B	B	B	B	B
3	Hemat	C	C	C	C	C	C	C
4	Bijaksana	B	B	B	B	B	B	B
5	Bertujuan	C	C	C	C	C	C	C
6	Teliti	B	B	C	B	B	C	B
7	Mencari informasi	C	C	C	C	C	C	C
8	Toleransi sosial	B	B	B	B	B	B	B
9	Peka	C	C	C	C	C	C	C
10	Kritis	C	B	C	B	B	B	B
11	Peduli	C	C	C	C	C	C	C
12	Keadilan	B	B	C	B	B	B	B
13	Sederhana	B	B	B	B	B	B	B
14	Sadar lingkungan	C	C	C	C	B	C	C
15	Berproduktif	C	C	C	C	C	C	C
16	Menghargai uang	B	B	B	B	B	B	B
17	Nasionalisme	C	C	C	C	C	C	C

Keterangan: N = Negeri, S = Swasta

L = Laki-laki, P = Perempuan,

B = Baik, C = Cukup, K = Kurang

Tabel di atas menunjukkan kecenderungan perolehan dimensi sistem nilai oleh siswa melalui pengaruh lingkungan teman sebaya. Bila ditinjau dari status sekolah, tingkat kelas maupun jenis kelamin setiap dimensi nilai tidak ada yang masuk kategori kurang. Hal ini berarti perolehan sistem nilai siswa melalui pengaruh teman sebaya cukup baik. Pada dimensi nilai yang masuk pada kategori baik bila ditinjau dari jenis sekolah, tingkat kelas maupun jenis kelamin, adalah **nilai tanggung jawab, bijaksana, teliti, toleransi sosial, kritis, keadilan, sederhana, dan menghargai uang** terdapat 8 dari 17 nilai (47%) dimensi nilai. Maka dapat disimpulkan bahwa lingkungan teman sebaya banyak memberikan pengaruh terinternalisasinya dimensi sistem nilai oleh siswa apabila dibandingkan dengan lingkungan keluarga dan sekolah, atau dapat dikatakan bahwa ternyata pembentukan sistem nilai siswa banyak ditentukan oleh faktor teman sebaya. Kemungkinan ini disebabkan oleh persoalan komunikasi yang lebih mudah dicerna oleh teman sebaya dari pada orang tua maupun guru. Mereka mempunyai bahasa komunikasi tersendiri serta lambang-lambang prokem yang bisa diterima, hoby yang sama, dan kesamaan visi.

d. Media Massa

Sementara pembentukan karakter siswa melalui pendidikan nilai khususnya untuk kehidupan konsumen yang diperoleh melalui pengaruh media massa cukup baik. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rerata hasil penelitian (95,14) dari skor maksimum 124 dan skor minimum 55 yang lebih besar dari rerata ideal (94,6) serta kecenderungan masing-masing skor. Kategori cukup ini dapat pula diamati dari kecenderungan skor perolehan sistem nilai melalui sekolah secara keseluruhan. Dari 244 siswa sebanyak 170 orang (69,49%) termasuk dalam kategori cukup, dan 39 orang (15,99%) mempunyai kecenderungan kurang, serta 35 orang (14,52%) kategori baik. Dari rerata dapat diamati bahwa skor hasil penelitian lebih besar dari rerata ideal. Artinya, skor yang dicapai sudah berada di atas rerata.

Informasi lebih rinci tentang kecenderungan perolehan masing-masing dimensi sistem nilai oleh siswa melalui pengaruh media massa adalah sebagai berikut :

Tabel 11
Perolehan Sistem Nilai Melalui Pengaruh Media Massa Ditinjau dari Status Sekolah, Tingkat Kelas, dan Jenis Kelamin

No	Sistem Nilai	Sekolah		Kelas			Jenis Kelamn	
		N	S	1	2	3	L	P
1	Kesadaran diri	C	C	C	C	C	C	C
2	Tanggung jawab	B	B	B	B	B	B	B
3	Hemat	B	C	C	C	C	C	B
4	Bijaksana	B	B	B	B	B	B	B
5	Bertujuan	C	C	C	C	C	C	C
6	Teliti	B	B	B	B	B	C	C
7	Mencari informasi	C	C	C	C	C	C	C
8	Toleransi sosial	B	B	B	B	B	B	B
9	Peka	C	C	C	C	C	C	C
10	Kritis	C	B	B	B	B	B	B
11	Peduli	K	C	C	C	K	K	C
12	Keadilan	C	C	C	C	C	C	C
13	Sederhana	B	C	C	C	C	C	C
14	Sadar lingkungan	C	C	C	C	C	C	C
15	Berproduktif	C	C	C	C	C	C	C
16	Menghargai uang	B	B	B	B	B	B	B
17	Nasionalisme	C	C	C	C	C	C	C

Keterangan: N = Negeri, S = Swasta

L = Laki-laki, P = Perempuan,

B = Baik, C = Cukup, K = Kurang

Tabel di atas menunjukkan kecenderungan perolehan dimensi sistem nilai oleh siswa melalui pengaruh lingkungan media massa. Bila ditinjau dari status sekolah, tingkat kelas maupun jenis kelamin terdapat satu dimensi nilai yang masuk kategori kurang yaitu **nilai peduli**. Akan tetapi pada dimensi lainnya menunjukkan pada kategori cukup dan baik. Hal ini berarti perolehan sistem nilai siswa melalui pengaruh media massa masih termasuk cukup baik. Pada dimensi nilai yang masuk pada kategori baik adalah **nilai tanggung jawab, bijaksana, teliti, toleransi sosial, kritis, dan menghargai uang** (6 dari 17 nilai atau 35%).

Secara empiris dapat digambarkan bahwa saat ini pembentukan karakter melalui pendidikan nilai khususnya untuk kehidupan konsumen melalui pengaruh keluarga, sekolah, teman sebaya dan media massa termasuk kategori cukup. Hal ini dapat ditafsirkan bahwa dalam proses penanaman sistem nilai kehidupan konsumen keluarga, sekolah, teman sebaya dan media massa merupakan titik sentral yang berperan dalam proses internalisasi nilai kehidupan konsumen anak. Oleh karena itu, orientasi nilai, keteladanan, kontrol serta kepemimpinan yang dimiliki oleh keluarga, sekolah, masyarakat yaitu teman sebaya dan media massa yang diwarnai oleh nilai-nilai kehidupan konsumen akan mempengaruhi nilai kehidupan konsumen anak. Perilaku konsumen yang bijak dalam kehidupan sehari-hari akan melahirkan manusia yang berkarakter. Pada kategori yang sama, keluarga yang menunjukkan persentase yang paling besar memberikan pengaruh pendidikan nilai khususnya untuk kehidupan konsumen pada siswa, dan perolehan sistem nilai yang menunjukkan persentase di bawahnya berturut-turut adalah melalui pengaruh sekolah, teman sebaya, dan media massa. Apabila ditinjau dari kelompok kategori baik, tampak bahwa perolehan sistem nilai melalui pengaruh teman sebaya memperoleh persentase terbesar, kemudian berturut-turut persentase di bawahnya adalah melalui pengaruh media massa, sekolah, dan yang terkecil pengaruh melalui keluarga. Pada kelompok kategori rendah nampak bahwa perolehan sistem nilai melalui pengaruh lingkungan keluarga memperoleh persentase terkecil, kemudian berturut-turut persentase di atasnya adalah lingkungan sekolah, teman sebaya, media massa.

Perolehan pendidikan nilai tentang sistem nilai oleh siswa melalui pengaruh empat lingkungan yaitu lingkungan keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa dapat disimpulkan mempunyai kesamaan pada kategori baik, untuk dimensi **nilai tanggung jawab, bijaksana, kritis dan menghargai uang**. Sedangkan dimensi yang lainnya termasuk kategori cukup, dan satu dimensi sistem nilai yaitu **nilai peduli** menurut pendapat siswa kurang mereka peroleh melalui pengaruh media massa.

1) Faktor-Faktor Pembentuk Karakter antar Waktu Menurut Pendapat Siswa

Bagian ini menjelaskan tentang pendapat siswa terhadap perolehan sistem nilai melalui pengaruh keluarga, sekolah, teman sebaya dan media massa dalam kehidupan sehari-hari. Ini didasarkan pada hasil refleksi para siswa terhadap pembelajaran nilai khususnya kehidupan konsumen yang mereka peroleh melalui pengaruh nasehat, anjuran, ajakan, teguran, teladan, proses pembelajaran, membaca, melihat dan mendengar. Hasil perhitungan ini berdasarkan persentase kolom antar waktu pada setiap option dalam angket yaitu selalu (4), sering (3), jarang (2), dan tidak pernah (1), yang kemudian dilakukan analisis trend antar waktu dengan membandingkan index perolehan oleh siswa. Berikut ini adalah hasil analisis trend antar waktu perolehan sistem nilai melalui pengaruh keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa menurut pendapat siswa.

Tabel 12
Hasil Analisis Trend Antar Waktu Perolehan Sistem Nilai Siswa Melalui Pengaruh Keluarga, Sekolah, Teman Sebaya dan Media Massa

No	Aspek nilai	Antar Waktu							
		Keluarga		Sekolah		Teman Sby		Media Msa	
		Lalu	Skrng	Lalu	Skrng	Lalu	Skrng	Lalu	Skrng
1.	Kesadaran diri	2.64	2.73	2.76	2.83	2.68	2.74	2.38	2.46
2.	Tanggung jawab	3.20	3.28	3.27	3.43	3.40	3.44	3.07	3.10
3.	Hemat	2.59	2.56	2.57	2.61	2.39	2.37	2.82	2.94
4.	Bijaksana	2.92	3.09	2.89	3.05	2.29	3.26	3.14	3.24
5.	Bertujuan	2.47	2.58	2.57	2.67	2.68	2.80	2.15	2.57
6.	Teliti	2.54	2.67	2.44	2.43	2.78	3.01	2.90	3.00
7.	Mencari informasi	2.45	2.58	2.47	2.55	2.47	2.54	2.56	2.66
8.	Toleransi sosial	2.74	2.81	2.79	2.87	3.02	3.13	2.97	3.04
9.	Peka	2.52	2.65	2.73	2.83	2.39	2.58	2.70	2.62
10.	Kritis	3.02	3.06	3.05	3.10	2.87	2.99	2.88	2.97
11.	Peduli	2.32	2.40	2.40	2.46	2.31	2.33	1.98	1.92
12.	Keadilan	2.63	2.68	2.49	2.73	4.28	3.02	2.18	2.33

13.	Sederhana	3.13	3.07	3.13	3.11	3.12	3.15	2.89	2.88
14.	Sadar lingkungan	2.58	2.64	2.68	2.82	2.83	2.90	2.65	2.77
15.	Berproduktif	2.07	2.19	2.19	2.26	1.99	2.06	2.09	2.17
16.	Menghargai uang	3.04	3.47	3.13	3.27	3.08	3.26	3.12	3.26
17.	Nasionalisme	2.56	2.59	2.61	2.61	2.52	2.51	2.57	2.54

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tingkat refleksi siswa sudah dapat berjalan dengan baik. Hal tersebut ditunjukkan oleh peningkatan skor analisis trend antar waktu dari masa lalu ke masa sekarang tentang refleksi siswa dalam memperoleh pendidikan nilai khususnya kehidupan konsumen melalui keluarga, sekolah, teman sebaya dan media massa. Bila dicermati lebih rinci tampak bahwa perolehan sistem nilai oleh siswa melalui pengaruh keluarga dalam kehidupan sehari-hari pada keadaan masa sekarang menunjukkan skor lebih besar dibandingkan pada masa lalu. Setiap dimensi sistem nilai hampir seluruhnya berada di atas (skor 2,5), yang memberikan pengertian bahwa keluarga sering menanamkan nilai kehidupan konsumen sebagai dimensi pembentuk karakter kepada anaknya dalam bentuk larangan perbuatan yang tidak baik, anjuran, dan nasehat pada keadaan masa sekarang. Hanya **nilai peduli** dan **nilai produktif** yang jarang diperoleh siswa melalui pengaruh keluarga dalam kehidupan sehari-hari pada keadaan masa sekarang. Dapat dilihat pula bahwa **nilai tanggung jawab, bijaksana, kritis, sederhana dan menghargai uang** sering diperoleh oleh siswa melalui pengaruh keluarga.

Seperti halnya perolehan sistem nilai melalui pengaruh keluarga, perolehan seluruh dimensi sistem nilai melalui pengaruh sekolah menurut hasil refleksi siswa menunjukkan pada masa lalu dan masa sekarang juga terdapat perbedaan peningkatan. Pada masa sekarang menunjukkan skor perolehan dimensi sistem nilai terbesar. Hal ini berarti bahwa di masa sekarang sekolah sering memberikan larangan perbuatan yang tidak baik, anjuran, dan nasehat melalui proses pembelajaran tentang perlunya dimensi sistem nilai ditanamkan kepada siswa. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa hampir keseluruhan dimensi sistem nilai sering diperoleh melalui pengaruh sekolah, hanya ada tiga nilai yaitu **nilai teliti, peduli, dan produktif** yang jarang (di bawah 2,5) diperoleh siswa. Sedangkan nilai yang sering diperoleh siswa melalui pengaruh sekolah yaitu **nilai tanggung jawab, kritis, sederhana, sadar lingkungan dan menghargai uang**. Artinya bahwa pada masa sekarang lingkungan sekolah sering memberikan larangan terhadap perbuatan yang tidak baik, nasehat, anjuran, dan teladan tentang kelima dimensi sistem nilai secara intensif.

Perolehan seluruh dimensi sistem nilai melalui pengaruh teman sebaya menurut hasil refleksi siswa menunjukkan pada masa lalu dan masa sekarang terdapat perbedaan peningkatan. Pada masa sekarang menunjukkan skor perolehan dimensi sistem nilai terbesar. Hal ini berarti bahwa di masa sekarang teman sebaya sering memperhatikan dan memberikan pengaruh tentang perolehan dimensi sistem nilai. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa hampir keseluruhan dimensi sistem nilai sering diperoleh melalui pengaruh teman sebaya, hanya ada tiga nilai yaitu **nilai hemat, peduli, dan produktif** yang jarang (di bawah 2,5) diperoleh siswa. Adapun nilai yang sering diperoleh oleh siswa melalui pengaruh dan perhatian teman sebaya dalam kehidupan sehari-hari yaitu **nilai tanggung jawab, bijaksana, toleransi sosial, kritis, dan menghargai**. Hal ini berarti bahwa secara intensif pada masa sekarang siswa sering memperhatikan dan memperoleh pengaruh tentang kelima dimensi sistem nilai melalui lingkungan teman sebaya.

Diketahui pula perolehan seluruh dimensi sistem nilai melalui pengaruh media massa menurut hasil refleksi siswa menunjukkan pada masa lalu dan masa sekarang terdapat perbedaan peningkatan. Pada masa sekarang menunjukkan skor perolehan dimensi sistem nilai terbesar. Hal ini berarti bahwa di masa sekarang media massa sering mempunyai pengaruh besar pada kehidupan siswa dalam membentuk sikap dan perilaku mereka. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa hampir keseluruhan dimensi sistem nilai sering diperoleh melalui pengaruh media massa, hanya ada empat nilai yaitu **nilai kesadaran diri, peduli, keadilan, dan produktif** yang jarang (di bawah 2,5) diperoleh siswa. Dapat dilihat pula bahwa **nilai tanggung jawab, bijaksana, toleransi sosial, kritis, dan menghargai uang** sering diperoleh oleh siswa melalui pengaruh media massa. Hal ini berarti bahwa pada masa sekarang kelima dimensi sistem nilai sering diperoleh siswa melalui media massa dan memberikan pengaruh besar dalam membentuk sikap dan perilaku mereka dalam kehidupan sehari-hari.

Pembentukan Karakter

Dari penjelasan di atas, dapat dilihat bahwa sistem nilai yang sudah diyakini dan terinternalisasi oleh siswa akan diaktualisasikan dalam bentuk tindakan pembiasaan sehari-hari sebagai pencerminan pembentukan karakter siswa. Data dilampirkan menunjukkan bahwa pembentukan karakter siswa sudah termasuk pada kategori cukup. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rerata hasil penelitian (176,19) dari skor maksimum 217 dan skor minimum 130 yang lebih besar dari rerata ideal (171,6) serta

kecenderungan masing-masing skor. Kategori cukup ini dapat pula diamati dari kecenderungan pembentukan karakter siswa secara keseluruhan. Dari 244 siswa sebanyak 160 orang (65,46%) termasuk dalam kategori cukup, dan 45 orang (18,55%) mempunyai kecenderungan kurang, serta 39 orang (15,99%) dalam kategori baik. Dari rerata dapat diamati bahwa skor hasil penelitian lebih besar dari rerata ideal. Hal ini menunjukkan bahwa skor yang dicapai sudah berada di atas rerata.

Dari informasi tersebut dapat diketahui bahwa pembentukan karakter para siswa termasuk kategori cukup. Hal ini berarti bahwa kadar dimensi sistem nilai siswa yang diyakini dapat membentuk karakter menunjukkan telah terinternalisasi dan diwujudkan dalam bentuk tindakan sehari-hari, namun demikian kiranya masih perlu ditingkatkan karena baru mencapai kategori cukup.

Lebih jelasnya lagi spesifikasi pembentukan karakter yang telah muncul berdasarkan dimensi sistem nilai bila ditinjau dari status sekolah, tingkat kelas dan jenis kelamin siswa, dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 13
Kecenderungan Pembentukan Karakter Siswa
Ditinjau dari Sekolah, Tingkat Kelas, dan Jenis Kelamin

No	Sistem Nilai	Pembentukan Karakter						
		Sekolah		Kelas			Jenis Kelamin	
		N	S	1	2	3	L	P
1.	Kesadaran diri	C	C	C	C	C	C	C
2.	Tanggung jawab	B	B	B	B	B	B	B
3.	Hemat	C	B	C	C	C	C	C
4.	Bijaksana	C	B	B	B	B	B	B
5.	Bertujuan	B	C	C	C	C	C	C
6.	Teliti	C	C	C	C	C	C	C
7.	Mencari informasi	C	C	C	C	C	C	C
8.	Toleransi sosial	B	C	C	C	B	C	B
9.	Peka	B	C	C	C	C	C	C
10.	Kritis	C	C	C	C	C	C	C
11.	Peduli	C	C	C	C	C	C	C
12.	Keadilan	C	C	C	C	C	C	C
13.	Sederhana	C	B	C	C	C	B	B
14.	Sadar lingkungan	C	C	C	C	C	C	C
15.	Berproduktif	C	C	C	C	C	C	C
16.	Menghargai uang	B	B	B	B	B	B	B
17.	Nasionalisme	C	C	C	C	C	C	C

Keterangan: N = Negeri, S = Swasta
L = Laki-laki, P = Perempuan,
B = Baik, C = Cukup, K = Kurang

Temuan di atas menggambarkan bahwa pembentukan karakter siswa melalui penanaman dimensi sistem nilai masih tergolong cukup. Artinya kadar pemberian teladan dan penanaman sistem nilai kehidupan yang diyakini dapat membentuk karakter

siswa masih perlu untuk ditingkatkan karena baru mencapai kategori cukup. Dengan lebih menanamkan dimensi sistem nilai pembentuk karakter, siswa akan semakin terinternalisasi nilai-nilai kehidupan tersebut dan akan membiasakan dirinya untuk menerapkan nilai-nilai kehidupan tersebut dalam perilaku ekonomi terutama sebagai konsumen dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan temuan tersebut, hanya terdapat tiga dimensi sistem nilai yang telah terinternalisasi baik dalam membentuk karakter para siswa apabila ditinjau dari status sekolah, tingkat kelas, maupun jenis kelamin yaitu **dimensi nilai tanggung jawab, bijaksana, dan menghargai uang.**

Berikut ini akan dijelaskan tentang munculnya pembentukan karakter melalui dimensi sistem nilai kehidupan konsumen dalam kehidupan sehari-hari, yang didasarkan pada hasil refleksi siswa. Para siswa diminta untuk merefleksikan evaluasinya dengan mengisi angket yang berisi 60 pernyataan. Keenam puluh pernyataan tersebut untuk mengungkap seberapa jauh siswa memahami, menyadari pentingnya nilai kehidupan untuk dimiliki dan mau melakukan serta mewujudkannya dalam bentuk perilaku ataupun tindakan ketika melakukan konsumsi.

Berdasarkan data empirik hasil refleksi siswa tentang pembentukan karakter di sekolah menengah pertama (SMP) di Yogyakarta, peneliti melihat bahwa secara umum para siswa menunjukkan dimensi **nilai tanggung jawab (57%), nilai sederhana (47%), dan nilai menghargai uang (57%)** yang sudah menjadi kebiasaan yang mereka lakukan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini berarti bahwa karakter siswa sudah terbentuk oleh ketiga nilai tersebut. Sedangkan dimensi nilai lainnya sebagian besar sudah mereka lakukan dalam kehidupan sehari-hari meskipun belum merupakan kebiasaan. Artinya, para siswa sudah menunjukkan terjadinya pembentukan karakter pada diri mereka. Data tersebut yang memperlihatkan beberapa nilai yang belum dilakukan oleh siswa yaitu **nilai kesadaran diri, teliti, peduli, keadilan, sadar lingkungan, dan nilai berproduktif.** Oleh sebagian siswa (21,7%), nilai teliti tidak dipikirkan. Sedangkan peneliti menganggap bahwa nilai tersebut justru pada masa sekarang ini sangat penting untuk dimiliki oleh para siswa agar tidak mengalami kekecewaan ketika mereka melakukan konsumsi misalnya mendapatkan barang palsu, barang kadaluwarsa dan kesalahan dalam menggunakan barang yang mereka konsumsi. Apabila dicermati lebih mendalam lagi, hasil refleksi siswa menunjukkan hal yang sama bila ditinjau dari status sekolah, tingkat kelas maupun jenis kelamin. Nampak bahwa pada siswa wanita, 10 dari 17 dimensi sistem nilai sudah menjadi kebiasaan sehari-hari yang mereka lakukan dalam menjalani kehidupannya. Pada siswa kelas tiga, 8 dari 17 dimensi sistem nilai sudah

menjadi kebiasaan mereka lakukan dalam kehidupan sehari-hari. Bila dilihat dari status sekolah, 15 dari 17 dimensi sistem nilai sudah menjadi kebiasaan sehari-hari dilakukan oleh siswa dari sekolah negeri dalam menjalani kehidupannya.

B. Hasil Uji Persyaratan Analisis

1. *Random Sampling dan Assignment*

Salah satu persyaratan analisis hubungan maupun analisis perbedaan adalah pengambilan sampel dan penugasan harus dilakukan secara acak (*Random Sampling dan Assignment*). Seperti telah dikemukakan dalam keterbatasan penelitian, pengambilan sampel dan pemberian intervensi tidak dapat dilakukan secara acak dan individu, tetapi terpaksa harus dilakukan secara kelompok atau *cluster* dengan tetap mempertahankan prinsip acak.

2. Uji Normalitas Data

Pengujian terhadap normalitas dilakukan dengan cara menganalisis hasil tes dengan tes Kolmogorov-Smirnov dan Saphiro-Wilks. Data yang diuji normalitasnya adalah data 6 variabel seperti yang terangkum pada tabel berikut ini. Perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada Lampiran 4

Tabel 14
Rangkuman Hasil Uji Normalitas Variabel

No	Variabel	Kolmogorov-Smirnov Z	Asymp. Sig. (2-tailed)	Kesimpulan
1.	Lingkungan Keluarga (X1)	1.253	0.057	Normal
2.	Lingkungan Sekolah (X2)	1.164	0.059	Normal
3.	Lingkungan Teman Sebaya (X3)	1.235	0.095	Normal
4.	Media Massa (X4)	1.145	0.051	Normal
5.	Pembentukan Karakter (Y)	0.793	0.555	Normal

Tabel di atas menunjukkan bahwa hasil uji normalitas data variabel lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, lingkungan teman sebaya, media massa, sistem nilai, dan pembentukan karakter yang diperoleh dari sampel, diambil dari populasi yang berdistribusi normal.

3. Uji Linieritas Hubungan

Kriteria yang digunakan untuk menentukan kelinieran antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah bila nilai signifikansi (p) angka statistik *linierity* $< 0,05$

(lebih kecil dari tingkat kesalahan penelitian yang ditetapkan sebesar 5%) berarti bentuk regresinya adalah linier. Pengujian linearitas variabel bebas dengan variabel terikat seperti terangkum pada tabel berikut ini.

Tabel 15
Rangkuman Hasil Uji Linieritas

Variabel	<i>Linierity</i>			<i>Deviation from Liniearity</i>		
	F hitung	P	Kesimpulan	F hitung	P	Kesimpulan
X1 – Y	22.261	<0.05	Berarti	1.004	>0.05	Linier
X2 – Y	4.169	<0.05	Berarti	1.029	>0.05	Linier
X3 – Y	18.068	<0.05	Berarti	1.099	>0.05	Linier
X4 – Y	20.102	<0.05	Berarti	1.046	>0.05	Linier

Keterangan:

- X1 = Lingkungan Keluarga
- X2 = Lingkungan Sekolah
- X3 = Lingkungan Teman Sebaya
- X4 = Media Massa
- Y = Pembentukan Karakter

Tabel di atas menunjukkan bahwa hasil uji linieritas antara variabel bebas dengan variabel terikat semuanya bentuk regresi linier, sehingga memenuhi persyaratan analisis.

4. Uji Matrik Korelasi

Tabel 16
Rangkuman Hasil Uji Matrik Korelasi

Variabel	X1	X2	X3	X4	X5	Y
X1	1.000	0,228	0,285	0,217	0,016	0,166
X2		1.000	0,246	0,208	-0,003	0,073
X3			1.000	0,280	-0,032	0,154
X4				1.000	-0,028	0,162

Berdasarkan tabel di atas tidak terdapat koefisien antar variabel bebas yang melebihi 0,80 (Field, 2000: 132). Dengan demikian tidak terjadi masalah multikolinieritas, sehingga analisis regresi dapat dilakukan.

Hasil Uji Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan dan besarnya sumbangan antara kriteria (pembentukan karakter) dengan variabel-variabel prediktor (lingkungan keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa). Untuk pengujiannya, setiap hipotesis alternatif (H_a) dirumuskan ke dalam bentuk hipotesis nol (H_o). Pengujian (H_o) dilakukan secara serentak dengan memasukkan semua variabel penelitian dalam perhitungan.

C. Faktor-faktor utama yang mempengaruhi pembentukan karakter

Rumusan hipotesis ketiga adalah: pembentukan karakter siswa dipengaruhi secara bersama-sama oleh keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa. Analisis regresi ganda menunjukkan hasil sebagai berikut.

Tabel 17

Rangkuman Hasil Analisis Regresi Keluarga (X1), Sekolah (X2), Teman Sebaya (X3), dan Media Massa (X4) dengan Pembentukan Karakter (Y)

Sumber variasi	Jumlah Kuadrat	Dk	Rerata Kuadrat	F	Sig (p)
Regresi	7209.750	4	1802.438	9.979	P<0.01
Residu	133475.96	239	180.617		
Total	140685.71	243			

Berdasarkan hasil uji analisis regresi dapatlah disimpulkan bahwa secara bersama-sama faktor pusat-pusat pendidikan yang diwakili oleh variabel keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa mempunyai pengaruh yang kuat terhadap pembentukan karakter remaja awal. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi ganda (*multiple correlation*) yang mencapai 0,226. Kuatnya hubungan ini didukung pula dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,051, yang bermakna bahwa kontribusi faktor pusat-pusat pendidikan yaitu keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa terhadap pembentukan karakter remaja awal adalah sebesar 5, 1%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor atau variabel yang lain. Dengan nilai signifikansi $p < 0,01$, berarti mempunyai pengaruh yang sangat signifikan. Dengan demikian hipotesis nihil ditolak

dan hipotesis alternatif yang diajukan “pembentukan karakter remaja awal dipengaruhi secara bersama-sama oleh keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa” dapat diterima, pada taraf signifikansi 1% .

a. Pengaruh keluarga terhadap pembentukan karakter

Rumusan hipotesis keempat adalah: pembentukan karakter siswa dipengaruhi oleh lingkungan keluarga. Berdasarkan hasil perhitungan dapat disimpulkan bahwa variabel keluarga berpengaruh secara signifikan terhadap pembentukan karakter remaja awal. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai koefisien korelasi sebesar 0,166 dan koefisien determinan (R^2) sebesar 0,028 dengan nilai signifikansi $p < 0,01$, yang bermakna bahwa kontribusi keluarga terhadap pembentukan karakter adalah sebesar 2,8%, dan ini mempunyai pengaruh yang signifikan. Dengan demikian hipotesis nihil ditolak dan hipotesis alternatif yang diajukan bahwa “pembentukan karakter siswa dipengaruhi oleh keluarga”, diterima pada taraf signifikansi 1%. Dari hasil ini dapat diketahui pula bahwa dari ke empat variabel bebas tersebut, variabel keluarga yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap pembentukan karakter siswa.

b. Pengaruh sekolah terhadap pembentukan karakter

Rumusan hipotesis kelima adalah: pembentukan karakter siswa dipengaruhi oleh sekolah. Berdasarkan hasil perhitungan dapat disimpulkan bahwa variabel sekolah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pembentukan karakter remaja awal. Tidak terjadinya signifikansi variabel tersebut karena nilai koefisien korelasi sebesar 0,073 dan koefisien determinan (R^2) sebesar 0,000 dengan nilai signifikansi (p) = 0,960. Hasil ini mempunyai makna bahwa jika variabel bebas yang lain dianggap konstan, maka secara partial variabel sekolah tidak berpengaruh terhadap pembentukan karakter remaja awal. Dengan demikian hipotesis nihil gagal ditolak dan hipotesis alternatif yang diajukan bahwa “pembentukan karakter siswa dipengaruhi oleh sekolah”, ditolak pada taraf signifikansi 5%. Dari hasil ini dapat diketahui pula bahwa dari ke empat variabel bebas tersebut, variabel sekolah yang mempunyai pengaruh paling kecil (urutan ke empat) terhadap pembentukan karakter siswa.

c. Pengaruh teman sebaya terhadap pembentukan karakter

Rumusan hipotesis keenam adalah: pembentukan karakter siswa dipengaruhi oleh lingkungan teman sebaya. Berdasarkan hasil perhitungan dapat disimpulkan bahwa variabel teman sebaya berpengaruh secara signifikan terhadap pembentukan karakter remaja awal. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai koefisien korelasi sebesar

0,154 dan koefisien determinan (R^2) sebesar 0,007 dengan nilai signifikansi $p < 0,05$ yang bermakna bahwa kontribusi teman sebaya terhadap pembentukan karakter adalah sebesar 0,7%, yang berarti mempunyai pengaruh yang signifikan. Dengan demikian hipotesis nihil ditolak dan hipotesis alternatif yang diajukan bahwa “pembentukan karakter siswa dipengaruhi oleh teman sebaya”, diterima pada taraf signifikansi 5%. Dari hasil ini dapat diketahui pula bahwa dari ke empat variabel bebas tersebut, variabel teman sebaya mempunyai pengaruh urutan ke tiga terhadap pembentukan karakter siswa.

d. Pengaruh media massa terhadap pembentukan karakter

Rumusan hipotesis ketujuh adalah: pembentukan karakter siswa dipengaruhi oleh lingkungan media massa. Berdasarkan hasil perhitungan dapat disimpulkan bahwa variabel media massa berpengaruh secara signifikan terhadap pembentukan karakter remaja awal. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai koefisien korelasi sebesar 0,162 dan koefisien determinan (R^2) sebesar 0,017 dengan nilai signifikansi $p < 0,01$, yang bermakna bahwa kontribusi media massa terhadap pembentukan karakter adalah sebesar 1,7%, berarti mempunyai pengaruh yang signifikan. Dengan demikian hipotesis nihil ditolak dan hipotesis alternatif yang diajukan bahwa “pembentukan karakter siswa dipengaruhi oleh media massa”, diterima pada taraf signifikansi 1%. Dari hasil ini dapat diketahui pula bahwa dari ke empat variabel bebas tersebut, variabel media massa mempunyai pengaruh urutan ke dua terhadap pembentukan karakter siswa.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Faktor-faktor utama yang mempengaruhi pembentukan karakter

Hasil pengujian data empirik menunjukkan bahwa pendidikan nilai yang diperoleh siswa secara bersama-sama dari variabel-variabel yang mewakili faktor pusat-pusat pendidikan yaitu keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa berpengaruh secara signifikan terhadap pembentukan karakter siswa (regresi ganda $R = 0,226$; $R^2 = 0,051$; dan $p < 0,05$). Artinya, besar kecilnya variabel pembentukan karakter dipengaruhi oleh perolehan pendidikan nilai oleh siswa melalui keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa sebesar 5,1%. Nilai koefisien determinan ini kecil sekali karena selebihnya sebesar 94,9% diduga dikarenakan oleh berbagai variabel luar yang tidak diteliti oleh peneliti. Secara umum, pembentukan karakter tidak terbentuk dengan sendirinya namun melalui proses pembelajaran nilai kepada siswa dengan sentuhan hati dan perasaan, baik itu melalui cerita dengan contoh-contoh konkrit maupun proses peneladanan dari dalam keluarga, sekolah, dan masyarakat. Pembelajaran nilai yang ditanamkan dan disosialisasikan dapat mempribadi pada diri siswa, agar mereka mempunyai kesadaran

nilai yang tinggi sehingga dapat memotivasi mereka untuk berperilaku yang baik sesuai dengan nilai-nilai kemanusiaan.

Hal ini diperkuat dengan pendapat Kevin Ryan dan Thomas Lickona (1992), bahwa kekuatan moral dalam masyarakat yang terlibat dalam perbuatan yang membangun atau membawa kehancuran, adalah bukan suatu kebetulan. Kita dapat mempengaruhi karakter masyarakat dengan mempengaruhi karakter dari generasi mudanya. Maka, membangun masyarakat yang bermoral adalah tanggung jawab semua pihak. Anak-anak akan tumbuh menjadi pribadi yang berkarakter apabila dapat tumbuh pada lingkungan yang berkarakter. Ini merupakan usaha yang menyeluruh yang harus dilakukan oleh semua pihak; keluarga, sekolah, dan seluruh komponen yang terdapat dalam masyarakat. Dengan kata lain, manusia tidak secara alami atau secara spontan tumbuh menjadi manusia yang bermoral baik atau menjadi bijaksana. Mereka bisa demikian, hanya merupakan hasil dari usaha seumur hidup individu dan masyarakat (Aristotle, 1987). Hal ini merupakan tantangan yang luar biasa besarnya, maka perlu ada suatu kesadaran dari seluruh pihak yang melingkupi dan mempengaruhi kehidupan siswa, bahwa pendidikan karakter adalah hal yang vital untuk dilakukan. Oleh karena itu, pendidikan karakter hendaknya dilakukan secara eksplisit (terencana), terfokus dan komprehensif, agar pembentukan masyarakat yang berkarakter dapat terwujud.

a. Pengaruh keluarga terhadap pembentukan karakter

Memperhatikan besarnya sumbangan efektif dari variabel-variabel keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media massa pada pembentukan karakter, maka ternyata variabel keluarga memberikan kontribusi terbesar jika dibandingkan dengan tiga variabel yang lainnya. Hasil pengujian data empiris menunjukkan bahwa pendidikan nilai kehidupan konsumen yang diperoleh siswa melalui keluarga berpengaruh secara signifikan terhadap pembentukan karakter siswa ($R^2 = 0,028$; dan $p < 0,05$). Ini berarti bahwa pendidikan nilai yang diperoleh siswa melalui keluarga telah memberikan kontribusi positif bagi pembentukan karakter siswa. Hal ini bisa terjadi karena keluarga merupakan tempat pertama dan utama seorang anak dididik dan dibesarkan. Hal ini sesuai dengan teori Bronfenbrenner (Ratna Megawangi, 2004) yang menyebutkan bahwa seorang anak dalam proses tumbuh kembangnya dipengaruhi pertama dan langsung adalah oleh lingkungan keluarga, dan setelah itu oleh lingkungan di luar keluarga, dari lingkungan mikro sampai makro. Peran keluarga dalam pendidikan, sosialisasi, dan penanaman nilai kepada anak adalah sangat besar. Bila dikembalikan pada teori disebut di atas, maka keluarga kokoh adalah keluarga yang dapat menciptakan generasi-generasi

penerus yang berkualitas, berkarakter kuat, sehingga menjadi pelaku-pelaku kehidupan masyarakat.

Lingkungan keluarga yang kondusif, seperti tingkat pendidikan orang tua yang cukup memadai, suasana hubungan keluarga yang harmonis, perhatian dan keterlibatan orang tua yang cukup baik terhadap pendidikan anak-anaknya, sikap orang tua yang demokratis merupakan kondisi yang mendukung pembelajaran nilai bagi terwujudnya pembentukan karakter para siswa. Demikian halnya, penanaman nilai-nilai kehidupan sejak dini di dalam keluarga hal ini juga sangat menunjang bagi terbentuknya karakter siswa. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian dari Taris dan Semin (1997) bahwa dengan semakin baik kualitas interaksi antara anak-anak dengan orang tua (khususnya ibu) menentukan berlangsungnya transmisi norma-norma dan nilai-nilai orang tua kepada anak-anak mereka. Semakin baik interaksi antara anak-anak dengan ibunya, maka orang tua akan lebih mudah dalam proses pewarisan nilai-nilai kehidupan dan norma-norma moral kehidupan yang terkandung dalam pendidikan konsumen kepada anak-anaknya.

Dalam hubungan ini, Schikendanz (1995) dan Taris, dkk (1996) mengemukakan bahwa segala perilaku orang tua dan pola asuh yang diterapkan di dalam keluarga pasti berpengaruh dalam pembentukan pribadi atau karakter seorang anak. Dengan kata lain, pembentukan karakter anak tergantung pada pola asuh orang tua, dan hal ini dapat dilihat dari dua dimensi, yaitu (1) sikap terhadap kemudahan-kemudahan afeksi, sensitivitas, kerja sama dan perhatian, dan (2) kualitas kontrol orang tua yang bijaksana. Perilaku ini menyangkut bagaimana kasih sayang, sentuhan, kelekatan emosi (*emotional bonding*) orang tua terutama ibu, serta penanaman nilai-nilai dapat mempengaruhi karakter anak. Kedua orang tua harus terlibat karena keterlibatan ayah dalam pengasuhan di masa kecil sampai usia remaja juga menentukan pembentukan karakter anak. Keluarga yang harmonis di mana ayah dan ibu saling berinteraksi dengan kasih sayang dan selalu ada kebersamaan keluarga, akan memberikan suatu lingkungan yang kondusif bagi pembentukan karakter anak (Fagan, 1995).

Keluarga memiliki arti penting bagi perkembangan nilai kehidupan pada anak. Di dalam keluarga, pendidikan berjalan/tumbuh dari kesadaran moral sejati antar orang tua dan anak, pendidikan nilai di dalam keluarga dapat dibangun berdasarkan pada ikatan emosional kodrati, dan memiliki peran sangat penting dan strategis bagi penyadaran, penanaman, dan pengembangan nilai. Intensitas nilai pada diri anak cenderung lebih melekat, karena disebabkan adanya perasaan yang terpadu antara sifat mengayomi pada

orang tua dengan sifat diayomi pada diri anak. Dengan demikian, intensitas komunikasi dan interaksi harus selalu terjadi dalam kehidupan keseharian, agar proses penanaman nilai-nilai kehidupan konsumen dapat berlangsung dalam beragam bentuk dan cara perilaku berkonsumsi yang bijaksana. Pola komunikasi yang terjadi di antara keluarga, pesan-pesan orang tua kepada anak-anak yang dicirikan oleh orientasi sosial mengembangkan perbedaan pada orang tua dan memberikan pengawasan dan pengendalian terhadap aktivitas-aktivitas konsumsi anak-anak. Pesan-pesan orientasi konsep membantu perkembangan keterampilan dan kompetensi konsumsi anak-anak (Moore dan Moschis,1981). Hal ini diperkuat dengan banyak riset mengenai sosialisasi konsumen yang telah meneliti pengaruh keluarga terhadap perantara sosialisasi seperti orang tua pada sikap konsumsi (Moschis,1985; Roberts,1973; Schaefer dan Bell,1958; Smith,1981). Mengenai perantara ini ibu-ibu dianggap berperan utama dalam proses-proses pengaruh antar generasi. Para ibu mengendalikan uang anak-anak dan memiliki andil dalam pola-pola konsumsi anak-anak (Alasop, 1988). Orang tua baik ibu maupun ayah dapat menegur untuk meluruskan kesalahan, bertanya, memberikan nasehat dan pujian atau menjadikan dirinya sebagai model agar anak berbuat atau berperilaku konsumsi dengan baik dan benar. Norton (1977) menyatakan bahwa anak belajar bertingkah laku melalui orang dewasa dalam keluarganya. Perilaku orang tua yang teramati menjadi acuan bertingkah laku anaknya mesti itu tak disengaja baik yang ditiru maupun yang meniru.

Dari data karakteristik responden diperoleh informasi, kecenderungan secara umum perolehan pendidikan nilai melalui pengaruh keluarga tergolong cukup baik (76,34%). Adapun pendidikan nilai dari dimensi sistem nilai yang termasuk kategori baik diberikan melalui keluarga adalah **nilai tanggung jawab, bijaksana, kritis, sederhana** dan **nilai menghargai uang**, sedangkan dimensi lainnya masih termasuk kategori cukup. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa pendidikan nilai yang ditanamkan melalui keluarga nampak belum menunjukkan keseriusan, baru 5 nilai dari 17 dimensi nilai yang terinternalisasi dengan baik. Untuk itu, pentingnya pendidikan nilai yang lainnya penting untuk ditanamkan sejak dini di keluarga, agar anak mempunyai kesadaran nilai yang tinggi sehingga dapat memotivasi anak untuk berperilaku yang baik sesuai dengan nilai-nilai kemanusiaan.

Hal krusial yang dihadapi pendidikan nilai dalam keluarga adalah kecenderungan menipisnya ikatan emosional anak terhadap orang tua atau sebaliknya yang diakibatkan oleh pergeseran nilai-nilai kehidupan manusia yang merambat ke dalam kehidupan

keluarga karena kesibukan orang tua. Untuk itu, hal terpenting yang harus ditata oleh orang tua dalam membangun pendidikan nilai dalam keluarga adalah menjadikan keluarga sebagai wahana iklim pembelajaran nilai yang kondusif bagi anak.

b. Pengaruh sekolah terhadap pembentukan karakter

Lembaga sekolah merupakan institusi pendidikan kedua setelah keluarga, yang berperan besar dalam pembentukan dan pengembangan pengetahuan, keterampilan dan kepribadian bagi para siswa. Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh David Brooks (1997) bahwa sekolah adalah tempat yang sangat strategis untuk pendidikan karakter, karena anak-anak dari semua lapisan akan mengenyam pendidikan di sekolah. Selain itu anak-anak menghabiskan sebagian waktunya di sekolah, sehingga apa yang didapatkannya di sekolah akan mempengaruhi pembentukan karakternya.

Demikian halnya dengan Slamet Imam Santoso (1984) yang antara lain menyatakan bahwa sekolah merupakan salah satu dapur utama yang ikut membentuk disiplin anggota masyarakat. Namun demikian, hasil pengujian secara empiris menunjukkan bahwa pendidikan nilai yang diperoleh siswa melalui sekolah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pembentukan karakter siswa. Tidak terjadinya signifikansi dari variabel bebas tersebut karena $R^2 = 0,000$; dan $p > 0,05$. Hasil ini mempunyai makna bahwa jika variabel bebas yang lainnya, yaitu keluarga, teman sebaya dan media massa dianggap konstan, maka secara partial variabel pendidikan nilai yang diperoleh melalui sekolah tidak berpengaruh terhadap pembentukan karakter siswa. Sekolah tanpa hadirnya keluarga, teman sebaya dan media massa ternyata tidak signifikan. Meskipun demikian hasilnya sekolah tetap dipertahankan karena secara formal digagas, tetapi juga harus diingat bahwa siswa dibentuk juga dari lingkungan keluarga, teman sebaya, dan media massa.

Pendidikan nilai di sekolah selama ini hanya diformulasikan menjadi mata pelajaran pendidikan agama dan PKn atau pelajaran budi pekerti, yang program utamanya ialah pengenalan nilai-nilai secara kognitif semata sehingga hasilnya tidak optimal. Padahal pendidikan nilai bisa dititipkan pada semua mata pelajaran yang ada di sekolah. Selama ini, tidak ada tempat dalam kurikulum sekolah Indonesia untuk melaksanakan pendidikan watak yang sebenarnya. Nilai-nilai kehidupan dan universal yang ditanamkan dan disosialisasikan di sekolah tidak mempribadi pada diri siswa, meskipun hasil refleksi para siswa mengatakan bahwa pendidikan nilai menurut pendapat mereka penting dimiliki. Selama ini pendidikan nilai di sekolah hanya singgah sebentar saat guru menyampaikan nasehatnya dan sesudah itu terlupakan, tidak pernah

masuk ke hati nurani siswa, dan tidak pernah dilaksanakan dalam kehidupan. Akibatnya kenakalan siswa terjadi dimana-mana dan kemungkinan juga siswa sudah menjadi kebal akibat pengaruh global. Ini memberikan indikasi bahwa pendidikan nilai yang dibelajarkan tidak memberikan makna signifikan bagi pembentukan karakter siswa. Pendidikan nilai akan bermakna kalau dapat menginternalisasi atau mempribadi pada diri siswa.

Perlu disadari bahwa pendidikan nilai bukan sesuatu yang hanya ditambahkan, melainkan justru merupakan sesuatu yang hakiki dalam seluruh proses pendidikan, meskipun sampai sekarang tidak ada mata pelajaran yang khusus mengenai pendidikan nilai. Pendidikan nilai di sekolah harusnya membawa siswa ke pengenalan nilai secara kognitif, penghayatan nilai secara afektif, dan sampai ada satu peristiwa batin yang amat penting yang harus terjadi dalam diri siswa yaitu munculnya keinginan yang sangat kuat (tekad) untuk mengamalkan nilai secara nyata. Dalam hal ini, pendidikan nilai pada dasarnya adalah membimbing siswa untuk secara sukarela mengikatkan diri pada nilai.

c. Pengaruh teman sebaya terhadap pembentukan karakter

Berdasarkan hasil pengujian data empiris juga menunjukkan bahwa pendidikan nilai yang diperoleh melalui lingkungan teman sebaya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan karakter siswa ($R^2 = 0,007$; dan $p < 0,05$). Sesuai dengan tahapan perkembangan sosial anak remaja awal, para remaja cenderung untuk meniru sesuatu yang dimiliki teman sebaya. Hasil penelitian ini mendukung teori Bimowalgito (1993) yang menyatakan bahwa peranan imitasi tampaknya dalam hal dimana anak meniru apa saja yang didengarnya kemudian menyampaikannya kepada orang lain, misalnya mempelajari bahasa, tingkah laku ataupun mode, bahkan peniruan mode kadang-kadang dilakukan tanpa mengetahui latar belakang lebih lanjut. Demikian halnya dengan Santrock (1998) yang berpendapat bahwa konformitas atau tuntutan dari kelompok teman sebaya terhadap anggotanya mempengaruhi berbagai aspek dalam kehidupan remaja seperti pilihan terhadap aktivitas sekolah atau sosial yang akan diikuti, penampilan, bahasa yang digunakan, sikap dan nilai-nilai yang dianut. Berdasarkan pendekatan ini berarti, pendidikan nilai yang diperoleh remaja seiring dengan perubahan yang terjadi pada mereka dalam menemukan jati diri atau identitas diri dengan menampilkan dirinya agar kehadirannya diakui sebagai bagian dari komunitas remaja (kelompok teman sebaya). Pendidikan nilai juga mempengaruhi berbagai aspek dalam kehidupan remaja seperti pilihan terhadap aktivitas sekolah atau sosial yang akan diikuti,

penampilan, bahasa yang digunakan, sikap dan nilai-nilai kehidupan yang dianut dapat mempengaruhi pembentukan karakter remaja.

Kelompok teman sebaya merupakan sarana untuk memperoleh dukungan sosial anak untuk melepaskan diri dari keterikatan dengan orang tua sekaligus tujuan dalam pencarian jati diri anak. Tidak heran apabila banyak ditemukan berbagai kasus perilaku penyimpangan oleh remaja yang disebabkan pengaruh buruk dari kelompok teman sebaya. Pengalaman dengan teman sebaya memberikan pemahaman bagi anak tentang pentingnya perilaku prososial dalam bergaul, dalam membina relasi dengan teman-temannya, serta umpan balik dari lingkungan semakin memberikan kesempatan pada anak-anak untuk tumbuh menguasai hubungan-hubungan tersebut. Kebanyakan remaja bersedia melakukan berbagai perilaku demi pengakuan kelompok bahwa ia adalah bagian yang tidak terpisahkan dari kelompok tersebut. Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa kelompok teman sebaya akan memberikan pengaruh yang signifikan pada remaja dalam perolehan pendidikan nilai tentang sistem nilai. Hal ini diperkuat dengan temuan Barry dan Darrel (1983) bahwa teman sebaya ternyata berpengaruh positif terhadap pembentukan sikap berilmu dan meraih prestasi. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa teman sebaya berperan dalam pembentukan sikap dan tingkah laku termasuk perilaku konsumsi mereka. Hal ini disebabkan antara lain besarnya keinginan untuk menjaga harmonisasi, mencapai persetujuan dan penerimaan sosial.

d. Pengaruh media massa terhadap pembentukan karakter

Hasil pengujian data empirik menunjukkan bahwa sistem nilai yang diperoleh melalui media massa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan karakter ($R^2 = 0,017$; dan $p < 0,05$). Artinya, besar kecilnya variabel pembentukan karakter dipengaruhi oleh perolehan sistem nilai oleh siswa melalui media massa sebesar 1,7%. Nilai koefisien determinan ini kecil sekali karena selebihnya sebesar 98,3% diduga dikarenakan oleh berbagai variabel luar yang tidak diteliti oleh peneliti. Ini berarti, pendidikan nilai siswa yang diperolehnya melalui membaca, mendengar, maupun melihat yang tersedia akan membekali siswa dalam pembentukan karakter. Hasil ini mendukung temuan penelitian yang dilakukan oleh Hardjana (1996) bahwa pampangan yang bertubi-tubi terhadap iklan-iklan barang konsumsi di media massa menimbulkan pengaruh sikap konsumtif dan perilaku konsumtif. Demikian halnya dengan wells (1972), Lerner (1967), dan Abrar (1998) yang menyatakan bahwa budaya konsumtif sering hanya merupakan akibat dari upaya perusahaan-perusahaan multinasional yang

tiada hentinya memperluas pasar bagi produk-produk olahannya lewat media massa. Sehingga dapat diasumsikan bahwa pendidikan nilai melalui media massa akan memberikan pengaruh yang signifikan pada para remaja dalam pembentukan karakter konsumsi yang bijaksana.

Menurut uraian di atas, melalui media massa seseorang memperoleh pengalaman-pengalaman baru dan mengenal adanya jenis - jenis gaya hidup baru. Proses pengalaman baru ini dapat dipandang sebagai tumbuhnya empati gaya hidup materialistik untuk mencapai kenyamanan hidup material dan dapat menikmati kepuasan baru secara pribadi. Oleh karena itu, pendidikan nilai di masyarakat memerlukan kerjasama dari semua pihak sehingga isi bahan bacaan maupun isi bahan tayangan yang mendukung pembentukan sikap dan perilaku dalam membangun karakter para remaja dapat tersedia.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Dimensi Nilai-nilai Kehidupan Konsumen sebagai Pembentuk Karakter

Nilai-nilai kehidupan yang terdiri dari 17 nilai (sistem nilai/pendidikan nilai) yang terkandung dalam pendidikan konsumen cenderung seluruhnya ada keterkaitannya dengan seluruh dimensi pembentuk karakter yakni: nilai kesadaran diri dan tanggung jawab dengan *nilai kepercayaan*; nilai bijaksana dan toleransi sosial dengan *nilai menghargai orang*; kesadaran diri, tanggung jawab, menghargai uang dan nasionalisme dengan *tanggung jawab*; nilai bijaksana dan keadilan dengan *nilai keadilan*; nilai toleransi sosial, peduli dan sadar lingkungan dengan *nilai kepedulian*; nilai tanggung jawab dan nasionalisme dengan *nilai kewarganegaraan*; nilai tanggung jawab dengan *nilai kejujuran*; nilai kritis dengan *nilai keberanian*; nilai kesadaran diri, tanggung jawab, hemat, teliti, produktif dan menghargai uang dengan *nilai kerajinan*; kesadaran diri dan tanggung jawab dengan *nilai totalitas*.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendidikan konsumen sebetulnya diakui sebagai kebutuhan dan sudah diintegrasikan ke dalam mata pelajaran-mata pelajaran khususnya PKn, IPS bidang ekonomi, PKK dan itu dianggap sudah cukup karena konten pendidikan dalam silabi dan kurikulum SMP tidak memberikan peluang untuk mata pelajaran baru. Sehingga prinsip-prinsip pendidikan konsumen tersebut sudah memadai.

2. Perolehan Pendidikan Nilai Melalui Faktor-Faktor Lingkungan

- a. Pendidikan nilai yang diperoleh siswa melalui pengaruh keluarga masuk kategori cukup baik. Pendidikan nilai tanggung jawab, bijaksana, kritis, sederhana dan menghargai uang sering diperoleh siswa melalui pengaruh keluarga.
- b. Pendidikan nilai yang diperoleh siswa melalui pengaruh sekolah masuk kategori cukup baik. Pendidikan nilai tanggung jawab, bijaksana, kritis, sederhana, dan menghargai uang sering diperoleh siswa melalui pengaruh sekolah.
- c. Pendidikan nilai yang diperoleh siswa melalui pengaruh teman sebaya masuk kategori cukup baik. Pendidikan nilai tanggung jawab, bijaksana, teliti, toleransi sosial, keadilan, sederhana, kritis, dan menghargai uang sering diperoleh siswa melalui pengaruh teman sebaya.

- d. Pendidikan nilai yang diperoleh siswa melalui pengaruh media massa masuk kategori cukup baik. Pendidikan nilai tanggung jawab, bijaksana, teliti, toleransi sosial, kritis, dan menghargai uang sering diperoleh siswa melalui pengaruh media massa.

3. Pengaruh Perolehan Pendidikan Nilai Melalui Lingkungan untuk Pembentukan Karakter Siswa

- a. Peningkatan pembentukan karakter siswa terwujud jika perolehan pendidikan nilai secara bersama-sama melalui lingkungan keluarga, sekolah, teman sebaya dan media massa baik
- b. Peningkatan pembentukan karakter siswa terwujud jika perolehan pendidikan nilai melalui pengaruh keluarga baik.
- c. Peningkatan pembentukan karakter siswa tidak terwujud jika perolehan pendidikan nilai melalui pengaruh sekolah buruk.
- d. Peningkatan pembentukan karakter siswa terwujud jika perolehan pendidikan nilai melalui pengaruh teman sebaya baik.
- e. Peningkatan pembentukan karakter siswa terwujud jika perolehan pendidikan nilai melalui pengaruh media massa baik.
- f. Variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap pembentukan karakter siswa adalah variabel pendidikan nilai yang diperoleh siswa melalui keluarga.

B. Implikasi

- a. Nilai merupakan realitas abstrak hanya dirasakan dalam diri seseorang sebagai daya pendorong dalam hidup, maka perlunya pembelajaran nilai diberikan sejak dini dengan secara sadar dirancang dan dikelola secara eksplisit (terencana), terfokus dan komprehensif sehingga dalam proses pembelajaran terjadi proses pembentukan karakter yang baik dapat terwujud.
- b. Menjadikan keluarga atau orang tua sebagai konteks aktif dan fungsional pembelajaran nilai yang kondusif bagi anak-anaknya dalam membangun pembentukan karakter. Perlunya mengupayakan peningkatan kesadaran nilai kehidupan konsumen dan kebermaknaan nilai sampai dapat menginternalisasi pada anak melalui nasehat, keteladanan, diskusi, bermain peran, dan partisipasi dalam kegiatan-kegiatan peristiwa berkonsumsi yang ada di sekitar kehidupan sehari-hari.

- c. Jika akan meningkatkan pendidikan karakter di sekolah agar lebih efektif , maka perlunya perancang kurikulum untuk mewujudkan kurikulum yang didesain khusus, tidak dibiarkan saja muncul dengan sendirinya. Wujud kurikulum yakni memasukkan sub bab aktivitas refleksi pemaknaan nilai pada setiap materi pelajaran yang terkait.
- d. Jika akan mengembangkan strategi pembelajaran untuk memenuhi target kurikulum tanpa melupakan tugasnya sebagai pendidik termasuk mengembangkan strategi pembelajaran nilai, maka perlunya pelatihan kreativitas dalam merancang isi pembelajaran, strategi pembelajaran, bentuk mengajar, dan evaluasi.
- e. Jika akan meningkatkan penghayatan nilai secara afektif sampai ada satu peristiwa batin yang terjadi dalam diri siswa yaitu munculnya keinginan yang sangat kuat (tekad) untuk mengamalkan nilai, maka perlunya perancang mengembangkan strategi pembelajaran nilai yang dilengkapi dengan lembar kerja siswa. Lembar kerja siswa dapat merupakan hasil dari kegiatan diskusi kelompok, bermain peran, berpartisipasi dalam kegiatan sosial.
- f. Jika akan meningkatkan internalisasi nilai kehidupan dibenak siswa dalam pembelajaran nilai di sekolah, maka perlunya diciptakan strategi pembelajaran nilai secara kolaboratif sebagai mediasi teman sebaya dalam memaknai nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam materi pembelajaran.
- g. Jika akan meningkatkan pendidikan karakter, maka perlunya orang tua, dan pembuat kebijakan untuk melibatkan anak ke kelompok organisasi pemuda baik dalam sekolah maupun luar sekolah, misalnya osis, pramuka, PMR, pecinta alam dan lain sebagainya. Kelompok luar sekolah misalnya karang taruna, marching band, komunitas-komunitas kreatif yang berkegiatan positif.
- h. Jika akan meningkatkan kesadaran nilai-nilai kehidupan konsumen, maka perlunya peningkatan kualitas interaksi antara anak-anak dengan orang tua dalam beragam bentuk dan cara perilaku berkonsumsi yang bijaksana.
- i. Jika akan meningkatkan pendidikan karakter melalui media massa, maka perlu nya;
1) memperbanyak akses ke bacaan yang memberikan kontribusi terhadap pendidikan nilai, 2) meningkatkan jumlah pengarang sastra anak yang memberikan kontribusi terhadap pendidikan nilai, 3) meningkatkan jumlah produser film kartun dan film anak-anak yang memberikan kontribusi terhadap pendidikan nilai, 4) melakukan pengawasan media oleh komisi atau LSM yang peduli pendidikan agar pengaruh negatif dapat ditangkal.

- j. Jika akan meningkatkan pendidikan nilai tentang sistem nilai kehidupan melalui media massa agar efektif dan efisien dalam membentuk karakter remaja, maka perlunya diciptakan iklim yang kondusif dan harmonis dalam mempromosikan pembelajaran nilai-nilai kehidupan. Pembelajaran nilai yang secara gencar dipromosikan oleh media massa yang dikemas dengan baik dengan menggunakan tokoh idola kaum remaja umumnya akan berdampak positif untuk mendorong pembentukan karakter remaja. Hal ini sesuai dengan perubahan aspek fisik, sosial maupun psikologis pada anak remaja awal, akan bermuara pada upaya untuk menemukan jati diri yang ingin kehadirannya diakui sebagai bagian dari kelompok sebaya mereka. Demi pengakuan tersebut remaja sering bersedia melakukan berbagai upaya agar sesuai dengan tuntutan komunitas sosial mereka.

C. Saran

Untuk meningkatkan kualitas pembentukan karakter siswa melalui pendidikan nilai tentang sistem nilai kehidupan konsumen secara kondusif dan optimal, maka disarankan upaya-upaya antara lain :

1. Meningkatkan kekuatan kesadaran diri guru untuk selalu dengan rela menanamkan pendidikan nilai secara terus menerus dengan mengaitkan nilai secara terstruktur pada materi pelajaran yang didesain dalam satuan acuan pembelajaran, tanpa harus adanya instruksi dari pimpinan.
2. Pimpinan sekolah secara terus menerus memantau dan menyadarkan para guru untuk selalu menanamkan nilai kepada siswa pada setiap memberikan materi pelajaran.
3. Mewujudkan pendidikan karakter di sekolah dalam kurikulum (didesain khusus) tidak berarti harus dalam bentuk mata pelajaran tapi bisa di luar mata pelajaran. Menggunakan intervensi yang disengaja seperti pemberian buku cerita tentang pembelajaran nilai di luar pelajaran dan pemberian tugas yang didesain khusus.
4. Memperbanyak bentuk-bentuk pelatihan kreativitas guru dalam mengembangkan pembelajaran nilai mulai dari isi materi, strategi pembelajaran dan merencanakan skenario pembelajarannya yang akan diintegrasikan melalui materi pelajaran agar efektif dan bermakna bagi siswa.
5. Memasukkan dalam kurikulum dan buku pegangan siswa suatu aktivitas refleksi nilai yang memaksa keterlibatan guru dan siswa. Misalnya, siswa diminta untuk merefleksikan pengalaman nilai yang pernah dilakukannya dengan menuliskannya pada lembar kerja siswa. Dengan demikian gurupun dapat melakukan kegiatan

refleksi melalui jawaban-jawaban hasil refleksi siswa tersebut. Contoh-contoh kegiatan refleksi lainnya dapat dilihat dalam lampiran 7.

6. Merancang pembelajaran nilai dengan menggunakan strategi pembelajaran kolaboratif para siswa sebagai mediasi teman sebaya agar lebih efektif untuk memaknai nilai-nilai kehidupan yang ditanamkan karena sesuai dengan karakteristik remaja awal.
7. Guru mempunyai peluang yang lebih banyak untuk mengintegrasikan pendidikan karakter dalam mata pelajarannya dan memilih buku ajar yang sesuai untuk maksud ini, dengan diterapkannya Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP).
8. Menggunakan pendidikan nilai yang diintegrasikan dalam setiap materi pembelajaran, sebagai salah satu aspek kriteria penilaian sertifikasi guru dalam menyandang predikat guru yang profesional.
9. Mendayagunakan pengarang buku mata pelajaran untuk menganalisis materi buku tentang muatan nilai-nilai kehidupan yang terkandung di dalam materi pelajaran, sehingga dapat ikut berperan dalam penanaman pembelajaran nilai kepada siswa untuk terciptanya pembentukan karakter siswa.
10. Melibatkan anak pada kelompok organisasi yang baik dan sehat baik dalam sekolah (osis, pramuka, PMR, pecinta alam) maupun di luar sekolah (karang taruna, komunitas kreatif yang berkegiatan positif), untuk memudahkan dalam pembinaan.
11. Menjadikan keluarga sebagai wahana iklim pembelajaran nilai dengan menciptakan lingkungan yang kondusif dan harmonis bagi pembentukan karakter anak, perlu terus ditingkatkan dan dikembangkan.
12. Keluarga/orang tua harus mengawasi dan mengenal secara pribadi teman bergaul anaknya.
13. Merancang pembelajaran nilai untuk pendidikan karakter anak secara terstruktur pada kelompok karang taruna pada anak usia teman sebaya, karena merupakan kelompok kritis dan interaksi mempengaruhinya sangat intens, sehingga perlu ditingkatkan secara intensif penanaman norma-norma keteladanan.
14. Mendayagunakan media massa untuk mempromosikan secara gencar pembelajaran nilai-nilai kehidupan pada materi tayangan atau materi artikel dengan pengemasan yang sesuai dengan karakteristik remaja yang selalu meniru sesuatu yang diidolakan oleh remaja.

15. Meningkatkan pengawasan media dari komisi atau LSM yang peduli pendidikan, tentang kesesuaian isi tayangan/artikel di media massa perlu diperhatikan agar pengaruh negatif dapat ditangkal.
16. Memperbanyak akses bacaan/tayangan yang mendidik, memperbanyak pengarang sastra anak, dan memperbanyak produser film-film anak-anak dan kartun.
17. Meningkatkan produksi buku-buku cerita untuk pendidikan moral setelah ada penelitian lanjutan yang mendukung keefektifan penggunaan buku cerita.
18. Para peneliti lain lebih giat mengeksplorasi variabel-variabel lain untuk mengungkap pendidikan nilai.

DAFTAR PUSTAKA

- Anastasi, Anne. (1982). *Psychological testing*. New York: MacMillan Publishing Co.
- Bannister, R. (1996). Consumer education in the United States: A historical perspective. Artikel. Diambil pada tanggal 17 September 2002, dari <http://emich.edu/coe/monday/mr> 231.html.
- Baswedan, A. R (Mei, 2002). Konsumerisme, visi hidup dan pendidikan dalam Keluarga, *Jurnal Kependidikan*, Nomor 1 Tahun XXXII.
- Berk, L.E. (1993). *Infants, children and adolescence*. Needham Heights. MA:Allyn & Bacon.
- Bimo Walgito. (1993). *Pengantar psikologi umum*. Yogyakarta: Andi Ofset.
- Darmanto, (2Juni 2002). Semangat jalan pintas langsung enak. *Kompas*. p.8.
- Dasman Lanin (2004). Pengaruh nilai, moral, dan tradisi terhadap perilaku siswi di Diniyah Putri Padang Panjang. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 10, 050, 652-669.
- Elias,J.L. (1989). *Moral education: Secular and religious*. Florida: Robert E. Krieger Publishing Co., Inc.
- Elkind, D.H. & Sweet, F. How to do character education. Artikel. Diambil pada Tanggal 11 April 2005, dari <http://www.goodcharacter.com/Article-4.html>.
- Fishbein. (1978). *Medical and health encyclopedia*. West Port: Stuttman Co, 1, 46-60.
- Hardjana, A. (1996). *Perilaku konsumtif masyarakat kota di negara berkembang*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Hasan Shadily. (1990). *Ensiklopedi Indonesia*. (indeks- 7). Jakarta: Ichtiar Baru Van Hove.
- Hersh, R.H., Miller, J.P. & Fielding, G.D. (1987). *Model of moral education: an Appraisal*. New York: Longman, Inc.
- Knapp, J. P. (1991). The Benefits of Consumer Education A Survey Report. *Publication*. Artikel. Diambil pada tanggal 15 Agustus 2002, dari <http://Search.thegate> way.org/query.html.
- Kaswardi, E.K. (1993). *Pendidikan Nilai Memasuki tahun 2000*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Kerka, S. (1993). Consumer education for high school students. *Trend and Issues* Artikel. Diambil pada tanggal 17 September 2002, dari <http://eric.uoregon.edu/trendsissues/choice/selected/abstracted/research.html>.

- Kirschenbaum, H. (1995). *Enhance values and morality in schools and youth Settings*. Boston: Allyn and Bacon.
- Lewis, B. A. (2004). *Character building untuk remaja*. (Terjemahan Arvin Saputra & Lyndon Saputra). New York: Publishing Group. (Buku asli diterbitkan 1987).
- Lickona, T. (1992). *Educating for character, how our schools can teach respect respect and responsibility*. New York: Bantam Books.
- Mar'at. (1982). *Sikap manusia dan perubahan serta pengukurannya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Monks, F.J., Knoers, A.M.P., Haditono, S.R. et al. (2002). *Psikologi perkembangan pengantar dalam berbagai bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Myers, D.G. (1999). *Social Psychology* (edisi ke-6). New York: McGraw-Hill.
- Newcomb, T. et al. (1985). *Psikologi Sosial*. Bandung: Cv. Diponegoro.
- Norton, G.R. (1977). *Parenting*, Englewood Cliffs: Prentice Hall, Inc.
- Papalia, D.E, & Wendkos-Olds, S. (1998). *Human Development*. New York: McGraw-Hill.
- Rest, J.R. (1992). Komponen-komponen utama moralitas. Dalam Kurtines, W.M & Gerwitz, J. L. (pnyt). *Moralitas, perilaku moral, dan perkembangan moral: 37-69*. Terj. Soelaeman .M.I. & Dahlan, M.D. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Rice, F.P. (1993). *The adolescence* (edisi ke-6). Needham Height, MA: Allyn & Bacon.
- Riswanto, I. (17 April 1997). Hati-hati Menghadapi Taktik Penjual. *Kompas*, p. 9.
- Rohmat Mulyana. (2004). *Mengartikulasikan pendidikan nilai*. Bandung: Alfabeta.
- Saifuddin Azwar. (1995). *Sikap manusia tori dan pngukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Santoso, Slamet Imam. (1984). *Pembinaan watak tugas utama pendidikan*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Santrock, J.W. (1998). *Adolescence* (edisi ke 7). New york: McGraw-Hill.
- Solomon, M.R. (1999). *Consumer Behavior* (edisi ke-4). Upper saddle River, NJ: prentice Hall, Inc.
- Sri Wening, (1998). Pola kesadaran konsumen bagi mahasiswa PKK dalam penerapannya di kehidupannya sehari-hari. *Laporan Penelitian*. Yogyakarta: Lemlit IKIP.
- Steinberg, L. (1993). *Adolescence*. Third Edition, New York: McGraw - Hill, Inc.

- Strom, T. (2002). Celebrating the character building aspects of agricultural education in school and community. *The Agricultural Education Magazine*. 75, Iss. 1; pg. 6. 2 pgs.
- Sudarminta. (2002). Pendidikan dan pembentukan watak yang baik. Dalam Tilaar. *Pendidikan untuk masyarakat Indonesia Baru*. 455-459 Jakarta: Grasindo.
- Sulistyo Herawati. (1990). *Hubungan lingkungan keluarga, teman sebaya dan media massa dengan pola hidup konsumtif siswa SMA Yogyakarta*. Tesis Magister, tidak diterbitkan, IKIP Yogyakarta.
- Suparno. (2002). *Pendidikan budi pekerti di sekolah: Suatu Tinjauan Umum*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Supriyoko. (1996). Pengaruh lingkungan sekolah, lingkungan luar sekolah serta media massa terhadap kenakalan siswa SMA se kota madya Yogyakarta. *Laporan Penelitian*. Yogyakarta: Sarjanawiyata.
- Tantri. (1995). *Gerakan organisasi konsumen*. Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.
- Topatimasang, R. (1990). *Menggeser neraca kekuatan*. Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen.
- Wynne, E.A. (1991). Character and academics in the elementary school. In J.S. Benninga (ed) *Moral Character, and Civic Education in the Elementary School*. New York: Teachers College Press.
- Wynne, E., & Walberg, H. (1984). *Developing character: Transmitting knowledge*. Posen, IL: ARI. Diambil pada tanggal 9 April 2005, dari <http://www.wilderdom.com/character.html>.
- Zamroni, (1992). *Pengantar pengembangan teori sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Zebua, A. S. (Desember, 2001). Hubungan antara konformitas dan konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri, *Phronesis*, Vol 3, No, 72-82.