

Upaya Majalah Bobo dalam Pembentukan Karakter Bangsa bagi Anak-Anak, 1973-1998

Yusinta Sekar Ayuningtyas dan Mahendra Pudji Utama

Departemen Sejarah Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Sudarto, Semarang, Jawa Tengah – Indonesia

*yusintasa@gmail.com

Abstract

This study explains the efforts of Bobo Magazine in the formation of educational character for Indonesian children. Bobo Magazine was founded under the auspices of Kompas Gramedia, previously it was come from Tineke's who accidentally saw Bobo Magazine for the first time at a bus stop in the Netherlands, to conducting negotiations for Bobo Magazine to be published in Indonesia as the first Indonesian color children's magazine. Bobo Magazine has played a role in shaping the character of Indonesian children through the rubric. Since the beginning, it has been presented stories that reveal Indonesian cultural identity. Using the historical method, this article analyzes the content of Bobo Magazine which has a motto, Friends to Play and Learn. It means that Bobo Magazine helps children to build their character through reading the magazine. Bobo Magazine always provides varied, innovative, and educational rubrics according to the demands of the time spirit.

Keywords: Bobo Magazine; Educational Character; Children; Media.

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk menjelaskan upaya Majalah Bobo dalam pembentukan pendidikan karakter bagi anak-anak di Indonesia. Majalah Bobo didirikan di bawah naungan Kompas Gramedia, mulai dari ketidaksengajaan Tineke yang melihat Majalah Bobo untuk kali pertama di halte bus di Belanda, hingga terjadi negosiasi agar Majalah Bobo bisa terbit di Indonesia sebagai majalah anak berwarna pertama. Majalah Bobo telah berperan dalam pembentukan karakter anak Indonesia melalui rubrik yang mereka sediakan. Sejak awal, Majalah Bobo hadir di Indonesia, konsisten menyajikan cerita yang menampilkan identitas kebudayaan Indonesia. Dengan menggunakan metode sejarah, artikel ini bertujuan untuk menganalisis konten-konten dalam Majalah Bobo. Majalah Bobo memiliki motto yaitu *Friends to Play and Learn* yang artinya Majalah Bobo membantu pembentukan karakter pada anak melalui membaca majalah anak. Untuk mengemban motto tersebut, Majalah Bobo selalu menyediakan rubrik yang variatif, inovatif, dan edukatif sesuai tuntutan semangat zaman.

Kata kunci: Majalah Bobo; Pendidikan Karakter; Anak; Media.

Pendahuluan

Pendidikan karakter memberikan andil yang penting dalam pembentukan kepribadian seseorang. Oleh karena itu, pendidikan karakter sebaiknya diberikan sejak usia dini yang merupakan masa krusial dalam pembentukan kepribadian anak. Hal-hal yang telah dipelajari pada masa kanak-kanak akan memengaruhi pertumbuhan dan perkembangan sikap serta pola pemikiran mereka pada masa-masa selanjutnya. Pendidikan karakter pada anak usia dini dapat mengantarkan anak pada kematangan dalam mengolah emosi dan hal ini merupakan bekal yang sangat berharga bagi mereka untuk menyongsong masa depan yang penuh dengan tantangan (Cahyaningrum, et al, 2017, p. 206).

Pembentukan karakter anak dimulai dalam keluarga melalui interaksi dengan orang-orang terdekat yaitu anggota keluarga itu. Dalam perkembangan, pembentukan karakter anak berlangsung melalui pendidikan mulai dari tingkat dari Taman Kanak-kanak (TK), Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP) sampai Sekolah Menengah Atas (SMA). Sekolah dalam hal ini berperan penting dalam pembentukan karakter anak melalui peranan guru yang sangat dominan. Tujuan utama pendidikan adalah menghasilkan kepribadian manusia yang matang secara intelektual, emosional, dan spiritual. Sekolah sebagai lembaga pendidikan memiliki tanggung jawab moral untuk mendidik anak menjadi pintar dan cerdas sesuai dengan harapan orang tua dan masyarakat. Peranan guru sangat strategis dalam pembentukan karakter anak karena guru tidak hanya bertugas mengajar, tetapi juga mendidik. Sebagai pendidik, guru bertugas untuk membantu anak didik untuk mendapatkan pengetahuan yang bermanfaat bagi masa depan mereka serta memiliki karakter dan kepribadian yang baik sesuai dengan tujuan pendidikan yaitu mengembangkan potensi peserta didik untuk memiliki kecerdasan, kepribadian, dan akhlak yang mulia.

Sejalan dengan kemajuan teknologi informasi, pembentukan karakter anak pada usia sekolah juga ditunjang dengan keberadaan media massa baik media massa cetak seperti majalah dan surat kabar maupun media massa elektronik seperti radio dan televisi. Bahkan, sejak akhir tahun 1990-an, media massa di Indonesia semakin berkembang dengan adanya media massa yang berbasis teknologi internet. Tentu saja tidak semua media massa itu dapat digunakan sebagai media untuk mendukung pembentukan karakter anak. Hal ini karena bisnis media massa sering kali dipengaruhi oleh kepentingan ideologi dan perhitungan untuk keuntungan finansial yang sebesar-besarnya. Oleh karena itu, tidak semua media massa dapat digunakan sebagai sarana untuk mendukung pendidikan karakter anak-anak. Media massa yang dapat memenuhi kebutuhan ini perlu memenuhi persyaratan tertentu, antara lain mempunyai substansi atau kandungan informasi yang dapat mendorong anak-anak untuk belajar dan dapat menjadi inspirasi bagi mereka untuk meneladani sifat-sifat yang baik melalui contoh-contoh yang sederhana. Disamping itu, media massa itu juga didistribusikan secara kontinyu, relatif mudah diakses, dan dikemas dalam format yang menarik sesuai dengan tingkat perkembangan pemikiran dan sifat anak-anak. Salah satu bentuk media massa, khususnya media massa cetak, yang memenuhi persyaratan itu sehingga kemudian digunakan sebagai sarana untuk mendukung pendidikan karakter anak-anak di Indonesia adalah majalah anak-anak.

Pada masa Orde Baru cukup banyak majalah anak-anak yang digunakan sebagai media untuk mendukung pendidikan karakter anak-anak Indonesia, antara lain *Si Kuncung*, *Bobo*, *Ganesha*, dan *Aku Anak Shaleh*. Salah satu di antara majalah anak-anak itu yang cukup populer dan dikaji lebih lanjut dalam artikel ini adalah *Majalah Bobo*. *Majalah anak-anak* ini berasal dari negeri Belanda, yang memiliki nama yang sama dan diterbitkan setiap bulan sekali oleh penerbit Malmberg. Di Indonesia, *Majalah Bobo* semula merupakan halaman anak-anak yang diberi nama *Sudut Bobo* dan diterbitkan seminggu sekali dalam surat kabar *Kompas* pada tahun 1971 hingga awal tahun 1973. *Majalah Bobo* terbit di Indonesia pertama kali pada 14 April 1973, di bawah naungan *Kompas Gramedia*. Sejak pertama kali diterbitkan di Indonesia sampai 1974, isi *Majalah Bobo* sepenuhnya diadaptasi dari *Majalah Bobo* Belanda. Namun, sejak 1975 isi *Majalah Bobo* sepenuhnya bersumber dari cerita-cerita dalam masyarakat Indonesia (Amna, 2016, p. 4).

Sejak diterbitkan *Majalah Bobo* digemari oleh anak-anak karena majalah ini merupakan majalah anak-anak pertama di Indonesia yang menyajikan gambar-gambar berwarna. Kehadirannya juga mudah dikenali melalui maskot utamanya yang bernama *Bobo*, yaitu seekor kelinci yang menyerupai manusia. *Majalah* ini menjadi media untuk menyampaikan nilai-nilai yang penting bagi pembentukan karakter anak dalam cara yang mudah dipahami melalui komik, cerita pendek, cerita bersambung maupun cerita jenaka yang didukung dengan ilustrasi yang menarik. Dengan cara itu *Majalah Bobo* telah banyak berperan dalam memajukan minat baca dan kreativitas anak Indonesia dan menjadi majalah yang

merepresentasikan anak-anak ("Profil Majalah Bobo", 2019). Jumlah oplah majalah anak-anak ini terus meningkat. Pada tahun 1975 oplahnya mencapai 50.000 eksemplar, dan pada akhir tahun 1990 telah mencapai 350.000 eksemplar (Nugraha, 2017, p. 24).

Sejak mulai terbit, Majalah Bobo mempunyai visi ikut mencerdaskan bangsa dengan memberi bacaan yang menghibur, sehat, dan bermanfaat dalam proses pertumbuhan dan perkembangan anak-anak. Itu pula sebabnya Majalah Bobo mempunyai slogan Teman Bermain dan Belajar. Dengan demikian Majalah Bobo turut membantu proses pengembangan keterampilan, pengetahuan, dan kreativitas anak-anak, mengajak dan melatih mereka untuk berpikir logis dan bernalar, peka terhadap sesama, menghargai keragaman, dan hidup yang bermartabat (Amna, 2016, p. 4). Peranan Majalah Bobo dalam pendidikan karakter khususnya bagi anak-anak menjadi semakin penting ketika pada tahun 1976 terbit Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 3 tahun 1976 tentang Program Bantuan Pembangunan Sekolah Dasar (Tahap Kedua), Tahun 1976/1977. Dalam Inpres tersebut dinyatakan bahwa pemerintah memberikan bantuan dana pembangunan dengan menggunakan dana APBN tahun 1976/1977 yang dilengkapi dengan penyediaan buku bacaan kanak-kanak untuk perpustakaan Sekolah Dasar (Instruksi Presiden, 1976).

Sejak akhir masa Orde Baru terjadi perubahan penting berkaitan dengan berkembangnya media baru untuk menyampaikan cerita anak-anak. Pada saat itu muncul film-film animasi yang berbasis cerita rakyat seperti *Bawang Merah dan Bawang Putih*, *Timun Mas*, dan *Petualangan Si Kancil* (Sejarah Singkat Animasi Indonesia, 2019). Berkembangnya film-film animasi yang berbasis cerita rakyat merupakan perkembangan baru dan memengaruhi terjadinya penurunan minat anak-anak terhadap majalah anak-anak termasuk Majalah Bobo, meskipun menurut Ariska Prasetyanawati secara umum minat terhadap Majalah Bobo masih cukup tinggi (Prasetyanawati, 2012, p. 20).

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode sejarah. Metode sejarah adalah proses menguji dan menganalisis secara kritis rekaman dan peninggalan masa lampau. Metode sejarah mencakup empat langkah yaitu heuristik, kritik ekstern dan intern, interpretasi, historiografi atau rekonstruksi (Gotschalk, 1994, p. 32).

Heuristik adalah kegiatan mencari dan mengumpulkan sumber-sumber sejarah baik sumber primer maupun sekunder. Sumber primer adalah sumber yang kesaksian dari pada seorang saksi dengan mata kepala sendiri atau saksi dengan panca indra yang lain, atau dengan alat mekanis seperti diktafon, yakni orang atau alat yang hadir pada peristiwa yang diceritakannya. Sementara itu sumber sekunder adalah kesaksian daripada siapapun yang bukan merupakan saksi pandangan mata, yakni dari seseorang yang tidak hadir pada peristiwa yang dikisahkannya (Gotschalk, 1994, p. 35). Sumber primer untuk kepentingan penelitian antara lain berupa Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) Majalah Bobo, AD/ART Majalah Bobo, notulensi rapat redaksi, rubrik-rubrik dalam Majalah Bobo yang diterbitkan pada periode 1973-1998, dan terbitan pemerintah pada masa Orde Baru yang berkaitan dengan pendidikan karakter di SD dan program bantuan penyediaan bacaan anak-anak untuk SD. Sumber primer ada di bagian kearsipan Kompas dan Majalah Bobo serta Arsip Nasional Republik Indonesia. Sementara itu sumber sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa buku, hasil penelitian yang belum dipublikasikan, artikel jurnal, dan artikel surat kabar yang berkaitan dengan bacaan anak-anak, pendidikan karakter, dan perkembangan anak. Sumber sekunder akan dikumpulkan dari berbagai perpustakaan di lingkungan Universitas Diponegoro maupun universitas lain, Perpustakaan Daerah Jawa Tengah, dan Perpustakaan Nasional Republik Indonesia.

Heuristik juga dilakukan untuk mendapatkan sumber lisan. Pengumpulan sumber lisan melalui wawancara sejarah lisan. Wawancara sejarah lisan merupakan wawancara yang isinya diharapkan untuk dipergunakan pada masa yang akan datang oleh para

peneliti, karena itu, ruang lingkup mereka harus lebih luas daripada yang dibutuhkan untuk pemakaian langsung atau khusus (Baum, 1982, p. 1). Wawancara sejarah lisan akan dilakukan dengan para informan yang terdiri atas anggota redaksi Majalah Bobo, guru-guru TK dan SD, dan orang tua yang berlangganan Majalah Bobo untuk anak mereka.

Langkah selanjutnya adalah kritik sumber, yaitu menilai dan menguji sumber-sumber sejarah yang telah dikumpulkan. Kritik sumber terdiri atas kritik ekstern dan kritik intern. Kritik ekstern bertujuan untuk otentisitas atau keaslian sumber, sedangkan kritik intern bertujuan untuk mendapatkan fakta-fakta yang kredibel atau dapat dipercaya (Gottschalk, 1994, p. 95). Setelah dilakukan kritik sumber, kegiatan selanjutnya adalah interpretasi. Interpretasi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk menetapkan hubungan antara fakta-fakta sejarah yang telah diperoleh berdasar prinsip kronologis dan hubungan sebab-akibat. Interpretasi juga menyangkut proses seleksi fakta sejarah. Tidak semua fakta sejarah itu dapat dipergunakan. Hal ini tergantung pada sudut pandang sejarawan, dan dengan demikian interpretasi juga berhubungan dengan masalah subjektivitas dalam sejarah (Gottschalk, 1994, p. 95).

Langkah terakhir dalam metode sejarah adalah historiografi atau rekonstruksi. Historiografi disajikan dalam bentuk tulisan tentang kisah sejarah yang utuh dan dapat dipahami (Gottschalk, 1994, p. 35). Historiografi dalam konteks penelitian ini adalah mengenai peranan Majalah Bobo sebagai media pendidikan karakter anak-anak di Indonesia.

Berawal dari Sudut Bobo hingga Menjadi Majalah Bobo

Kehadiran Majalah Bobo di Indonesia, bermula dari sosok Tineke Latumeten. Ia adalah seorang wartawan Kompas yang sering mendapatkan tugas ke Belanda. Pada awal tahun 1970-an, saat di halte bis di kota Rotterdam, ia menemukan sobekan halaman Majalah Bobo yang menarik perhatiannya. Ia pun mencari alamat Majalah Bobo Belanda tersebut di Bobo Postbus 380 Hertogenbosch, pinggiran kota Amsterdam (Kussussani Prihatmoko, Wawancara, 8 Oktober 2019). Kemudian Tineke Latumeten minta persetujuan ke redaksi Bobo Belanda agar diizinkan untuk terbit di Indonesia karena Tineke ingin meningkatkan minat baca pada anak Indonesia melalui majalah anak yaitu Majalah Bobo. Sebelum itu ia juga harus meminta persetujuan pada pemilik saham mayoritas Bobo Belanda yaitu CV. Oberon BV yang berlokasi di Ceylondpoort, 5-25, kota Haarlem. Setelah terjalannya proses negosiasi, akhirnya diizinkanlah cerita Bobo untuk terbit di Indonesia. Saat itu yang diizinkan adalah cerita Bobo boleh diterbitkan di Indonesia yang tujuannya untuk menambah keragaman bacaan anak di kolom anak harian Kompas dengan judul Sudut Bobo yang terbit setiap hari Sabtu. Sudut Bobo menampilkan cerita bergambar atau cergam setiap minggunya, ada cergam Keluarga Bobo, Cergam Bona dan Rongrong, cergam Husein, Asta dan Paman Kikuk dan cergam Negeri Dongeng. Hubungan persahabatan antara Tineke Latumeten dengan pihak redaksi dan penerbit Majalah Bobo Belanda sangat memudahkan proses perizinan (Amna, 2016, p. 91).

Kemunculan awal Majalah Bobo ini berasal dari negeri kincir angin yaitu Belanda, dengan nama yang sama dan diterbitkan secara bulanan oleh penerbit Malmberg. Di Indonesia majalah ini berada dalam naungan Kompas Gramedia dan terbit seminggu sekali, setiap hari Sabtu pada harian Kompas di halaman yang bernama Sudut Bobo. Majalah Bobo banyak berperan penting dalam memajukan minat baca dan kreativitas anak Indonesia. Konten yang disajikan beragam mulai dari cergam, komik, cerpen, hingga cerbung dengan ilustrasi menarik. Kehadirannya dikenal oleh masyarakat sebagai majalah dengan maskot utamanya bernama Bobo yaitu seekor kelinci yang menyerupai manusia (Kussussani Prihatmoko, Wawancara, 8 Oktober 2019).

Majalah Bobo diterbitkan pada tanggal 14 April 1973. Pada tahun tersebut jumlah majalah anak sangat terbatas sedangkan permintaan untuk konten anak edukatif sangat

tinggi. Selain Tineke, ada satu tokoh yang berjasa dalam menguatkan pondasi awal Bobo, yaitu Adi Subrata. Saat itu Adi Subrata menjabat sebagai Wakil Pemimpin Redaksi Majalah Bobo, berkat Adi Subrata Majalah Bobo mempunyai arahan tersendiri yang sesuai dengan visi misinya yaitu menerbitkan majalah yang beretika untuk anak Indonesia. Sesuai dengan moto yaitu Teman Bermain dan Belajar, redaksi Bobo selalu berusaha berpegang teguh terhadap itu (Kussussani Prihatmoko, Wawancara, 8 Oktober 2019). Meskipun ada sesuatu hal yang mencuri perhatian anak terhadap suatu fenomena, redaksi selalu berusaha menyesuaikan dengan moto Bobo tersebut.

Majalah Bobo adalah majalah hiburan, pelajaran, fiksi, dan entertainmen terkemuka di pasar. Bobo memposisikan diri sebagai anak bermain hingga teman belajar, dan karakter Bobo adalah tokoh paling menonjol bagi pembaca muda. Majalah Bobo menyajikan berbagai macam rubrik inspiratif yang menarik dan edukatif bagi pembacanya. Visi dan Misi Majalah Bobo adalah ("Buku Panduan Keredaksian Majalah Bobo, p.1).

Dengan visi dan misi, Majalah Bobo membangun karakteristik pembacanya yang merupakan anak laki-laki dan perempuan yang suka membaca, serta memiliki rasa ingin tahu yang tinggi sehingga suka bersosialisasi. Walaupun gaya dan penampilannya selalu berbeda mengikuti perkembangan zaman, visi dan misi Majalah Bobo tetap sama. Majalah Bobo selalu mengutamakan menjadi teman bermain dan belajar anak. Dan selalu tampil aktual dalam menyambut masa yang datang. Sesuai dengan moto Teman Bermain dan Belajar.

Bobo di tahun 1973 tidak memiliki kisah yang berarti karena dari segi persaingan dengan sesama majalah anak. Karena pada tahun 1973 Majalah Bobo pencapaian oplahnya sekitar 50 ribu eksemplar setiap terbit, edisi perdana Bobo pun ludes habis dibeli oleh pembaca, maka dari itulah Majalah Bobo sudah dianggap merajai bisnis majalah anak-anak saat itu (Astrinita, p. 37). Bobo sangat beruntung bisa berjaya di awal berdiri dengan kondisi minat baca serta ketersediaan wadah bacaan anak yang sangat minim. Pada tahun 1973-1980 isi dalam Majalah Bobo adalah: Hai Apa kabar?, cergam Bobo, cergam paman kikuk, tebak sampai dapat, sejarah nusantara, corat- coret, cergam negeri dongeng, sayembara bobo, cerita rakyat dunia dan cergam bona dan rong-rong (Majalah Bobo, 1975).

Wajah Baru Majalah Bobo 1980-1998

Pada tahun 1980 isi Bobo secara mayoritas resmi lepas dari pengaruh Belanda. Berkat peran Tineke yang sering ke Belanda, ia berhasil menjalankan negoisasi dengan pihak redaksi disana untuk menjelaskan niat merombak ulang Bobo sesuai dengan karakter Indonesia. Meskipun sempat ada penolakan yang dipicu oleh ketidaksukaan pihak CV Oberon BV terhadap Tineke, tetapi mereka tidak jadi protes. Mereka terkesan dengan penjelasan Tineke karena dengan perubahan yang dilakukan redaksi di Indonesia, menyebabkan jumlah pembaca meningkat. Selain itu kebutuhan setiap negara dari budaya mendidik anak sangat berbeda sehingga situasi negoisasi yang awalnya dingin menjadi cair.

Pada periode 1981 Bobo mulai memperlihatkan wujud aslinya sebagai majalah anak yang dibutuhkan anak Indonesia. Maksudnya adalah dari segi isi dan ilustrasi, sudah terlihat ada perubahan. Pada periode ini redaksi sudah berani keluar dari jalur dengan mengubah karakter tokoh Bobo yang sedikit lebih dewasa. Perubahan yang mencolok terlihat dari pewarnan logo majalah. Redaksi sudah meninggalkan pakem dua warna yang terdiri dari biru dan hitam. Hal tersebut sudah ditinggalkan sejak tahun 1977. Dongeng yang terkenal pada periode ini di Bobo adalah Deni si Manusia Ikan dan Juwita si Penyihir Baik Hati (Amna, 2016, p. 171).

Dari segi isi majalah, redaksi disibukkan dengan memikirkan cerita fiksi seperti cergam dan dongeng, saat itu sudah diharuskan mencari hal-hal yang mendidik dan informatif. Contohnya, informasi suatu kebudayaan daerah tertentu, sejarah kota, hingga tentang flora dan fauna yang dikemas dalam bahasa yang mudah dipahami anak.

Saat itu tim redaksi tidak hanya disibukkan dengan kreatif dalam membuat cerita, tetapi juga harus bisa menulis sebuah informasi yang mendidik dengan sudut pandang anak saat itu. Pada periode ini Bobo sempat menjadi 65 halaman. Setiap periode, penamaan rubrik pasti mengalami perubahan, tetapi maknanya tetap sama. Pada periode ini, redaksi mulai merancang unsur pengetahuan untuk disisipkan pada Bobo. Redaksi sadar, demi memenuhi kebutuhan anak Indonesia unsur fiksi tidak lah cukup. Informasi mengenai cinta tanah air, lingkungan sekitar seperti dunia tumbuhan dan hewan disisipkan dengan menggunakan sudut pandang anak. Disitulah letak kesulitan redaksi dalam mengerjakan penulisan. Pada periode ini, iklan sudah mulai masuk ke Bobo dengan 25 persen halaman. Pada tahun 1980 Bobo sudah mencapai 150 ribu eksemplar. Memasuki tahun 1980 Bobo seperti tidak ada pesaing, hal itu disebabkan majalah Kuncung bangkrut dan Kawanku dan Tom-Tom mulai kesulitan dalam masalah dana (Amna, 2016, p. 102). Majalah Si Kuncung adalah majalah yang menarik perhatian orang tua sebelum muncul Majalah Bobo. Bersama majalah Kawanku dan Tom-Tom, majalah tersebut mengalami kesulitan dalam masalah dana karena perusahaan media anak saat itu belum mengenal istilah mencari investor. Hal yang wajar jika Si Kuncung mengalami kebangkrutan serta Kawanku dan Tom-Tom ikut menuju kebangkrutan di periode 1988. Tetapi pasca krisis di periode tersebut, Kawanku mengalami tahap rekonsiliasi dan berubah segmen menjadi majalah remaja khusus perempuan. Pada tahun 1985, Tineke Latumeten menghimpun redaksi Bobo untuk mencari solusi tersebut. Realisasi dari solusi tersebut diwujudkan dengan cara mengadakan Operet Bobo untuk pertama kali yang bertema, kisah Planet Komersia pada tahun 1988. Kegiatan tersebut adalah kegiatan amal pertama yang diselenggarakan Bobo untuk berinteraksi langsung dengan pembaca. Tujuannya tak lebih dari menunjukkan rasa sosial yang tinggi terhadap lingkungan dalam bentuk interaksi langsung dengan pembaca dan orang tua anak. Kegiatan sosial tersebut berjalan sukses karena Bobo sudah bisa mengambil hati orang tua anak tersebut sehingga tak sulit Bobo untuk mempublikasikan kegiatan ke anak-anak. Selain bisa mengambil hati orang tua dan anak, kegiatan tersebut merupakan wujud dari inovasi redaksi karena saat itu belum ada majalah anak yang lain bisa membuat kegiatan tersebut (Amna, 2016, p. 107).

Pada periode 1990-an, Bobo mengalami proses perubahan situasi dalam hal eksistensi. Selama dua periodisasi terdahulu yang terbilang aman dalam hal eksistensi sebagai majalah anak. Seperti yang sudah dibahas sebelumnya, Bobo terkesan menjadi penguasa tunggal majalah anak akibat dari majalah anak yang lain tidak mampu bersaing dari berbagai aspek. Aspek kemasan, pembaharuan konten, serta promosi yang di tunjang oleh Gramedia Majalah menjadikan majalah anak-anak lain pada tahun 1980-an tak berkutik menghadapi eksistensi Bobo.

Bobo dikejutkan dengan menjamurnya majalah-majalah anak yang siap menjadi kompetitor selama periode 1990-an. Padahal sebelumnya redaksi merasakan dua periode generasi yang tergolong aman. Memasuki periode 1990 menurut informasi dari Eko S. Praptanto bahwa ada sebelas majalah anak yang menjadi kompetitor Bobo. Beberapa majalah yang menjadi pesaing serius *Bobo* yaitu: Siswa, Aku Anak Saleh, Ananda, Ino, Mentari Putra Harapan, NG Kids, Orbit, Bianglala, Girls, dan yang paling fenomenal tabloid Fantasi (Eko S Prapto, Wawancara, 9 Juli 2020).

Memasuki tahun 1990-an, karakter Bobo serta majalahnya berubah haluan khusus anak SD. Saat itu Bobo sudah banyak mengalami perubahan seperti adanya perubahan rubrik seperti, liputan, pengetahuan, dan latihan mengerjakan soal mata pelajaran sekolah. Hal itu berbanding terbalik karena sebelumnya Majalah Bobo hanya berisi cerpen, cergam, mewarnai, dan konten-konten untuk pengembangan motorik halus anak (Kussussani Prihatmoko, Wawancara, 8 Oktober 2019). Contoh kegiatan menunjang motorik halus anak tersebut seperti: merangkai suatu puzzle, seni lipat kertas, dan membentuk suatu bangunan dari potongan-potongan kertas. Pada tahun 1995 banyak stasiun televisi swasta sudah mulai terkenal sehingga ada anggapan pesaing Bobo yang paling berpotensi itu adalah televisi swasta. Fenomena tersebut digunakan oleh redaksi untuk bermitra dengan beberapa pihak

televisi swasta sebagai ajang promosi lewat media elektronik. Langkah tersebut adalah bentuk antisipasi dengan pergerakan majalah Fantasi yang oplahnya sudah melampaui Majalah Bobo. Animo anak-anak sangat besar saat tenarnya televisi swasta, disuguhkan terhadap siaran seperti Satria Baja Hitam, Power Ranger, dan Sailor Moon yang sangat mereka senangi (Praptanto, 1997, p. 49).

Itulah kelebihan dari majalah Fantasi dimana pada tabloid ini mengupas berbagai macam informasi mengenai artis, penyanyi cilik, dan juga tayangan tv yang hits pada masanya. Secara signifikan membuat pembaca Bobo beralih minat dari segi kemasan majalah. Fenomena kemunculan majalah Fantasi pada tahun 1995 sangat membuat panik redaksi. Kepanikan redaksi karena selama 23 tahun Majalah Bobo adalah majalah yang cenderung aman dalam persaingan sesama majalah anak. Hal tersebut yang membuat manajemen khawatir atas pergerakan agresif dari majalah Fantasi. Kenyamanan dan kelangsungan Majalah Bobo merasa diserang habis-habisan oleh keberadaan majalah Fantasi. Peran televisi swasta yang mulanya dianggap batu sandungan oleh redaksi, malah diajak bermitra secara signifikan. Sebuah langkah dari redaksi untuk promosi ke khalayak dan minimal bisa menyaingi pergerakan majalah Fantasi yang sudah menarik minat anak-anak kala itu (Kussussani Prihatmoko, Wawancara, 8 Oktober 2019).

Tujuan bermitra dengan televisi swasta adalah untuk memasarkan Majalah Bobo selain bergantung kepada pihak sirkulasi Gramedia Majalah. Segala informasi yang berhubungan tentang Bobo, seperti info terbaru majalah yang akan terbit, kegiatan sosial yang akan dilakukan hingga, kegiatan operet Bobo selanjutnya juga dipasarkan ke televisi (Eko S Prapto, Wawancara, 9 Juli 2020). Selain kehilangan pembaca, redaksi juga khawatir suatu saat pengiklan tetap Bobo akan beralih ke majalah Fantasi. Bobo juga gencar mencari pengiklan tambahan untuk mengantisipasi hal tersebut. Contoh iklan yang di rekrut Bobo dari kategori minuman anak adalah produk dari Nestle Company yaitu Dancow dan Milo. Selain itu produk Walls seperti es krim Paddle Pop juga tak luput dari incaran Bobo.

Ketika bermitra dengan televisi swasta, sempat ada masukan dan kritikan dari orang tua anak yang di tujukan kepada redaksi. Kritikan yang di dapatkan redaksi karena orang tua anak beranggapan majalah anak bermitra dengan televisi sangat aneh dan tidak cocok. Hal tersebut merupakan bahaya karena siaran di televisi swasta menurut orang tua kala itu belum cukup mendidik. Melihat hal tersebut redaksi memikirkan cara bagaimana bermitra dengan televisi tanpa mengubah haluan dan idealisme Bobo. Membicarakan masalah iklan, Redaksi Bobo memberikan *Standard Operating Procedure* (Prosedur Standar Operasional) sebesar 30 persen halaman yang hanya boleh diisi oleh iklan, dan sekitar 70% konten yang bermanfaat bagi pembaca redaksi Bobo punya pengalaman yang unik. Pihak pengiklan selalu tidak sejalan dengan pihak redaksi, karena bertentangan dengan aturan yang sudah dibuat redaksi Bobo. Contohnya, Bobo mempunyai komposisi dimana 1/3 jumlah halaman adalah khusus iklan yang sudah disediakan. Jika berbicara angka, maka jatah iklan cuma sebesar 30%. Sebenarnya redaksi selalu berdebat dengan pihak iklan karena bersikeras menginginkan 35% halaman. Redaksi selalu mengalah dari iklan saat itu karena memang butuh asupan dana takut pihak iklan akan berpindah ke media lain, namun bila pengiklan ingin 35% halaman, pihak Bobo memberi syarat agar iklan tersebut harus berupa komik atau edugame, dan ada pula pengiklan yang rela antri untuk edisi berikutnya. Permasalahan lebih dari dengan pihak pengiklan ini sebenarnya sudah terjadi dari tahun 1980-an hingga akhir tahun 1990-an.

Pada tahun 1981-1990 isi dalam Majalah Bobo sebagian besar masih sama dengan tahun-tahun awal terbit, namun ada beberapa konten yang berbeda pada tahun 1981-1990 ini yaitu: cergam Deni Si Manusia Ikan, Cerbung, Arena Kecil Tak Disangka, Ensiklo Bobo, Bobosiana, dan Mari Membaca.

Pada tahun 1991-1998 Majalah Bobo sudah fokus untuk anak SD. Sehingga isinya pun sudah sedikit berbeda dengan tahun 1981-1990, walaupun ada beberapa rubrik yang masih dimunculkan di tahun ini, dan berikut adalah tambahan rubrik pada isi majalah edisi tahun

1991-1998 adalah: Apa Yang Ada Di Sekitarmu, Latihan Dirumah dan Cergam Mat Singa Si Raja Hutan.

Nilai-Nilai Pendidikan Karakter Dalam Majalah Bobo

Jika kita tilik dari pengalaman sejarah bangsa, pendidikan karakter sesungguhnya bukan hal baru dalam tradisi pendidikan di Indonesia. Beberapa pendidik Indonesia modern yang kita kenal, seperti R.A. Kartini, Ki Hadjar Dewantara, Soekarno, Hatta, Tan Malaka, Moh. Natsir, telah mencoba menerapkan semangat pendidikan karakter sebagai pembentuk kepribadian dan identitas bangsa sesuai dengan konteks dan situasi yang mereka alami. Kajian cerita anak yang sebagai jenis karya sastra ini harus memuat sejumlah informasi berkaitan dengan nilai-nilai dan jenis-jenis akhlak yang terdapat dalam cerita anak yang pada nantinya dapat dimanfaatkan sebagai sarana pendidikan akhlak (Efendi, 1999).

Kepribadian bangsa terdiri atas beberapa unsur, antara lain: kebudayaan nasional, identitas nasional, etos bangsa, dan nasionalisme. Dalam publikasi Pusat Kurikulum Badan Penelitian dan Pengembangan Kementerian Pendidikan Nasional berjudul Pedoman Pelaksanaan Pendidikan Karakter (2011), telah mengidentifikasi 18 nilai pembentuk karakter yaitu: religius, jujur, toleransi, disiplin, kerja keras, kreatif, mandiri, demokratis, rasa ingin tahu, semangat kebangsaan, cinta tanah air, menghargai prestasi, bersahabat/komunikatif, cinta damai, gemar membaca, peduli lingkungan, peduli sosial dan tanggung jawab. 18 nilai ini merupakan hasil kajian empirik Pusat Kurikulum yang bersumber dari agama, Pancasila, budaya, dan tujuan Pendidikan Nasional (Badan Pelatihan Penguatan Metodologi Pembelajaran Berdasarkan Nilai-Nilai Budaya untuk Membentuk Daya Saing dan Karakter Bangsa, 2010, p. 19). Berbicara tentang pengaruh Majalah Bobo terhadap pembentukan karakter anak-anak perlu kita lihat karya-karya kecil dari anak-anak Indonesia yang dikirimkan ke Majalah Bobo dan ditampilkan di rubrik corat-coret. Majalah Bobo menjadi wadah sebagai teman curhat anak-anak Indonesia, sehingga mereka bisa bebas mengirimkan cerita, puisi, gambar dengan tema sebebas-bebasnya, karena slogan Majalah Bobo adalah Teman Belajar dan Bermain, sehingga bagaimana caranya Majalah Bobo mencerminkan slogan tersebut.

Pada tahun 1973, Presiden Soeharto mengeluarkan Instruksi Presiden (Inpres) No. 10/1973 tentang Pembangunan Gedung Sekolah, dalam hal ini bukan hanya pembangunan fisik gedung sekolah saja tetapi dilengkapi dengan penyediaan guru, perabot sekolah, buku-buku pelajaran pokok, dan buku bacaan anak-anak. Artinya Majalah Bobo lahir tepat pada waktunya, disaat Presiden Soeharto mencanangkan anak-anak Indonesia untuk gemar membaca (Prisma, 1976, p. 76). Majalah Bobo hadir dengan tampilan yang cukup menarik bagi anak-anak, bukan hanya melalui rubrik dan artikelnya yang menarik tetapi juga ilustrasi dan layoutnya yang menarik sehingga anak-anak merasa ringan dalam menikmati rubrik-rubrik dan artikel Majalah Bobo, ini salah satu cara Majalah Bobo untuk membuat anak tertarik dengan membaca. Dengan membaca Majalah Bobo diharapkan anak-anak Indonesia tertanam dan tumbuh suatu karakter seperti yang sudah disebutkan di bab sebelumnya. Sebagai contoh nyata dari peranan Majalah Bobo dalam pembentukan karakter anak dapat dilihat dari perilaku yang didasarkan dari nilai Cinta Tanah Air, Mandiri dan Kreatif.

Sesuai dengan misi Majalah Bobo nomor 4 yaitu melalui tulisan, gambar, dan berbagai kegiatan, Bobo mengajak anak menghargai keragaman kepribadian dan budaya. Maka Majalah Bobo membuat artikel dan rubrik yang bertujuan bagi anak-anak yang membaca semakin mencintai tanah airnya, termasuk didalamnya menjaga kelestarian lingkungan hidup, religius, mengajarkan akan toleransi terhadap sesama warga Indonesia yang beraneka macam suku, sehingga menimbulkan karakter semangat kebangsaan dan menghargai prestasi. Seperti contoh yang dilakukan oleh Majalah Bobo diantaranya memberikan bonus kepada para pembaca Majalah Bobo berupa biji tanam-tanaman, dari

bonus itu diharapkan anak-anak gemar menanam dan menghijaukan lingkungannya sejak usia dini. Disini diharapkan peran orang tua dalam mendampingi anak-anak mewujudkan tujuan dari Majalah Bobo tersebut. Pada hari-hari besar para pembaca diberi kesempatan mengirimkan hasil karyanya berupa puisi atau gambar sesuai dengan tema yang diusung Majalah Bobo, misalnya: hari pahlawan, hari kemerdekaan, hari lingkungan hidup sedunia dan sebagainya.

Sikap mandiri selaras dengan misi Majalah Bobo nomor 2 yaitu melalui tulisan dan kegiatan, Bobo mengajak anak berpikir logis dan bernalar, peka terhadap sesama, serta berpegang pada nilai-nilai yang baik. Generasi X adalah generasi dimana mayoritas kedua orang tuanya adalah para pekerja. Sehingga anak-anak dituntut untuk lebih mandiri. Setelah muncul karakter mandiri karakter-karakter lain akan juga tumbuh pada anak seperti jujur, disiplin, kerja keras, dan demokratis. Selaras dengan misi ini, maka Majalah Bobo membangun karakter anak dengan mengajak berpikir logis dan bernalar melalui rubrik dan artikel-artikelnya, contohnya cerita pendek yang mengulas tentang kemandirian seorang anak yang kedua orang tuanya bekerja, sehingga anak tersebut harus bisa mengurus dirinya sendiri selagi orang tuanya belum pulang kerja. Kemudian Majalah Bobo juga menampilkan contoh-contoh soal-soal pelajaran sesuai kelasnya supaya anak-anak bisa belajar dengan senang dan cepat dipahami.

Kemandirian seorang anak sangat dituntut untuk anak tersebut kreatif. Anak yang kreatif biasanya akan lebih komunikatif, bersahabat, suka mencari hal baru dengan membaca sehingga menimbulkan rasa ingin tahu yang tinggi. Hal ini sesuai dengan misi Majalah Bobo nomor 1 yaitu menerbitkan bacaan dan menyelenggarakan kegiatan yang membantu anak mengembangkan pengetahuan, kreativitas, dan keterampilan dan misi Majalah Bobo nomor 3 yaitu melalui tulisan, gambar, dan berbagai kegiatan, Bobo membantu mengembangkan daya imajinasi dan fantasi anak. Wujud nyata Majalah Bobo mengajak anak untuk menjadi kreatif diantaranya memberikan bonus berupa kertas lipat untuk bermain origami dan didalamnya disertakan cara membuat berbagai bentuk origami yang mudah dipahami anak-anak. Diharapkan tanpa bimbingan orang tua anak-anak bisa mengikuti langkah-langkah dalam membuat origami tersebut. Majalah Bobo mengadakan lomba membuat kerajinan tangan dengan bahan tertentu dan bagi pemenangnya akan mendapat hadiah yang menarik dan bermanfaat bagi anak-anak biasanya berupa alat-alat tulis yang bergambar keluarga Bobo.

Simpulan

Berdasar pembahasan di atas, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut. Pertama, perkembangan Majalah Bobo awalnya hanya satu halaman di koran Kompas yang terbit setiap hari minggu hingga pada akhirnya berani menerbitkan dalam bentuk majalah yang diterbitkan seminggu sekali. Majalah Bobo muncul di Indonesia sebagai bacaan untuk anak-anak Indonesia ini adalah buah dari hasil pemikiran dan inisiatif yang besar dari wartawan senior yang bernama Tineke Latumeten, ia ingin menciptakan bacaan anak-anak untuk anak-anak di Indonesia. Konsep awal dari Bobo Indonesia dari awal berdiri sudah mencakup kira-kira 75 hingga 80 persen murni dari Belanda. Bagian murni yang dihasilkan redaksi di Indonesia adalah konsep cerita Bobo saja. Setelah itu, untuk konten dari majalah tersebut langsung diurus Tineke dan ilustratornya yang bernama Adi Subrata. Bobo pada tahun 1970-an tidak memiliki kisah yang berarti dari sesama pesaing majalah anak. Saat itu ukuran oplahnya mencapai 50 ribu eksemplar tiap terbitnya. Ukuran oplah tersebut saat itu sudah dianggap merajai bisnis majalah anak-anak.

Kedua, pada tahun 1980 Majalah Bobo mulai menerapkan revolusi mengenai perubahan karakter dan isi pada majalah. Meskipun sempat dipertanyakan oleh pihak Bobo Belanda, beruntung Tineke Latumeten rajin ke Belanda untuk menyiapkan waktu berdiskusi. Disana ia selalu memberikan laporan berkala mengenai perkembangan Majalah Bobo di

Indonesia. Tujuan redaksi untuk membuat ide bahwa karakter Bobo sedikit lebih dewasa dari umur 6 menjadi usia 10 tahun terwujud. Meskipun orientasi Bobo sudah berkembang untuk anak usia sekolah dasar, kebutuhan anak usia TK masih dipertahankan. Pada periode ini isi Bobo secara mayoritas resmi lepas dari pengaruh Belanda. Berkat peran Tineke yang sering ke Belanda, ia berhasil menjalankan negoisasi dengan pihak redaksi disana untuk menjelaskan niat merombak ulang Bobo sesuai dengan karakter Indonesia. Alasan utama pihak Bobo Indonesia memenangkan negosiasi karena jumlah oplah Bobo Belanda yang sedikit, Tineke sadar kalau jumlah Oplah Bobo terbesar ada di Indonesia. Jumlah Oplah 150 ribu eksemplar tiap terbit adalah angka yang fantastis dilihat dari awal berdiri hanya mencapai 50 ribu.

Pada periode 1981 Bobo mulai memperlihatkan wujud aslinya sebagai majalah anak yang dibutuhkan anak Indoensia. Maksudnya adalah dari segi isi dan ilustrasi, sudah terlihat perubahan. Pada periode ini redaksi sudah berani keluar dari jalur dengan mengubah karakter tokoh Bobo yang sedikit lebih dewasa. Perubahan yang mencolok terlihat dari pewarnan logo majalah. Redaksi sudah meninggalkan pakem dua warna yang terdiri dari biru dan hitam. Hal tersebut sudah ditinggalkan sejak tahun 1977. Dongeng yang terkenal pada periode ini di Bobo adalah Deni si Manusia Ikan dan Juwita si Penyihir Baik Hati.

Ketiga, secara terminologi, karakter dimaknai sebagai cara berpikir dan berperilaku yang khas tiap individu untuk hidup dan bekerja sama, baik dalam lingkup keluarga, masyarakat, bangsa, dan negara. Karakter dapat dianggap sebagai nilai-nilai perilaku manusia yang berhubungan dengan Tuhan Yang Maha Esa, diri sendiri, sesama manusia. Lingkungan dan kebangsaan yang terwujud dalam pikiran, perkataan, dan perbuatan berdasarkan norma-norma agama, hukum, tata krama, budaya, adat-istiadat, dan estetika. Karakter adalah perilaku yang tampak dalam kehidupan sehari-hari baik dalam bersikap maupun dalam bertindak. Majalah Bobo hadir dengan niat untuk membentuk karakter pembaca yaitu anak-anak Indonesia melalui majalah dengan konten atau isi yang sangat berkarakter, dalam publikasi Pusat Kurikulum Badan Penelitian dan Pengembangan Kementerian Pendidikan Nasional berjudul Pedoman Pelaksanaan Pendidikan Karakter (2011), telah mengidentifikasi 18 nilai pembentuk karakter yaitu: religius, jujur, toleransi, disiplin, kerja keras, kreatif, mandiri, demokratis, rasa ingin tahu, semangat kebangsaan, cinta tanah air, menghargai prestasi, bersahabat/komunikatif, cinta damai gemar membaca, peduli lingkungan, peduli sosial dan tanggung jawab. 18 nilai ini merupakan hasil kajian empirik Pusat Kurikulum yang bersumber dari agama, Pancasila, budaya, dan tujuan Pendidikan nasional, isi dari Majalah Bobo juga tidak jauh dari 18 karakter ini.

Referensi

- Amna, Mustaqim (2016). *Perjalanan Majalah Bobo dari tahun 1973 hingga 2015*. Bandung: Universitas Padjajaran.
- Astrinita, Indah Rizky (2016). *Teman bermain dan belajar: perkembangan Majalah Bobo tahun 1973-2000*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Bahan pelatihan penguatan metodologi pembelajaran berdasarkan nilai-nilai budaya untuk membentuk daya saing dan karakter bangsa* (2010). Jakarta: Pusat Kurikulum Departemen Pendidikan Nasional.
- Cahyaningrum, Sudaryanti & Purwanto. NA. (2017). *Pengembangan nilai-nilai karakter anak usia dini melalui pembiasaan dan keteladanan*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Efendi, Anwar (1999). Nilai-nilai akhlak cerita anak dalam majalah anak-anak. *Jurnal Kependidikan*.
- Gottschalk, Louis (1975). *Mengerti sejarah* (Nugroho Notosusanto, *Trans*). Jakarta: Yayasan Penerbit Universitas Indonesia.

- Hadi, Atika S. (2018). *Cerita si kuncung: membaca relasi kuasa dalam majalah anak-anak indonesia* (Tesis Program Pascasarjana). Universitas Indonesia.
- Instruksi Presiden bacaan anak. (1976). *Prisma*, 5, 76.
- Kartodirdjo, Sartono (1994). *Pembangunan bangsa tentang nasionalisme, kesadaran, dan kebudayaan nasional*. Yogyakarta: Aditya Media.
- Majalah Bobo (1975). Edisi No 35, Tahun Ketiga, 13 Desember 1975.
- Nugraha, Agnesia Chikita (2017). *Strategi komunikasi pemasaran Majalah Bobo dalam mempertahankan oplah penjualan*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Praptanto, Eko S (1997). Expanding possibilities of periodicals for children in Asia and the Pacific. *Report of the 1997 Training Course on Production of Periodicals for Children*. Tokyo: Pacific Cultural Centre for UNESCO.
- Prasetyanawati, Ariska (2012). *Nilai moral dalam kumpulan dongeng makhluk berkedip*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Profil Majalah Bobo (2019). Diakses pada 23 Juli 2019 dari <https://youtu.be/8ERL4EX8pH4>.
- Sejarah singkat animasi Indonesia (2019). Diakses pada 8 Agustus 2019 dari <https://idseducation.com/articles/sejarah-singkat-animasi-indonesia>
- Willam K, Baum (1982). *Sejarah lisan untuk masyarakat sejarawan setempat*. Jakarta: Arsip Nasional RI, 1.