

**APLIKASI MODEL PENGAJARAN *ROLE PLAYING***  
**UNTUK MENGINTERNALISASIKAN NILAI-NILAI KEHIDUPAN**  
**SEBAGAI PEMBENTUKAN KARAKTER KONSUMEN**

Sri Wening  
PTBB FT UNY

**ABSTRAK**

Hak mendapat pembinaan atau pendidikan konsumen tercermin pada aspek ke enam hak-hak konsumen yang tertuang dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Pendidikan konsumen memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada konsumen tentang mengelola keuangan personal, bertindak ketika membuat keputusan membeli, dan partisipasi menjadi warga negara yang baik. Dalam pendidikan konsumen banyak terkandung nilai-nilai kehidupan yang perlu dimiliki oleh setiap orang agar menjadi konsumen yang bijak. Oleh karena itu, nilai-nilai kehidupan konsumen tersebut perlu diintegrasikan melalui materi pembelajaran yang terkait dalam kurikulum di sekolah. Model pengajaran *Role Playing* adalah salah satu cara pembelajaran untuk melakukan pengkajian terhadap nilai-nilai kehidupan, agar nilai-nilai yang ditanamkan melalui pemeranan dalam menghubungkan situasi permasalahan dan pengalaman peserta didik dapat termaknai dan terinternalisasi dengan baik. Di dalam makalah ini dibahas tentang nilai-nilai kehidupan sebagai pembentuk karakter, nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam pendidikan konsumen, model pengajaran *role playing* sebagai alat untuk menginternalisasikan nilai kehidupan konsumen, dan langkah-langkah menerapkan model pengajaran *Role Playing* untuk menginternalisasikan nilai kehidupan konsumen. Walaupun model pengajaran ini menyita waktu, namun teknik ini tetap merupakan teknik yang ampuh untuk menginternalisasikan nilai-nilai kehidupan dalam membentuk karakter peserta didik.

**Kata Kunci:** Pengajaran *role playing*, internalisasi, karakter konsumen

## PENDAHULUAN

Di Indonesia, pendidikan konsumen tidak secara khusus ada dalam kurikulum sekolah, padahal di dalamnya implisit terkandung nilai-nilai kehidupan yang patut dikembangkan pada peserta didik karena berguna untuk menjalani kehidupan sehari-hari. Pendidikan konsumen tidak hanya sekedar mengajarkan kepada anak atau masyarakat untuk menggunakan uang mereka dengan baik, namun hasil survey juga menunjukkan di dalamnya terkandung nilai-nilai kehidupan yang antara lain 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).

Pendidikan konsumen diberikan kepada peserta didik karena dapat membekali seseorang untuk memiliki dasar-dasar pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan, bertindak ketika membuat keputusan membeli, dan ikut berpartisipasi menjadi warga masyarakat yang bijaksana. Ilmu konsumen banyak tersembunyi dalam mata pelajaran yang dipelajari di sekolah, dan ini penting untuk dimiliki oleh setiap manusia karena sejak lahir hingga akhir hayatnya selalu melakukan konsumsi untuk menopang kehidupannya.

Dalam konsep pendidikan konsumen, menyadarkan seseorang memiliki hak-hak konsumen dan 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). Untuk itu, disinilah pentingnya pendidikan konsumen

diberikan melalui sekolah yang tersembunyi dalam materi pelajaran, agar para para peserta didik memiliki kesadaran yang tinggi terhadap perlindungan konsumen, yang pada gilirannya dapat memotivasi mereka untuk berperilaku yang baik sesuai dengan nilai-nilai kehidupan sebagai konsumen, sehingga terkristalisasi menjadi karakter. Oleh karena itu, pendidikan konsumen merupakan kebutuhan anak sekarang dalam pembentukan karakter mereka. Dengan menggunakan model pengajaran pendidikan konsumen yang tepat di sekolah, bisa sebagai starting point untuk mensosialisasikan dengan mengembangkan konsep-konsep dasar pendidikan konsumen untuk pendidikan nilai di sekolah-sekolah sebagai pembentuk karakter.

*Role playing* merupakan sebuah model pengajaran yang berasal dari dimensi pendidikan individu maupun social. Model ini membantu masing-masing peserta didik untuk menemukan makna pribadi dalam dunia sosial mereka dan membantu memecahkan dilema pribadi dengan bantuan kelompok sosial. Dalam dimensi sosial, model ini memudahkan individu untuk bekerjasama dalam menganalisis keadaan sosial, khususnya masalah antarmanusia yang berkaitan dengan nilai, perilaku, etika dan sebagainya.

Dalam *role playing*, peserta didik akan mengeksplorasi masalah-masalah tentang hubungan antar manusia, aneka masalah yang berkaitan dengan berkonsumsi misalnya peraturan jual beli, tuntutan ganti rugi, spesifikasi barang, mutu barang dengan cara memainkan peran dalam situasi permasalahan kemudian mendiskusikan peraturan-peraturannya. Secara bersama-sama, peserta didik bisa mengungkapkan perasaan, tingkahlaku, nilai, dan strategi pemecahan masalah yang dihadapi dalam kehidupan sehar-hari. Model pengajaran ini dapat memberikan kontribusi beberapa cara dalam proses pengembangan sikap dan demokratis dalam menghadapi masalah.

1. **Nilai-nilai Kehidupan Dalam Pendidikan Konsumen sebagai Pembentukan Karakter**

a. **Nilai-nilai Kehidupan sebagai Pembentuk Karakter.**

Definisi nilai sering dirumuskan dalam konsep yang berbeda-beda. Seperti dinyatakan Kurt Baier (1958: 129) seorang sosiolog menafsirkan nilai dari sudut pandangnya sendiri tentang keinginan, kebutuhan, kesenangan seseorang sampai pada sanksi dan tekanan dari masyarakat. Seorang psikolog menafsirkan nilai sebagai suatu kecenderungan perilaku yang berawal dari gejala-gejala psikologis, seperti hasrat, motif, sikap, kebutuhan, dan keyakinan yang dimiliki secara individual sampai pada wujud tingkah lakunya yang unik. Seorang antropolog melihat nilai sebagai harga yang melekat pada pola budaya masyarakat seperti dalam bahasa, adat kebiasaan, nilai keyakinan, hukum dan bentuk-bentuk organisasi sosial yang dikembangkan manusia. Seorang ekonom melihat nilai sebagai harga suatu produk dan pelayanan yang dapat diandalkan untuk kesejahteraan manusia.

Perbedaan cara pandang dalam memahami nilai di atas berimplikasi pada perumusan definisi nilai. Allport (1964: 86) mengatakan bahwa nilai adalah keyakinan yang membuat seseorang bertindak atas dasar pilihannya, sedangkan Kupperman (1983: 98) mengatakan bahwa nilai adalah patokan normatif yang mempengaruhi manusia dalam menentukan pilihannya di antara cara-cara tindakan alternatif. Definisi nilai yang lebih panjang dan lengkap juga dirumuskan oleh Sudarminta (Tilaar, 2002: 456 ) bahwa nilai adalah kualitas yang membuat sesuatu, entah barang, orang, hal, atau peristiwa menjadi berharga, pantas dipuji, pantas dikejar atau dicita-citakan, dan membuat hidup berarti serta sungguh-sungguh membahagiakan.

Definisi nilai yang dijelaskan para ahli di atas dapat dirangkum bahwa nilai merupakan rujukan dan keyakinan dalam menentukan pilihan. Menurut Rohmat Mulyana (2004: 11) nilai sebagai hal yang abstrak, yang harganya mensifati dan disifatkan pada sesuatu hal dan ciri-cirinya dapat dilihat dari tingkah laku, memiliki kaitan dengan fakta, tindakan, norma, moral, cita-cita, keyakinan, dan kebutuhan. Kualitas seseorang ditentukan oleh nilai-nilai yang senyatanya dihayati sebagai pemandu sikap dan perilakunya, baik dalam hubungan dengan diri sendiri, orang lain, alam sekitar, maupun dengan Tuhan (Sudarminta, 2002: 456). Dijelaskan lebih lanjut bahwa nilai mendasari prinsip dan norma yang memandu sikap dan perilaku orang dalam hidup. Watak dan kepribadian seseorang dibentuk oleh nilai-nilai yang dipilih, diusahakan, dan secara konsisten diwujudkan dalam tindakan. Apabila tindakan itu sudah menjadi kebiasaan sehari-hari, maka telah terbentuknya suatu karakter seseorang.

Pendidikan yang membentuk karakter seseorang dapat diupayakan melalui pendidikan nilai di keluarga, sekolah dan masyarakat sebagai suatu proses pembudayaan. Hubungan antara nilai dengan pendidikan sangat erat. Nilai dilibatkan dalam setiap tindakan pendidikan, baik dalam memilih maupun dalam memutuskan setiap hal untuk kebutuhan belajar. Melalui persepsi nilai, pendidik dapat mengevaluasi siswa. Demikian pula sebaliknya, siswa dapat mengukur kadar nilai yang disajikan pendidik dalam proses pembelajarannya. Pendidikan di sekolah hendaknya memberikan prioritas untuk membangkitkan nilai-nilai kehidupan, serta menjelaskan implikasinya terhadap kualitas hidup masyarakat.

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.

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 (2005) 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 mengajarkan pendidikan karakter terdapat tiga elemen yang penting untuk diperhatikan yaitu prinsip, proses dan prakteknya dalam pengajaran. Dalam menjalankan prinsip 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. Bila tindakan dilakukan terus menerus secara konsisten sampai menjadi kebiasaan maka terjadi pembentukan karakter seseorang.

#### **b. Nilai-Nilai Kehidupan dalam Pendidikan Konsumen**

Pendidikan konsumen tidak secara khusus ada dalam kurikulum sekolah. Namun ilmu konsumen banyak tersembunyi dalam mata pelajaran yang dipelajari di sekolah, dan ini penting untuk dimiliki oleh setiap manusia karena sejak lahir hingga akhir hayatnya selalu melakukan konsumsi untuk menopang kehidupannya. Pendidikan konsumen menurut Knapp (1991) 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 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).

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.

Selain itu, kesadaran berkonsumsi juga dapat menghindarkan konsumen dari perilaku hidup konsumtif. 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.

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 a) hak atas kenyamanan, b) hak memilih barang dan jasa, c) hak atas informasi yang benar, d) hak didengar pendapat dan keluhannya, e) hak mendapat advokasi, f) hak mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen, g) hak diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur, h) hak mendapatkan kompensasi , ganti rugi, i) hak-hak yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya. (Kompas, 16 Desember 2002)

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: kesadaran diri sendiri, tanggung jawab, hemat, teliti, bertujuan, toleransi social, peka, kritis, peduli, menghargai nilai uang, dan sederhana, produktif, lingkungan sehat, menghargai produk dalam negeri.

**c. Model Pengajaran *Role Playing* sebagai Alat untuk Menginternalisasikan Nilai Kehidupan Konsumen**

Esensi dari *Role Playing* adalah keterlibatan partisipan dan peneliti dalam situasi masalah yang sebenarnya dan adanya keinginan untuk memunculkan resolusi damai serta memahami apa yang muncul dari keterlibatan tersebut (Bruse Joyce, 2009, h 329). Dasar penggunaan model *Role Playing* dalam suatu kelompok peserta didik pada pengajaran karena, menyediakan banyak materi untuk didiskusikan dan dianalisis dalam suatu program pendidikan sosial yang sistematis, serta dapat digunakan untuk memberikan saran pada sekelompok peserta didik dalam menghadapi sebuah masalah keseharian, sehingga melalui model ini bisa memunculkan permasalahan tersebut untuk diteliti peserta didik dan akan membantu peserta didik memecahkan masalah.

Beberapa ciri khas masalah sosial yang mudah untuk ditelusuri dengan menggunakan model pengajaran *Role Playing*, yakni: 1) konflik interpersonal, berfungsi untuk memunculkan konflik antara beberapa orang sehingga peserta didik bisa menemukan teknik untuk mengatasi konflik tersebut, 2) relasi antarkelompok, masalah interpersonal yang muncul dari *stereotype* etnis, tatanan nilai, rasial, atau dari kepercayaan dapat diselidiki sehingga dapat digunakan untuk mendorong penerimaan terhadap hal-hal yang ganjil, 3) dilema individu, untuk

mengurai seseorang yang terperangkap dalam dua nilai yang bertentangan atau antara kepentingannya dan kepentingan orang lain, tuntutan dari kelompok dan orang tuanya atau tekanan dari kelompok dan keinginan pribadinya, sehingga dapat membuat peserta didik bisa mengakses dilema dan membantu peserta didik untuk mengerti mengapa hal tersebut terjadi dan apa yang seharusnya dilakukan, dan 4) masalah historis atau kontemporer, hal ini mencakup situasi yang bermasalah saat ini atau di masa lalu yang harus menghadapi suatu masalah dan kemudian membuat keputusan.

Dari ciri khas masalah sosial, secara alamiah peserta didik akan fokus pada aspek dalam situasi yang mereka rasa penting. Menggunakan model pengajaran *Role Playing*, masalah sosial yang muncul berkaitan dengan nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam pendidikan konsumen. Misalnya saja tentang hak-hak konsumen, kewajiban seorang konsumen, perlindungan konsumen yang tertuang dalam Undang-undang Perlindungan konsumen agar terhindar dari kekecewaan saat berkonsumsi serta berbagai permasalahannya, dapat memungkinkan peserta didik untuk berkonsentrasi pada perasaan yang terungkapkan, perilaku dan nilai masing-masing pemain peran yang dapat dilihat melalui kata-kata dan tindakannya, solusi permasalahan, atau konsekuensi perilaku peserta didik. Perasaan positif yang terungkap tersebut akan mencerminkan terinternalisasinya nilai-nilai yang peserta didik miliki.

Seorang guru dalam mendesain pengajaran yang akan menggunakan model *Role Playing* hendaknya perlu untuk membagi beberapa fokus dalam pemeranan dan diskusi. Pembagian fokus dapat berdasarkan pada beberapa hal yang akan dicapai dalam tujuan pembelajarannya, yakni untuk 1) mengeksplorasi perasaan, 2) mengeksplorasi tingkah laku, nilai, dan persepsi, 3) pengembangan skill

dan sikap pemecahan masalah, dan 4) mengeksplorasi materi yang akan dibahas dalam pembelajaran. Manfaat *role playing* bergantung pada kualitas pemeranan dan khususnya analisis yang mengiringinya. Manfaat ini juga ditentukan oleh persepsi peserta didik mengenai peran yang juga terdapat dalam situasi kehidupan nyata. Keberhasilan seorang guru dalam menggunakan model ini apabila bisa memanfaatkan situasi permasalahan, dapat mendorong peserta didik untuk bertindak, dan melakukan diskusi untuk membuat satu pemeranan.

Shaftels (1982) berpendapat bahwa *role playing* terdiri dari sembilan tahap dan aktivitas, yakni: 1) menghangatkan suasana kelompok, 2) memilih partisipan, 3) mengatur *setting* tempat kejadian, 4) menyiapkan peneliti, 5) pemeranan, 6) diskusi dan evaluasi, 7) memerankan kembali, 8) berdiskusi dan mengevaluasi, dan 9) saling berbagi dan mengembangkan pengalaman. Masing-masing tahap ini memiliki tujuan khusus yang dapat menambah kekayaan hasil model dan membantu peserta didik untuk lebih fokus pada aktivitas pembelajaran.

Dalam pelaksanaan model ini, guru mempunyai peran untuk a) menerima semua respon dan saran peserta didik, khususnya pendapat dan perasaan mereka, dengan cara yang tidak terkesan menghakimi, b) merespon dalam rangka membantu peserta didik menelusuri sisi yang berbeda dalam situasi permasalahan tertentu, memperhitungkan dan mempertimbangkan alternatif yang muncul dari sudut pandang yang berbeda, c) merefleksikan dan merangkum respon, serta meningkatkan kesadaran peserta didik mengenai perasaan dan pikiran mereka sendiri, d) menitikberatkan bahwa ada beberapa cara yang berbeda untuk memainkan peran yang sama dan ada pula konsekuensi berbeda yang akan ditemui, dan e) terdapat banyak cara alternatif untuk memecahkan kembali suatu masalah karena tidak ada satu jalan yang

mutlak benar, dengan membantu peserta didik mempertimbangkan dan melihat konsekuensi-konsekuensi untuk mengevaluasi solusi dan membandingkannya dengan alternatif lain.

**d. Menerapkan Model Pengajaran *Role Playing* untuk Menginternalisasikan Nilai Kehidupan Konsumen**

Model *Role Playing* adalah model yang serbaguna dan dapat diterapkan dalam beberapa sasaran pembelajaran yang terbilang penting. Melalui model ini peserta didik dapat meningkatkan kemampuannya dalam mengenali dan memperhitungkan perasaannya sendiri dan perasaan orang lain, mereka bisa memiliki perilaku baru dalam menghadapi situasi sulit yang tengah dihadapi, dan bisa meningkatkan skill memecahkan masalah. Selain itu, model ini dapat merangsang timbulnya beberapa aktivitas, sehingga terkadang peserta didik lupa bahwa *role playing* hanya salah satu sarana untuk mengembangkan materi pembelajaran dikarenakan peserta didik sangat menikmati tindakan dan pemeranannya.

Penerapan Model Pengajaran *Role Playing* untuk menginternalisasikan nilai-nilai kehidupan konsumen dapat dilakukan sebagai berikut:

- 1) Guru memulai dengan menghangatkan suasana masing-masing kelompok, dengan menyisipkan sebuah masalah misalnya masalah tentang "teliti sebelum membeli agar tidak terjadi kerugian" saat tatap muka pertama, sehingga setiap siswa akan menganggap bahwa tindakan tersebut merupakan sebuah wadah yang mewajibkan peserta didik untuk belajar menghadapi sebuah masalah. Langkah tersebut dapat dimulai dengan mengidentifikasi dan memaparkan sebuah masalah penyebab kerugian, untuk memancing sensitivitas kelompok. Kemudian guru menciptakan iklim bersahabat, agar

peserta didik merasakan bahwa semua pandangan, perasaan, dan tingkah laku dapat diungkap tanpa khawatir akan mendapatkan hukuman. Dilanjutkan dengan menjelaskan masalah secara gamblang melalui beberapa contoh realistik yang diilustrasikan dalam sebuah cerita, televisi dan sebagainya, kemudian mengajukan pertanyaan yang membuat peserta didik berpikir dan memperkirakan akhir cerita.

- 2) Memilih partisipan, diawali dengan menganalisis peran. Peserta didik dan guru menggambarkan karakter yang berbeda-beda seperti apa peran tersebut, apa yang dirasakan, dan apa yang mungkin dilakukan. Kemudian memilih pemain yang akan melakukan peran, dengan meminta peserta didik untuk menjadi sukarelawan bermain peran. Peserta didik yang memberi usulan diberi tugas untuk memerankannya karena dimungkinkan memiliki tipikal orang yang mendekati dengan karakternya. Misalnya peran orang yang tidak teliti mengalami kerugian dalam membeli dan orang yang selalu hati-hati dalam memilih barang.
- 3) Mengatur setting, pemain yang kebagian peran bertugas merangkum adegan. Setting disusun sedemikian rupa dengan memperhatikan pengaturan sesi-sesi tindakan, berdasarkan penegasan peran. Suasana berdasarkan pada lebih mendekati pada situasi yang bermasalah.
- 4) Mempersiapkan peneliti, maka peneliti haruslah terlibat dan sama-sama berperan sehingga seluruh kelompok dapat memainkan peran, kemudian menganalisis pemeranan. Peneliti memutuskan apa yang akan dicari dan bertugas untuk mengamati, kemudian memberikan komentar terhadap efektivitas dan urutan dalam tindak tanduk pemegang peran, serta dapat mendefinisikan perasaan serta pola pikir orang yang digambarkan.

- 5) Memainkan peran, pemain memainkan peran dan menghidupkan situasi secara spontan, dan saling merespon secara realistis. Akting pemain ditentukan oleh peserta didik dan kemunculannya sesuai dengan apa yang terjadi dalam situasi nyata. Dalam pemeranan sudah diperhitungkan kapan memulai, mengukuhkan, dan menyudahi *role play*.
- 6) Melakukan diskusi dan mengevaluasi, apabila permasalahannya penting dan ada keterlibatan partisipan dan peneliti secara intelektual dan emosional, perlu dilakukan diskusi terhadap penafsiran yang berbeda tentang pemeranan dan ketidaksetujuan terhadap cara-cara memainkan peran. Untuk membantu peneliti mengamati dan menilai performa pemain peran, guru dapat mengajukan beberapa pertanyaan semisal bagaimana solusi itu? Sudah baikkah.
- 7) Memerankan kembali, memainkan peran yang diubah, memberikan masukkan atau alternatif perilaku dalam langkah selanjutnya. Peserta didik dan guru dapat saling berbagi penafsiran baru tentang peran dan memutuskan siapa yang akan kembali memainkan peran tersebut. Pemeranan ulang dimungkinkan untuk menyelidiki sebanyak mungkin kemungkinan baru tentang penyebab dan pengaruh. Misalnya, perubahan peran yang dapat menyebabkan tingkah laku berubah atau bertindak dalam cara yang berbeda dan melihat bagaimana konsekuensinya.
- 8) Melakukan diskusi dan evaluasi seperti pada tahap enam, diharapkan peserta didik memiliki kemampuan untuk menerima solusi, namun guru berposisi untuk mendesak munculnya solusi yang realistis dengan mengajukan pertanyaan apakah yang dipikirkan peserta didik benar-benar terjadi dalam akhir cerita

tersebut. Kemudian guru menanyakan pendapat pada peserta didik mengenai apa yang akan terjadi kemudian.

- 9) Berbagi pengalaman dan menggeneralisasi atau mengembangkan pengalaman, dengan tujuan untuk menghubungkan situasi permasalahan dengan pengalaman peserta didik dalam cara yang tidak bernuansa ancaman. Hal ini dapat dilakukan guru dengan menanyakan apakah ada diantara peserta didik menjumpai atau mengetahui/mengenal seseorang yang memiliki pengalaman yang serupa. Dari diskusi yang memunculkan prinsip teliti sebelum membeli agar tidak mengalami kerugian, semua peserta didik bisa mengartikulasikan dan menggunakan prinsip tersebut, dan prinsip tersebut dapat diaplikasikan pada permasalahan tertentu, atau untuk menelusuri masalah lain.

## **PENUTUP**

Internalisasi nilai-nilai kehidupan dalam diri seseorang merupakan elemen penting dalam pembentukan karakter seseorang/konsumen. Hal ini sangat esensial karena kualitas seseorang ditentukan oleh nilai-nilai yang senyatanya dihayati sebagai pemandu sikap dan perilakunya, baik dalam hubungan dengan diri sendiri, orang lain, alam sekitar, maupun dengan Tuhan. Kadar internalisasi nilai-nilai dalam diri seseorang melalui peningkatan kualitas pembelajaran yang diintegrasikan dalam materi yang diajarkan oleh guru di sekolah akan berhasil jika ada komitmen menyeluruh, dan komitmen ini harus dimulai dari guru maupun orang tua.

Model Pengajaran *Role Playing* hanya merupakan salah satu cara atau alat untuk menginternalisasikan nilai-nilai kehidupan yang akan bermuara pada terwujudnya pembentukan karakter seseorang/peserta didik, melalui bermain peran yang dilakoni peserta didik dalam memecahkan suatu permasalahan yang diakibatkan oleh perilaku berkonsumsi yang tidak benar.

## REFERENSI

- Ahmad, A. (1993). Pendidikan konsumen. *Diktat kuliah*. PKK. FIP Univ. Syiah Kuala Darussalam, Aceh.
- Allport, G.W. (1964). *Pattern and growth in personality*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- 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](http://emich.edu/coe/monday/mr_231.HTML).
- Brooks, B.D. and Goble, F.G. (1995). *The case for character education: The role of the school in teaching values and virtues*. Studios 4 Productions.
- Bruce Joyce, Marsha Weil, Emily Calhoun, (2009). *Models of Teaching*. Pearson Education, Inc. Publishing as Allyn & Bacon, One Lake Street Upper Saddle River, New Jersey. USA.
- Elkind, D.H. & Sweet, F. How to do character education. Artikel. Diambil pada Tanggal 11 April 2005, dari <http://www.goodcaharacter.com/Article-4.html>.
- Knapp, J. P. (1991). The Benefits of Consumer Education A Survey Report. *Publication*. Artikel. Diambil pada tanggal 15 Agustus 2002, dari <http://Search.thegateway.org/query.html>.
- Riswanto, I. (17 April 1997). Hati-hati Menghadapi Taktik Penjual. *Kompas*, p. 9.
- Rohmat Mulyana. (2004). *Mengartikulasikan pendidikan nilai*. Bandung: Alfabeta.
- Sudarminta. (2002). Pendidikan dan pembentukan watak yang baik. Dalam Tilaar. *Pendidikan untuk masyarakat Indonesia Baru*. 455-459 Jakarta: Grasindo.
- Suparno. (2002). *Pendidikan budi pekerti di sekolah: Suatu Tinjauan Umum*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Tantri. (1995). *Gerakan organisasi konsumen*. Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.

