

UPAYA ORANG TUA DALAM PEMBENTUKAN KARAKTER KEBANGSAAN ANAK USIA DINI MELALUI CARA MEMILIH PRODUK

Anang Priyanto¹, Pratiwi Wahyu Widiarti², Lies Endarwati³

¹Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta

²Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta

³Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta

email: anang_priyanto@uny.ac.id

Abstract

The purpose of this research is to find out parent efforts to build young children character, parent behavior to choose daily needs and to develop model of character building by selection of products on young children. This is a survei and mixed method model. The results of this study were (1) Parent skill in choosing Indonesian product are poor 25.1%, fail or medium 53.9%, and good 21% product selectivity. The most committed effort by parent to make their children love Indonesia product. The second place is by introducing Indonesian product to their children by using and wearing Indonesian product. Parent is easier Indonesian product by seeing the brand. Parent find it is difficult to identify Indonesian product in the global era.

Keywords: *character building, young children, Indonesian product*

PENDAHULUAN

Peran keluarga sangat penting dan mendasar untuk membentuk karakter seseorang dan sekarang ini mulai diabaikan karena dianggap sebagai peran informal. Saat bayi dilahirkan lingkungan yang dikenal pertama kali dan tempat dia mengenal segala sesuatu adalah keluarga. Pendampingan keluarga kepada anak sejak usia dini merupakan pendidikan informal yang sangat penting dalam menanamkan nilai-nilai kebangsaan yang akan mengantarkan Bangsa dan Negara menuju masa depan yang gemilang.

Keberlanjutan dan keberhasilan masa depan Bangsa dan Negara Indonesia, sangat tergantung pada karakter anak-anak yang sekarang masih berusia dini. Kecintaan akan Bangsa dan Negara perlu ditanamkan sejak usia dini. Penanaman cinta Bangsa dan Negara menjadi peran penting bagi keluarga khususnya orang tua, sehingga terbentuk karakter kebangsaan yang kuat. Banyak cara yang dapat dilakukan orang tua untuk menanamkan nilai karakter kebangsaan kepada anak, antara lain pengenalan lagu kebangsaan, bendera Indonesia, penggunaan Bahasa Indonesia yang baik dan benar, cerita kepahlawanan Indonesia, kekayaan alam Indonesia, kekayaan seni Indonesia, kekayaan budaya Indonesia, pemilihan produk

Indonesia dan lain-lain. Pemilihan produk Indonesia menjadikan kita menghargai hasil karya bangsa sendiri. Namun tidak mudah untuk menjadikan cinta pada produk bangsa sendiri. Di samping produk harus lebih berkualitas ketimbang produk asing, namun juga rasa bangga menggunakan produk bangsa sendiri haruslah menjadi keutamaan dalam kebiasaan hidup bangsa ini. Untuk itulah kebangsaan terhadap produk bangsa Indonesia dapat dimulai dari produk makanan sehari-hari yang dimiliki bangsa Indonesia.

Masuknya era pasar bebas ASEAN tahun 2015 atau yang sering disebut dengan AFTA (*ASEAN Free Trade Area*) bangsa Indonesia mau tidak mau harus sudah siap menghadapi adanya persaingan bebas. Potensi Indonesia yang paling mudah diunggulkan dalam persaingan bebas tidak lain adalah soal produk makanan khas Indonesia. Produk makanan khas Indonesia paling mudah dibanggakan dan unggul dalam persaingan dengan catatan produknya harus berkualitas, higienis dan terjangkau. Amatlah disayangkan jika anak-anak muda bangsa ini lebih bangga terhadap produk asing ketimbang produk bangsa sendiri. Hasil penelitian mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta (Natas, edisi Maret 2014) membuktikan hal tersebut. Dalam penelitian tersebut ditunjukkan bahwa 15% *Starbuck* menjadi *top brand* anak remaja untuk tempat *nongkrong*, 22,1% *Levi's* menjadi celana jeans nomor satu di kalangan remaja Indonesia, dan 16,7% sepatu sekolah terkenal bagi remaja adalah *Converse*.

Sangatlah memprihatinkan seandainya para generasi muda bangsa ini lebih merasa bangga menggunakan dan mengonsumsi produk asing ketimbang produk bangsa sendiri. Hal ini tidak boleh dibiarkan, harus ada upaya untuk menghidupkan rasa bangga kepada produk bangsa sendiri. Kebanggaan terhadap produk bangsa sendiri menunjukkan kuatnya wujud karakter kebangsaan. Upaya yang paling utama dapat dilakukan adalah melalui keluarga yang ditanamkan kepada anak sejak usia dini. Keluarga merupakan komunitas terkecil yang memiliki peran utama dalam pembentukan karakter anak bangsa ini. Dari keluarga lah seorang anak yang lahir di dunia ini mulai pertama kali mengenal kehidupan yang dapat mewarnai karakternya. Melalui keluarga peran orang tua sangat penting dalam menanamkan nilai kebangsaan pada anak-anak sejak usia dini, salah satu yang dapat dilakukan dengan cara mengonsumsi/memilih barang produk Indonesia. Di samping sebagai