

## ANALISIS NILAI KARAKTER DALAM KOMIK BOULE & BILL CRÉENT UNE ENTREPRISE!

Wulan Nur Utami<sup>1)</sup>, Dr. Sri Handayani, M.Pd.<sup>2)</sup>

Universitas Negeri Semarang

Email: [Wulannurutm0310@students.unnes.ac.id](mailto:Wulannurutm0310@students.unnes.ac.id)<sup>1)</sup>, [srihandayani@mail.unnes.ac.id](mailto:srihandayani@mail.unnes.ac.id)<sup>2)</sup>

### ABSTRACT

*This study aims to identify and analyze the character values embedded in the comic *Boule & Bill Créent une Entreprise!* by Jean Roba, and to map their correlation with the character pillars of Universitas Negeri Semarang (UNNES). A descriptive qualitative approach with content analysis method was employed. Data were collected through close reading of the comic's narratives, dialogues, character expressions, and visual illustrations. The analytical instrument was developed based on the 18 character values established by the Indonesian Ministry of Education and Culture (Kemendikbud) and the five UNNES character pillars, namely religiosity, nationalism, integrity, independence, and responsibility. The findings reveal nine character values present in the comic: humanist, innovative, creative, sportsmanlike, courageous, friendship and solidarity, wisdom and intelligence, empathy and care, and adventurous spirit. The value of creativity emerged as the most dominant, followed by wisdom and intelligence. These findings demonstrate that comics serve not merely as entertainment media but also as an effective vehicle for character education, aligned with UNNES's educational vision, and holding significant potential as a moral learning medium for children and adolescents.*

**Keywords:** *character values, comic, Boule & Bill, content analysis, character education*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis nilai-nilai karakter yang terkandung dalam komik *Boule & Bill Créent une Entreprise!* karya Jean Roba, serta memetakan korelasinya dengan pilar-pilar karakter Universitas Negeri Semarang (UNNES). Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi (content analysis). Data dikumpulkan melalui pembacaan intensif (close reading) terhadap narasi, dialog, ekspresi tokoh, dan ilustrasi visual dalam komik. Instrumen analisis disusun berdasarkan indikator 18 nilai karakter menurut Kemendikbud dan lima pilar karakter UNNES, yaitu religiusitas, nasionalisme, integritas, mandiri, dan tanggung jawab. Hasil penelitian menemukan sembilan nilai karakter yang muncul dalam komik, yaitu: humanis, inovatif, kreatif, sportif, keberanian, persahabatan dan solidaritas, kebijaksanaan dan kecerdasan, empati dan kepedulian, serta semangat petualang. Nilai kreatif merupakan nilai yang paling dominan dengan frekuensi kemunculan tertinggi, diikuti oleh nilai kebijaksanaan dan kecerdasan. Temuan ini menunjukkan bahwa komik tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana pendidikan karakter yang efektif, relevan dengan visi pendidikan karakter UNNES, dan berpotensi dimanfaatkan sebagai media pembelajaran moral bagi anak-anak dan remaja.

**Kata kunci:** nilai karakter, komik, Boule & Bill, analisis isi, pendidikan karakter

## I. PENDAHULUAN

Komik berasal dari bahasa Belanda yaitu *komiek* yang artinya pelawak, sedangkan dalam bahasa Yunani komik berasal dari kata *komikas* atau *kosmos* yang berarti bersuka ria atau bercanda. Menurut (Kustandi, 2020) komik dipahami sebagai rangkaian cerita bergambar yang disusun dalam panel-panel dengan dukungan balon kata dan ilustrasi, sehingga pembaca dapat menangkap isi cerita secara mudah, menyenangkan, dan sekaligus edukatif (Kustandi, 2020). Dari sudut pandang komunikasi visual, komik berfungsi sebagai medium penyampaian informasi yang efisien karena memadukan unsur gambar dan teks secara sinergis (Sudjana & Rivai, 2011). (McCloud, 1993) mendefinisikan komik sebagai seni sekuensial yang memanfaatkan kombinasi gambar dan kata-kata secara terstruktur untuk mengonstruksi makna bagi pembacanya. Kepopuleran komik di kalangan anak-anak tidak terlepas dari tampilan visualnya yang menarik perhatian serta alur narasi yang ringan dan mengalir.

Selain nilai hiburannya, komik sesungguhnya menyimpan potensi yang besar sebagai wahana penanaman karakter. Penggunaan gambar dan ilustrasi dalam komik terbukti lebih mudah menyentuh imajinasi serta membangkitkan respons emosional pada anak-anak dibandingkan teks biasa (Prastowo, 2011). (Muslich, 2011) menegaskan bahwa tantangan pembentukan karakter di era modern menuntut pemanfaatan berbagai media yang akrab dengan dunia anak, salah satunya adalah media visual seperti komik. Atas dasar itu, komik dinilai sangat relevan sebagai instrumen penanaman nilai-nilai karakter sejak usia dini, (Asmani, 2011). Pengertian karakter juga diungkapkan oleh (Samani & Hariyanto, 2013) sebagai ciri khas yang melekat pada diri seseorang, yang tercermin dalam cara berpikir dan bertindak dalam menjalani kehidupan bersama, termasuk kemampuan mengambil keputusan dan mempertanggungjawabkan setiap tindakannya. Dalam pandangan serupa, karakter seseorang dibentuk oleh kebiasaan-kebiasaan yang ia bangun, baik dalam bersikap maupun dalam bertutur kata kepada orang-orang di sekitarnya (Kurniawan, 2017). Merujuk pada berbagai pandangan tersebut, karakter dapat disimpulkan sebagai ciri khas individu yang mengandung dimensi nilai, kapasitas moral, serta pola berpikir dan bertindak yang terbentuk melalui kebiasaan yang terbangun secara konsisten dalam interaksinya dengan lingkungan keluarga dan masyarakat.

Selanjutnya pendidikan karakter menurut (Salahudin & Alkrienciehie, 2013) dimaknai sebagai upaya pengembangan moral dan akhlak yang membekali individu dengan

kemampuan berperilaku baik dalam interaksi sehari-hari. Secara lebih operasional, pendidikan karakter merupakan proses yang sistematis dalam menanamkan dan menumbuhkan nilai-nilai luhur pada diri peserta didik, sehingga nilai-nilai tersebut dapat tercermin dalam tindakan nyata di berbagai lingkungan, baik rumah, sekolah, maupun masyarakat (Wibowo, 2013). Di Indonesia, pendidikan karakter telah menempati posisi strategis dalam sistem pendidikan nasional, dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan menetapkan 18 nilai karakter utama seperti jujur, disiplin, kerja keras, kreatif, dan mandiri (Zulfida, 2020). Penerapan nilai-nilai ini idealnya tidak hanya berlangsung dalam ranah formal, tetapi juga melalui pendekatan yang menarik, menyenangkan, dan kontekstual. (Gunawan, 2012) menekankan urgensi mengintegrasikan nilai-nilai karakter ke dalam seluruh aspek pembelajaran, termasuk melalui pemanfaatan media-media alternatif seperti komik. Berdasarkan berbagai pandangan para ahli tersebut, dapat ditarik benang merah bahwa pendidikan karakter merupakan sebuah sistem pendidikan nilai dan budi pekerti yang bertujuan membekali seseorang dengan pengetahuan, sikap, dan tindakan mulia yang dapat diterapkan dalam berbagai lingkungan, baik keluarga, sekolah, maupun masyarakat luas (Arsanti, 2018). (Daryanto & Tasrial, 2012) menambahkan bahwa pendekatan pembelajaran kreatif yang mengintegrasikan elemen visual dan narasi secara bersamaan terbukti lebih berhasil dalam menginternalisasikan nilai-nilai positif kepada peserta didik. Komik hadir sebagai salah satu media yang memenuhi kriteria tersebut.

Serial komik *Boule et Bill* pertama kali hadir dalam terbitan Dupuis pada 1959, kemudian diterbitkan ulang oleh Dargaud pada 1988 dan di Indonesia disebarluaskan melalui Elex Media Komputindo. Kreator di balik serial ini adalah Jean Roba, seorang ilustrator asal Belgia yang mengawali kariernya di dunia majalah dan buku anak sebelum bergabung dengan Spirou, salah satu majalah komik paling berpengaruh di kawasan *Francophone* sejak 1957. Di sinilah Roba melahirkan duo ikonik Boule dan anjingnya Bill, sepasang karakter yang menghadirkan kisah persahabatan antara anak dan hewan peliharaan dengan sentuhan humor yang hangat dan natural. Serial ini bertumbuh pesat hingga digemari berbagai kalangan usia berkat gaya gambar yang ekspresif dan narasi kehidupan keluarga yang dekat dengan keseharian. Roba menangani serial ini sampai 2003 sebelum menyerahkan kelanjutannya kepada Laurent Verron.

Pada edisi *Boule & Bill Créent une Entreprise!*, kisah berpusat pada Boule, seorang bocah laki-laki, dan anjing kesayangannya, Bill, yang bersama-sama merintis sebuah usaha sederhana. Perjalanan wirausaha mereka secara organik memunculkan berbagai nilai

karakter, di antaranya rasa tanggung jawab, semangat kolaborasi, daya kreatif, dan kegigihan menghadapi tantangan. Melalui alur yang ringan dan menghibur, komik ini bertransformasi menjadi media pembelajaran moral yang efektif, selaras dengan gagasan pendidikan karakter berbasis pengalaman nyata sebagaimana diuraikan oleh (Koesoema, 2007). Edisi ini juga secara menarik mengenalkan nilai-nilai kewirausahaan sejak dini kepada anak-anak. Ketika Boule merintis sebuah "perusahaan", ia menunjukkan keberanian mengambil risiko, semangat kerja keras, dan sikap kreatif dalam mencari solusi. Hal ini mendukung gagasan (Ningsih, 2021) yang menyatakan bahwa pembentukan karakter yang utuh perlu mencakup penanaman jiwa kemandirian dan produktivitas untuk mencetak generasi muda yang inovatif, adaptif, dan mampu bertanggung jawab atas pilihan-pilihan hidupnya. Anak-anak secara alami cenderung meneladani tokoh-tokoh yang mereka kagumi. Dalam komik ini, sosok Boule tampil sebagai figur yang menginspirasi berkat ketangguhannya menghadapi berbagai rintangan, loyalitasnya terhadap Bill, serta kemampuannya berkolaborasi dengan baik bersama teman-temannya. Menurut (Gunawan, 2012), pengalaman identifikasi dengan tokoh fiksi dapat memperkuat internalisasi nilai karakter karena memberi pengalaman emosional yang mendalam bagi anak-anak.

Komik kerap berfungsi sebagai cermin yang merefleksikan kondisi sosial dan moral suatu masyarakat. Dalam narasi Boule & Bill, nilai-nilai seperti kepedulian terhadap sesama, rasa tanggung jawab, dan semangat gotong royong disajikan melalui dinamika hubungan keluarga dan pergaulan sosial sehari-hari. Fakta ini memperkuat tesis yang diajukan (Afidah et al., 2022) bahwa media populer memiliki kapasitas signifikan sebagai wahana untuk memperkokoh nilai-nilai sosial yang krusial bagi perkembangan karakter anak di tengah dinamika perubahan zaman. Mengingat besarnya pengaruh media populer terhadap pembentukan kepribadian anak, kajian mendalam terhadap nilai-nilai karakter dalam komik menjadi semakin relevan dan mendesak. Pemahaman yang komprehensif terhadap muatan nilai ini memungkinkan para pendidik dan orang tua untuk mengoptimalkan komik sebagai medium literasi moral yang menyenangkan. Komik seperti Boule & Bill Créent une Entreprise! bukan sekadar karya hiburan semata, melainkan juga merupakan instrumen pendidikan karakter yang selaras dengan cita-cita pendidikan nasional sebagaimana disampaikan oleh (Zulfida, 2020).

Menurut (Koesoema, 2007), pembelajaran yang kontekstual dan menyenangkan terbukti mampu meningkatkan efektivitas internalisasi karakter pada peserta didik. Komik ini juga secara tersirat memperkenalkan konsep dasar kewirausahaan kepada anak, yang sejalan

dengan gagasan (Ningsih, 2021) bahwa pendidikan karakter juga harus menanamkan nilai kemandirian dan produktivitas.

Penelitian ini secara khusus diarahkan untuk mengidentifikasi dan mengkaji nilai-nilai karakter yang termuat dalam komik *Boule & Bill Créent une Entreprise!*, kemudian memetakan korelasinya dengan pilar-pilar nilai yang dipegang teguh oleh Universitas Negeri Semarang (UNNES). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan potensi komik sebagai media pendidikan untuk pembentukan karakter yang berkaitan dengan visi dan misi lembaga pendidikan. Dari sisi relevansi kelembagaan, penelitian ini memiliki keterkaitan erat dengan visi Universitas Negeri Semarang (UNNES) sebagai universitas konservasi yang mengutamakan penanaman nilai-nilai karakter luhur. Pilar-pilar UNNES yang meliputi religiusitas, nasionalisme, integritas, kemandirian, dan tanggung jawab dapat ditemukan secara implisit dalam karakter tokoh-tokoh dan narasi yang dibangun dalam komik *Boule & Bill Créent une Entreprise!*. Hal ini menjadikan komik tersebut sebagai medium reflektif yang berpotensi mendukung internalisasi nilai-nilai karakter sejalan dengan visi pendidikan UNNES secara lebih efektif dan menarik.

## II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi (content analysis). Penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk menggali makna, konsep, dan nilai-nilai yang terkandung dalam teks secara mendalam tanpa manipulasi data (Krippendorff, 2004; Moleong, 2017; Sugiyono, 2019). Metode analisis isi diterapkan dalam melihat dan menginterpretasikan isi dari komik *Boule & Bill Créent une Entreprise!* untuk menemukan representasi nilai-nilai karakter yang terbuka lewat narasi, dialog, aksi tokoh, dan visualisasi ilustrasi.

Objek utama penelitian ini adalah komik berjudul *Boule & Bill Créent une Entreprise!* karya Jean Roba, merupakan bagian dari serial komik *Boule et Bill*. Komik ini dipilih karena menggambarkan aktivitas wirausaha anak dan mengandung berbagai interaksi sosial yang potensial mencerminkan nilai-nilai karakter. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama, dilakukan pembacaan intensif (close reading) terhadap komik secara berulang untuk memahami secara menyeluruh alur cerita, karakter tokoh, serta konteks narasi. Setelah itu, peneliti mengidentifikasi bagian-bagian dalam komik, seperti dialog, narasi, judul bab, ekspresi tokoh, dan ilustrasi visual yang mengandung nilai-nilai karakter, seperti jujur, tanggung jawab, mandiri, kerja keras,

dan lain-lain. Data yang ditemukan kemudian dicatat dan dikategorikan dalam tabel berdasarkan jenis nilai karakter yang muncul. Proses ini dilengkapi dengan studi pustaka yang mendukung, seperti teori pendidikan karakter dan teori naratif visual, guna memperkuat hasil analisis.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah lembar analisis nilai karakter yang disusun secara sistematis berdasarkan indikator 18 nilai karakter menurut Kemendikbud, seperti religius, jujur, toleransi, disiplin, kerja keras, kreatif, mandiri, dan sebagainya. Selain itu, analisis juga mempertimbangkan lima pilar karakter Universitas Negeri Semarang (UNNES), yaitu Religiusitas, Nasionalisme, Integritas, Mandiri, dan Tanggung Jawab. Setiap cuplikan komik yang mengandung nilai karakter akan dicatat dalam tabel analisis yang mencakup bagian komik, nilai karakter, indikator, pilar UNNES yang sesuai, serta keterangan penjelas.

Adapun teknik analisis data dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama, dilakukan reduksi data untuk menyaring bagian-bagian penting dalam komik yang menampilkan nilai-nilai karakter. Kemudian, setiap temuan dikategorikan berdasarkan indikator nilai karakter yang telah ditetapkan. Setelah itu, peneliti menginterpretasikan data secara kontekstual, dengan memahami makna nilai-nilai tersebut dalam kaitannya dengan pendidikan karakter. Selanjutnya, dilakukan analisis keterkaitan antara nilai karakter yang ditemukan dengan lima pilar karakter UNNES untuk melihat hubungan konseptual dan aplikatif. Terakhir, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan nilai-nilai karakter yang paling dominan dan bagaimana nilai-nilai tersebut dapat menjadi media penguatan karakter melalui komik.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil

**Tabel 1 Data Nilai Karakter dalam Komik Boule & Bill Créent une Entreprise**

No.	Nilai Karakter	Frekuensi	Halaman
1.	Inspiratif	0	
2.	Humanis	1	4
3.	Inovatif	1	3
4.	Kreatif	5	3,4,11,13,14
5.	Sportif	1	3
6.	Keberanian	2	7,11

7.	Persahabatan dan solid	2	6,9
8.	Kebijaksanaan dan kecerdasan	4	8,10,15,15
9.	Empati dan kepedulian	2	16,17
10.	Kesetiaan	0	
11.	Semangat petualang	1	18
12.	Kejujuran dan keadilan	0	

Berdasarkan Tabel 1, terdapat 9 nilai karakter yang ditemukan dalam komik Boule & Bill Créent une Entreprise! dari seri Boule et Bill karya Jean Roba, yakni: 1) humanis, 2) inovatif, 3) kreatif, 4) sportif, 5) keberanian, 6) persahabatan dan solidaritas, 7) kebijaksanaan dan kecerdasan, 8) empati dan kepedulian, dan 9) semangat petualang.

Berikut penjelasan masing-masing nilai karakter.

#### 1. Humanis

Pada halaman 4 panel 4 pada komik menunjukkan nilai karakter adalah “*tous ensemble*” (semua bersama-sama). Tokoh dalam komik menampilkan sebuah semangat kebersamaan dalam menjalankan usaha. “*Mais si on s’y met tous ensemble ça ira! Pas vrai Bill?*”. Artinya, “kalau kita mengerjakannya bersama-sama pasti berhasil! Benar kan, Bill?” Kata *tous ensemble* menegaskan bahwa pekerjaan dilakukan secara kolektif, bukan individu. Hal ini mencerminkan nilai humanis karena adanya sikap menghargai kerja sama, saling mendukung, dan tidak egois. Keberhasilan dipandang sebagai hasil kerja bersama.

#### 2. Inovatif

Pada halaman 3 panel 5 pada komik menampilkan Boule yang menyadari bahwa untuk mencapai keinginannya diperlukan usaha. Ia tidak meminta secara instan, tetapi mencari solusi dengan bekerja. “*Tu vois, Bill, pour avoir mon vélo j’ai besoin de sous ! Et pour avoir des sous je dois travailler!*” Artinya, “untuk mendapatkan sepedaku aku butuh uang! Dan untuk menpatkan uang aku harus bekerja!” Kata “*je dois travailler*” memiliki arti ‘aku harus bekerja’. Hal ini menunjukkan pola pikir inovatif karena mampu menemukan jalan keluar dari masalah secara mandiri dan kreatif.

#### 3. Kreatif

Nilai karakter kreatif ditemukan pada beberapa halaman dalam komik.

Pada halaman 3 muncul gagasan untuk menciptakan kegiatan yang bermanfaat untuk mengisi waktu luang. “p'pa! avec les copains on a décidé de faire une journée de bi-cross!. artinya , ““Ayah! Bersama teman-teman, kami memutuskan untuk mengadakan satu hari bersepeda BMX!”

Nilai karakter kreatif terlihat dari kata memutuskan dan membuat kegiatan, yang menunjukkan kemampuan menghasilkan ide dan merancang aktivitas positif.

Pada halaman 4 muncul gagasan membuat rumah burung sebagai produk usaha. Ini menunjukkan kemampuan menciptakan ide orisinal dan mengubahnya menjadi barang bernilai jual. “*Notre idée est de faire des nichoirs, ce sera notre produit.*” Artinya, “ide kami adalah membuat rumah burung, itu akan menjadi produk kami.” Kalimat ini muncul saat mereka menentukan jenis usaha yang akan dijalankan. Mereka berdiskusi dan memutuskan membuat rumah burung. Kata *notre idée* menunjukkan bahwa gagasan tersebut berasal dari mereka sendiri dalam cerita, bukan dari orang dewasa. Dalam konteks komik, adegan ini menjadi titik awal usaha mereka, sehingga menunjukkan kreativitas dalam menciptakan produk.

Pada halaman 11, nilai karakter kreatif ditunjukkan pada pemberian nama produk dan promosi menunjukkan kreativitas dalam pemasaran. Mereka tidak hanya membuat barang, tetapi juga membangun. “*Demandez un nichoir ‘Tchip’!*” Artinya, “pesan rumah burung ‘Tchip’!” Boule dan teman-temannya mulai menawarkan rumah burung kepada calon pembeli. Mereka tidak hanya mengatakan “jual rumah burung”, tetapi menjelaskan keunggulan produknya, yaitu kuat, praktis, dan murah.

Pada halaman 13 Boule dan teman-temannya sedang membahas cara agar rumah burung yang mereka buat lebih dikenal banyak orang. Mereka menyadari bahwa agar produk mereka laku, orang-orang harus terlebih dahulu mengetahui keberadaannya. Oleh karena itu, mereka ingin membuat iklan. “*La publicité, c'est mieux faire connaître au public un produit ou un service pour en vendre plus. La publicité peut ne montrer que les beaux côtés, mais ne peut pas mentir sur la qualité.*” Artinya, iklan adalah cara untuk membuat suatu produk atau layanan lebih dikenal oleh masyarakat agar bisa menjual lebih banyak. Iklan boleh menampilkan sisi-sisi yang baik, tetapi tidak boleh berbohong tentang kualitasnya. “*Faire connaître au public*” menunjukkan ide kreatif mereka untuk mempromosikan produk, bukan hanya menunggu pembeli datang. Ini mencerminkan nilai kreatif, karena mereka memikirkan strategi pemasaran.

Sementara itu, bagian “*ne peut pas mentir sur la qualité*” menunjukkan bahwa walaupun iklan boleh menonjolkan kelebihan produk, mereka tetap harus jujur mengenai kualitasnya. Ini mencerminkan nilai kejujuran dan tanggung jawab dalam menjalankan usaha. Jadi, dalam adegan ini terlihat bahwa mereka tidak hanya kreatif dalam beriklan, tetapi juga memahami etika dalam mempromosikan produk.

Pada halaman 14 kreativitas berkembang menjadi inovasi produk. Mereka membuat variasi agar menarik lebih banyak pembeli. Ini menunjukkan kreativitas yang aplikatif dan strategis. “*En créant des modèles différents notre offre peut répondre à toutes les demandes!*” Artinya, “dengan membuat model yang berbeda-beda, penawaran kita bisa memenuhi semua permintaan!” Pada adegan ini, usaha mereka sudah berjalan dan mereka mulai memikirkan cara meningkatkan penjualan. Mereka memutuskan membuat beberapa model rumah burung agar pembeli punya pilihan. Dalam cerita, ini menunjukkan perkembangan usaha mereka. Karena ada variasi produk, bagian ini menunjukkan kreativitas lanjutan.

#### 4. Sportif

Pada halaman 3 menunjukkan keterlibatan dalam kegiatan olahraga bersama. Sportivitas tampak dari partisipasi aktif dalam kegiatan fisik yang positif dan dilakukan bersama teman. “*P'pa ! Avec les copains on a décidé de faire une journée de bi-cross !*” Artinya, “Ayah! Bersama teman-teman kami memutuskan mengadakan hari bi-cross!” Adegan ini terjadi saat Boule berbicara tentang kegiatan olahraga bersama teman-temannya. Kegiatan dilakukan secara kelompok dan bersifat positif. Karena menunjukkan partisipasi dalam aktivitas bersama, bagian ini mencerminkan nilai sportif.

#### 5. Keberanian

Pada halaman 7, Boule menunjukkan keberanian untuk meminta saran. Ini mencerminkan keberanian moral dan tanggung jawab dalam mengelola usaha. “*Je vais demander conseil à Archibald.*” Artinya, “Aku akan meminta saran kepada Archibald.” Dalam adegan ini, mereka merasa modal belum cukup dan membutuhkan saran. Boule memutuskan untuk meminta bantuan kepada orang yang lebih berpengalaman. Dalam konteks cerita, tindakan ini menunjukkan keberanian untuk mengakui keterbatasan dan mau belajar.

Halaman 11 ada keberanian juga tampak ketika mereka mempromosikan produk secara langsung kepada orang lain tanpa rasa takut. “*Demandez un nichoir*

*'Tchip'!*” Dalam konteks adegan, kata *“Demandez”* digunakan untuk mengajak orang membeli produk mereka. Hal ini menunjukkan bahwa mereka memiliki keberanian untuk berbicara di depan umum dan percaya diri terhadap hasil karya mereka. Bagian ini menandai tahap usaha mereka masuk ke proses penjualan. Dengan berani menawarkan produk secara langsung, nilai karakter yang terlihat adalah keberanian dan rasa percaya diri dalam berwirausaha.

#### 6. Persahabatan dan Solidaritas

Nilai karakter persahabatan dan solidaritas ditemukan pada halaman 6 dan 9. Pada halaman 6, setiap teman menunjukkan kontribusi masing-masing untuk menambah modal. Ini mencerminkan solidaritas dan rasa tanggung jawab bersama. *“Je vais voir ma tirelire.”*, *“Je vais vendre ma collection.”* Artinya, *“Aku akan mengambil tabunganku.”*, *“Aku akan menjual koleksiku.”* Dialog ini menunjukkan bahwa mereka membutuhkan tambahan modal. Setiap teman menyatakan kesediaan membantu dengan cara masing-masing. Dalam cerita terlihat semua ikut berpartisipasi. Karena menunjukkan kontribusi bersama untuk tujuan kelompok, bagian ini mencerminkan solidaritas.

Pada halaman 9 ilustrasi mereka bekerja bersama membuat rumah burung. Visual ini menunjukkan kerja sama dalam praktik. Solidaritas tampak melalui tindakan nyata, bukan sekadar ucapan.

#### 7. Kebijaksanaan dan Kecerdasan

Nilai karakter kebijaksanaan dan kecerdasan terlihat pada halaman 8, 10 dan 15. Pada halaman 8 *“Il aura fait un investissement intelligent.”* artinya, *“Itu merupakan investasi yang cerdas.”* Hal ini menjelaskan bahwa membeli alat yang lebih mahal tetapi tahan lama adalah keputusan bijak. Ini menunjukkan kemampuan berpikir jangka panjang. Adegan ini menjelaskan bahwa membeli alat yang lebih mahal tetapi tahan lama akan lebih menguntungkan. Dalam konteks cerita, mereka belajar mempertimbangkan kualitas dan manfaat jangka panjang. Karena menunjukkan pemikiran rasional dan perhitungan matang, bagian ini mencerminkan kebijaksanaan.

*“Si tu le vends 68 francs, tu as un bénéfice!”* pada halaman 10 diartikan sebagai *“Jika kamu menjualnya 68 franc, kamu mendapat keuntungan!”* Hal ini menunjukkan pemahaman konsep laba. Mereka mampu menghitung biaya dan keuntungan. *“Tu as un bénéfice”* menunjukkan bahwa mereka memahami konsep

laba. Mereka menyadari bahwa harga jual harus lebih tinggi dari biaya agar mendapatkan keuntungan.

Pada halaman 15 menunjukkan dialog yang memperkuat pemahaman tentang manajemen keuangan dan pembagian keuntungan. *“Il reste le bénéfice!”* Kalimat ini menunjukkan bahwa mereka memahami hasil akhir adalah proses dari usaha yang telah dijalankan.

#### 8. Empati dan Kepedulian

Nilai karakter empati dan kepedulian tampak pada halaman 16 dan halaman 17. Pada halaman 16, keuntungan usaha digunakan untuk membantu teman. *“Notre copain Bill a besoin de cet argent pour faire sortir un ami de la fourrière.”* Artinya, “teman kita Bill membutuhkan uang ini untuk mengeluarkan temannya dari penampungan.” Ini menunjukkan empati dan kepedulian sosial yang tinggi. *“A besoin”* menunjukkan bahwa uang tersebut bukan untuk keinginan pribadi, melainkan untuk memenuhi kebutuhan yang mendesak. Kata ini menegaskan adanya kondisi yang memerlukan pertolongan.

Halaman 17 terdapat ilustrasi mereka pergi ke penampungan. Hal ini merupakan tindakan nyata membantu memperkuat nilai empati, karena mereka tidak hanya setuju, tetapi benar-benar melaksanakan bantuan.

#### 9. Semangat Petualang

Nilai karakter semangat petualang pada halaman 18, sepeda baru adalah simbol keberhasilan dari usaha dan kerja keras. Ini menunjukkan semangat pantang menyerah dan tekad mencapai tujuan. *“J'ai mon nouveau vélo!”*. Artinya, “Aku punya sepeda baruku!” Kalimat *“J'ai mon nouveau vélo”* menunjukkan semangat petualang karena sepeda tersebut diperoleh bukan secara instan, melainkan melalui proses bekerja, merencanakan usaha, menghitung keuntungan, hingga menjual produk.

### B. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis terhadap komik *Boule & Bill Créent une Entreprise!*. Nilai karakter yang paling banyak muncul adalah kreatif kemudian diikuti nilai karakter kebijaksanaan dan kecerdasan.

Bejumlah nilai karakter tampil dengan intensitas lebih rendah atau bahkan tidak dapat diidentifikasi secara eksplisit, seperti inspiratif, kesetiaan, serta kejujuran dan keadilan.

Kondisi ini dapat dipahami mengingat fokus narasi yang menempatkan proses berwirausaha sebagai inti cerita, sehingga nilai-nilai yang bersinggungan langsung dengan aktivitas tersebut lebih dominan dibandingkan nilai-nilai lainnya. Meski demikian, seluruh nilai yang teridentifikasi menegaskan bahwa komik bukan semata wahana hiburan, melainkan juga berperan sebagai medium yang mampu menyampaikan pesan-pesan pembentukan karakter secara implisit kepada pembacanya.

Temuan ini sejalan dengan teori pendidikan karakter yang menyatakan bahwa nilai-nilai karakter dapat ditanamkan melalui aneka media pembelajaran, termasuk cerita bergambar dan komik. Koesoema berpendapat bahwa pembentukan karakter bertumbuh melalui pengalaman dan keteladanan yang tersaji dalam konteks kehidupan nyata. Dengan menghadirkan tokoh dan alur yang relevan, komik membantu pembaca memahami suatu nilai karakter secara lebih intuitif dan mudah dicerna. Selain itu, (Gunawan, 2012) memaknai pendidikan karakter sebagai proses internalisasi nilai-nilai moral secara berkelanjutan guna membentuk pola perilaku yang positif, yang berlangsung melalui pemahaman, peneladanan, dan pembiasaan.

Tokoh-tokoh dalam komik berperan sebagai figur keteladanan yang memudahkan pembaca menghayati nilai-nilai karakter yang dihadirkan dalam narasi. Setiap tindakan dan dialog yang dimainkan oleh para tokoh menjadi ilustrasi konkret tentang bagaimana suatu nilai karakter diwujudkan dalam situasi tertentu. Dengan demikian, dominasi nilai kreatif, kebijaksanaan, dan kecerdasan dalam komik ini tidak hanya memperkaya plot cerita, tetapi secara bersamaan memberikan pelajaran berharga tentang pentingnya berpikir inovatif, menggunakan akal sehat, serta mengambil keputusan dengan pertimbangan yang matang dalam kehidupan sehari-hari.

Temuan penelitian ini selaras pula dengan kajian sebelumnya yang dilakukan oleh (Lickona, 1991) menegaskan bahwa pendidikan karakter berkembang secara efektif melalui media yang mampu menghadirkan contoh nyata perilaku bermoral. Komik, sebagai media bernarasi, membuka ruang bagi pembaca untuk berekspektasi dan berempati dengan tokoh dalam cerita, sehingga nilai-nilai yang disampaikan lebih mudah dipahami dan dihayati. Proses ini menjadikan komik bukan sekadar sarana hiburan, melainkan juga sarana pembelajaran nilai-nilai positif yang dapat diaplikasikan dalam kehidupan nyata.

Selain itu, beberapa penelitian tentang penggunaan komik sebagai media pembelajaran juga menunjukkan bahwa komik mampu menyampaikan pesan moral dan nilai karakter dengan cara yang menarik dan mudah dipahami oleh pembaca. Visualisasi gambar,

dialog yang sederhana, serta alur cerita yang ringan membuat pembaca lebih mudah memahami pesan yang disampaikan (Sudjana & Rivai, 2011). Hal ini sejalan dengan pandangan (McCloud, 1993) yang menyatakan bahwa komik merupakan seni sekuensial yang mampu mengombinasikan gambar dan teks untuk menyampaikan makna secara efektif kepada pembaca dari berbagai usia. Oleh karena itu, kemunculan nilai karakter kreatif, kebijaksanaan, dan kecerdasan dalam komik ini tidak hanya berfungsi untuk mendukung alur cerita, tetapi juga menunjukkan bahwa komik dapat menjadi media yang efektif dalam menyampaikan pendidikan karakter kepada pembaca, khususnya anak-anak dan remaja (Nurgiyantoro, 2013).

Berdasarkan hal tersebut, temuan penelitian ini memperkerkokoh teori-teori dan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang menegaskan bahwa media cerita bergambar seperti komik merupakan sarana yang efektif dalam menginternalisasikan nilai-nilai karakter. Dominasi nilai kreatif, kebijaksanaan, dan kecerdasan dalam cerita mengindikasikan bahwa aktivitas yang melibatkan proses berpikir, berkreasi, dan mengambil keputusan secara tidak langsung bertransformasi menjadi sarana pembelajaran karakter yang bermakna bagi pembacanya.

Bertolak dari seluruh pemaparan di atas, penelitian ini memberikan konfirmasi terhadap teori pendidikan karakter yang menegaskan bahwa nilai-nilai moral dapat ditanamkan melalui beragam media pembelajaran, termasuk media komik. Dominasi nilai kreatif serta kebijaksanaan dan kecerdasan dalam komik *Boule & Bill Créent une Entreprise!* memperlihatkan bahwa alur cerita yang berorientasi pada proses berwirausaha secara natural mendorong kemunculan nilai-nilai yang berkaitan dengan kreativitas berpikir, inovasi, dan pengambilan keputusan yang bijak. Hal ini selaras dengan pandangan (Lickona, 1991) bahwa pembentukan karakter dapat berlangsung efektif melalui keteladanan tokoh dalam cerita, yang memungkinkan pembaca meresapi nilai-nilai moral secara tidak langsung melalui identifikasi terhadap tindakan tokoh. Dengan demikian, komik bukan sekadar berfungsi sebagai media hiburan semata, tetapi juga berperan sebagai media pembelajaran yang efektif dalam menginternalisasikan nilai-nilai karakter kepada pembacanya. Temuan ini sekaligus menegaskan bahwa karya sastra populer seperti komik memiliki kapasitas signifikan sebagai wahana pendidikan karakter karena mampu mengemas pesan-pesan moral dalam cerita yang atraktif dan mudah dicerna oleh beragam kalangan pembaca.

#### **IV. Kesimpulan**

Komik *Boule & Bill Créent une Entreprise!* karya Jean Roba merupakan salah satu contoh media yang mampu menggabungkan fungsi hiburan dan pendidikan karakter. Komik adalah kumpulan cerita bergambar yang dapat digunakan sebagai media pembelajaran yang efektif karena mampu merangsang imajinasi dan emosi pembaca, khususnya anak-anak. Di balik kesenangan yang ditawarkan, komik ini memiliki potensi besar untuk menanamkan nilai-nilai karakter yang positif.

Pada cerita tentang Boule, anjing milik Bill, dan teman-temannya yang mencoba mendirikan bisnis kecil-kecilan untuk mendapatkan sepeda baru, terdapat sembilan nilai karakter yang muncul. Nilai-nilai tersebut antara lain humanis (terlihat dari semangat kerja sama dalam menjalankan usaha), inovatif (dalam mencari solusi mandiri untuk mendapatkan uang), kreatif (dalam merancang produk, mempromosikan, dan membuat variasi produk), sportif (dari partisipasi dalam kegiatan olahraga bersama), keberanian (untuk meminta saran dan mempromosikan produk secara langsung), persahabatan dan solidaritas (dari kontribusi masing-masing teman dan kerja sama dalam pembuatan produk), kebijaksanaan dan kecerdasan (dalam mengambil keputusan investasi, menghitung keuntungan, dan mengelola keuangan), empati dan kepedulian (ketika menggunakan keuntungan usaha untuk membantu teman dalam kesulitan), serta semangat petualang (dalam menjalani proses usaha hingga mencapai tujuan mendapatkan sepeda baru).

Dari nilai-nilai tersebut, nilai karakter kreatif adalah yang paling banyak muncul, diikuti oleh nilai kebijaksanaan dan kecerdasan. Beberapa nilai seperti inspiratif, kesetiaan, serta kejujuran dan keadilan tidak ditemukan atau muncul dengan frekuensi sangat sedikit, hal ini kemungkinan disebabkan oleh fokus cerita yang lebih menekankan pada proses pembuatan dan pengelolaan usaha, sehingga nilai-nilai yang berkaitan langsung dengan kegiatan tersebut menjadi lebih menonjol.

Temuan ini sejalan dengan berbagai teori pendidikan karakter yang menyatakan bahwa nilai-nilai moral dapat ditanamkan melalui contoh konkret dan pengalaman yang disajikan dalam cerita. Menurut Koesoema, pendidikan karakter dapat dikembangkan melalui pengalaman nyata yang ditampilkan dalam kehidupan sehari-hari, sedangkan Gunawan menjelaskan bahwa pendidikan karakter adalah proses penanaman nilai-nilai moral melalui pemahaman, peneladanan, dan pembiasaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Lickona tahun 1991 juga mendukung temuan ini, yaitu bahwa media cerita termasuk komik mampu membuat pembaca mengidentifikasi diri dengan tokoh, sehingga nilai-nilai karakter yang disampaikan dapat lebih mudah diinternalisasi.

Selain itu, komik ini juga secara tidak langsung mengenalkan konsep kewirausahaan sejak dini kepada pembaca, yang selaras dengan pandangan bahwa pendidikan karakter perlu menanamkan jiwa mandiri dan produktif untuk membentuk generasi muda yang inovatif dan bertanggung jawab. Nilai-nilai yang terdapat dalam komik juga memiliki relevansi dengan pilar-pilar karakter Universitas Negeri Semarang (UNNES) seperti religiusitas, nasionalisme, integritas, mandiri, dan tanggung jawab, menjadikannya sebagai media reflektif yang mendukung internalisasi visi pendidikan karakter.

Secara keseluruhan, komik *Boule & Bill Créent une Entreprise!* bukan hanya sekadar hiburan, tetapi juga merupakan sarana pendidikan karakter yang efektif dan menyenangkan. Melalui visualisasi gambar yang menarik, dialog yang sederhana, dan alur cerita yang ringan, komik ini mampu menyampaikan pesan-pesan positif tentang pentingnya memiliki nilai karakter yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa karya sastra populer seperti komik memiliki peran penting dalam pembentukan karakter pembaca, khususnya anak-anak dan remaja, serta dapat dijadikan sebagai media pembelajaran yang mendukung tujuan pendidikan nasional dalam menciptakan generasi yang memiliki karakter luhur.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Afidah, N. N., Syihabuddin, S., Liswati, K. N., & Rizkyanfi, M. W. (2022). Penguatan pendidikan karakter melalui pembelajaran bahasa Indonesia di sekolah dasar. *Jurnal Cakrawala Pendas*, 8(4), 1526–1536. <https://doi.org/10.31949/jcp.v8i4.2717>
- Arsanti, M. (2018). Pengembangan bahan ajar mata kuliah penulisan kreatif bermuatan nilai-nilai pendidikan karakter religius. *Jurnal Kredo*, 1(2), 71–90. <https://doi.org/10.24176/kredo.v1i2.2107>
- Asmani, J. M. (2011). *Buku panduan internalisasi pendidikan karakter di sekolah*. Diva Press.
- Daryanto, & Tasrial. (2012). *Konsep pembelajaran kreatif*. Gava Media.
- Gunawan, H. (2012). *Pendidikan karakter: Konsep dan implementasi*. Alfabeta.
- Koesoema, D. (2007). *Pendidikan karakter: Strategi mendidik anak di zaman global*. Grasindo.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage Publications.
- Kurniawan, S. (2017). *Pendidikan karakter: Konsep dan implementasi*. Ar-Ruzz Media.
- Kustandi, C. (2020). *Media pembelajaran manual dan digital*. Ghalia Indonesia.
- Lickona, T. (1991). *Educating for character*. Bantam Books.
- McCloud, S. (1993). *Understanding comics: The invisible art*. HarperCollins Publishers.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.

- Muslich, M. (2011). *Pendidikan karakter: Menjawab tantangan krisis multidimensional*. Bumi Aksara.
- Ningsih, T. (2021). *Pendidikan karakter: Teori dan praktik*. CV Rumah Kreatif Wadas Kelir.
- Nurgiyantoro, B. (2013). *Sastra anak: Pengantar pemahaman dunia anak*. Gadjah Mada University Press.
- Prastowo, A. (2011). *Panduan kreatif membuat bahan ajar inovatif*. DIVA Press.
- Salahudin, A., & Alkrienciehie. (2013). *Pendidikan karakter*. Pustaka Setia.
- Samani, M., & Hariyanto. (2013). *Konsep dan model pendidikan karakter*. PT Remaja Rosdakarya.
- Sudjana, N., & Rivai, A. (2011). *Media pengajaran*. Sinar Baru Algensindo.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wibowo, A. (2013). *Pendidikan karakter*. Pustaka Pelajar.
- Zulfida, S. (2020). *Pendidikan karakter dalam buku ajar*. Sulus Pustaka.

