# BAB II. PEMBAHASAN & SOLUSI MASALAH PROGRAM ACARA SI BOLANG

## II.1 Landasan Teori

### II.1.1 Acara Televisi Khusus Anak-Anak

Menurut Mulyono (1980) media televisi merupakan media pembelajaran 3 dimensi yang efektif untuk membantu meningkatkan pengetahuan anak, dan juga pembentukan pola pikir, sikap dan perilaku anak-anak. Sedangkan Milton Chen menjelaskan dalam hal menyentuh anak-anak televisi lebih jauh berpengaruh daripada hal lain dalam kebudayaan. Dengan arti lain, televisi memberikan pengaruh dalam kehidupan anak-anak (h.10-12).

Televisi merupakan sarana hiburan dan edukasi bagi masyarakat terutama anak-anak, selain itu televisi juga sebagai alat siar satelit yang sangat disenangi oleh sebagian penduduk diseluruh dunia. Di era ini, banyak stasiun-stasiun TV dengan gencarnya menayangkan program dengan berbagai macam segmen didalamnya agar dapat menyita banyak pemirsa yang menonton acara tersebut. Namun yang menjadi fokus utama stasiun televisi saat ini tidak hanya menarik penonton tetapi juga harus memiliki nilai pendidikan didalamnya.

Beragamnya program acara yang disuguhkan oleh televisi diantara lain ada program acara untuk dewasa, program acara remaja dan program acara anak-anak. Program acara anak-anak dikemas semenarik mungkin untuk meningkatkan minat anak-anak menonton televisi. Program acara anak-anak sangat erat kaitannya dengan nilai pendidikan didalamnya. Banyak pengetahuan dan ketrampilan yang akan didapatkan anak-anak dengan menonton program acara anak-anak. Diantara lainnya program acara anak-anak yang sangat digandrungi yaitu Si Bolang, Laptop Si Unyil, Dunia Handmade, dan masih banyak lainnya.

### II.1.2 Pengertian Anak

Menurut Poerdarminta (1992) anak pada umumnya mempunyai arti yang telah dipahami oleh sebagian masyarakat yaitu keturunan kandung dari rahim ibu dan

sperma ayah. Yang dikategorikan sebagai anak adalah anak yang dilahirkan dari proses hubungan laki-laki dan perempuan. Sedangkan yang dimaksud dengan anak-anak ialah seorang anak laki-laki atau perempuan yang masih dibawah umur (h.13).

Menurut Azis (2009) menjelaskan bahwa pertumbuhan fisik anak-anak tidaklah sama melainkan berbeda-beda. Sama halnya dengan perkembangan kognitif juga berbeda-beda antara anak satu dengan yang lainnya, ada yang cepat dan ada juga yang lambat pertumbuhan kognitifnya. Hal tersebut didasari oleh latar belakang anak tersebut. Konsep seperti ini telah ada dari bayi, tetapi masih belum menyatu secara sempurna dan terbentuk perkembangannya dari waktu ke waktu sesuai tumbuh kembang usia anak. Pola koping juga memiliki kesamaan dengan konsep diri yang dipunyai anak. Karena koping berpola dari bayi, hal tersebut dapat dilihat ketika bayi menangis. Karena menangis adalah salah satu pola koping bayi memberitahukan eksperinya ketika lapar, haus, dan lain-lain. Dari bayi prilaku sosial sudah terbentuk dan mengalami perkembangan yang dapat kita rasakan dan lihat sebagaimana anak dengan rela dan mau diajak oleh orang asing, dan anak tersebut menunjukkan keceriaannya kepada orang banyak. Perilaku sosial inilah yang sudah terbentuk dari waktu ke waktu seiring dengan bertambahnya usia. Lingkungan juga berperan dalam merubah perilaku sosial anak-anak contohnya anak-anak bermain dengan kelompoknya masing-masing yang memiliki kesukaan sama dengan anak yang lain (h.30).

### II.1.3 Perkembangan Anak

Yaitu individu yang masih belum berumur 18 tahun dengan masa perkembangan pertumbuhannya dari mulai usia 0-1 tahun, umur bermain 1-2,5 tahun, pra sekolah usia 2,5-5 tahun, umur sekolah 5-11 tahun, dan saat remaja diusia 11-18 tahun. Menurut Damaiyanti (2008) bahwa karakter anak sesuai dengan tingkatan perkembangan pertumbuhannya menjelaskan ada empat tahap, diantaranya:

a) Bayi usia 0-1 tahun

   Pada usia ini bayi tidak bisa memperlihatkan emosinya lewat kata. Dikarenakan bayi sering berinteraksi dengan interaksi tidak verbal. Disaat kelaparan, kehausan, dan sekalipun dengan perasaan tidak enak, Cuma

lewat tangisan bayi memperlihatkan emosinya. Walau seperti itu, bayi sebenarnya dapat merespon orang yang menjalin komunikasi lewat sentuhan, pelukan, dan berkomunikasi atau berbicara dengan cara lembut.

b) Pra sekolah usia 2-5 tahun

Bayi dimasa ini sangat egosentris memiliki perasaan takut pada ketidaktahuan sehingga anak harus diberi pemahaman dan pemberitahuan dari orang dewasa tentang apa yang akan terjadi kepadanya. Dalam hal berbicara masih belum fasih dikarenakan kosakata yang sedikit diserap oleh ingatan mereka. Untuk itu gunakanlah bahasa-bahasa lebih sederhana, pendek, dan berikan kosa kata yang dapat dengan mudah dikenalinya melalui objek atau benda-benda seperti boneka dan lain-lain.

c) Sekolah pada usia 6-12 tahun

Usia anak pada masa ini sangatlah merasakan kepekaan pada stimulus karena ada ancaman ke tubuhnya. Dan apabila berkomunikasi dan berinteraksi dengannya agar memakai kosa kata bahasa sederhana supaya mudah dipahami kemudian beri contoh dengan jelas sesuai kemampuannya. Untuk berkomunikasi dengan orang dewasa dianggap mampu menangkap dan memahami apa yang dibicarakan atau didiskusikan karena anak diusia ini pola berfikirnya sudah kongkret.

d) Remaja usia 13-18 tahun

Diusia ini adalah dimana pertukaran fase dari anak-anak ke fase remaja dewasa dari berfikir dan bertingkah laku pada masa ini dalam memecahkan masalah yang dihadapi harus diberi kesempatan belajar lewat pemecahan masalah yang positif. Dan jika anak mulai tertekan dengan masalah yang dihadapinya, beritahukan agar ia dapat berbicara dengan orang yang lebih dewasa atau lewat teman sebayanya yang dapat dipercaya agar masalahnya dapat diselesaikan dengan bersama-sama.

### II.1.4 Pengertian Orang Tua

Menurut Rusmiyati (2008) orang tua adalah komponen keluarga yang terdiri dari ayah dan ibu, dan merupakan hasil dari sebuah ikatan perkawinan yang sah yang dapat membentuk sebuah keluarga. Orang tua memiliki tanggung jawab untuk

mendidik, mengasuh membimbing anak-anaknya dan untuk mencapai tahapan tertentu yang menghantarkan anak untuk siap dalam kehidupan bermasyarakat.

Contoh yang baik dalam menjalani kehidupan sehari-hari, selain itu orang tua juga telah memperkenalkan anaknya kedalam hal-hal yang terdapat di dunia ini danmenjawab secara jelas tentang sesuatu yang tidak dimengerti oleh anak. Maka pengetahuan yang pertama diterima oleh anak adalah dari orang tuanya. Karena orang tua adalah pusat kehidupan rohani si anak dan sebagai penyebab berkenalnya dengan alam luar, maka setiap reaksi emosi anak dan pemikirannya dikemudian hari terpengaruh oleh sikapnya terhadap orang tuanya di permulaan hidupnya dahulu.

Orang tua atau ibu dan bapak memegang peranan yang penting dan amat berpengaruh atas pendidikan anak-anak. Sejak seorang anak lahir, ibunyalah yang selalu ada di sampingnya. Oleh karena itu ia meniru prilaku ibunya dan biasanya seorang anak lebih cinta kepada ibunya, apabila ibu itu menjalankan tugasnya dengan baik dan penuh kasih sayang. Ibu merupakan orang yang mula-mula dikenal anak yang menjadi temannya dan yang pertama untuk dipercayainya.

### II.1.5 Peranan Orang Tua dalam Keluarga

Untuk mencapai interaksi yang baik antara orang tua dengan anak-anaknya maka dalam keluarga itu harus menjalankan peranannya sesuai dengan fungsi dan kedudukannya, baik di dalam keluarga itu sendiri maupun di lingkungan masyarakat. Berikut ini akan diuraikan peranan-peranan tersebut menurut Syukur (2012):

a. Peranan Ibu

Peranan seorang ibu bagi anak-anaknya sangat besar artinya, karena anak-anak lebih dekat hubungannya kepada ibu daripada kepada ayahnya dalam kehidupan sehari-hari, oleh karena itu seorang ibu harus benar-benar berfungsi dalam menunaikan tugasnya, antara lain meliputi pemeliharaan pendidikan anak anaknya agar mereka menjadi anak yang berguna dan menjadi anak yang shaleh. Pembinaan pendidikan seorang ibu terhadap anaknya merupakan pendidikan dasar yang tidak

dapat diabaikan sama sekali. Maka dari itu, seorang ibu hendaknya bijaksana dan pandai mendidik anak-anaknya. Nyatalah betapa berat tugas seorang ibu sebagai pendidik dan pengatur rumah tangga. Baik buruknya pendidikan seorang ibu terhadap anaknya akan berpengaruh besar terhadap perkembangan dan watak anaknya dikemudian hari, karena ibu adalah seseorang yang pertama berkomunikasi langsung dengan anaknya. Pernyataan rasa kasih sayang dan perlindunngan merupakan hal sangat penting bagi anak untuk mengembangkan rasa percaya diri dan terhindar dari rasa takut. Gelisah yang akan mengganggu perkembangan jiwa anak. Peranan ibu dalam pendidikan anak-anaknya adalah sumber dan pemberi rasa kasih sayang, pengasuh dan pemelihara, tempat mencurahkan isi hati pengatur kehidupan dalam rumah tangga, pendidik dalam segi-segi emosional (h.28).

b. Peranan Ayah

Di samping ibu, peran ayah menurut Hary (1999) memegang peranan sangat penting bagaimana seorang ayah sebagai kepala keluarga merupakan penanggung jawab dalam perkembangan anak-anaknya, baik secara fisik maupun secara psikis. Dengan demikian di samping memenuhi kebutuhan secara fisik seperti makan, minum, sandang dan sebagainya, juga ayah aktif membina perkembangan pendidikan anak. Anak memandang ayahnya sebagai orang yang tertinggi prestasinya, berarti ayah merupakan Pimpinan yang sangat patut dijadikan cermin bagi anaknya atau dengan kata lain ayah merupakan figure yang terpandai dan berwibawa. Dengan demikian, setiap perilaku ayah merupakan contoh dorongan bagi anak untuk mengikutinya (h.45).

### II.1.6 Kampanye

Venus (2004) menjelaskan bahwa kampanye persuasif perorangan terdiri dari empat aspek yaitu:

- Kegiatan kampanye sistematis bertujuan terciptanya dibenak khalayak akan gagasan yang diberikan berupa produk atau kandidat.
- Kegiatan yang secara langsung dari mulai menarik minat khalayak sasaran, tindakan yg disiapkan untuk khalayak, dan tindakan mengajak khalayak untuk bertindak secara nyata.

- Untuk mencapai tujuan kampanye perlu adanya tindakan yang mendramatisasi sehingga gagasan yang diberikan kepada khalayak dapat terpengaruh secara simbolis dan praktis.
- Media juga mempunyai peranan dalam mempengaruhi perilaku dan kesadaran khalayak (h.29).

Menurut Venus (2004) kampanye terbagi kedalam beberapa jenis diantaranya:

- Kampanye sosial merupakan kegiatan kampanye yang memiliki isi pesan-pesan terhadap masalah sosial masyarakat, bersifat tidak komersil. Dan tujuannya yaitu menyadarkan gejala sosial yang terjadi di masyarakat. Kampanye ini memiliki kriteria sebagai berikut: tidak bersifat komersil, jauh dari sifat keagamaan, tidak ada unsur politik didalamnya, berwawasan global, ditujukan untuk semua kalangan, dilakukan organisasi yang diterima dan diakui, bisa diiklankan, dan berdampak mendapatnya dukungan dari semua media.
- Kampanye komersil adalah kegiatan dilaksanakannya kampanye dalam mempromosikan suatu produk dan jasa untuk meningkatkan serta merta mempertahankan penjualan.
- Kampanye politik adalah kegiatan dalam menyampaikan gagasan-gagasan kepada khalayak ramai agar khalayak dapat mengetahui informasi apa saja tentang satu partai tertentu, baik dari program dan visi misi partai tersebut. Dari informasi inilah diharapkan khalayak ramai mengerti maksud tujuan dari partai dan khalayak ramai bisa menentukan pilihan untuk memilih atau tidak memilih partai tersebut (h.20).

### II.1.7 *Event*

Menurut Noor (2009) definisi dari *event* yaitu menyelenggarakan kegiatan atau memperingati acara-acara penting dikehidupan manusia, yang terikat melalui adat istiadat, tradisi budaya, dan agama baik secara individu atau kelompok untuk mencapai tujuan dan waktu diselenggarakannya pun melibatkan masyarakat dalam lingkungan tertentu (h.7). Tujuan utama pada setiap *event* adalah pada target khalayak yang hadir dalam acara tersebut dan mendapatkan manfaat serta pengetahuan dari berlangsungnya *event* tersebut (h.179). Salah satu kesuksesan

sebuah *event* terdapat pada jumlah khalayak yang datang hadir sesuai target atau yang datang hadir lebih banyak dari target yang sudah diprediksi sebelumnya (h.182).

**II.2 Objek Penelitian**

Trans 7 dahulunya bernama TV7 adalah sebuah stasiun televisi swasta di Indonesia.Trans 7 adalah salah satu stasiun televisi yang memiliki program acara yang berbasis *Edutainment* yang memiliki arti pendidikan dan menghibur. Dapat juga diartikan sebagai proses belajar mengajar yang dipadukan antara konten pendidikan dan konten hiburan yang berjalan dengan seimbang, yang berdampak pada kegiatan proses belajar mengajar berlangsung lebih menarik.

Program tayangan berbasis *Edutainment*, Trans 7 memang dikenal sebagai pelopor program acara televisi yang mengusung tema berpetualang. Dan program petualangan anak-anak yang dimiliki oleh Trans 7 dengan nama acaranya "Si Bolang Bocah Petualang". Dari tahun 2005 acara Si bolang mengudara dan sejak saat itu juga pemirsa dari berbagai kalangan serta usia mulai menggemarinya dan menontonnya. Pada tahun pertama di tahun 2006 dari sumber kompasiana.com, program semidokumenter ini memperoleh rating sebesar 2 poin share 18 persen. Kemudian di tahun 2016 dilansir dari media INDOTVRatings program acara Si Bolang bocah petualang ratingnya turun menjadi 1.9 poin share 14.2 persen.

Program yang dirancang sebagai acara semidokumenter ini menjadi familiar, dari satu kampung ke kampung lain tokoh Si Bolang siap menunjukkan keunikan yang terdapat di alam serta suasana keasrian kampung tersebut. Si Bolang telah mendapat tempat dihati anak yang tinggal di desa dengan memiliki ciri khas di baju, topi, tas, syal, serta perlengkapan lainnya. Program acara Si Bolang hadir dilayar kaca dari hari senin – jum'at dari jam 14.00 - 14.30 setelah acara Dunia Binatang dan Laptop Si Unyil.



Rating acara tv indonesia
7 April 2015 ·

Rating Acara TV
Senin, 6 April 2015:
1. 15 Terpilih D'academy 2 INDOSIAR, TVR 4,5 SHARE 21,6%
2. Jodha Akbar ANTV, TVR 4,4 SHARE 18%
3. 7 Manusia Harimau RCTI, TVR 4,2 SHARE 17%
4. Samson & Dahlia SCTV, TVR 3,8 SHARE 16,4%
5. Tukang Bubur Naik Haji RCTI, TVR 3,4 SHARE 14,2%
6. Adit & Sopo Jarwo MNCTV, TVR 3,1 SHARE 17,8%
7. Boboi Boy MNCTV, TVR 3,0 SHARE 21,8%
8. Ganteng Ganteng Serigala SCTV, TVR 2,9 SHARE 12%
9. Shakuntala ANTV, TVR 2,8 SHARE 10,8%
10. Rumpi No Secret TRANSTV, TVR 2,7 SHARE 20,8%
11. Dahsyat RCTI, TVR 2,3 SHARE 22,2%
12. Upin Ipin MNCTV, TVR 2,3 SHARE 17,4%
13. Reportase Sorre TRANSTV, TVR 2,3 SHARE 14,9%
14. Emak Ijah Pengen Ke Mekah SCTV, TVR 2,3 SHARE 14%
15. Masha & The Bear ANTV, TVR 2,2 SHARE 16,9%
16. Abad Kejayaan ANTV, TVR 2,2 SHARE 13%
17. New Famili 100 INDOSIAR, TVR 2,2 SHARE 11,8%
18. On The Spot TRANS7, TVR 2,1 SHARE 8,3%
19. Barbie As The Princess And The Tauper RCTI, TVR 2,0 SHARE 17,5%
20. Kisna ANTV, TVR 2,0 SHARE 15%
21. Si Bolang Bocah Petualang TRANS7, TVR 2,0 SHARE 14,6%
22. Jakarta Love Story RCTI, TVR 2,0 SHARE 11,5%
23. Krishna ANTV, TVR 2,0 SHARE 8,2%
24. Upin Ipin MNCTV, TVR 1,9 SHARE 13,7%
25. FTV SCTV: Pulang Malu Ngga Pulang Rindu, TVR 1,8 SHARE 15,8%
26. Laptop Si Unyil TRANS7, TVR 1,8 SHARE 12,9%
27. Arjun ANTV, TVR 1,8 SHARE 12,9%
28. Kejayaan Mahabharata ANTV, TVR 1,8 SHARE 7,1%
29. Pada Zaman Dahulu MNCTV, TVR 1,7 SHARE 16,1%
30. Silet RCTI, TVR 1,7 SHARE 14,4%
35. Berita Islami Masa Kini TRANSTV, TVR 1,7 SHARE 9,4%
36. KDI Wildcard MNCTV, TVR 1,7 SHARE 8,2%

Gambar II.1 Rating Program TV

Sumber: https://www.facebook.com/RatingAcaraTelevisiIndonesia/posts/rating-acara-tv-senin-6/812570728838397/

(Diakses pada 15/08/2018)

Dalam alurnya Si Bocah Petualang atau Bolang diceritakan dari salah satu kelompok anak-anak desa yang tergabung dari teman sebayanya kurang lebih ada 5 anak didalam satu kelompok dan salah satu dari 5 anak tersebut yang berperan menjadi sosok Si Bocah Petualang. Dalam setiap episodenya acara Si Bolang mengangkat tema yang berdekatan dengan kehidupan anak-anak disekitar tempat tinggalnya.




Gambar II.2 Logo Si Bolang

Sumber:
https://www.google.co.id/search?q=logo+si+bolang&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjHx7eXhObaAhWMYo8KHfoNDroQ_AUICigB&biw=1264&bih=866#imgrc=eg-xdbsBXrYvzM:

(Diakses pada 30/04/2018)

Serta mengajarkan dan mendidik kepada pemirsa anak-anak untuk bisa belajar mandiri, tetap semangat walaupun tinggal di desa, berani bertanya jika tidak tahu, serta dapat menjaga dan mencintai alam sekitar agar lestari sampai anak cucu dikemudian hari kelak.




Gambar II.3 Ciri Khas Tokoh Si Bolang memakai syal, topi, dan tas
Sumber: https://media.iyaa.com/article/2015/03/3392548_8553.html
(Diakses pada 30/04/2018)

Anak-anak pada umumnya ingin merasakan atau mencoba sesuatu hal baru yang menarik bagi mereka, acara televisi yang mereka saksikan juga dapat mempengaruhi sikap dan perilaku. Sedikit banyaknya acara televisi yeng menayangkan acara khusus anak-anak dengan konten yang dapat menambah pengetahuan serta wawasan anak akan hal tertentu. Karena anak lebih cepat tanggap lewat media yang dilihatnya. Fokus objek penelitian disini adalah program acara Si bolang dengan media dan konten-konten yang ada didalam acara tersebut meliputi kebudayaan dan permainan tradisional Indonesia.

## II.3 Analisa

### II.3.1 Analisa 5W1H

**1. *What***

Program acara Si Bolang adalah program khusus untuk anak yang disajikan dan dihadirkan oleh Trans 7. Pada tanggal 26 Maret 2006, Si Bolang pertama kali hadir dilayar kaca televisi swasta yang pada saat itu bernama TV7. Dan acara tersebut mengisahkan tentang petualangan anak-anak dipinggiran kota dari sabang sampai merauke dengan mengusung tema pengetahuan alam dan budaya yang beranekaragam serta keunikan disetiap daerah masing-masing.

**2. *Who***

Anak-anak usia 6-12 tahun berjenis kelamin laki-laki dan perempuan yang bertempat tinggal pada suatu daerah tertentu.

**3. *Why***

Untuk meningkatkan kesadaran anak-anak untuk senantiasa mencintai, menjaga,dan melestarikan alam dan budaya serta menumbuhkan minat dari generasi ke generasi bahwa betapa pentingnya menjaga warisan nenek moyang.

**4. *Where***

Program acaranya hanya bisa disaksikan di televisi atau *streaming* melalui ponsel.

**5. *When***

Waktu yang tepat untuk menyaksikan acara Si Bolang adalah di rumah dengan berkumpul bersama keluarga.

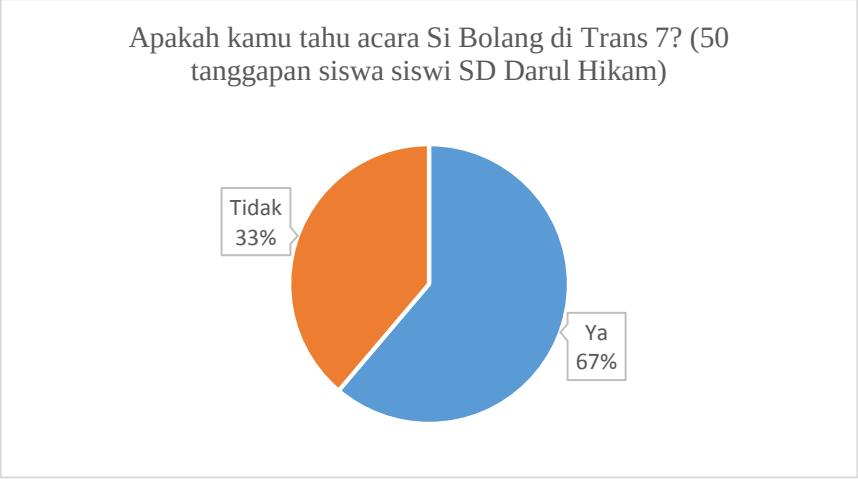
**6. *How***

Bagaimana untuk meningkatkan minat anak-anak dalam menonton acara Si Bolang, diantaranya lewat episode-episode yang lain dari sebelumnya agar target audien tidak jenuh. Dan peran orang tua juga sangat penting dalam memilih tontonan yang baik untuk anaknya.

### II.3.2 Kuesioner

Untuk mengetahui sikap anak-anak mengenai program acara Si Bolang Trans 7 maka dilakukan penyebaran kuesioner untuk mendapatkan jawaban dari semua kalangan anak-anak, hal ini dilakukan karena pada saat menjawab angket pertanyaan tidak perlu diperhatikan peneliti secara langsung, jadi dapat diberikan

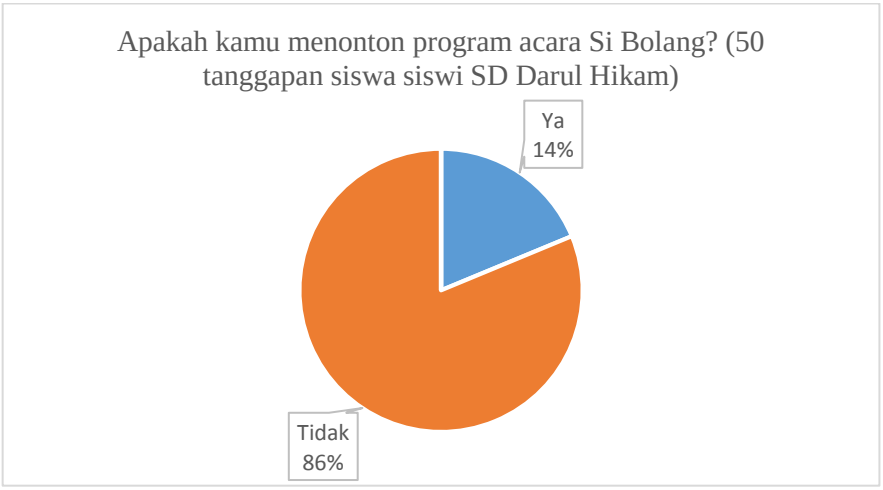
secara serempak kepada para koresponden, sehingga dapat memberikan jawaban yang jujur tanpa malu-malu saat menjawab. Pengetahuan tentang informasi terkait dengan program acara Si Bolang, sesuai hasil penyebaran kuesioner terhadap 50 koresponden di SD Darul Hikam Bandung, berikut tanggapan tentang program acara Si Bolang Trans 7.




Gambar II.4 presentase koresponden mengetahui acara Si Bolang

Sumber: pribadi

Dari diagram diatas menunjukkan 67% koresponden mengetahui tentang program acara Si Bolang di Trans 7 dan sebanyak 33% tidak mengetahui. Dengan data diatas menunjukkan bahwa acara Si Bolang cukup dikenal oleh anak-anak.




Gambar II.5 presentase koresponden menonton acara Si Bolang

Sumber: pribadi

Diagram diatas menunjukkan sebanyak 86% anak-anak tidak menonton program acara Si Bolang dan hanya 14% yang menonton program acara Si Bolang.




Gambar II.6 Presentase koresponden ketertarikan minat akan acara Si Bolang

Sumber: pribadi

Dari presentase diagram diatas sangat terlihat bahwa anak-anak kurang tertarik akan program acara Si Bolang yang ditayangkan Trans 7.

Maka dapat disimpulkan dari hasil penyebaran kuesioner didapat bahwa program acara Si Bolang cukup dikenal oleh anak-anak, tetapi anak-anak yang mengetahui program acara tersebut tidak tertarik untuk menonton program acara Si Bolang tersebut.

**II.4 Resume**

Dengan demikian, program acara Si Bolang di Trans 7 adalah salah satu program yang bersifat *edutainment* tetapi anak-anak di kota Bandung kurang tertarik untuk menonton acara tersebut karena beberapa alasan yang salah satunya anak-anak bosan dengan tokoh Si Bolang yang hanya ada di media televisi saja. Maka dari itu, untuk menumbuhkan informasi dan minat akan acara Si Bolang, diperlukan media yang menarik salain media televisi seperti media kampanye promosi agar anak-anak tumbuh rasa ketertarikan akan sosok Si Bolang dan informasi-informasi tentang kebudayaan tradisional di Indonesia.

## II.5 Solusi Perancangan

Setelah melakukan perbandingan, observasi, dan pertimbangan dari beberapa media maka media kampanye komersil Si Bolang yang dirasa tepat dalam memberikan informasi kepada anak-anak adalah membuat *event* kebudayaan yang berjudul "KIDS CULTURE FESTIVAL". Karena kampanye komersil Si Bolang tersebut dapat menarik minat anak-anak untuk menonton acara Si Bolang di televisi dan keingintahuan anak-anak untuk menambah wawasan tentang budaya nusantara dan melihat informasi yang terkandung didalamnya.