



NILAI POSITIF TAYANGAN TELEVISI MENURUT KELUARGA BUDDHIS DI KABUPATEN KARANGANYAR

Situ Asih¹

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang tayangan televisi yang menjadi kesukaan keluarga Buddhis di Kabupaten Karanganyar, dan jam tayang yang paling sering dipakai untuk menonton serta bagaimana keluarga Buddhis memandang nilai positif dari tayangan televisi. Adapun metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah studi kasus. Penelitian dilakukan di Kabupaten Karanganyar. Data penelitian diperoleh dari hasil wawancara, studi dokumentasi, hasil observasi partisipatif maupun observasi secara langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Media komunikasi yang paling banyak diakses adalah Televisi. Adapun waktu yang paling sering digunakan untuk mengakses pada pukul 17.00 WIB - 23.00 WIB. Acara yang menjadi kesukaan kelompok bapak adalah tayangan olahraga dan berita, acara yang menjadi kesukaan kelompok ibu adalah sinetron dan berita, sedangkan acara yang menjadi tayangan kesukaan generasi muda adalah tayangan infotainment. Nilai positif yang dapat diambil dari tayangan televisi yang dikonsumsi oleh masyarakat Buddhis diantaranya adalah tekun dan rajin beribadah, Tepo Seliro dan cinta damai.

Kata kunci: *Televisi, Keluarga Buddhis, Nilai positif*

Abstract

This article aims to describe the television shows that are the favorite of Buddhist families in Karanganyar Regency, and the most frequently used broadcasting hours for watching and how Buddhist families view the positive value of television shows. The research method used in this research is a case study. The research was conducted in Karanganyar Regency. The research data were obtained from interviews, documentation studies, participatory observations and direct observations. The results showed that the most accessible communication media was television. The time most often used to access is at 17.00 WIB - 23.00 WIB. The programs that become the favorites of the father's group are sports and news shows, the programs that become the favorites of the mother's group are soap operas and news, while the programs that become the favorite shows of the younger generation are infotainment shows. The positive values that can be taken from television shows that are consumed by the Buddhist community include being diligent and diligent in worshipping, Tepo Sliro and love of peace.

Keywords: *Television, Buddhist Family, Positive values*

¹ Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri Jawa Tengah Email: Situasih@yahoo.co.id

PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat lepas dari aktifitas yang disebut dengan komunikasi. Komunikasi yang diartikan sebagai pertukaran informasi dari satu orang atau sekelompok orang yang disebut sebagai komunikator dan satu orang atau sekelompok orang yang berperan sebagai komunikan (Vardhani & Tyas, 2019). Dalam kegiatan komunikasi seseorang tidak dapat terlepas dari media. Dimana salah satu unsur komunikasi selain komunikator, komunikan, pesan juga ada media atau yang dikenal dengan sebutan saluran atau Chanel.

Keberhasilan sebuah komunikasi tidak hanya ditentukan dengan siapa komunikatornya, tetapi komunikasi yang efektif adalah saat komunikator berhasil menyampaikan pesan dan diterima dengan sangat jelas oleh Audien (Vardhani & Tyas, 2019). Agar komunikasi berjalan efektif maka komunikator juga membutuhkan media komunikasi. Media komunikasi yang dimaksud dapat berupa media online, dimana media online memiliki kelebihan berupa informasi yang ada di dalamnya dapat diakses berulang kali, audien atau komunikan juga dapat memilih informasi yang diinginkan (Raymond Mc.Leod, 2017)

Manusia khususnya generasi muda dan media sebagai alat untuk berkomunikasi pada saat ini merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan. Pada saat sekarang setiap orang tidak terlepas dari alat komunikasi yang disebut Handphone, bahkan bukan hanya orang dewasa akan tetapi anak usia remaja dan bahkan anak-anak yang belum cukup umur hampir semua memegang handphone.

Bukan hanya sebagai alat berkomunikasi dengan sesamanya, tetapi pada masa sekarang Handphone sebagai alat telekomunikasi memiliki peran dan fungsi yang banyak, sebagai sumber informasi karena didalamnya ada aplikasi yang disebut dengan televisi, radio dan internet, bahkan koran dan buku elektronik. Selain sebagai sumber informasi juga berguna untuk hiburan, karena didalamnya ada aplikasi Game dan aplikasi yang lain.

Menurut Rohim (Rohim, 2009) bahwa manusia menggunakan 90% waktunya untuk berkomunikasi, baik komunikasi yang bersifat interpersonal, kelompok, organisasi maupun massa. Komunikasi yang dilakukan pada saat sekarang ini tidak terlepas dari media, baik itu handphone, radio, surat kabar, televisi dan internet yang sangat dahsyat berkembangannya.

Di Indonesia berdasarkan data Ditjen PPI tahun 2012 Indonesia memiliki 6 stasiun televisi pada tahun 2008, dan tahun 2012 memiliki 62 stasiun, dan pada akhir tahun 2015 dapat dipastikan jumlahnya terus bertambah (© Copyright Alan G. Davies 2015, all rights reserved. <http://www.asiawaves.net/indonesia-tv.htm>). Banyaknya stasiun televisi yang beroperasi 24 jam non stop banyak memberikan manfaat positif bagi pemirsa, diantaranya seperti hasil penelitian yang dilakukan (Desti, 2005) yang menyatakan bahwa pada dasarnya televisi memiliki beberapa fungsi positif:

- a. Televisi dapat memberikan hiburan kepada seseorang yang sedang mengalami goncangan bathin.
- b. Freud dalam (Sarwono et al., 1984), menyatakan bahwa film kekerasan dapat mengurangi agresifitas seseorang karena sudah tersalurkan setelah melihat tayangan televisi

(Stewart & Brent D Ruben, 2014) menjelaskan bahwa media seperti telegraf, telepon, dan internet merupakan media yang memiliki fungsi mendekatkan hal-hal yang jauh dari jangkauan manusia menjadi lebih dekat. Salah satu fungsi media yang lain adalah perubah sosial, dimana (McQuail, 2011) menjelaskan bahwa media menjadi penyebab utama perubahan sosial. Hal ini juga disampaikan oleh beberapa peneliti yang melakukan penelitian

mengenai media, salah satunya mengatakan bahwa melalui media televisi seseorang dapat terbawa emosinya mengikuti apa yang ada dalam televisi tersebut (Diahloka, 2012; Kuswandi, 1996).

Televisi sebagai media komunikasi pada dasarnya merupakan media yang memiliki potensi besar untuk menyampaikan informasi karena menjangkau khalayak yang besar di wilayah geografis yang luas (Makarim, 2014; Rizqianthi et al., 2021). Televisi sebagai media audiovisual menjadikan orang yang menonton dengan mudah mendapatkan informasi dari belahan dunia (Risti, 2019).

Tetapi berdasarkan hasil penelitian (Diahloka, 2012) tayangan televisi juga memberikan dampak negatif, diantaranya dikatakan bahwa tayangan adegan mesra dalam sinetron memiliki pengaruh yang paling signifikan terhadap perkembangan moral remaja. Lebih lanjut dijelaskan bahwa televisi memiliki pengaruh yang besar terhadap perkembangan masyarakat khususnya dalam hal pergaulan, cara berdandan dan berpenampilan serta gaya berkomunikasi (Risti, 2019). Dalam hubungannya dengan prestasi belajar anak-anak usia sekolah, televisi dapat mengakibatkan menurunnya frekuensi belajar di rumah, dengan frekuensi belajar yang berkurang maka prestasi belajar juga akan terpengaruh (Ma'arifah et al., 2016). Meskipun ada pernyataan yang menjelaskan bahwa televisi mampu meningkatkan kemampuan belajar (Rohani, 2015).

Media televisi selain memberikan informasi, juga menayangkan iklan. Iklan yang tayang di televisi bukan hanya menawarkan produk saja, tetapi juga menyertakan sistem keyakinan dan nilai tertentu (Edi, 2014). Begitu kompleksnya fungsi televisi, sehingga di negara maju seperti Amerika Serikat, masyarakatnya menghabiskan waktu lebih dari 8 jam untuk menonton televisi, Indonesia sendiri masyarakatnya dimungkinkan menghabiskan 10 jam untuk menonton televisi (Irawan, 2012).

Televisi merupakan media yang paling efektif dan efisien dalam penyampaian pesan-pesan atau ide-ide dari penyampai pesan, karena media televisi tidak hanya mengeluarkan suara saja tetapi juga disertai dengan gambar dan warna. Televisi sebagai salah satu media massa memiliki beberapa fungsi yakni: (Littlejhon, 2022) Fungsi Informasi, Fungsi hiburan, Fungsi persuasi, Transmisi budaya, dan endorng Kohesi sosial. Masyarakat sendiri menggunakan televisi untuk beberapa alasan kebutuhan: 1) kebutuhan kognitif yaitu kebutuhan untuk memperoleh informasi, pengetahuan dan pemahaman. 2) kebutuhan afektif yaitu kebutuhan untuk memperkuat perasaan estetik, kesenangan dan pengalaman emosional. 3) kebutuhan integrasi personal, yaitu kebutuhan untuk meningkatkan kredibilitas, percaya diri, stabilitas dan status individual 4) kebutuhan integrasi sosial yaitu kebutuhan untuk memperkuat kontak dengan keluarga, teman dan dunia luar 5) kebutuhan pelepasan ketegangan (Yulianti et al., 2015)

Di satu sisi Televisi sangat dibutuhkan oleh masyarakat, akan tetapi di sisi lain hasil penelitian (Hasnawati, 2013) dalam eJournal ilmu komunikasi, berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat diketahui bahwa tayangan sinetron putih abu-abu berdampak negatif terhadap perilaku anak karena adanya perilaku anak yang meniru sebagian adegan-adegan *bullying* yang disajikan dalam sinetron tersebut seperti dari cara berbicara mereka, yaitu mereka saling mengejek dengan menggunakan kata-kata *bullying* seperti *kamseupai*, *kamseupret*, *eu* dan *rakyat jelata*. Serta 3 dari 8 informan melakukan *bullying* yang berupa intimidasi, deskriminasi dan mengeroyok yang dimana terinspirasi dari sinetron Putih Abu-Abu.

Berkaitan dengan berkembangnya media televisi, masyarakat Buddhis di Kabupaten Karanganyar pada umumnya juga mengakses media Televisi untuk memperoleh informasi maupun untuk mencari hiburan. Meskipun untuk generasi muda banyak yang mengakses internet, akan tetapi televisi tetap menjadi media nomor satu yang dimanfaatkan oleh

masyarakat terutama masyarakat Buddhis di kabupaten Karanganyar. Berdasarkan hal tersebut, maka artikel ini akan menjelaskan lebih dalam terkait bagaimana masyarakat Buddhis memandang nilai positif dari tayangan televisi?

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat secara umum dan masyarakat Buddhis pada khususnya untuk membangun pemikiran bahwa tayangan televisi memiliki nilai positif dan negatif, sehingga masyarakat memiliki literasi yang kuat terhadap perkembangan media komunikasi.

METODE

Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, dimana menurut (Yin, 2013) yang dimaksud dengan penelitian studi kasus adalah penelitian yang memungkinkan peneliti untuk mempertahankan karakteristik holistik dan bermakna dari berbagai peristiwa di kehidupan nyata. Penelitian dilakukan di Kabupaten Karanganyar. Subjek penelitian adalah masyarakat Buddhis yang berada di Kecamatan Jumapolo, Jatisoso, Jatipuro dan Ngargoyoso.

Data penelitian diperoleh dari hasil wawancara, studi dokumentasi, hasil observasi partisipatif maupun observasi secara langsung. Sehingga sumber data dalam penelitian ini berasal dari informan atau narasumber, peristiwa atau aktifitas komunikasi dan dokumen atau arsip. Terkait analisis data, peneliti menggunakan metode analisis Miles dan Huberman dengan tahapan pertama: menyediakan catatan lapangan yang detail dan lengkap baik dari hasil wawancara maupun observasi, langkah kedua adalah interpretasi data atau pengkategorian data. Dimana data yang dianggap penting dipisahkan dengan data pendukung atau data yang dianggap kurang penting atau tidak ada kaitannya dengan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Selanjutnya peneliti menyajikan data, membangun asumsi dilanjutkan dengan melakukan klarifikasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat dijelaskan bahwa kegiatan komunikasi yang menempati peringkat pertama atau paling banyak dilakukan oleh masyarakat Buddhis di kabupaten Karanganyar adalah melihat tayangan televisi. Hal ini senada dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Desti, 2005) bahwa pada dasarnya televisi sebagai media komunikasi memiliki beberapa fungsi, diantaranya memberikan hiburan. Masyarakat khususnya di Kabupaten Karanganyar melihat televisi dengan tujuan utama adalah mencari hiburan. Kegiatan melihat tayangan televisi tidak terjadi setiap waktu melainkan hanya pada jam-jam tertentu yaitu 15.00 sd 23.00 WIB sedangkan untuk waktu siang hari terlihat masyarakat Buddhis melihat tayangan televisi pada sekitar pukul 1.00 – 15.00 WIB. Hal ini senada dengan (Irawan, 2012) yang menyatakan bahwa rata-rata masyarakat di Indonesia melihat tayangan televisi antara 8 sampai dengan 10 jam setiap hari.

Pada pukul 15.00 s d 23.00, masyarakat telah selesai melakukan aktifitas kerja baik di ladang atau sawah maupun buruh kerja di tempat lain. Sehingga sambil beristirahat masyarakat menikmati aktifitas komunikasi dengan melihat televisi. Dari hasil observasi dapat diketahui bahwa tidak semua stasiun televisi dapat diakses oleh masyarakat Buddhis yang tinggal di lokasi penelitian. Stasiun televisi yang dapat dinikmati adalah RCTI, Indosiar, Trans 7, AN TV dan TV One. Tidak dapat diakses atau diterimanya siaran semua televisi, senada dengan (Armando, 2014) yang menyatakan bahwa Televisi besar yang berkembang di Jakarta kurang peduli dengan perkembangan di luar daerahnya. Hal ini menyebabkan siaran yang tidak merata di seluruh pelosok Indonesia termasuk di Kabupaten Karanganyar.

Hasil wawancara dengan informan, diketahui bahwa tidak semua siaran stasiun televisi dapat dinikmati masyarakat, karena lokasi geografis yang tidak memungkinkan untuk mendapatkan siaran. “kalau mau melihat semua tayangan Televisi, harus pasang Parabola terlebih dahulu” (wawancara dengan Pr, 20 Des 2021). Hasil wawancara tersebut juga didukung hasil observasi yang dilakukan peneliti, dimana ketika peneliti akan memilih siaran SCTV tidak dapat terlihat.

Adapun tayangan televisi yang paling sering dilihat oleh masyarakat Buddhis berbeda-beda. Perbedaan tayangan kesukaan yang ditonton oleh keluarga Buddhis, dikarenakan Televisi merupakan media keluarga yang menjadi bagian hidup masyarakat Indonesia (Nuraini & Sekar, 2008). Sehingga tayangan apa saja yang disukai oleh keluarga Buddhis dan waktu menonton dapat disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 1. Kelompok Masyarakat dan Jenis tayangan televisi yang disukai

No	Kelompok Masyarakat	Tayangan Televisi yang disukai	Jam Tayang paling sering dilihat
1	Kelompok Bapak-Bapak	Berita dan Olahraga	17.00-23.00 WIB
2	Kelompok Ibu-Ibu	Sinetron dan Berita	18.00-22.00 WIB
3	Anak-anak	Kartun	06.00-07.00 WIB 13.00-15.00 WIB
4	Generasi Muda Buddhis	Infotainmen dan Sinetron	15.00-22.00 WIB

Sumber: Data Primer 2021

Berdasarkan tabel 1 dapat dijelaskan bahwa rata-rata jam melihat televisi pada masyarakat Buddhis adalah pada pukul 17.00 sd 23.00 WIB dengan tayangan yang disukai berbeda pada setiap kelompok masyarakat.

Alasan kelompok bapak lebih memilih tayangan olah raga dan berita berdasarkan hasil wawancara, karena dengan melihat tayangan olahraga masyarakat Buddhis atau kelompok bapak lebih bisa teriak bersama dengan teman-teman yang menonton bersama. Ini merupakan salah satu bentuk bahagia yang paling sederhana. Hal ini senada dengan (Diahloka, 2012) yang menyatakan bahwa dengan melihat televisi seseorang dapat terbawa emosi, sehingga televisi dapat dimanfaatkan untuk hiburan. Ada sebagian bapak-bapak yang tidak suka melihat berita, karena dengan melihat berita menimbulkan rasa was-was dan takut serta khawatir. Sinetron atau film juga bukan tayangan pilihan kelompok bapak-bapak. Karena bapak-bapak berpendapat bahwa tayangan sinetron banyak memberikan contoh perilaku yang tidak baik bagi masyarakat. “banyak cerita yang berebut warisan, berebut perempuan atau laki-laki dendam dan pembalasan” (Wawancara dengan ES, 21 Desember 2021). Sehingga daripada mendapatkan tontonan yang tidak baik, maka lebih baik menonton tayangan lainnya. Dampak tayangan televisi ini pernah dikaji oleh (Ma’arifah et al., 2016) yang menyatakan bahwa tayangan televisi mengakibatkan menurunnya frekuensi belajar, hal ini merupakan salah satu dampak negatif dari televisi.

Mengenai tayangan olahraga di televisi, ada hal yang sering membuat kelompok bapak-bapak kecewa. Hal ini karena sangat sering stasiun televisi menutup akses melihat tayangan olahraga. “kadang-kadang bola belum mulai, TVnya malah berubah jadi gelap” (wawancara dengan B, tanggal 22 Desember 2022). Olahraga Moto GP juga merupakan salah satu olahraga yang diminati oleh kelompok bapak-bapak selain sepak bola.

Berbeda dengan kelompok bapak-bapak, kelompok ibu-ibu lebih sering melihat tayangan berita dan sinetron. Ada beberapa alasan mengapa kelompok ibu-ibu tidak suka melihat tayangan Moto GP. “kalau melihat tayangan Moto GP itu anak-anak ikutan, naik onthel ikut ngetril-ngetril dengan teriak ngeeeengggg, ini membahayakan anak-anak” (wawancara dengan N, tanggal 20 Desember 2020). Ini merupakan salah satu alasan mengapa kelompok ibu-ibu tidak suka dengan tayangan olahraga. Kelompok ibu-ibu lebih memilih sinetron karena alasan mencari hiburan dan selalu dibuat penasaran dengan episode

selanjutnya. Rasa penasaran yang timbul pada kalangan ibu-ibu di Kabupaten Karanganyar pada dasarnya merupakan dampak dari tayangan televisi, yang mampu mempengaruhi emosi orang yang melihatnya. Ibu-ibu sebagai komunikan sangat membutuhkan informasi lanjutan yang ditayangkan oleh Televisi atau sinetron yang dilihatnya. Bahkan tidak jarang sinetron yang mendapatkan rating teratas, diperpanjang lagi alur ceritanya.

Selain tayangan dan waktu menonton acara di Televisi, peneliti juga mencoba menggali lebih dalam, mengenai nilai-nilai positif apa yang terdapat dalam acara TV dan dipahami oleh masyarakat Buddhis.. Hal ini dikarenakan dalam penelitian terdahulu (Juditha & Darmawan, 2016) yang mengatakan bahwa televisi sebagai media komunikasi dianggap sangat efektif dan efisien untuk mendistribusikan dan melakukan penetrasi nilai. Nilai positif yang terdapat dalam acara TV menurut masyarakat Buddhis diantaranya:

a. Tekun dan Rajin Ibadah

Dengan melihat tayangan film atau sinetron di televisi serta berita, masyarakat Buddhis belajar untuk lebih tekun dan rajin beribadah. Melihat berbagai kasus yang diangkat sebagai tema atau judul sinetron, masyarakat belajar tentang cara menghadapi berbagai permasalahan hidup. Dari tayangan film atau sinetron masyarakat juga menjadi paham nilai-nilai kebaikan yang layak untuk dicontoh dan nilai-nilai negatif yang tidak harus dilaksanakan dalam kehidupan manusia.

Sedangkan dari tayangan berita, masyarakat menjadi paham dan banyak mengetahui berbagai kejadian yang terjadi, ada berita banjir, ada berita tentang kecelakaan, ada berita tentang kejadian alam seperti gunung meletus dan lain sebagainya. Berita-berita tersebut menjadikan masyarakat lebih merasa bersyukur dengan keadaan yang dialami pada saat ini. “*menawi ningali berita neko-neko teng mriko-mriko rasane teng ati ngeri, dados trus ngucap syukur*” (wawancara dengan P, 21 Desember 2021). Dari hasil wawancara tersebut dapat dijelaskan bahwa dengan melihat berita tentang berbagai kejadian yang terjadi di berbagai daerah, membuat perasaan masyarakat merasa *ngeri*. Dengan begitu masyarakat lebih bersyukur dengan kejadian yang dialami.

Tayangan berita di Televisi, disatu sisi merupakan informasi yang dibutuhkan keluarga Buddhis. Karena kebutuhan masyarakat untuk mengetahui situasi atau keadaan diluar diri dan lingkungannya. Akan tetapi di sisi yang lain, berita di televisi yang memuat tentang kecelakaan, kasus penipuan, penganiayaan, kekerasan dan kasus-kasus lainnya menjadikan masyarakat menjadi was-was dan timbul rasa takut. Dengan timbulnya rasa takut terhadap berbagai kejadian yang dialami oleh masyarakat di luar diri, menjadikan masyarakat Buddhis lebih mendekatkan diri lagi dengan Tuhan, dan semakin tekun dan rajin beribadah.

b. *Tepo Sliro*

Tepo Sliro dalam bahasa Jawa atau saling menghormati dalam bahasa Indonesia, menurut masyarakat Buddhis di Kabupaten Karanganyar juga tercermin dari tayangan televisi. Hal ini dapat dilihat ketika seorang pembawa acara televisi, mengucapkan selamat hari raya untuk masyarakat yang merayakan hari besar tertentu. Selain tercermin dari salam dan ucapan dari penyiar televisi, *Tepo Sliro* juga tercermin dari tayangan film atau sinetron yang ditonton oleh masyarakat. “di sinetron kita lihat, kalau ada teman yang sedang ada masalah, teman yang lain saling membantu dan memberikan dukungan” (wawancara dengan ES, 26 Desember 2021). Nilai *Tepo Sliro* ini merupakan nilai-nilai positif dari tayangan televisi yang dapat dicontoh atau diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Bukan hanya dalam bentuk ucapan salam dari salah satu agama, yang menjadi cerminan adanya cerminan *Tepo Sliro*. Menurut hasil wawancara dengan ES (Tanggal 26 Desember 2021), dapat dijelaskan bahwa nilai *Tepo Sliro* tercermin dalam “tayangan iklan yang ada pada saat bulan puasa. Dimana iklan-iklan makanan atau minuman yang menyegarkan dan memiliki indikasi dapat menyebabkan seseorang yang berpuasa membatalkan ibadahnya di ganti dengan bentuk iklan yang lain”. Bukan hanya dalam tayangan iklan, nilai *Tepo Sliro* juga dapat dilihat atau diambil dari tayangan olah raga yang saling memberikan salam antara tim satu dengan tim yang lain ketika akan memulai pertandingan. Begitu juga di akhir pertandingan kedua tim saling bersalaman untuk mengucapkan terimakasih dan mengucapkan selamat. Tayangan-tayangan sederhana yang memiliki nilai *Tepo Sliro* dapat diterima baik oleh keluarga Buddhis di Kabupaten Karanganyar.

c. Cinta Damai

Selain tekun dan rajin beribadah dan *Tepo Sliro*, salah satu nilai positif yang diterima oleh masyarakat adalah cinta damai. Dalam tayangan olahraga, ketika akan memulai dan berakhirnya pertandingan, dua kubu akan saling bersalaman meskipun pada dasarnya merupakan musuh di lapangan. Tayangan tersebut menunjukkan bahwa cinta damai merupakan nilai-nilai yang dapat diambil dari tayangan televisi.

Bukan hanya tayangan olahraga yang mengajarkan nilai-nilai cinta damai, akan tetapi tayangan sinetron yang menjadi tontonan kesukaan kelompok ibu-ibu juga memiliki nilai positif cinta damai. Hal ini terlihat dari sikap yang ditunjukkan oleh pemeran utama setiap film atau sinetron pasti selalu mencontohkan sikap yang cinta damai dan tidak suka dengan dendam.

Cinta damai dalam masyarakat Buddhis dikenal dengan istilah Maitri karuna. Salah satu ajaran Buddha Gautama untuk menyayangi semua makhluk hidup, dapat diambil atau diterima juga oleh keluarga Buddhis melalui tayangan televisi. Tayangan televisi terutama Sinetron atau Film, sebagian besar mengandung nilai-nilai cinta damai. Mengajarkan kepada orang yang melihat untuk menyayangi semua makhluk hidup. Meskipun tidak jarang ada adegan-adegan film yang dianggap dapat mempengaruhi perilaku anak-anak menjadi perilaku yang tidak baik (Risti, 2019) . Tetapi keluarga Buddhis di Kabupaten Karanganyar mampu menerima dan menekankan kepada anak-anak mengenai tayangan mana yang dapat ditiru atau diteladani oleh anak-anak dengan mengajarkan nilai-nilai cinta damai melalui tayangan televisi.

Tujuan utama penyiaran televisi pada dasarnya adalah sebagai media pembelajaran. Bukan hanya tayangan yang didesain, dikembangkan dan dimanfaatkan untuk kepentingan pembelajaran. Akan tetapi semua tayangan televisi memiliki tujuan mencerdaskan anak bangsa (Warsita, 2019). Tayangan dari yang berbentuk berita, film sampai dengan infotainment jika dilihat dan diterima dengan baik merupakan transfer nilai-nilai yang dapat diaplikasikan dalam kehidupan orang-orang yang melihatnya. Namun sering dijumpai masyarakat yang hanya menyalahkan tayangan televisi, melihat sisi buruk tayangan televisi tanpa melihat sisi positif yang ada dalam sebuah tayangan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Media komunikasi yang paling banyak diakses oleh masyarakat Buddhis di Kabupaten Karanganyar adalah Televisi. Adapun waktu yang paling sering digunakan untuk mengakses atau menonton televisi pada pukul 17.00 WIB sampai dengan 23.00 WIB. Acara yang menjadi kesukaan kelompok bapak-bapak adalah tayangan olahraga dan berita, acara yang menjadi kesukaan kelompok ibu-ibu adalah sinetron dan berita, sedangkan acara yang menjadi tayangan kesukaan kelompok generasi muda adalah tayangan infotainment. Nilai-nilai positif yang dapat diambil dari berbagai tayangan televisi yang dikonsumsi oleh masyarakat Buddhis diantaranya adalah tekun dan rajin beribadah, *Tepo Sliro* dan cinta damai. Televisi yang pada dasarnya menayangkan acara yang sarat dengan nilai-nilai kebaikan, masih sering dilihat oleh masyarakat sebagai media yang tidak bisa memberikan contoh yang baik. Sehingga peneliti memberikan saran kepada masyarakat agar ketika melihat tayangan televisi selalu melihat nilai-nilai positif yang dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari, bukan sebaliknya justru mengikuti contoh hal-hal yang tidak baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Armando, A. (2014). Urgensi Sistem Siaran Televisi Berjaringan. *Jurnal.Dpr.Go.Id*, 1–16. <http://jurnal.dpr.go.id/index.php/politica/article/view/333>
- Desti, S. (2005). Dampak Tayangan Fim di Televisi Terhadap Perilaku Anak. *Jurnal Komunikologi*, 2(1).
- Diahloka, C. (2012). Pengaruh Sinetron Televisi dan Film Terhadap Perkembangan Moral Anak. *Jurnal Reformasi*, 2.
- Edi, A. (2014). Pengaruh Media Televisi Terhadap Prilaku Remaja Di Desa Gedongan Kota Gede Yogyakarta. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Hasnawati. (2013). Dampak Menonton Tayangan Sinetron Putih Abu-Abu Terhadap Perilaku Anak Di Kelurahan Sidodamai Samarinda Studi Pada Adegan Aksi Bullying Dalam Sinetron Putih Abu-Abu Di Sctv. *E-Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Irawan, R. E. (2012). Sisi Positif dan Negatif Persaingan Antarstasiun Televisi di Indonesia di Mata Penonton Televisi. *Humaniora*, 3(1), 173. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v3i1.3247>
- Juditha, C., & Darmawan, J. J. (2016). Terpaan Siaran Rri Dan Tvri Pada Masyarakat Diwilayah Perbatasan Ri-Timor Leste. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 5(1), 19. <https://doi.org/10.31504/komunika.v5i1.635>
- Kuswandi, W. (1996). *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Rineka Cipta.
- Littlejhon, S. W. (2022). *Theories of Human Communication*. Wadsworth/Thomson Learning.
- Ma'arifah, Gagaramusu, Y., & Imran. (2016). Dampak Menonton Siaran Televisi Terhadap Prestasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran PKn di Kelas IV SD Inpres 2 Tada Kecamatan Tinombo Selatan. *Jurnal Kreatif Online Tadulako*, 1(1), 89–102.

- Makarim, C. (2014). Peran Media Massa Televisi Dalam Pendidikan Karakter Anak Usia Dini. *Fikrah*, 7(2).
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
- Nuraini, I. dewi kodrat ningsih, & Sekar, A. larasati. (2008). PERSEPSI PENONTON DAERAH TERHADAP NILAI-NILAI BUDAYA JAKARTA MELALUI PROGRAM ACARA HIBURAN Pendahuluan. *Kolase Komunikasi Indonesia*, 115–144.
- Raymond Mc.Leod. (2017). Jurnal Ilmu Komunikasi (KAREBA). *PENGEMBANGAN WEBSITE MAGAZINE JATENGTRAVELGUIDE.COM (DIVISI REPORTER, DESAINER GRAFIS DAN NEWS EDITOR) Asti*, 05(2), 428.
- Risti, D. (2019). Pengaruh Sinetron Terhadap Perilaku Anak di dalam Kehidupan Sehari-hari. *Indonesian Journal of Primary Education*, 3(2), 38–45. <http://ejournal.upi.edu/index.php/IJPE/index> -
- Rizqianthi, Y., Nandana, N., & Undiana. (2021). PENGARUH MENONTON TAYANGAN TELEVISI TERHADAP PERKEMBANGAN PERILAKU ANAK KELAS 4 DI SD 3 GESIK. *Cinematology*, 1(3), 55–73.
- Rohani, G. A. (2015). Pengaruh Televisi (Tv) Terhadap Aspek-Aspek Perkembangan Anak Usia 3-4 Tahun. *Jurnal Pendidikan Anak*, 4(2). <https://doi.org/10.21831/jpa.v4i2.12355>
- Rohim, S. (2009). *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, Dan Aplikasi*. Rineka Cipta.
- Sarwono, Sarlito, & Wirawan. (1984). Pengaruh Televisi Pada Perilaku. *Komunika*, 1(V).
- Stewart, L. P., & Brent D Ruben. (2014). Komunikasi Dan Perilaku Manusia. In *Rajagrafindo Persada*.
- Vardhani, N. K., & Tyas, A. S. P. (2019). Strategi Komunikasi Dalam Interaksi Dengan Mahasiswa Pertukaran Asing. *Jurnal Gama Societa*, 2(1), 9. <https://doi.org/10.22146/jgs.40424>
- Warsita, B. (2019). Pemanfaatan Program Siaran Televisi Pendidikan Untuk Peningkatan Kualitas Pembelajaran the Utilization of Education Television Program for Improving the Quality of Learning. *Jurnal Teknodik*, 126–137. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v17i3.567>
- Yin, R. K. (2013). *Studi Kasus: Desain dan Metode*. PT Rajagrafindo Persada.
- Yulianti, Padi, D., & Tri, H. (2015). Literasi Media Televisi Orang Tua: Upaya Melindungi Anak Dari Dampak Negatif Televisi. *Seminar Psikologi Dan Kemanusiaan*.