



**EFEK KOGNITIF DAN AFEKTIF TAYANGAN BERITA KRIMINAL  
KASUS PERAMPOKAN MINI MARKET DI PROGRAM BERITA  
TOPIK**

**(SURVEY TERHADAP KHALAYAK WARGA JALAN DEWI SARTIKA RT 07  
RW 13 KRAMAT JATI JAKARTA TIMUR UNTUK PERIODE 2012)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)  
Komunikasi Bidang Studi Broadcasting

Disusun Oleh :

**ADI NUGROHO LEKSONO**

44110110013

Broadcasting

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2013**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

Judul Skripsi :Efek Kognitif dan Afektif Tayangan Berita Kriminal  
Kasus Perampokan Mini Market di Program Berita Topik  
(Survey Terhadap Khalayak Warga Jalan Dewi Sartika, RT  
07, RW 13, Kramat Jati, Jakarta Timur untuk Periode 2012)

Nama : Adi Nugroho Leksono

NIM : 44110110013

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi :Broadcasting

Jakarta, 25 Februari 2013

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing

Sofia Aunul, S.E, M.Si



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI**

Nama : Adi Nugroho Leksono  
Nim : 44110110013  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Broadcasting  
Judul Skripsi : Efek Kognitif dan Afektif Tayangan Berita Kriminal Kasus Perampokan Mini Market di Program Berita Topik (Survey Terhadap Khalayak Warga Jalan Dewi Sartika, RT 07, RW 13, Kramat Jati, Jakarta Timur untuk Periode 2012)

Jakarta, 25 Februari 2013

- 1) Ketua Sidang:  
Nama : Dicky Andhika, S.Sos, M.Si
- 2) Penguji Ahli:  
Nama : Ponco Budi Sulistyio M.Comn
- 3) Pembimbing:  
Nama : Sofia Aunul, S.E, M.Si

(.....)

(.....)

(.....)

*Sofia Aunul*



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**PENGESAHAN REVISI SKRIPSI**

Nama : Adi Nugroho Leksono  
Nim : 44110110013  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Broadcasting  
Judul Skripsi : Efek Kognitif dan Afektif Tayangan Berita Kriminal Kasus Perampokan Mini Market di Program Berita Topik (Survey Terhadap Khalayak Warga Jalan Dewi Sartika, RT 07, RW 13, Kramat Jati, Jakarta Timur untuk Periode 2012)

Jakarta, 25 Februari 2013

Disetujui dan diterima oleh :

Pembimbing

( Sofia Aunul, S.E, M.Si )

Mengetahui,

Dekan Fikom UMB

Ketua Bidang Studi

  
(Dr .Agustina Zubair, M.Si)  
(Feni Fasta SE, M.Si)

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan pencipta alam semesta, karena atas kasih dan karunia-Nya serta bimbingan Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan karya ilmiah yang di susun dengan judul Efek Kognitif dan Afektif Tayangan Berita Kriminal Kasus Perampokan Mini Market di Program Berita Topik (Survey Terhadap Khalayak Warga Jalan Dewi Sartika, RT 07, RW 13, Kramat Jati, Jakarta Timur Periode 2012). Dengan penulisan ini peneliti menemukan pembelajaran baru yang ditujukan untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) ilmu komunikasi.

Penulis menyadari berbagai kesulitan dan rintangan dalam mengerjakan karya ilmiah ini, namun dukungan yang tiada henti mengalir dari teman-teman, sehingga akhirnya skripsi ini berhasil diselesaikan. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Sofia Aunul, S.E, M.Si, selaku dosen pembimbing akademis dan dosen Universitas Mercu Buana yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
2. Ibu Dr .Agustina Zubair, M.Si, selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Feni Fasta S.E, M.Si selaku ketua jurusan Broadcasting Universitas Mercu Buana

4. Seluruh staff pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya bidang studi Broadcasting, Universitas Mercu Buana. Terimakasih atas bimbingan dan pengajarannya.
5. Keluarga tercinta Budi Rahardjo sebagai ayah yang selalu mendidik dengan kebijaksanaan, dan Ibu Rasa Ening Andayani Djuwaindah yang selalu mencurahkan kasih dan perhatian senantiasa, Kakak tercinta Shanti Wahyuni yang selalu mendukung dan mendoakan walau terpisahkan secara ruang dan waktu, serta Adik tersayang Ammy Diah Kusuma Wardhani yang selalu memberi perhatian dalam dukungan semangat dan doa, serta Keluarga Besar Rekso Rahardjo, Keluarga Om Rudi dan Tante Padmi yang selalu memberikan dukungan.
6. Teman-teman kantor di PT Cakrawala Andalas Televisi (ANTV) yang senantiasa memberikan dukungan semangat dan doanya.
7. Teman-teman di Gereja Kristen Jawa Jatimurni yang senantiasa memberikan dukungan semangat dan doanya.
8. Teman-teman alumni SMA Pangudi Luhur 2 yang senantiasa memberikan dukungan semangat dan doanya.
9. Teman-teman alumni ATKI kelas C yang senantiasa memberikan dukungan semangat dan doanya
10. Teman-teman penulis di Universitas Mercu Buana angkatan 2010 dan 2011
11. Muhammad Andri Hariwijaya atas waktu untuk saran dan bertukar pikirannya dalam penyelesaian skripsi ini.

12. Semua pihak yang tidak dapat di sebutkan namanya satu persatu

Penulis menyadari bahwa hasil skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, kemampuan akademik serta kemampuan teknik penulisan, namun peneliti telah berusaha semaksimal mungkin untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkannya, terimakasih.

Jakarta, 25 Februari 2013

Penulis/peneliti

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Adi Nugroho Leksono', written in a cursive style.

Adi Nugroho Leksono

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN REVISI SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian` .....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Komunikasi Massa.....	10
2.1.1 Pengertian dan Fungsi Media Massa .....	21
2.2 Efek Media Massa .....	24
2.2.1 Efek Kognitif.....	26
2.2.2 Efek Afektif.....	28
2.2.3 Akumulatif Efek Kognitif dan Afektif.....	34
2.2.4 Efek Behavioral.....	35
2.2.5 Televisi Sebagai Media Massa.....	36
2.3 Program Televisi.....	42
2.3.1 Berita Kriminal .....	43
2.4 Khalayak .....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Tipe Penelitian .....	51
3.2 Metode Penelitian .....	52



3.3	Populasi dan Sampel.....	53
3.3.1	Populasi.....	53
3.3.2	Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	54
3.3.3	Teknik Sampling.....	56
3.4	Definisi dan Operasionalisasi Konsep.....	59
3.4.1	Definisi Konsep.....	59
3.4.2	Operasionalisasi Konsep.....	61
3.5	Variabel Efek.....	67
3.5.1	Penghetahuan ( <i>Kognitif</i> ).....	67
3.5.2	Sikap ( <i>Afektif</i> ).....	69
3.5.3	Akumulatif Efek Kognitif dan Afektif.....	72
3.6	Teknik Pengumpulan Data`.....	74
3.6.1	Data Primer`.....	74
3.6.2	Data Sekunder.....	75
3.6.3	Teknik Analisa Data.....	75
3.6.4	Proses Pengkodean Data ( <i>Coding</i> ).....	76
3.6.5	Proses Tabulasi.....	78

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	79
4.1.1	Gambaran Umum Program Berita Topik.....	79
4.1.2	Gambaran Umum Perampokan Mini Market.....	80
4.2	Hasil Penelitian.....	85
4.2.1	Identitas Responden.....	85
4.2.2	Terpaan Media.....	87
4.2.3	Efek Kognitif.....	91
4.2.3.1	Pertanyaan 1.....	91
4.2.3.2	Pertanyaan 2.....	92
4.2.3.3	Pertanyaan 3.....	93
4.2.3.4	Pertanyaan 4.....	94
4.2.3.5	Pertanyaan 5.....	95
4.2.3.6	Pertanyaan 6.....	96
4.2.3.7	Pertanyaan 7.....	97
4.2.3.8	Pertanyaan 8.....	98
4.2.3.9	Pertanyaan 9.....	99
4.2.3.10	Pertanyaan 10.....	100
4.2.4	Efek Afektif.....	101
4.2.4.1	Pertanyaan 1.....	101
4.2.4.2	Pertanyaan 2.....	102

4.2.4.3	Pertanyaan 3 .....	103
4.2.4.4	Pertanyaan 4 .....	104
4.2.4.5	Pertanyaan 5 .....	105
4.2.4.6	Pertanyaan 6 .....	106
4.2.4.7	Pertanyaan 7 .....	107
4.2.4.8	Pertanyaan 8 .....	108
4.2.4.9	Pertanyaan 9 .....	109
4.2.4.10	Pertanyaan 10 .....	110
4.3	Akumulatif Efek Kognitif .....	111
4.4	Akumulatif Efek Afektif .....	112
4.5	Akumulatif Efek Kognitif dan Afektif .....	114
4.6	Pembahasan .....	115
<b>BAB V Penutup</b>		
5.1	Kesimpulan .....	118
5.2	Saran .....	119
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>		

## DAFTAR TABEL

3.3.1	Tabel Populasi .....	54
3.3.3.1	Tabel Teknik Sampling .....	57
3.4.2.1	Tabel Operasionalisasi Konsep .....	62
3.5.1.1	Tabel Akumulasi pengetahuan (Kognitif) terhadap program berita kriminal kasus perampokan mini market di program Topik .....	68
3.5.2.1	Tabel Akumulasi sikap (Afektif) terhadap tayangan berita kriminal kasus perampokan mini market di program Topik	71
3.5.3.1	Tabel Akumulasi efek kognitif dan afektif terhadap tayangan berita kriminal kasus perampokan mini market .....	73
<b>Identitas Responden</b>		
4.2.1.1	Tabel Usia Responden.....	85
4.2.1.2	Tabel Jenis Kelamin Responden .....	86
<b>Terpaan Media</b>		
4.2.2.1	Tabel Responden Yang Pernah Menonton Program Berita .	87
4.2.2.2	Tabel Seberapa Sering Anda Menonton Program Berita Topik di ANTV .....	88
4.2.2.3	Tabel Berapa Lama Waktu Yang Dibutuhkan Dalam Menonton Program Berita Topik .....	89
<b>Efek Kognitif</b>		
4.2.3.1.1	Pertanyaan 1 .....	91
4.2.3.1.2	Pertanyaan 2.....	92
4.2.3.1.3	Pertanyaan 3.....	93
4.2.3.1.4	Pertanyaan 4.....	94
4.2.3.1.5	Pertanyaan 5.....	95
4.2.3.1.6	Pertanyaan 6.....	96
4.2.3.1.7	Pertanyaan 7.....	97
4.2.3.1.8	Pertanyaan 8.....	98
4.2.3.1.9	Pertanyaan 9.....	99

4.2.3.1.10	Pertanyaan 10 .....	100
<b>Efek Afektif</b>		
4.2.4.1.1	Pertanyaan 1 .....	101
4.2.4.1.2	Pertanyaan 2 .....	102
4.2.4.1.3	Pertanyaan 3 .....	103
4.2.4.1.4	Pertanyaan 4 .....	104
4.2.4.1.5	Pertanyaan 5 .....	105
4.2.4.1.6	Pertanyaan 6 .....	106
4.2.4.1.7	Pertanyaan 7 .....	107
4.2.4.1.8	Pertanyaan 8 .....	108
4.2.4.1.9	Pertanyaan 9 .....	109
4.2.4.1.10	Pertanyaan 10 .....	110
<b>Akumulatif Efek Kognitif</b>		
4.3.1	Tabel Frekuensi Akumulatif Efek Kognitif .....	111
<b>Akumulatif Efek Afektif</b>		
4.4.1	Tabel Frekuensi Akumulatif Efek Afektif .....	112
<b>Akumulatif Efek Kognitif dan Afektif</b>		
4.5.1	Tabel Akumulatif efek kognitif dan efektif tayangan berita kriminal kasus perampokan mini market di program berita Topik terhadap khalayak RT 07, Dewi sartika, Jakarta Timur .....	114