



**EFEK KOGNITIF DAN AFEKTIF TAYANGAN “UYA EMANG
KUYA” TERHADAP WARGA RW 03 KELURAHAN KOTA
BAMBU UTARA**

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

**Ryan Antoni
44107010206**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN BROADCASTING
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BROADCASTING**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : RYAN ANTONI
Nim : 44107010206
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Broadcasting
Judul Skripsi : Efek kognitif dan efek afektif tayangan uya emang kuya
terhadap warga RW 03 kelurahan kota bambu utara .

Jakarta, 30 Juli 2011

Mengetahui

Pembimbing

(Riswandi, M.Si)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BROADCASTING**

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : RYAN ANTONI
Nim : 44107010206
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Broadcasting
Judul Skripsi : Efek kognitif dan efek afektif tayangan uya emang kuya terhadap warga RW 03 kelurahan kota bambu utara .

Jakarta, 30 Juli 2011

1. Ketua Sidang
Nama : Dicky Andika, M.Si
2. Penguji Ahli
Nama : Rahmadiya Putra Nugraha, M.Si
3. Pembimbing
Nama : Riswandi, M.Si

9.
(.....)
(.....)
(.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BROADCASTING**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : RYAN ANTONI
Nim : 44107010206
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Broadcasting
Judul Skripsi : Efek kognitif dan efek afektif tayangan uya emang kuya terhadap warga RW 03 kelurahan kota bambu utara .

Jakarta, 30 Juli 2011

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Riswandi, M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Feni Fasta, S.E, M.Si)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BROADCASTING

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : RYAN ANTONI
Nim : 44107010206
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Broadcasting
Judul Skripsi : Efek kognitif dan efek afektif tayangan uya emang kuya terhadap warga RW 03 kelurahan kota bambu utara .

Jakarta, 30 Juli 2011

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Riswandi, M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Feni Fasta, S.E, M.Si)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirrahim

Assalamualaikum Wr.Wb.

Alhamdullilah Rabbil Alamin, puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT, berkat taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Judul dari skripsi ini adalah “ EFEK KOGNITIF DAN AFEKTIF TAYANGAN UYA EMANG KUYA TERHADAP WARGA RW 03 KELURAHAN KOTA BAMBU UTARA”. Pembuatan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dengan segala usaha dan kemampuan yang terbatas, penulis menyadari sepenuhnya, bahwa proses penyusunan skripsi ini tak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan dan doa dari berbagai pihak, sehingga dalam kesempatan ini dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah Swt yang telah memberikan segala nikmat dan anugerahnya sampai saat ini kepada penulis dan junjungan nabi Muhammad Saw .
2. Bapak Drs. Riswandi, M.Si selaku pembimbing yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan dan masukan yang sangat berguna serta sabar menghadapi penulis.

3. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Feni Fasta, S.E, M.si, selaku Ketua Program Studi Broadcasting Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
5. Bapak Dicky Andika, selaku sekretaris bidang Broadcasting Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
6. H.Masduki selaku ketua Rw 03 Kelurahan Kota Bambu Utara Kecamatan Palmerah Jakarta Barat
7. Untuk Bapak Ariyanto, M.Pd dan Ibu Sumiyati, S.Pd selaku orangtua penulis yang selama ini telah memberikan dukungan, perhatian, semangat dan doa yang terbaik buat penulis.
8. Untuk adik penulis yaitu Fitri Nadhira yang telah memberikan semangat dan telah mendukung sampai skripsi ini selesai
9. Untuk Keluarga besar H.Wardi dan juga semangat hidup penulis yaitu Nur Anissa dan Ashraf Khairul Azzam yang telah memberikan dorongan, support serta semangat kepada penulis setiap saatnya.
10. Segenap dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang selama ini selalu member pengarahan, pengajaran baik secara akademik atau lainnya.
11. Teman-teman seperjuangan Fikom broadcasting 2007, Keluarga besar Brother in kost (Ncek robusta, Ipul, Om Gunawan, Bovan, Aang, Topeng, Keshong, Okit, Bony, Ariel,

Bekti, Ari, Kamsi, Mancung, Ipung, Bang Er, Candra, Cule, Doyok, Argo, Cible, Reza ,
Iam, Rio, Macan, Rianty, Iwenk, Rusdi kribu, Ucie, Dewi, Echi, Kentunk, Andre, aldis,
Edi, Wahyu, Tiko, Nday(makasih tempatnya untuk mengajarkan penulis) dan seluruh
teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu .

12. Teman Band penulis yaitu PXJX (Hari, Bobby) dan juga Village People (Sandy,
Bopenk, Aldy, Hamza, ex Ronald, Iwan)

13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah banyak
memberikan bantuan hingga terselesainya skripsi ini, baik bantuannya secara langsung
maupun tidak langsung.

Masih banyak kesalahan dan kekeliruan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan
kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Agar penulis
bisa belajar dari kesalahan untuk masa depan yang lebih baik lagi.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang
membacanya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Jakarta, Juli 2011

Ryan Antoni

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi Massa	8
2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa	8
2.1.2 Proses Komunikasi Massa	10
2.1.3 Karakteristik Komunikasi Massa	12
2.2.4 Fungsi Komunikasi Massa	14
2.2. Televisi Sebagai Media Massa.....	16
2.2.1 Pengertian Televisi.....	16
2.2.2 karakteristik Media Televisi.....	17
2.2.3 Fungsi Media Televisi	18
2.3. Program Televisi	19
2.3.1 Pengertian Program Televisi	19
2.3.2 Isi Program Televisi	20
2.3.3 Jenis-Jenis Program Televisi	21
2.3.4 Program Variety Show	26
2.4. Efek Komunikasi Massa	28

2.4.1	Efek Kognitif	31
2.4.2	Efek Afektif	32
2.5	Khalayak	33
2.5.1	Pengertian Khalayak	33
2.5.2	Karakteristik Khalayak	36
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1.	Sifat Penelitian	39
3.2.	Metode Penelitian	39
3.3.	Populasi Dan Sampel	41
3.3.1	Populasi	41
3.3.2	Sampel	42
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel.....	42
3.4	Definisi dan Operasionalisasi Konsep.....	43
3.4.1	Definisi Konsep.....	43
3.4.2	Operasional Konsep.....	44
3.5	Teknik Pengumpulan Data	51
3.5.1	Data Primer	51
3.5.2	Data Sekunder	51
3.6	Analisi Data.....	52
3.6.1	Proses Editing	52
3.6.2	Proses Pengkodean Data	53
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Gambaran Umum SCTV.....	58
4.1.2	Logo Sctv.....	59
4.1.3	Visi SCTV.....	61
4.1.4	Misi SCTV.....	61
4.1.5	Sekilas Tentang Uya Emang Kuya.....	61
4.2.	Hasil Penelitian	62
4.2.1	Identitas Responden.....	63

4.2.2	Jenis Kelamin.....	63
4.3.3	Pendidikan Responden.....	64
4.3.4	Usia Responden	65
4.3	Terpaan Media.....	66
4.3.1	Lama Menonton Televisi Dalam Satu Hari.....	66
4.3.2	Frekuensi Menonton Tayangan Reality Show Uya Emang Kuya.....	67
4.3.3	Lama Menonton Tayangan Reality Show Uya Emang Kuya.....	67
4.3.4	Dengan Siapa Menonton Program Tersebut	69
4.4	Efek Kognitif.....	69
4.4.1	Mengetahui Host Reality Show Uya Emang Kuya... .	70
4.4.2	Mengetahui Informasi yang Disampaikan Pada Program Reality Show Uya Emang Kuya	71
4.4.3	Mengetahui Hari dan Jam Tayang tayang Program Reality Show Uya Emang Kuya	72
4.4.4	Mengetahui Trik Sulap Pada program Reality Show Uya Emang Kuya	73
4.4.5	Mengetahui Lokasi Shooting Program Reality Show Uya Emang Kuya	74
4.4.6	Mengetahui Tentang Penonton Yang di Hipnotis Memberikan Jawaban Yang Sejujurnya Pada Program Reality Show Uya Emang Kuya	75
4.5	Efek Afektif.....	77
4.5.1	Sikap Terhadap Host Program Tayangan Reality Show Uya Emang Kuya.....	77
4.5.2	Sikap Terhadap Costum Yang Dikenakan Oleh Host Program Tayangan Reality Show Uya Emang Kuya.....	78
4.5.3	Sikap Terhadap Setting Lokasi Program Tayangan	

	Reality Show Uya Emang Kuya.....	79
4.5.4	Sikap Terhadap Audiens Yang di Hipnotis.....	80
4.5.5	Sikap Terhadap Trik Sulap Pada Program Reality Show Uya Emang Kuya	81
4.5.6	Sikap Terhadap Segmen Street Magic Program Reality Show Uya Emang Kuya	82
4.5.7	Sikap Terhadap Segmen Hipnotis Program Reality Show Uya Emang Kuya	83
4.5.8	Sikap Terhadap Unsur Komedi Program Reality Show Uya Emang Kuya	84
4.5.9	Sikap Terhadap Seluruh Tayangan Uya Emang Kuya Memberikan Suatu Hiburan	85
4.5.10	Acara Uya Emang Kuya Memberikan Pengaruh sosial(pengaruh kepercayaan kepada magic)...	86
4.5.11	Acara Uya Emang Kuya Memberikan Nilai Edukasi	87
4.6	Akumulasi Efek Kognitif dan Afektif	88
4.6.1	Akumulasi Efek Kognitif	88
4.6.1	Akumulasi Efek Afektif	89
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian.....	90

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan.....	99
5.2.	Saran.....	99

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

3.4.2	Operasional Konsep.....	44
4.2.	Hasil Penelitian	62
4.2.1	Identitas Responden.....	63
4.2.2	Jenis Kelamin.....	63
4.3.3	Pendidikan Responden.....	64
4.3.4	Usia Responden	65
4.3.1	Lama Menonton Televisi Dalam Satu Hari.....	66
4.3.2	Frekuensi Menonton Tayangan Reality Show Uya Emang Kuya.....	67
4.3.3	Lama Menonton Tayangan Reality Show Uya Emang Kuya.....	67
4.3.4	Dengan Siapa Menonton Program Tersebut	69
4.4.1	Mengetahui Host Reality Show Uya Emang Kuya....	70
4.4.2	Mengetahui Informasi yang Disampaikan Pada Program Reality Show Uya Emang Kuya	71
4.4.3	Mengetahui Hari dan Jam Tayang tayang Program Reality Show Uya Emang Kuya	72
4.4.4	Mengetahui Trik Sulap Pada program Reality Show Uya Emang Kuya	73
4.4.5	Mengetahui Lokasi Shooting Program Reality Show Uya Emang Kuya	74
4.4.6	Mengetahui Tentang Penonton Yang di Hipnotis Memberikan Jawaban Yang Sejujurnya Pada Program Reality Show Uya Emang Kuya	75
4.5.1	Sikap Terhadap Host Program Tayangan Reality Show Uya Emang Kuya.....	77
4.5.2	Sikap Terhadap Costum Yang Dikenakan Oleh Host Program Tayangan Reality Show Uya Emang Kuya.....	78
4.5.3	Sikap Terhadap Setting Lokasi Program Tayangan	

	Reality Show Uya Emang Kuya.....	79
4.5.4	Sikap Terhadap Audiens Yang di Hipnotis.....	80
4.5.5	Sikap Terhadap Trik Sulap Pada Program Reality Show Uya Emang Kuya	81
4.5.6	Sikap Terhadap Segmen Street Magic Program Reality Show Uya Emang Kuya	82
4.5.7	Sikap Terhadap Segmen Hipnotis Program Reality Show Uya Emang Kuya	83
4.5.8	Sikap Terhadap Unsur Komedi Program Reality Show Uya Emang Kuya	84
4.5.9	Sikap Terhadap Seluruh Tayangan Uya Emang Kuya Memberikan Suatu Hiburan	85
4.5.10	Acara Uya Emang Kuya Memberikan Pengaruh sosial(pengaruh kepercayaan kepada magic)...	86
4.5.11	Acara Uya Emang Kuya Memberikan Nilai Edukasi	87
4.6.1	Akumulasi Efek Kognitif	88
4.6.1	Akumulasi Efek Afektif	89