



**EFEK KOGNITIF DAN AFEKTIF SEGMENT BERITA SEPAK BOLA
METRO SPORT DIMETRO TV TERHADAP SISWA-SISWI
SMU NEGERI 32 KEBAYORAN LAMA
JAKARTA-SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

Rian Andi Prahmono

44106010101

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2011



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Rian Andi Prahmono
Nim : 44106010101
Jurusan : Broadcasting
Judul Skripsi : Efek Kognitif dan Afektif Segmen Berita Sepak Bola
Metro Sport di Metro Tv terhadap siswa-siswi SMU Negeri
32 Kebayoran lama Jakarta Selatan

Mengetahui,

Pembimbing Skripsi

(Ponco Budi Sulistyono, S.Sos, M, Comm)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Broadcasting

LEMBAR TANDA LULUS SKRIPSI

Nama : Rian Andi Prahmono
Nim : 44106010101
Jurusan : Broadcasting
Judul skripsi : Efek Kognitif dan Afektif Segmen Berita Sepak Bola
Metro Sport di Metro Tv terhadap siswa-siswi SMU Negeri 32
Kebayoran lama Jakarta Selatan

Jakarta, 18 Maret 2011

Mengetahui,

1. **KETUA SIDANG**
(Dra. Tri Diah Cahyowati. M. Si)
2. **PENGUJI AHLI**
(Feni Fasta M, Si)
3. **PEMBIMBING SKRIPSI**
(Ponco Budi Sulisty, S.Sos, M, Comm)



Universitas mercu Buana
Fakultas Ilmu Kumunikasi
Bidang Studi Broadcasting

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rian Andi Prahmono
Nim : 44106010101
Jurusan : Broadcasting
Judul Skripsi : Efek Kognitif dan Afektif Segmen Berita Sepak Bola
Metro Sport di Metro Tv terhadap siswa-siswi SMU Negeri 32
Kebayoran lama Jakarta Selatan

Jakarta, 18 Maret 2011

Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing Skripsi

(Ponco Budi Sulisty, S.Sos, M,Comm)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M,Si)

Kepala Bidang Studi Broadcasting

(Feni fasta M, Si)



Universitas mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Broadcasting

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Rian Andi Prahmono
Nim : 44106010101
Jurusan : Broadcasting
Judul Skripsi : Efek Kognitif dan Afektif Segmen Berita Sepak Bola

Metro Sport di Metro Tv terhadap siswa-siswi SMU Negeri 32

Kebayoran lama Jakarta Selatan

Jakarta, 18 Maret 2011

Mengetahui,

1. **KETUA SIDANG**
(Dra. Tri Diah Cahyowati . M. Si)
2. **PENGUJI AHLI**
(Feni Fasta M, Si)
3. **PEMBIMBING SKRIPSI**
(Ponco Budi Sulisty, S.Sos, M,Comm)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN BROADCASTING

Judul : Efek Kognitif dan Afektif Segmen Berita Sepak Bola
Metro Sport di Metro Tv terhadap siswa-siswi SMU Negeri 32
Kebayoran lama Jakarta Selatan
Nama : Rian Andi Prahmono
Nim : 44106010101
(i-xiv) + 92 halaman; 4 lampiran; 2 artikel internet: 1 skripsi; 15 buku (1983-
2008)

ABSTRAKSI

Maraknya program televisi di Indonesia menjadikan pihak stasiun televisi saling berlomba untuk menghasilkan program yang diminati masyarakat. Salah satunya adalah program sport. Program sport adalah tayangan sport yang disiarkan langsung oleh stasiun televisi khususnya tayangan sepak bola. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Efek Kognitif dan Afektif Segmen Berita Sepak Bola Metro Sport di Metro Tv terhadap siswa-siswi SMU Negeri 32 Kebayoran lama Jakarta Selatan.

Penelitian ini berjudul Efek kognitif dan Afektif Segmen Berita Sepak Bola Metro Sport di Metro Tv terhadap siswa siswi SMU Negeri 32 Kebayoran Lama Jakarta Selatan. Dalam penelitian ini adalah ingin mengetahui Efek Kognitif dan Afektif Segmen Berita Sepak Bola Metro Sport di Metro Tv terhadap siswa-siswi SMU Negeri 32 Kebayoran lama Jakarta Selatan. Konsep yang dipakai dalam kerangka pemikiran yaitu : Komunikasi, Komunikasi massa, media massa, media televisi, program sport, efek kognitif, afektif dan khalayak

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan menggunakan kuesioner. Sifat penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Siswa – siswi SMU Negeri 32 Kebayoran Lama Jakarta Selatan dan Sampel yang diambil adalah 90 responden.

Hasil penelitian seluruh responden tentang Efek kognitif dan Afektif memberikan penilaian efek tinggi / positif, dari segi pengetahuan terhadap tayangan Segmen Berita Sepak Bola Metro Sport Di Metro Tv ada 85 responden dengan persentasi (94%).dari segi sikap ada 88 responden dengan persentasi (98%) yang menyukai tayangan Segmen Berita Sepak Bola Metro Sport di Metro Tv. Hasil Efek Kognitif dan Afektif Segmen Berita Sepak Bola Metro sport di Metro Tv Terhadap Siswa-siswi SMU Negeri 32 Kebayoran Lama Jakarta Selatan adalah positif dengan persentasi (96%).

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas Rahmat dan Karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan karya ilmiah yang disusun dalam Outline skripsi dengan judul. “Efek Kognitif dan Afektif Segmen Berita Sepak Bola Metro Sport di Metro Tv Terhadap Siswa-siswi SMU Negeri 32 Kebayoran Lama Jakarta Selatan. Dengan penulisan ini peneliti menemukan pembelajaran baru yang ditujukan memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) ilmu Komunikasi.

Penulis menyadari berbagai kesulitan dan rintangan dalam mengerjakan karya ilmiah ini, namun dukungan yang tiada henti terus mengalir dari orang-orang terdekat, sehingga akhirnya Outline skripsi ini berhasil diselesaikan. Untuk itu penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ponco Budi Sulistyo,S.Sos,M,Comm ; Selaku Dosen Pembimbing Skripsi dan Pembimbing Akademik
2. Ibu. Dra. Diah Wardhani, M.Si ; Selaku Dekan Fakultas ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Yang Tercinta Orang tua penulis, Bapak. Kardini dan Ibu. Ida. Dan kakakku Tersayang Doni Bowo Kastowo dan Iin Dina Handayani yang selalu mensupport dan selalu memberikan perhatian terbaik buat penulis.
4. Keluarga Besar di Bandung dan Jawa terima kasih atas dukungan semangat dan doanya.

5. Buat kekasihku tercinta Ratna Ningsih, terima kasih atas bantuan Motivasi dan kesetianya yang diberikan terhadap penulis.
6. Teman-teman futsal UMB 2006, “Best My Friend”
7. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis baik secara moril maupun materil

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, terima kasih.

Jakarta, 18 Maret 2011

Peneliti

Rian Andi Prahmono

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Kegunaan penelitian.....	10
1.4.1 Kegunaan Akademis	10
1.4.2. Kegunaan Praktis	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Komunikasi massa	11
2.1.1 Karakter komunikasi massa	11
2.1.2 Fungsi komunikasi massa	13

2.2	Teori Jarum Hipodermik	15
2.3	Efek Komunikasi massa	20
2.3.1	Efek Kognitif.....	20
2.3.2	Efek Afektif.....	23
2.3.3	Efek Behavioral.....	26
2.4	Media massa	27
2.5	Televisi sebagai Media massa	29
2.6	Berita olahraga	31
2.6.1	Tayangan Berita	33
2.7	Pengertian Program Sport	35
2.7.1	Karakteristik Program Sport	36
2.7.2	Jenis Program Sport	37
2.8	Pengertian Khalayak	38
2.8.1	Karakteristik Khalayak.....	38

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1.	Tipe penelitian.....	41
3.1.1	Penelitian deskriptif	41
3.2	Metode penelitian.....	42
3.3	Populasi dan sampel penelitian	44
3.3.1	Populasi	44
3.3.2	Sampel.....	44
3.4	Teknik Sampling	46

3.5	Definisi dan operasionalisasi konsep	47
3.5.1	Definisi konsep	47
3.5.2	Operasionalisasi konsep	49
3.5.2.1	Variabel efek	49
3.5.3	kegiatan olahraga	49
3.6	Teknik pengumpulan data	56
3.6.1	Data primer	56
3.6.2	Data sekunder	56
3.7	Teknik analisa data	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Metro Tv	63
4.1.1	Sejarah Metro Tv	63
4.1.2	Nama Dan Logo Metro Tv	64
4.1.2.1	Nama Metro Tv	64
4.1.2.2	Logo metro Tv	65
4.1.3	Filosofi	65
4.1.4	Visi dan Misi	65
4.1.4	Susunan Direksi	66
4.2	Gambaran tayangan Metro Sport	66
4.3	Hasil penelitian	67
4.3.1	Identitas Responden	67
4.3.2	Pola Menonton	70

4.3.3	Akumulasi Pengetahuan (Kognitif)	78
4.3.4	Akumulasi Sikap (Afektif).....	85
4.3.5	Akumulasi Efek Kognitif dan afektif tayangan Metro Sport di Metro Tv	85
4.4	Pembahasan.....	86

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	91
5.2	Saran.....	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.5.2 Operasionalisasi Konsep	52
Tabel 3.7.1 Pengetahuan (Kognitif)	59
Tabel 3.7.2 Sikap (Afektif)	61
Tabel 3.7.3 Akumulasi Skala Likert Efek Kognitif dan Afektif	62
Tabel 4.3.1 Identitas responden berdasarkan jenis kelamin	67
Tabel 4.3.1.2 Identitas responden berdasarkan usia	68
Tabel 4.3.1.3 Identitas responden berdasarkan kelas	69
Tabel 4.3.2 Pola menonton responden	70
Tabel 4.3.2.1 Pernah menonton tayangan Metro Sport	71
Tabel 4.3.2.2 Tayangan Metro Sport dalam waktu 1 episode	71
Tabel 4.3.3.2 Pengetahuan responden mengetahui istilah olahraga	
Sepak bola dalam tayangan Metro Sport	72
Tabel 4.3.3.3 Pengetahuan responden mengetahui prestasi olahragawan	73
Tabel 4.3.3.4 Pengetahuan responden mengetahui gaya-gaya olahraga	
Sepak bola	74
Tabel 4.3.3.5 Pengetahuan responden mengenai isi pesan	
Olahraga sepak bola	75
Tabel 4.3.3.6 Pengetahuan responden tentang durasi Metro Sport	76
Tabel 4.3.3.7 Pengetahuan responden mengetahui Boy Noya	
Sebagai presenter Metro Sport	77

Tabel 4.3.3.8	Pengetahuan responden mengetahui	
	Setting lokasi Metro Sport	77
Tabel 4.3.3.9	Akumulasi kognitif (pengetahuan).....	78
Tabel 4.3.4.1	Sikap responden menyukai istilah olahraga	
	Sepak bola	79
Tabel 4.3.4.2	Sikap responden menyukai prestasi olahragawan.....	80
Tabel 4.3.4.3	Sikap responden menyukai gaya-gaya olahraga	
	Sepak bola	81
Tabel 4.3.4.4	Sikap responden menyukai isi pesan	
	Olahraga sepak bola	82
Tabel 4.3.4.5	Sikap responden tentang durasi Metro Sport	83
Tabel 4.3.4.6	Sikap responden menyukai Boy Noya	
	Sebagai presenter Metro Sport	83
Tabel 4.3.4.7	Sikap responden menyukai	
	Setting lokasi Metro Sport	84
Tabel 4.3.4.8	Akumulasi Afektif (sikap)	85
Tabel 4.3.4.9	Akumulasi skala likert	
	Efek kognitif dan afektif	85

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1.2.2 Logo Metro Tv	65
Gambar 4.2 Gambaran Tayangan Metro Sport di Metro Tv.....	66