



SKRIPSI

DAMPAK KOGNITIF DAN AFEKTIF TAYANGAN "UYA EMANG KUYA " DI SCTV TERHADAP SISWA / I SMA NEGERI 17 JAKARTA

Disusun oleh :

NAMA : REDHO FIRMANSYAH

NIM : 44105010-080

Laporan Ini Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
(Strata-1) Ilmu Komunikasi

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2010



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI BROADCASTING

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Redho Firmansyah
Nim : 44105010080
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Broadcasting
Judul : Dampak Kognitif Dan Afektif Tayangan "Uya Emang Kuya" Di Sctv Terhadap Siswa / I SMA Negeri 17 Jakarta

Jakarta, 18 Agustus 2010

Mengetahui,
Pembimbing Skripsi

(Afdal Makkuraga Putra, S.Sos, MM, M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI BROADCASTING

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Redho Firmansyah
Nim : 44105010080
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Broadcasting
Judul : Dampak Kognitif Dan Afektif Tayangan "Uya Emang Kuya" Di Sctv Terhadap Siswa / I SMA Negeri 17 Jakarta

Jakarta, 18 Agustus 2010

Ketua Sidang
Ponco Budi Sulisty, S.Sos, M.Comm


(.....)

Penguji Ahli
Feni Fasta, SE, M.Si


(.....)

Pembimbing Skripsi
Ponco Budi Sulisty, S.Sos, M.Comm


(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI BROADCASTING

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Redho Firmansyah
Nim : 44105010080
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Broadcasting
Judul : Dampak Kognitif Dan Afektif Tayangan "Uya Emang Kuya" Di Sctv Terhadap Siswa / I SMA Negeri 17 Jakarta

Jakarta, 25 Agustus 2010

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing Skripsi

(Afdal Makkuraga Putra, S.Sos, MM, M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi

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



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI BROADCASTING

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Redho Firmansyah
Nim : 44105010080
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Broadcasting
Judul : Dampak Kognitif Dan Afektif Tayangan "Uya Emang Kuya" Di Sctv Terhadap Siswa / I SMA Negeri 17 Jakarta

Jakarta, Agustus 2010

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing Skripsi

(Afdal Makkuraga Putra, S.Sos, MM, M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

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

**Universitas Mercubuana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Broadcasting**

Judul : Dampak Kognitif dan Afektif tayangan Uya Emang Kuya di SCTV terhadap siswa-siswi SMA Negeri 17 Jakarta
Nama : Redho Firmansyah
Nim : 441050100-80
Bibliografi : Viii hal + 87 Halaman + V Bab + 16 Lampiran + 27 buku (1982 – 2007)

ABSTRAKSI

Media massa adalah suatu jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dari anonim melewati media cetak atau elektronik, sehingga pesan informasi yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Salah satu media massa yang secara efektif dapat mempengaruhi khalayak adalah televisi.

UYA Emang Kuya adalah sebuah konsep tayangan yang mengangkat trik dan intrik serta komedi dari atraksi sulap. ***Reality Show*** yang dipandu oleh presenter paling konyol dan nyeleneh saat ini namun dapat membuat pemirsa tersenyum atau tertawa geli dialah Uya Kuya. Segmen - segmen menarik seputar sulap akan dikemas sedemikian rupa sehingga menjadi tontonan yang menghibur.

Melihat begitu besarnya minat audiens dalam menonton tayangan Uya Emang Kuya mendorong peneliti untuk meneliti sejauhmana dampak tayangan Uya Emang Kuya terhadap audiens khususnya remaja. Dampak yang ingin diteliti dalam penelitian ini adalah dampak kognitif dan afektif yang dimana dampak kognitif adalah dampak yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Sedangkan untuk dampak afektif berhubungan dengan sikap yang terjadi perubahan. **Teori S - O – R** menjelaskan bahwa efek merupakan reaksi terhadap stimuli (rangsangan) tertentu.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner terhadap siswa – siswi SMA Negeri 17 Jakarta yang telah menonton tayangan Uya Emang Kuya.

Hasil penelitian menu jukkan bahwa dampak tayangan Uya Emang Kuya terhadap siswa – siswi SMA Negeri 17 Jakarta adalah tinggi, baik dari dampak kognitif maupun dampak afektif dengan persentase sebesar 68,65% (kognitif), 70,14% (afektif) dan dampak keseluruhan 73,13%.

Kata Pengantar

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penelitian tugas akhir sebagai persyaratan kelulusan sidang sarjana jurusan Broadcasting Universita Mercu Buana dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dan dukungan, semangat serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih antara lain kepada :

1. Bpk. Afdal Makkuraga Putra, MM, M.Si selaku pembimbing, terima kasih untuk bimbingan skripsinya yang sangat berguna bagi penulis.
2. Semua dosen fakultas ilmu Komunikasi khususnya jurusan Broadcasting, Ibu Feni Fasta, SE, M.Si, Bpk Ponco B. Sulisty, M.Comm, Bpk Morissan, S.H., M.A. dan dosen-dosen fakultas Ilmu Komunikasi lainnya yang tidak dapat penulis tulis satu-persatu. Terima kasih atas bimbingan dan pengajarannya. Ilmu kalian sangat bermanfaat bagi penulis, Semoga dapat berguna di dunia pekerjaan nanti.
3. Mamah dan Ayahku, Bapak dan Mamah N'de tercinta, serta Adikku tersayang Azhara (Aini), Sultan (Abot), Yogi, terima kasih atas doanya. Tante dan Om ku, Drs. Achmad Jajuli dan Dra. Fauzia Hasiatin, nenek ku, serta semua sepupuku (Suci, teh Wawat, Ina, Via, Naszwa, dede Ika dan yang lain – lain).

Serta untuk orang-orang tercinta yang sudah tiada, Alm. Kakek (Abah), ini untuk abah, semoga aku bisa membuat abah bangga suatu hari nanti.

4. Teman - teman **Makmur 3**, Ken2, Alunk, Me – enk, Ray, Joey, Marton, Boy dan yang lainnya yang tidak dapat penulis tulis satu – persatu, terima kasih atas segala bentuk support dan doa kalian kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsinya.
5. Teman-teman Fikom angkatan **2005**, Zai, Farid (Marcom), Paul, Rachmat sapto, Bhodonk, Heri Bule, Idoy, Belu “The BerLeey”, Nando Jangkung dan anak-anak tongkrongan **D’ROPANK** : Tyo, Rohim, Betet, Wibisono, Hanes, Krisna, Lolo, Q’tink, Choky, Yadinoize, Khoir, Mpit, Intan, Ira, Nanan, Ceni. Terima kasih untuk support dan doanya. Buat Umi terima kasih yang sudah membimbing di bab 4, Rini terima kasih buat jadi teman mengobrol tengah malam, boring ngetik mulu ya.
6. Teman-Teman di **Q - ara** : Lebaw, Gunawan, Ipoel, Apit, Guruh, Komar, dll.. Terima kasih atas hiburan dan dukungannya sehingga penulis semangat dalam mengerjakan penelitian ini.
7. Semua pihak yang tidak disebutkan namanya satu persatu.

Skripsi ini telah penulis susun dengan sebaik-baiknya, namun bilamana ada kekurangan di dalam penyusunan skripsi ini, penulis mohon kritik dan saran, karena setiap manusia tidak ada yang sempurna, kesempurnaan hanyalah milik **Allah SWT** semata. Semoga skripsi ini akan memberikan manfaat kepada semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 .Latar Belakang Masalah	1
1.2 .Perumusan Masalah.....	8
1.3 .Tujuan Penelitian.....	8
1.4 .Signifikasi Penelitian.....	8
1.4.1 Teoritis.....	8
1.4.2 Praktis.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa.....	9
2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	9
2.1.2 Karakteristik Komunikasi massa.....	10
2.2 Fungsi Komunikasi Massa.....	13
2.3 Media Massa.....	17
2.3.1 Pengertian Media Massa.....	17
2.3.2 Media Elektronik.....	18
2.3.3 Televisi Sebagai Media Massa.....	19
2.3.4 Fungsi Televisi Sebagai Media Massa.....	20
2.3.5 Sifat / ciri Televisi.....	20

2.3.6	Isi Pesan Media Televisi.....	21
2.3.7	Karakteristik Televisi.....	22
2.3.8	Kelebihan Dan Kekurangan Televisi.....	26
2.4	Program Televisi.....	26
2.4.1	Jenis – Jenis Program Televisi.....	27
2.4.2	Program Reality Show.....	28
2.4.3	Karakteristik Reality Show.....	31
2.5	Dampak Media Massa.....	32
2.5.1	Jenis – jenis Dampak.....	33
2.5.2	Dampak Pesan Komunikasi Media Massa Terhadap Khalayak.....	33
2.5.3	Teori Dependensi Mengenai Dampak Komunikasi Massa.....	36
2.5.4	Teori S – O – R	38
2.6	Khalayak.....	41
2.6.1	Pengertian Khalayak.....	41
2.6.2	Karakteristik Khalayak.....	41
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
3.1	Tipe / Sifat Penelitian.....	46
3.2	Metode Penelitian.....	47
3.3	Populasi dan Sampel	
3.3.1	Populasi.....	48
3.3.3	Sampel.....	49
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4.1	Data Primer.....	50
3.3.2	Data Sekunder.....	50
3.5	Definisi Dan Operasional Konsep.....	51
3.5.1	Definisi Konsep.....	51
3.5.2	Operasional Konsep.....	53
3.6	Teknik Analisa Data.....	59

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Stasiun Televisi SCTV (PT. Surya Citra Televisi).....	62
4.1.1	Profil perusahaan.....	62
4.1.2	Visi Dan Misi SCTV.....	63
4.1.3	Sekilas tentang Uya Emang Kuya.....	63
4.1.4	SMA Negeri 17 Jakarta.....	64
4.2	Hasil Penelitian.....	65
4.2.1	Identitas Responden.....	65
4.3	Terpaan Media.....	
4.4	Kognitif / Pengetahuan.....	69
4.5	Afektif / Sikap.....	73
4.6	Pembahasan.....	80
BAB V	PENUTUP	
5.1	Kesimpulan.....	89
5.2	Saran.....	89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Daftar Tabel

Tabel 3.3.2 Populasi Siswa / i SMA Negeri 17 Jakarta	48
Tabel 3.5.3 Operasional Konsep.....	55
Tabel 4.2.2 Jenis kelamin responden	65
Tabel 4.2.3 Usia responden.....	65
Tabel 4.2.4 Kelas	66
Tabel 4.3.1 Pola menonton tayangan Uya Emang Kuya.....	67
Tabel 4.3.2 Lama menonton tayangan Uya Emang Kuya.....	68
Tabel 4.3.3 Dengan siapa menonton tayangan Uya Emang Kuya.....	68
Tabel 4.4.1 Pengetahuan responden terhadap nama host tayangan Uya Emang Kuya.....	69
Tabel 4.4.2 Pengetahuan responden terhadap informasi sulap dalam tayangan Uya Emang Kuya.....	70
Tabel 4.4.3 Pengetahuan responden terhadap jam tayang.....	70
Tabel 4.4.4 Pengetahuan responden terhadap lokasi syuting.....	71
Tabel 4.4.5 Pengetahuan responden terhadap trik sulap.....	72
Tabel 4.4.6 Pengetahuan responden terhadap penonton yang paling sering di hipnotis dalam tayangan Uya Emang Kuya (Anak – anak, Remaja, Orang tua).....	72
Tabel 4.5.1 Sikap responden terhadap host program Uya Emang Kuya.....	73
Tabel 4.5.2 Sikap responden terhadap kostum yang digunakan dalam program Uya Emang Kuya.....	74
Tabel 4.5.3 Sikap responden terhadap setting lokasi program Uya Emang Kuya.....	74
Tabel 4.5.4 Sikap responden terhadap penonton yang di hipnotis dalam program Uya Emang Kuya.....	75
Tabel 4.5.5 Sikap responden terhadap unsur komedi yang ada dalam program Uya Emang Kuya.....	76

Tabel 4.5.6 Sikap responden terhadap trik sulap yang di peragakan	
dalam program Uya Emang Kuya.....	76
Tabel 4.5.7 Sikap responden terhadap segmen street magic	
dalam program Uya Emang Kuya.....	77
Tabel 4.5.8 Sikap responden terhadap segmen hipnotis dalam	
program Uya Emang Kuya.....	77
Tabel 4.5.9 Sikap responden terhadap seluruh isi tayangan	
dalam program Uya Emang Kuya.....	78
Tabel 4.5.10 Program Uya Emang Kuya memberikan hiburan.....	78
Tabel 4.5.11 Program Uya Emang Kuya memberikan pengaruh sosial.....	79
Tabel 4.5.12 Program Uya Emang Kuya memberikan nilai	
edukasi (informasi tentang sulap).....	80
Tabel 4.6.1 Akumulasi kognitif / pengetahuan terhadap	
program Uya Emang Kuya.....	82
Tabel 4.6.2 Akumulasi afektif / sikap terhadap	
program Uya Emang Kuya.....	84
Tabel 4.6.3 Dampak keseluruhan tayangan	
Uya Emang Kuya (kognitif dan afektif)	88