UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BROADCASTING

Nama : Zaki Mubarok
Nim : 44105010093
Judul : Efek Kognitif dan Afektif Tayangan Idola Cilik Di RCTI Pada Siswa-siswi SDN Kunciran 06 Tangerang Banten
Bibliografi : 85 halaman+5 BAB+29 buku

ABSTRAKSI

Tayangan Idola Cilik sekarang ini sedang digemari oleh penikmat televisi. Sekian banyak acara anak-anak yang telah ditayangkan, Idola Cilik memiliki ciri khas tersendiri untuk menarik pemirsanya, contohnya reality show Idola Cilik yang ditayangkan di RCTI pada awal tahun 2008. Reality show Idola Cilik di produksi oleh RCTI. Ditayangkan setiap hari senin sampai Sabtu dengan jam tayang utama antara pukul 13.00 sampai 15.00, Rating yaitu 17/04/2010 Rating 3.2 share 20.6

Reality show mempunyai kosenp yang sederhana, yaitu memotret kehidupan orang awam (bukan selebritis), kemudian disiarkan dan ditonton oleh orang banyak. Reality Idola Cilik sebenarnya mencerminkan perilaku siswa/i yang ada, alias realita yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efek kognitif dan afektif tayangan Idola Cilik di RCTI pada siswa/I SDN Kunciran 06 Tangerang-Banten.

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan efek adalah suatu pesan atau tayangan yang menghasilkan perubahan yang terjadi didalam diri penerima perubahan tersebut dilihat dari efek kognitif, dan efek afektif. Tipe penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yaitu bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat. Metode yang digunakan adalah metode survey.

Hasil penelitian tentang efek kognitif dan afektif memperlihatkan penilaian positif, dari segi pengtahuan adalah pengetahuan tentang televisi yang menayangkan tayangan Idola Cilik 97%, dari segi penafsiran adalah sikap terhadap durasi tayangan Idola Cilik yang menayangkan 180 menit 72%. Sedangkan efek kognitif dan afektif tayangan Idola Cilik di RCTI pada siswa/i SDN Kunciran 06 Tangerang-Banten secara keseluruhan adalah sikap positif dengan prosentase 97%, ini terbukti bahwa responden mengetahui, menyukai, dan menikmati acara tersebut.