



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN HUBUNGAN MASYARAKAT

Juanita Debora (44205120021)

Efek Kampanye Tentang Pengaruh Tayangan Kekerasan di TV Terhadap Perilaku Anak di Masyarakat RW 04 Kelurahan Cawang

xvi + 140 halaman + tabel + lampiran

Bibliografi = 26 Buku (1993-2008) + 2 Situs Internet

Keyword : Kekerasan Anak

ABSTRAKSI

Kekerasan sudah menjadi faktor utama keberhasilan film dalam menarik pemirsa. Anggapan bahwa pertunjukan sebuah film takkan tampil fantastis jika tidak sarat aksi kekerasan. Hal ini tentunya memicu para produsen film saling bersaing menyajikan inovasi dan gaya baru dalam *genre* film *action*. Maraknya kekerasan dalam dunia perfilman dinilai sudah melebihi batas karena saat ini aksi brutal dan kekerasan sudah mencemari film komedi dan kartun untuk anak-anak. Salah satu faktor munculnya kekerasan dalam masyarakat adalah pengaruh media massa. KOMNAS PA menegaskan pengaruh media terhadap kekerasan anak adalah media menjadi inspirasi perilaku kekerasan.

Dalam proses komunikasi agar bisa berjalan dengan baik diperlukan sebuah bentuk komunikasi yang efektif. Dalam menyampaikan informasi kepada publik maka diperlukan sebuah bentuk komunikasi yang efektif agar tujuan program PR bisa tercapai dan dapat diterima oleh publik. Efek komunikasi merupakan setiap perubahan yang terjadi didalam diri penerima, karena menerima pesan-pesan dari suatu sumber. Perubahan ini meliputi perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku nyata. Komunikasi dikatakan efektif apabila menghasilkan efek-efek perubahan sebagai yang diharapkan oleh sumber, seperti pengetahuan, sikap, perilaku. Perubahan di pihak penerima ini diketahui dari tanggapan yang diberikan sebagai umpan balik.

Dalam penelitian ini digunakan tipe penelitian yang bersifat deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan survei, metode survei yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Penulis memilih RW 04 sebagai sample penelitian karena sebelumnya telah dilakukan pendidikan tentang hak-hak anak. Populasi dalam penelitian ini adalah mereka yang berusia 20-55 tahun, Bapak/Ibu dan responden yang telah mengikuti kampanye yang diadakan oleh peneliti.

Kampanye *public relations* yang telah dilakukan peneliti dalam berkomunikasi bertujuan untuk menciptakan pengetahuan, pengertian, pemahaman, kesadaran, minat dan dukungan dari berbagai pihak untuk memperoleh citra bagi organisasi yang diwakilinya. Dengan bertambahnya pengetahuan maka responden akan mendukung anak melauai pengawasan, pendampingan, bimbingan bahkan sampai pada pengaturan jam menonton untuk anak.

Peneliti berhasil menggerakkan keinginan responden untuk melakukan perubahan, hal ini harus dibangkitkan untuk mendapatkan informasi secara keseluruhan mengenai “pengaruh tayangan kekerasan di TV terhadap perilaku anak di masyarakat”.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA