



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI BIDANG STUDI BROADCASTING

ABSTRAKSI

Roland Fernando BB (44105010-187)

Efek Kognitif dan Afektif Tayangan On The Spot di Trans 7 Terhadap Mahasiswa Broadcasting Universitas Mercu Buana Angkatan 2011

i-xi halaman + 93 halaman ; 30 tabel ; Daftar Pustaka (1982-2007)

Komunikasi adalah proses penyampain pesan dari sumber kepada penerima, dalam komunikasi yang efektif maka setidaknya harus diketahui bentuk-bentuk komunikasi. Adapun bentuk-bentuk komunikasi tersebut adalah komunikasi intrapribadi, komunikasi antarpribadi, komunikasi publik, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa. Untuk penelitian ini, penulis menitikberatkan pada masalah komunikasi massa.

Kerangka penelitian dari penelitian ini adalah pengertian komunikasi massa, unsur-unsur komunikasi massa, karakteristik komunikasi massa, fungsi komunikasi massa, media komunikasi massa, dan efek komunikasi massa serta program televisi, jenis-jenis program televisi, efek media massa, jenis-jenis efek, teori dependensi mengenai efek komunikasi massa, teori S-O-R, pengertian khalayak, karakteristik khalayak, dan jenis khalayak.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini difokuskan pada penyebaran kuesioner ke 72 responden pada mahasiswa Broadcasting Universitas Mercu Buana angkatan 2011. Adapun populasinya sebanyak 238 orang dan penulis menggunakan purposive sampling dan menggunakan persentase sebanyak 30% dari populasi untuk dijadikan sampel.

Pada penelitian dari 72 responden, menunjukkan bahwa hasil analisis dan pembahasan kuesioner bahwa efek kognitif atau pengetahuan responden terhadap tayangan On The Spot adalah tinggi dengan frekuensi sebanyak 60 orang (83,3%) dan efek afektif atau sikap responden terhadap tayangan On The Spot adalah tinggi dengan frekuensi sebanyak 54 orang (75%) dan efeknya sangat tinggi dengan responden sebanyak 56 orang dengan persentase sebesar 77,8%.

Pada penelitian ini diharapkan untuk tayangan On The Spot lebih kreatif dan mempertimbangkan efek kognitif maupun efek afektifnya agar penonton lebih tertarik lagi untuk menyaksikan tayangan tersebut.