



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

Bidang Studi *Broadcasting*

Febri Anggrainy

44112120024

Efek Kognitif, Afektif, Konatif Tayangan Program Religi Hafiz Indonesia 2017 di RCTI (Studi Terhadap Masyarakat Kelurahan Baranangsiang Rw. 009. Kecamatan Bogor Timur. Kota Bogor)

Periode Juni – Juli 2017

Jumlah halaman : x + 74 halaman + 8 lampiran

ABSTRAK

Media televisi adalah hiburan bagi masyarakat Indonesia yang paling dekat karena murah meriah dan mudah dijangkau. 24 *hours* perhari tayangan televisi selalu senantiasa hadir dengan berbagai macam gender untuk memenuhi minat dan selera penontonnya.

Program Hafiz Indonesia adalah program *talent search* yang mengangkat cerita anak-anak penghafal Al Quran usia 4-10 tahun asal Indonesia. Dimana anak-anak tersebut akan diuji hafalan bacaan Al Qurannya. Tayang selama bulan Ramadhan sejak tahun 2013.

Penelitian ini mencari hubungan seberapa besar Efek Kognitif, Afektif dan Konatif Tayangan Hafiz Indonesia 2017 terhadap Masyarakat Kelurahan Baranangsiang, Kecamatan Bogor Timur. Dengan jenis penelitian ekspelanatif menggunakan metode pengumpulan data kuesioner. Meminjam teori dari Steven H. Chaffee yang menyebutkan, perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa; penerimaan informasi, perubahan pesan atau sikap, dan perubahan perilaku atau dengan istilah lain perubahan kognitif, afektif, dan behavioral.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa media massa mempunyai pengaruh, tetapi bukanlah satu-satunya penyebab. Hal ini sebagaimana telah disebutkan Stanley J. Baran (2001), tentang teori efek terbatas. Seiring perkembangan teknologi dengan semakin banyaknya ragam pilihan media massa, fokus masyarakat akan pilihan media semakin terbagi-bagi.