

DAFTAR ISI

No.	Hal
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
DAFTAR TABEL	viii
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Signifikansi Penelitian	6
1.4.1 Signifikansi Akademis	6
1.4.2 Signifikansi Praktis	6
II. KERANGKA TEORI	
2.1 Komunikasi Massa	8
2.2 Televisi Sebagai Saluran Media Massa	13
2.3 Program Televisi	15
2.4 Program Televisi Kejamnya Dunia	16
2.5 Efek Media Terhadap Sikap Masyarakat	18
2.5.1 Efek Kognitif	18
2.5.2 Efek Afektif	19
2.5.3 Efek Konatif	19

2.6 Efek Media Terhadap Perilaku Masyarakat	19
III. METODOLOGI	
3.1 Tipe dan Sifat Penelitian	24
3.2 Metode Penelitian	25
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	26
3.3.1 Populasi	26
3.3.2 Sampel	27
3.4 Teknik Sampling	28
3.5 Definisi dan Operasionalisasi Konsep	29
3.5.1 Definisi Konsep	29
3.5.2 Operasionalisasi Konsep	30
3.5.2.1 Tayangan Sinetron Intan	31
3.5.2.2 Perubahan Sikap dan Perilaku Sosial	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6.1 Data Primer	44
3.6.2 Data Sekunder	44
3.7 Analisis Data	44
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Teknik Pengumpulan Data	45
4.1.1 Karakteristik Program	45
4.1.1.1 Status Responden	45
4.1.1.2 Usia Responden	46
4.1.1.3 Pendidikan Responden	47
4.1.1.4 Pengeluaran Responden	48
4.1.1.5 Pekerjaan Responden	49
4.1.2 Pola Menonton Responden	51
4.1.2.1 Kebiasaan Menonton Responden	51
4.1.2.2 Kesetiaan Menonton Responden	52
4.1.2.3 Konsumsi Waktu Menonton Responden	53
4.1.2.4 Lokasi Menonton Responden	54
4.1.2.5 Cara Menonton Resonden	55

4.1.3	Efek Kognitif, Afektif, dan Konatif Tayangan Kejamnya Dunia di Trans TV Terhadap Warga RW 11 Perumahan Depok Jaya	56
4.1.3.1	Variabel Efek Kognitif	56
4.1.3.1.1	Pengetahuan Responden terhadap Acara Kejamnya Dunia	58
4.1.3.1.2	Pengetahuan Responden terhadap Stasiun TV yang menayangkan Kejamnya Dunia	59
4.1.3.1.3	Pengetahuan Responden terhadap Waktu Tayang Kejamnya Dunia	60
4.1.3.1.4	Pengetahuan Responden terhadap Hari Tayang Kejamnya Dunia	61
4.1.3.1.5	Pengetahuan Responden terhadap Bentuk Tayangan Kejamnya Dunia	62
4.1.3.1.6	Pemahaman Responden terhadap Masalah Dalam Kejamnya Dunia	63
4.1.3.1.7	Pemahaman Responden terhadap Jalan Jalan Cerita Kejamnya Dunia	64
4.1.3.1.8	Pemahaman Responden terhadap Isi Pesan Kejamnya Dunia	65
4.1.3.1.9	Pemahaman Responden terhadap Maksud Pesan Kejamnya Dunia	66
4.1.3.1.10	Pemahaman Responden terhadap Semangat Tayangan Kejamnya Dunia	67
4.1.3.1.11	Indikator Efek Kognitif Tayangan Kejamnya Dunia Di Trans TV	68
4.1.3.2	Variabel Efek Afektif	69
4.1.3.2.1	Penghargaan Responden terhadap Tokoh Kejamnya Dunia	70
4.1.3.2.2	Penghargaan Responden terhadap Sikap Tokoh Kejamnya Dunia	71

4.1.3.2.3	Penghargaan Responden terhadap Semangat Tokoh Kejamnya Dunia	72
4.1.3.2.4	Penghargaan Responden terhadap Keinginan Tokoh Kejamnya Dunia	73
4.1.3.2.5	Penghargaan Responden terhadap Keputusan Tokoh Kejamnya Dunia	74
4.1.3.2.6	Kesukaan Responden terhadap Tema Kejamnya Dunia	75
4.1.3.2.7	Kesukaan Responden terhadap Tokoh Kejamnya Dunia	76
4.1.3.2.8	Kesukaan Responden terhadap Jalan Cerita Kejamnya Dunia	77
4.1.3.2.9	Kesukaan Responden terhadap Isi Cerita Kejamnya Dunia	78
4.1.3.2.10	Kesukaan Responden terhadap Keteguhan Kejamnya Dunia	79
4.1.3.2.11	Indikator Efek Afektif Kejamnya Dunia Di Trans TV	80
4.3.3.3	Variabel Efek Konatif	81
4.1.3.3.1	Kemampuan Responden Mempraktekkan Nilai Positif Tokoh Kejamnya Dunia	83
4.1.3.3.2	Kemampuan Responden Mempraktekkan Keteguhan Sikap Tokoh Kejamnya Dunia	84
4.1.3.3.3	Kemampuan Responden Mempraktekkan Sikap & Perilaku Baik Tokoh Kejamnya Dunia	85
4.1.3.3.4	Kemampuan Responden Menjauhkan Diri Dari Sikap Negatif Tokoh Kejamnya Dunia	86
4.1.3.3.5	Kemampuan Responden Mempraktekkan Sikap Tokoh Kejamnya Dunia untuk Keluar dari Permasalahan	87

4.1.3.3.6	Kemampuan Responden Membantu Tokoh Kejamnya Dunia secara Material	88
4.1.3.3.7	Kemampuan Responden Membantu Tokoh Kejamnya Dunia Immaterial	89
4.1.3.3.8	Kemampuan Responden Membantu Orang Lain Bernasib Serupa Tokoh Kejamnya Dunia	90
4.1.3.3.9	Kemampuan Responden Membantu Program Kejamnya Dunia Menolong Tokoh Kejamnya Dunia	91
4.1.3.3.10	Kemampuan Responden Memberikan Informasi pada Kejamnya Dunia Melihat Orang Lain Bernasib Serupa dengan Tokoh Kejamnya Dunia	92
4.1.3.3.11	Indikator Efek Konatif Tayangan Kejamnya Dunia di Trans TV	93
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian	94
V.	PENUTUP	
5.1	Kesimpulan	101
5.2	Saran	102
	DAFTAR PUSTAKA	103
	LAMPIRAN	