



**EFEK KOGNITIF DAN AFEKTIF TAYANGAN FILM KARTUN
SPONGEBOB DI *GLOBAL TV* PERIODE JANUARI 2007
TERHADAP SISWA/I SDN 10 PETANG RAWA BUAYA
JAKARTA BARAT**

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
(S1)
Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

NAMA : AGUNG HUDIANTO

NIM : 04102-056

**JURNALISTIK
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2007**



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Jurusan Jurnalistik

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : EFEK KOGNITIF DAN AFEKTIF TAYANGAN KARTUN
SPONGEBOB DI *GLOBAL TV* PERIODE JANUARI 2007
TERHADAP SISWA/I SDN 10 PETANG RAWA BUAYA
JAKARTA BARAT

Nama : Agung Hudianto
Nim : 04102-056
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Jurnalistik

Jakarta, November 2007

Ketua Sidang

Nama : Drs. Riswandi, M. Si (.....)

Penguji Ahli

Nama : S. M. Niken Restati, M.Si (.....)

Pembimbing I

Nama : Ponco Budi Sulisty, M.Comm (.....)

Pembimbing II

Nama : Heri Budianto, M.Si (.....)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Jurusan Jurnalistik

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : EFEK KOGNITIF DAN AFEKTIF TAYANGAN KARTUN
SPONGEBOB DI *GLOBAL TV* PERIODE JANUARI 2007
TERHADAP SISWA/I SDN 10 PETANG RAWA BUAYA
JAKARTA BARAT

Nama : Agung Hudianto
Nim : 04102-056
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Jurnalistik

Jakarta, November 2007

DISETUJUI DAN DITERIMA OLEH,

Pembimbing I

Pembimbing II

(Ponco Budi Sulistyono, M. Comm)

(Heri Budianto, M.Si)

MENGETAHUI,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Jurnalistik

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

(Drs. Riswandi, M.Si)

KATA PENGANTAR

Alhamdu lillaahi Rabbil'aalamin

Penulis panjatkan syukur kehadiran Allah SWT yang telah menganugerahkan nikmat-nya, menjadikan kita dapat berpikir, berbuat, berkreasi, berimprovisasi dan mengaktualisasikan diri sebagai makhluk-Nya. Sehingga pada waktunya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Efek Kognitif dan Afektif Tayangan Film Kartun SpongeBob Di Global TV Periode Januari 2007 Terhadap Siswa/I SD 10 Petang Rawa Buaya Jakarta Barat.”

Sholawat, rahmat serta salam semoga tetap terlimpah kepada *the best person in the world*, Nabi Muhammad SAW. Yang telah mereformasi alam pikiran manusia dari jahili kepada pemikiran yang menghormati kreatifitas dan intelektualitas manusia, pelaku harkat dan martabat manusia.

Penyusunan skripsi ini merupakan ujian terberat, dibandingkan ujian – ujian yang pernah penulis hadapi selama masa kuliah. Penulis juga menyadari dalam penyusunan skripsi ini bukan hal yang mudah. Penggarapannya membutuhkan tenaga, waktu, ketekunan, kesabaran, pengorbanan dan kerja keras. Tidak dapat dipungkiri, penulis juga mengalami hambatan. Timbulnya rasa jenuh, bosan, malas, sedih dan kecewa, hingga berdampak pada tertundanya penyelesaian skripsi ini. Kendati demikian, dengan kebulatan tekad dan keinginan untuk segera menyeka”keringat intelektual” ini, menjadi satu dari sekian banyak faktor yang membangkitkan semangat penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

Kepada orang – orang yang telah memberikan dukungan, baik materil, moril dan sprituil, tak lupa penulis ucapkan terima kasih tak terhingga. Penulis juga ingin mendedikasikan skripsi ini antara lain untuk :

1. Bapak Ponco Budi Sulisty, M. Comm, selaku Dosen Pembimbing I, yang sudah merelakan waktunya untuk memberikan kritik, saran dan motivasi bagi penulis.
2. Bapak Heri Budianto, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II, yang sudah merelakan waktunya untuk mengarahkan dan memberikan ilmunya yang berharga bagi penulis.
3. Ibu S. M. Niken Restati, M.Si sebagai Penguji Ahli dalam sidang skripsi bagi penulis.
4. Bapak Drs. Riswandi, M.Si yang telah bersedia menjadi Ketua Sidang pada sidang skripsi ini.
5. Keluarga penulis yang sudah banyak membantu penulis dalam segala hal, ayah dan bunda, terima kasih untuk kasih sayangnya, do'a dan pengertiannya selama ini, serta keEmpat kakakku Thank's untuk tempat berbagi, walau kadang kritik dan kejengkelan menghingapi penulis.
6. Bapak Didit, mas guntur, kak bunga, Bule, Tole, Sugi, Dewi dan Pandu (Crew MultiImage dan 3 Komunikan), dan Crew Shandika terima kasi untuk kesabaran dan pengertiannya.
7. Teman sepejuangan : Wily, Aconk, Alung, Vera, Jane, Rika, Roy, didit- kapan kita jalan bareng lagi.

8. Sahabat – sahabat Gw : Reymond, Roni, Hilda, Arif, Renanta, Fajar, Rio, Tege, Wahyu, Bovak, Oh iya! Karso- untuk tempat singgah, makan dan minum.
9. *Special thanks* : Jodi, Away, Tile, Boyzhonk loe bagi dari solusi buat gw, Kak ocha, Ichal, Eno, Sasha, Unyil, Santi, yol dan De2h-kebaikan kamu pada ga bakal gw lupai.

Harapan penulis semoga penelitian yang sederhana ini, dapat memberikan manfaat yang berarti bagi semua orang. Walaupun skripsi ini merupakan cobaan yang berat dalam dunia perkuliahan, tetapi dengan motivasi, kerja keras, kesabaran dan do'a semua itu menjadi tidak sia – sia. Meskipun awalnya terasa sulit, namun penulis sudah membuktikannya. Selesaiannya skripsi ini merupakan jawaban terindah dari semua do'a yang terucap.

Jakarta, November 2007

Agung H

ABSTRAKSI



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Jurusan Jurnalistik

AGUNG HUDIANTO (04102-056)

**EFEK KOGNITIF DAN AFEKTIF TAYANGAN FILM KARTUN SPONGEBOB
DI GLOBAL TV PERIODE JANUARI 2007 TERHADAP SISWA/I SDN 10
PETANG RAWA BUAYA JAKARTA BARAT**

(xii + 84 halaman; 29 tabel, lampiran 45)

Bibliografi = 25 buku (tahun 1981-2004)

Film animasi adalah penemuan teknologi terbaru yang memiliki kemampuan mengantar pesan secara unik dan pengaruh yang luar biasanya terhadap penontonnya, film yang mampu menyajikan pesan yang ditangkap (diterima) dan ditempatkan dalam ingatan pemirsa khususnya remaja dan anak – anak secara optimal dibandingkan media lainnya. Sehingga dampak yang ditimbulkan oleh film khususnya kepada anak – anak sangat mengkhawatirkan.

Perumusan masalah dari penelitian ini adalah hampir tidak ada anak yang tidak suka menonton televisi dan berbagai hal yang disajikan merupakan siaran yang memikat dan menyenangkan. Dewasa ini banyak film yang ditayangkan khusus untuk anak – anak yang mengandung contents unsur kekerasan (Kompas).

Pada model Comstcok menjelaskan tentang efek langsung terhadap tingkatlaku, dengan ikut pula memperhitungkan efek hiburan yang diinginkan, jadi pesan yang disampaikan oleh televisi akan dicerna dan kemudian dilakukan oleh anak – anak, film kartun SpongeBob merupakan pesan yang disampaikan oleh televisi kepada anak – anak, dari situ akan timbul dampak yang mempengaruhi sikap anak.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian in bersifat deskriptif yaitu hanya melaporkan situasi atau peristiwa, dan tidak menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Yang mengambil sample dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai pengumpul data, yang dijadikan populasi dalam penelitian ini anak – anak dari SDN 10 Petang Rawa Buaya dan mengambil sample dari 6 kelas dan di pilih secara acak dari masing – masing kelas dan menggunakan sample sebanyak 75 siswa/i.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa efek kognitif dan afektif tayangan film kartun SpongeBob di Global TV periode Januari 2007 terhadap siswa/i SDN 10 Petang Rawa Buaya sangat memilik indikator TINGGI dengan nilai 39 - 27

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Signifikansi Penelitian	9
1.4.1 Signifikansi Akademis	9
1.4.2 Signifikansi Praktis	9
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Komunikasi Massa	10
2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa	10
2.1.2 Karakteristik Komunikasi Massa	12
2.1.3 Fungsi Komunikasi Massa	14
2.2 Media Komunikasi Massa	16
2.2.1 Efek Media Massa	18
2.2.2 Efek Komunikasi Massa	20

2.3 Televisi Sebagai Media Massa	21
2.3.1 Fungsi Televisi	23
2.3.2 Keunggulan & Kekurangan Televisi	25
2.3.3 Efek Tayangan Televisi	27
2.4 Film Animasi	29
2.4.1 Karakteristik Film Cerita Anak	31
2.4.2 Aspek Psikologi Film Terhadap Anak	32
2.5 Khalayak	34
2.6 Model Comstock	36
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian	39
3.2 Metode Penelitian	40
3.3 Teknik Pengumpulan Data	40
3.3.1 Data Primer	41
3.3.2 Data Sekunder	42
3.4 Populasi dan Sample	42
3.4.1 Populasi	41
3.4.2. Sampel	43
3.4.3. Penarikan Sampel	44
3.5 Definis Konsep dan Operasionalisasi Konsep	44
3.5.1 Definis Konsep	44
3.5.2 Operasionalisasi Konsep	46

3.6 Teknik Analisis Data	47
3.6.1 Proses Editing	47
3.6.2 Proses Pengkodean Data	48
3.6.3 Proses Tabulasi	49
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Sekilas tentang Film Kartun SpongeBob	50
4.2 Sekilas Sejarah Global TV	51
4.3 Hasil Penelitian	51
4.3.1 Karakteristik Responden	51
4.3.2 Pola Menonton Televisi	54
4.3.3 Pola Menonton Film Kartun SpongeBob	57
4.3.4 Efek Kognitif	62
4.3.5 Efek Afektif	70
4.4 Pembahasan	76
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 4.2.	Usia Responden	53
Tabel 4.3.	Kelas Responden	54
Tabel 4.4.	Frekuensi Menonton Dalam Satu Minggu	55
Tabel 4.5.	Durasi Menonton Televisi	55
Tabel 4.6.	Teman Menonton Televisi	56
Tabel 4.7.	Responden Menonton Kartun	57
Tabel 4.8.	Responden Menonton Film Kartun SpongeBob	58
Tabel 4.9.	Teman Menonton Film Kartun	58
Tabel 4.10.	Frekuensi Menonton Film Kartun SpongeBob Dalam Satu Minggu	59
Tabel 4.11.	Frekuensi Menonton Film Kartun SpongeBob Dalam Satu Hari	60
Tabel 4.12.	Durasi Menonton Film Kartun SpongeBob Dalam Satu Episode	61
Tabel 4.13.	Responden Menonton Film Kartun SpongeBob Sambil Melakukan Kegiatan Lain	62
Tabel 4.14.	Tema Cerita Film Kartun SpongeBob	63

Tabel 4.15. Latar Belakang Film Kartun SpongeBob	64
Tabel 4.16. Wujud Dari SpongeBob	65
Tabel 4.17. Sahabat SpongeBob	66
Tabel 4.18. Wujud Dari Patrick Star	67
Tabel 4.19. Makanan Yang Dibuat SpongeBob	68
Tabel 4.20. Sifat Dari SpongeBob	69
Tabel 4.21. Jenis Musik Pembuka dan Penutup Dalam Film Kartun SpongeBob	69
Tabel 4.22. Penilaian Responden Terhadap Sifat Jahil Dalam Kehidupan Sehari – hari	71
Tabel 4.23. Penilaian Responden Terhadap Sifat Polos	72
Tabel 4.24. Penilaian Responden Terhadap Menolong Teman Disaat Kesulitan	73
Tabel 4.25. Penilaian Responden Terhadap Bertengkar Dalam Kehidupan Sehari – hari	74
Tabel 4.26. Penilaian Responden Terhadap Musik dan Suara Dalam Film Kartun SpongeBob	75
Tabel 4.27. Efek Kognitif dan Afektif Tayangan Film Kartun SpongeBob Di Global TV Periode Januari 2007 Terhadap Siswa/i SDN 10 Petang Rawa Buaya	78
Tabel 4.28. Frekuensi Efek Kognitif	80
Tabel 4.29. Frekuensi Efek Afektif	81

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Film yang termasuk dalam suatu media massa dan lebih dahulu menjadi media hiburan dibandingkan radio dan televisi, film adalah penemuan teknologi terbaru yang muncul pada akhir abad ke-19, yang fungsinya menyebarkan hiburan yang sudah menjadi kebiasaan terdahulu, serta menyajikan cerita, peristiwa, musik, drama, lawak, dan sajian teknis lainnya kepada masyarakat umum.¹

Sejarah perkembangan film terdapat tiga tema besar dalam satu atau dua tonggak sejarah yang penting. Pertama adalah film sebagai alat propaganda, karena film memiliki jangkauan, pengaruh emosional, dan popularitas yang hebat. Kedua tema lainnya adalah munculnya beberapa aliran seni film dan lahirnya film dokumentasi sosial.²

Sifat – sifat yang membuat film menjadi media yang paling ampuh dan realistis dibanding dengankan media artistis lainnya, sekaligus merupakan faktor – faktor yang membuat analisa film menjadi proses yang sangat sulit. Pertama, karena film dalam keadaan yang wajar adalah suatu yang terus berada dalam keadaan mengalir, dari sudut dan waktu film tidak bisa dibekukan untuk kepentingan analisa. Jika film dibekukan maka film bukan lagi gambar hidup, karena sifat uniknya sebagai media dengan demikian sudah hilang sama sekali.

¹ Denis McQuail. *Toeri Komunukasi Massa*, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1996, hlm.13

² Ibid.hlm.14

Karena itu kita harus mengarahkan sebagai besar perhatian kita kepada usaha mendapat menanggapi dengan sensitif dengan keserempakan dan kesinambungan saling mempengaruhi antara gambar, suara dan gerak pada layar putih³

Meskipun film sebagai penemuan teknologi baru yang telah pada abad ke-19, tetapi apa yang dapat diberikannya sebenarnya tidak terlalu baru dilihat dari segi atau fungsinya.⁴ film berperan sebagai sarana baru yang digunakan untuk menyebarkan hiburan yang sudah menjadi kebiasaan terdahulu, serta menyajikan cerita, musik, drama, lawak dan sajian teknis lainnya.

Sebagai sebuah bentuk kesenian, film dan televisi memiliki perbedaan yaitu, film adalah tayangan yang berisi dan berstruktur cerita serta menggunakan teknologi sebagai pendukungnya. Sedangkan televisi adalah sebuah media yang mampu membedakan fakta dan fisik, realistis dan tidak terbatas.

Keduanya mempunyai konsep yang sama yaitu sama – sama memberikan hiburan yang bersifat memanipulatif dan memberikan informasi tetapi dengan kontens yang berbeda karena merupakan jenis acara yang ditayangkan melalui televisi, jadi film dan televisi merupakan kesatuan yang telah terangkai dan adanya keterkaitan antara satu dengan yang lainnya.

Film dalam proses perkembangnya dan terciptanya satu batasan utama menyangkut apa dan bagaimana film memiliki peran dalam sebagai media propaganda dan hiburan bergeser dengan dibuktikannya peralihan penonton film menjadi penonton televisi.

³ Asrul Sani, *Cara Menilai Sebuah Film*, Penerbit Yayasan Citra, 1992, hlm.7

⁴ Ibid, hlm.16

Televisi yang muncul sebagai media massa elektronik yaitu media informasi yang memuaskan yang disebabkan dua (2) faktor yang terdapat pada media audio visual. Pertama adalah faktor *immediacy* yaitu mencakup pengertian langsung dan dekat, peristiwa yang disiarkan atau diberitakan oleh stasiun televisi dapat dilihat dan didengar oleh pemirsa pada peristiwa itu berlangsung, dan pada faktor yang kedua *realitas* yaitu mengandung makna kenyataan informasi yang sesuai dengan apa yang terjadi (baik didengar maupun dilihat)⁵

Telah kita ketahui bersama bahwa televisi merupakan suatu media komunikasi elektronika yang mempunyai peran besar terhadap perkembangan sosial, ekonomi, budaya, dan politik disuatu tempat atau daerah ataupun negara. Televisi dalam hal mempengaruhi tingkah laku pemirsanya melalui media gambar dan suara memang dianggap lebih unggul dibandingkan dengan media yang lainnya (surat kabar, majalah, radio, film) lantaran kemampuannya menyajikan pesan baik yang bersifat informasi maupun hiburan yang seolah – olah nyata.

Di Indonesia televisi diperkenalkan semenjak pemerintah membuka Televisi Republik Indonesia atau yang lebih dikenal TVRI pada tanggal 24 agustus 1962 dan bertepatan dengan peristiwa olahraga Asia ke-4, dimana Indonesia menjadi tuan rumahnya. TVRI yang memiliki tujuan utama dalam kegiatan penyiarannya saat itu adalah meliput jalannya kegiatan pertandingan selama pesta olahraga berlangsung.⁶

⁵ Onong Uchajana.E, *Televisi siaran teori dan Praktek*,Bandung : Alumni bandung,1984,hlm. 8

⁶ Elvinaro Ardianto dan Lukiat Komala E.*Pengantar Komunikasi Massa*, Simbiosis, Bandung. 2004, hlm. 127

TVRI yang berada di bawah Departemen Penerangan, pada saat itu dalam siarannya dapat menjangkau hampir seluruh rakyat Indonesia, dan dibarengi perindustrian pertelevisian di Indonesia maju pesat pada tahun 1989 dengan bermunculan televisi – televisi swasta yang dalam penayangannya tidak kalah menariknya dibandingkan TVRI. Beragam jenis program acara yang bermunculan yang disiarkan oleh stasiun swasta lebih menambah daya tarik agar masyarakat dapat menyukai televisi.

Perkembangan pertelevisian tanah air yang sudah semakin pesat dengan maraknya stasiun televisi diantaranya TVRI, RCTI, SCTV, ANTV, Indosiar, MertoTV, TRANS 7, LATIVI, TRANS TV, Global TV. Ditambah dengan bermunculnya stasiun TV local seperti O Channel, Jak TV, C TV Banten, Riau TV, Bali TV.

Bermunculnya televisi swasta yang menawarkan beragam jenis tayangan film kartun dan hiburan remaja di televisi, membuat film kartun SpongeBob Squarepants yang di produksi nickelodeon yang di Indonesia memiliki hak yang dipegang oleh MTV Networks, pertama kali SpongeBob Squarepants ditayangkan di Lativi kali empat kali sehari yaitu pada pukul 06:00, 14:30, 17:30, dan 18:30,⁷. Dan sejak Februari 2006 ini, Nickelodeon akan tayang secara eksklusif di Global TV.

Kepindahan Nickelodeon di Global TV menandakan secara resmi perubahan konsep Global TV. Sebelumnya stasiun televisi ini hanya fokus untuk anak muda usia, kini target itu lebih lebar lagi. Tayangan 8 jam nickelodeon di Global TV menjadikan anak-anak usia 2-14 tahun sebagai sasarannya.

⁷ KOMPAS, Senin, *Sinopsis*, PIK Gramedia, 21 maret 2005, hlm.1

Dengan kata lain, Global TV berhasil mendapatkan perhatian lebih dari khalayak khusus anak – anak dan para remaja. Hal ini terlihat dari banyak stasiun – stasiun televisi swasta berlomba – lomba menayangkan film kartun untuk merebut pangsa pemirsa khususnya anak –anak.⁸

Kehadiran film kartun di layar kaca lokal sejatinya cukup mengesankan. Sebelumnya SpongeBob Squarepants sempat hadir di stasiun televisi lain dua tahun lalu. Hasilnya, ia sempat mencapai rata-rata rating 4,8. Kemudian rekannya Dora the Explorer juga mencatat prestasi serupa rata-rata angka 4,01 untuk kelompok usia 5-14 tahun.⁹

Tayangan kartun SpongeBob Squarepants di Global TV yang ditayangkan pada hari senin sampai jumat 06:00, 14:30,17:30, dan sabtu sampai minggu 09:00, 14:30, 17:30. Menjadi bahan acuan penulis dalam membuat tulisan, karena alur cerita yang ditawarkan pada kartun ini sangatlah mudah dan ringan untuk dicerna oleh anak – anak.

Tema dari kartun SpongeBob squarepants ini sebenarnya menceritakan spons laut yang tinggal di dasar laut di kota Bikini Botton yang terletak di dasar Samudera Pasifik. SpongeBob bekerja sebagai tukang masak di Krusty Krab, adalah resto yang dimiliki Tuan Krab yang mata duitan, dan SpongeBob berkawan dengan Patrick, si bintang laut yang mengikuti apa pun yang dilakukan SpongeBob. Ia juga bertetangga dengan Squidward, si gurita yang selalu tergoda oleh kepolosan dan kenakalan SpongeBob. Film kartun SpongeBob ini memilih lanskap dasar lautan dengan tokoh berupa hewan lautan.¹⁰

⁸ KOMPAS, Minggu, *Film kartun menguasai tayangan pagi*, PIK Gramedia, 18 Mei 2006, hlm.1

⁹ http://ms.wikipedia.org/wiki/SpongeBob_SquarePants, tanggal 25 Maret 2007. pukul 21:00

¹⁰ KOMPAS, Senin, *Sinopsis*, PIK Gramedia, 21Maret 2005.hlm. 1

Seperti pada umumnya respon awal anak – anak, saat menonton televisi biasanya adalah terpukau atau terkagum – kagum dengan kehebatan tokoh yang disaksikannya dilayar televisi, dan kemudian mereka cenderung menirukan gerakan dan meniru ucapannya.¹¹

Seorang anak berumur 6-12 tahun umumnya baru memahami perasaan kagum, senang atau tidak senang terhadap informasi yang mereka terima. Belum pada taraf menilai bahwa ini salah, itu benar, atau ini cuma khayalan, itu bukan sungguh – sungguh, ini baik dan itu jahat, bertingkat, dan berlagak, berdasarkan pertimbangan rasional yang lebih didorong oleh perasaan, dan belum karena pemikiran, sehingga anak – anak cenderung suka menirukan segala hal yang mereka saksikan dan mereka dengar termasuk dalam film.¹² Kesukaan mereka pada tokoh – tokoh dalam film kartun tak terbatas hanya menonton di layar kaca. Berbagai barang ikutannya, seperti stiker, boneka, dan perlengkapan sekolah anak, juga laris.

Ini lihat dari data dari Pusat Informasi Kompas “ **Studi Survei Mengenai anak dan Televisi** “ sebagai berikut data yang diperoleh setelah dilakukan survei terhadap 900 responden orangtua yang mempunyai anak berusia 6-12 tahun dan 900 anak pada kelompok usia tersebut selama bulan juli 1997 dan di lima kota, yaitu : Jakarta, Yogyakarta, Ujungpandang, Bukittinggi, dan Madiun¹³.

Hasil survei :

¹¹ KOMPAS, Selasa, *Tentang Televisi, Orangtua dan Anak Dengarlah*, PIK Gramedia 26 Maret 1997. hlm 2.

¹² Ibid. hlm. 2

¹³ Ibid. hlm.4

Suka Meniru Film

	Ya	Tidak
Meniru barang / atribut	8,1	91,9
Meniru peran (tokoh)	21,4	78,6
Meniru ucapan	43,0	57,0
Meniru gerakan	64,0	36,0
Suka menirukan film	56,0	43,1

Sumber. Kompas PIK, 26 maret 1997

Dengan demikian mereka terbiasa meniru tokoh kesukaannya tanpa merasa bersalah. Anak – anak menjadi terbiasa meniru gerak – gerik dan menirukan ucapan atau kata – kata yang diucapkan tokoh kartun kesukaannya, dan diterapkan ke dalam kehidupan sehari – hari, karena mereka selalu menonton terus – menerus film kartun SpongeBob di televisi.

Televisi agaknya sudah menjadi bagian dari kehidupan seharian anak – anak Indonesia, dan kecenderungan orang tua dalam membebaskan tonton dalam menyaksikan tayangan yang diinginkan tanpa memperdulikan dampak negatif dari kehadiran film kartun di televisi bagi anak – anak. Semestinya orang tua selektif memilihkan acara yang layak untuk anak – anaknya dan kalau terpaksa didamping dan diberikan penjelasan tentang acara yang sedang disaksikan.

Global TV adalah salah satu televisi swasta yang menayangkan film kartun yang di produksi Nickelodeon, sementara menurut Nani Yugo selaku produser Nickelodeon tidak bisa semua produksi Nickelodeon bisa ditayangkan di

Indonesia yang diakibatkan karena kartun yang dipasarkan tidak semuanya cocok dengan budaya Indonesia dan rata – rata film kartun yang ditayangkan terutama bertema hiburan, edukasi, dan imajinasi.¹⁴

Sebuah tayangan film kartun tentunya diharapkan memberi nilai lebih bagi pemirsa khususnya anak – anak, seperti ilmu pengetahuan sekaligus hiburan. Tayangan film kartun SpongeBob tentunya memiliki pemirsa sendiri seperti pelajar. Dalam hal ini objek penelitiannya adalah SDN 10 Petang Rawa Buaya, Jakarta Barat, merupakan bagian dari pemirsa tayangan film kartun SpongeBob.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka perumusan masalah dan penelitian ini adalah **Sejauhmana efek kognitif dan afektif tayangan film kartun *SpongeBob* di *Global TV* periode januari 2007 terhadap siswa – siswi SDN 10 Petang Rawa Buaya Jakarta Barat ?**

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari diadakannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui **Efek kognitif dan afektif tayangan film kartun *SpongeBob* di *Global TV* periode januari 2007 terhadap siswa/i SDN 10 Petang Rawa Buaya Jakarta Barat.**

¹⁴ KOMPAS, Minggu, *Film Kartun Menguasai Tayangan Pagi*, PIK Gramedia, 18 Mei 2006, hlm. 2

1.4. Signifikasi Penelitian

1.4.1 Signifikasi Akademis

Dapat menambah pengetahuan mengenai efek televisi terhadap anak –anak dan memberikan proses pembelajaran bagi mahasiswa mengenai dampak film terhadap anak - anak. Sebagai bahan masukan bagi pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya dalam pengembangan studi yang khalayaknya anak – anak.

1.4.2. Signifikasi Praktis

Memberikan kontribusi bagi keluarga khususnya orang tua dalam mengontrol nonton untuk anak – anak dan memberikan pengarahan atau penjelasan atas tonton – tontonan yang sedang disaksikan dan juga memberikan kontribusi bagi penyelenggara film kartun SpongBob mengenai dampak terhadap anak - anak.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Komunikasi Massa

2.1.1. Pengertian Komunikasi Massa

Pengertian kata komunikasi berasal dari bahasa latin *Communicatio* yang berarti “ pemberitahuan atau pertukaran pikiran”. Jadi dalam proses komunikasi, haruslah terdapat unsur – unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran atau pengertian, antara komunikator (penyebar pesan) dan komunikan (penerima pesan).

Pengertian komunikasi menurut Hovland¹⁵:

“Communication is the process to modify the behavior of other individuals”.(Komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain)

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 personal, komunikasi kelompok, komunikasi massa dan komunikasi media. Dalam penelitian ini penulis menitikberatkan pada masalah komunikasi massa.

Komunikasi massa adalah, komunikasi melalui media massa, yakni surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film. Oleh karena itu, maka sumber komunikasi massa bukanlah satu orang, melainkan suatu organisasi formal, dan sang pengirimnya seringkali merupakan komunikator profesional, pesannya tidak unik dan beraneka ragam, serta dapat diperkirakan.

¹⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Toeri dan Praktek* PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2002.hlm.10

Disamping itu, pesan tersebut seringkali diproses distandarisasi dan selalu diperbanyak. Pesan itu juga merupakan produk dan komoditi yang mempunyai nilai tukar, serta acuan simbolik yang mempunyai nilai kegunaan. Hubungan antara pengirim dan penerima bersifat satu arah dan jarang sekali bersifat interaktif. Hubungan tersebut juga bersifat impersonal, bahkan mungkin sekali seringkali bersifat non moral dan kalkulatif, dalam pengertian bahwa, sang pengirim biasanya, tidak bertanggung jawab atas konsekuensi yang terjadi pada para individu dan pesan yang dijual belikan dengan uang atau dengan perhatian tertentu¹⁶.

Yang menjadi penghubung antara komunikator dengan komunikan dari beberapa penjabaran soal komunikasi massa adalah media massa. Media massa adalah sarana untuk menyampaikan isi pesan / pernyataan / informasi yang bersifat umum, kepada sejumlah orang yang jumlahnya relatif besar, heterogen, anonim, tidak terlambagakan, perhatiannya terpusat pada isi pesan yang sama, yaitu pesan dari media massa yang sama, dan tidak dapat memberikan arus balik secara langsung pada saat itu¹⁷.

Joseph A. Devito menampilkan definis mengenai komunikasi massa dengan lebih tegas yakni sebagai berikut:¹⁸

1. komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang sedang menonton televisi,

¹⁶ Denis McQuail, *Toeri Komunikasi Massa*, Erlangga, 1997, hlm.33

¹⁷ JB.Wahyudi, *Komunikasi Jurnalistik Pengetahuan Praktis Kewartawanan Surat kabar, Majalah, Radio, dan Televisi*, Alumni, Bandung, 1991, hlm.90

¹⁸ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : PT. Raja grafindo, 2004, hlm.36

2. agaknya ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan.
3. komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar – pemancar yang audio atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya : Televisi, Radio, Surat Kabar, Majalah, Film, Buku, dan Pita.

2.1.2. Karakteristik Komunikasi Massa

Komunikasi massa menurut Hafied Cangara, dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi, mempunyai karakteristik sebagai berikut :¹⁹

1. Sifat pesannya terbuka dengan khalayak yang variatif, baik dari segi usia, agama, suku, pekerjaan maupun dari segi kebutuhan.
2. Sumber dan penerima dihubungkan oleh saluran yang telah diproses secara mekanik.
3. Sumber juga merupakan suatu lembaga atau institusi yang terdiri dari banyak orang, misalnya reporter, penyiar, editor, teknisi dan sebagainya. Karena itu proses penyampaian pesannya lebih formal, terencana dan lebih rumit.
4. Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baliknya.

¹⁹ Josep A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia*, ed kelima terjemahan Agus

5. Lambat (tertunda) dan sangat terbatas. Tetapi dengan perkembangan teknologi komunikasi yang begitu cepat, khususnya media massa.
6. Elektronik seperti radio dan televisi maka umpan balik dari khalayak bisa dilakukan dengan cepat kepada penyiar.
7. Sifat penyebaran pesan melalui media massa berlangsung begitu cepat, serempak dan luas. Ia mampu mengatasi jarak dan waktu, serta tahan lama bila di dokumentasikan.
8. Dari segi ekonomi, biaya produksi komunikasi massa cukup mahal dan memerlukan dukungan tenaga kerja relative banyak untuk mengelolanya.

Beberapa karakteristik komunikasi massa adalah adanya suatu organisasi yang kompleks dan formal dalam tugas operasional pengiriman pesan²⁰

1. Adanya khalayak luas dan heterogen.
2. Isi pesan harus bersifat umum tidak dapat bersifat rahasia.
3. Komunikasi dilakukan dengan massa yang sangat heterogen dalam tingkat pendidikan, keadaan sosial, dan ekonomi maupun keadaan kebudayanya.
4. Setiap pesan mengalami kontrol sosial dalam arti murni, yaitu dinilai oleh banyak orang dengan berbagai latar belakang dan taraf pendidikan maupun daya cernanya.

²⁰ Alo Liliweri, *Komunikasi Massa Dalam Masyarakat*. PT. Citra Aditya Bakti, Jakarta, 1998, hlm.10

5. Walaupun reaksi pada pihak khalayak akan berbeda – beda, pesan yang keluar dari peralatan komunikasi difokuskan pada perhatian yang sama, seakan – akan khalayak yang heterogen tersebut akan memberikan reaksi yang sama pula.

2.1.3. Fungsi Komunikasi Massa

Untuk memahami fungsi komunikasi massa secara khusus ada 3 hal yang harus dipahami, ketiga hal tersebut adalah :²¹

1. Setiap tindakan yang berkaitan dengan komunikasi, termasuk mengkonsumsi media, dilandasi oleh alasan yang unik.
2. Setiap komunikasi massa menjalankan fungsi yang berbeda bagi setiap khalayak secara individual.
3. Fungsi yang dijalankan oleh banyak peristiwa komunikasi massa bagi banyak orang akan berbeda dari waktu ke waktu.

Berikut ini adalah fungsi khusus dari komunikasi massa, menurut Josep A. Devito, diantaranya :²²

1. Menghibur.

Media memberi hiburan untuk mendapatkan perhatian dari khalayak sebanyak mungkin sehingga dapat menjual hal ini kepada para pengiklan.

²¹ Josep A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia*, ed kelima terjemahan Agus Mualana, Jakarta : Professional Book, 1997, hlm. 518

²² Ibid

2. Menyakinkan

Media berusaha meyakinkan (*to persuade*) khalayak atas suatu peristiwa persuasi ini dapat datang dalam banyak bentuk :

- a. Mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang.
- b. Mengubah sikap, kepercayaan, sikap atau nilai seseorang.
- c. Mengerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu.
- d. Menawarkan etika atau sistem nilai tertentu.

3. Memberikan Informasi

Media memberikan informasi kepada khalayak baik berupa pengetahuan tentang musik, politik, film, seni, psikologi, maupun ekonomi.

4. Menganugrahkan Status

Paul Lazarsfeld dan Robert Merton, dalam karya mereka yang berpengaruh *Mass Communication Popular Taste, and Organized Social Action* (1951) mengatakan “ jika anda benar – benar penting, anda akan menjadi pusat perhatian massa dan jika anda pusat perhatian massa, berarti anda memang penting”.²³

²³ Paul Lazarsfeld dan Robert Merton. *Mass Communication, Popular Taste, and Organized Social Action*, Dalam Josep A. Devito. *Komunikasi Antar Manusia*, ed kelima. Jakarta : Professional Book, 1997, hlm.517

5. Membius

Media menyajikan informasi tentang sesuatu, penerima percaya bahwa tindakan tertentu telah diambil. Sebagai akibat, pemirsa terbius ke dalam keadaan tidak aktif seakan – akan berada dalam pengaruh narkotik.

6. Menciptakan rasa kebersatuan

Media mampu membuat khalayak merasa menjadi anggota suatu kelompok.

2.2. Media Komunikasi Massa

Media massa dalam arti umum yaitu lembaga sosial atau lembaga kemasyarakatan yang merupakan sub sistem dari sistem pemerintahan di negara dimana ia beroperasi bersama – sama dengan sub sistem lainnya²⁴.

Media massa dapat dibagi menjadi kedalam dua kelompok yaitu media massa cetak dan media massa elektronik. Media massa cetak antara lain meliputi surat kabar, majalah, dan bulletin. Sedangkan media elektronik mencakup media audio seperti radio, dan media audio visual yaitu TV dan Film.²⁵

Media massa menurut Harold D Lasswell, menguraikan 3 fungsi media massa, dimana setiap fungsi tidak berdiri sendiri melainkan akan saling menunjang.²⁶

²⁴ Ibid.hal.90

²⁵ Mcquail, *Toeri Komunikasi Massa*, Erlangga, Jakarta.1991.hlm 31

²⁶ Sastro Subroto darwanto & Duta wacana University press.Jakarta.hlm. 16

1. *The surveillance of the environment*

Yang berarti bahwa media massa bertindak sebagai pengamat lingkungan dan selalu akan memberikan berbagai informasi atas hal –hal yang tidak dapat terjangkau khalayak.

2. *The correlation of parts society in responding to the environment.*

Berarti bahwa media massa itu lebih menekankan kepada pemilihan, penilaian, penafisarn, tentang apa yang patut disampaikan kepada khalayak. Dengan demikian media massa dapat dinilai sebagai “ gate keeper ” dari arus informasi.

3. *The transmission of the social heritage from generation*

Hal ini menunjukkan bahwa media massa berfungsi sebagai jembatan tata nilai dan budaya dari generasi satu ke generasi berikutnya, atau dengan kata lain media massa berfungsi pula sebagai media pendidikan.

Media massa yaitu sarana atau saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas. Televisi dan film sendiri merupakan bagaian dari media massa, yang digunakan dalam proses komunikasi massa, maka televisi disini merupakan penelitian yang akan dibahas sebagai alat media massa untuk menyebarkan pesan – pesan komunikasi massa.

2.2.1. Efek Media Massa

Adanya asumsi yang diingatkan bahwa efek yang ditimbulkan media massa hanya mampu pada tahap afeksi tapi sebelum ketahap afeksi harus ketahap kognitif terlebih dahulu lalu lanjut ketahap afeksi dan bisa berkelanjutan ketahap konatif dengan persyaratan sangat sulit mengukur dampak konatif, maka pada penelitian ini penulis menitik beratkan pada tahap dampak media massa yaitu dampak kognitif dan dampak afektif.

a. Efek Kognitif

Efek ini terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dipersepsikan khalayak. Berhubungan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, dan informasi. Jika terjadi perubahan atau penambahan pengetahuan yang disebabkan oleh isi televisi maka televisi menamamkan gambaran dunia hiburan pada khalayak.

Efek kognitif yang timbulkan terhadap tayangan yang disaksikan tentunya berkaitan erat dengan unsur – unsur yang mendukung membuat para anak – anak itu sendiri yakni terhadap :

1. Tokoh dan Karakter

Tokoh dalam film kartun SpongeBob adalah sebuah spon yang hidup didasar laut adalah pemeran utama yang memiliki karakter berbeda di bandingkan dengan yang lainnya, dan tokoh yang lain memiliki karakternya masing – masing.

2. Isi Cerita

Menceritakan kehidupan bawah laut dengan berbagai macam kejadian – kejadian yang dilakukan oleh tokoh – tokoh kartun SpongeBob.

b. Efek Afektif

Efek afektif muncul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, ditakuti, dan dibenci. Dalam efek afektif merupakan lanjutan dari efek kognitif, komunikator tidak hanya berubah dalam tingkat pengetahuan melainkan efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap atau nilai – nilai.

Dalam hal ini efek yang muncul adalah rasa suka, dan meniru gerak – gerak, ucapan karena dilandasi pada rasa keingin tahuan mengenal lebih jauh tokoh yang diperankan oleh SpongeBob.

Efek afektif berkaitan dengan perasaan, akibat dari membaca surat kabar, mendengarkan radio, menonton televisi atau film bioskop, timbul perasaan tertentu pada khalayak. Perasaan akibat terpaan media massa itu bermacam – macam, senang, sehingga terbahak – bahak, dan lain – lainnya perasaan yang lainnya²⁷

Dalam perubahan sikap (efek afektif) ada tahap – tahap yang di lalui adapun tahap tersebut adalah menyukai, pilihan, meyakini.

c. Efek Konatif atau behavioral

Pada dampak media massa sudah dijelaskan bahwa media massa tidak hanya sampai pada tahap kognitif dan afektif melainkan mampu ketahap konatif (tingkat laku).

²⁷ Onong U Effendi, *Ilmu Toeri dan Filsafat Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Jakarta, 1995, hlm. 319

Efek tingkatlaku merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, meliputi pola – pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku. Yang maksud efek tingkatlaku dalam penelitian ini adalah tindakan khalayak jika dalam kenyataan sehari – hari melakukan unsur – unsur yang mereka lihat dalam tayangan film kartun SpongeBob.

2.2.2. Efek Komunikasi Massa

Menurut Mafri Amir sesuai dengan tujuannya, komunikasi massa mempunyai fungsi untuk memberikan informasi, mendidik, menghibur dan mempengaruhi²⁸. Sudah dapat dipastikan bahwa komunikasi akan memberikan dampak atau pengaruh terhadap pembaca, pendengar dan penontonnya, apabila pengaruhnya tidak ada maka tujuan komunikasi itu tidak berjalan.

Komunikasi massa harus mempunyai efek menambah pengetahuan, mengubah sikap dan menggerakkan perilaku kita, efek yang terjadi pada komunikan tersebut terdapat pada tiga aspek yaitu : Kognitif, Afektif dan Konatif²⁹.

1. Efek Kognitif

Efek ini terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsi khalayak. Dengan kata lain, efek ini berkaitan dengan penyampaian informasi, pengetahuan, keterampilan maupun kepercayaan oleh media massa.

²⁸ Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa (Dalam Pandangan Islam)*, Jakarta, 1999, hlm. 30

²⁹ Sasa Djuarsa, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Universitas terbuka, 1998, hlm.85

2. Efek Afektif

Efek pesan media massa sampai pada tahap afektif bila pesan yang disebarkan media massa mengubah pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Efek ini berkaitan dengan perasaan, rangsangan, emosional, sikap atau nilai.

3. Efek Konatif

Efek pesan media massa sampai pada tahap konatif bila pesan – pesan yang didasarkan media massa menimbulkan pola – pola tindakan, kegiatan atau perilaku nyata yang dapat diamati.

2.3. Televisi

Televisi sebagai media massa elektronik yaitu media audio visual yang dapat didengar dan dilihat bila siaran, dapat didengar dan dilihat kembali bila diputar kembali. Televisi juga merupakan media yang memiliki daya rangsang sangat tinggi, elektris, mahal, dan daya jangkau besar.³⁰

Televisi memiliki sifat dan karakteristik sebagai berikut :

1. Informasi disampaikan kepada komunikan melalui proses pemancaran / transmisi.
2. Isi pesan audio visual, artinya dapat didengar dan dilihat secara bersamaan pada waktu siaran.
3. Sifatnya periodic tidak dapat diulang.

³⁰ Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, Jakarta: Ramdina Prakarsa, 2003.

4. Sifatnya transitory (hanya meneruskan) pesan – pesan yang diterima hanya bisa dilihat dan didengar secara sekilas, serentak dan global.
5. Meniadakan jarak dan waktu.
6. Dapat menyajikan peristiwa / pendapat yang sedang terjadi secara langsung /orisinil.
7. Bahasa yang digunakan formal dan non formal (bahasa tutur).
8. Kalimat singkat, padat, jelas, dan sederhana.
9. Tujuan akhir dari penyajian pesan untuk menghibur, mendidik, kontrol sosial menghubungkan atau sebagai bahan informasi.

Sebelum lebih jauh kita mengenal televisi sebaiknya kita harus mengetahui pengertian televisi menurut J.B.Wahyudi, Televisi berasal dari dua kata yang berbeda asalnya tele (bahasa Yunani) berarti jauh dan visi (videre bahasa Latin) berarti penglihatan. Dengan demikian televisi diartikan dengan melihat jauh.³¹

Dengan demikian televisi yang dalam bahasa Inggrisnya *Television* diartikan sebagai melihat jauh, maksud melihat jauh disini diartikan dengan gambar dan suara yang diproduksi di suatu tempat (studio televisi), dan dapat dilihat dari tempat berbeda melalui sebuah perangkat penerima (televisi).

Sedangkan televisi menurut Gonzali Saydam, menyatakan saluran komunikasi untuk menyalurkan gambar bergerak beserta suara dalam jarak jauh.³²

³¹ J.B.Wahyudi, *Media Komunikasi Massa Televisi*, alumni, Bandung, 1986.hlm.45

³² Gonzali Saydam, *Kamus Istilah Telekomunikasi*, Penerbit Djambatan, 1992, hlm.366

Penulis memahami ketiga pengertian diatas, televisi merupakan penyiaran gambar bergerak berserta suara yang dipancarkan dari jarak jauh kepada khalayak melalui penerima gelombang radio, dan dapat disaksikan khlayak di suatu tempat melalui sebuah tabung, yaitu televisi untuk melihat gambar bergerak berserta suara.

2.3.1. Fungsi Televisi

Televisi yang merupakan gabungan dari media dengar dan media gambar yang bisa bersifat politis bisa pula informative, hiburan dan pendidikan atau bahkan gabungan dari ketiga unsur tersebut.

Televisi menciptakan suasana tertentu yaitu para pemirsanya dapat melihat sambil duduk santai tanpa kesengajaan untuk menyaksikan. Penyampaian isi pesan seolah – olah langsung antara komunikator dan komunikan. Informasi yang disampaikan oleh televisi akan mudah dimengerti karena jelas terdengar secara audio dan terlihat secara visual³³.

Hiburan yang sangat dibutuhkan masyarakat dapat terpenuhi dengan adanya media massa sebagai alat penyampaian pesan yang semakin beragam dan berkembang dengan kehadiran televisi disetiap rumah.

Sama seperti media massa yang lain, televisi juga memiliki beberapa keunggulan dan kekurangan sendiri. Keunggulan televisi dapat dilihat dari sisi progmatik yaitu : (1) Menyangkut isi dan bentuk, media televisi meskipun direkayasa mampu membedakan fakta dan fiksi, realistis dan tidak terbatas.

³³ Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*, PT. Rineka Cipta, 1996, hlm. 8

(2) Memiliki khalayak yang tetap, memerlukan keterlibatan tanpa perhatian sepenuhnya, dan intim. (3) Memiliki tokoh berwatak, sementara media lain hanya memiliki bintang yang direkayasa³⁴.

Televisi pada pokoknya mempunyai tiga fungsi, yakni fungsi penerangan, pendidikan dan hiburan³⁵.

1. Fungsi Penerangan (*the information function*)

Televisi merupakan media yang mampu menyiarkan informasi yang amat memuaskan. Hal ini disebabkan dua faktor yang terdapat didalamnya yaitu : *Immediacy* dan *Realism*.

Immediacy mencakup pengertian langsung dan dekat. Peristiwa yang disiarkan oleh stasiun televisi dapat dilihat dan didengar oleh para pemirsa pada saat peristiwa itu berlangsung. Seolah – olah mereka berada di tempat peristiwa, sedangkan *Realism* mengandung makna kenyataan, dimana televisi menyiarkan informasi secara *audio visual* sesuai dengan fakta.

2. Fungsi Pendidikan (*the educational function*)

Sebagai media massa televisi merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan acara pendidikan kepada khalayak yang jumlahnya begitu banyak secara simultan. Sesuai dengan makna pendidikan, yakni meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat, televisi menyiarkan acara – acara tertentu secara *implicit* mengandung pendidikan seperti film, kuis dan sebagainya yang disebut *Educational Televisi (ETV)*, yaitu acara pendidikan yang disisipkan ke dalam siaran yang sifatnya umum.

³⁴ A. Alatas Fahmi, *Bersama Televisi Merenda Wajah Bangsa*, YPKM. Jakarta, 1997, hlm. 30-32

³⁵ Wawan Kuswandi, op cit, hlm. 8

Karena keampuannya itulah, maka fungsi pendidikan yang terkandung di televisi ditingkatkan lagi, sarana pendidikan jarak jauh yang disebut *Instruction Television (ITV)*³⁶.

3. Fungsi Hiburan (*the entertainment function*)

Fungsi hiburan yang melekat pada televisi siaran sangat dominan. Sebagian besar dari alokasi waktu masa siaran diisi oleh secara – acara hiburan, hal ini dapat dimengerti karena pada layar televisi dapat ditampilkan gambar hidup serta suara bagaikan kenyataan, dan dapat dinikmati sekalipun oleh khalayak yang tidak mengerti bahasa asing, bahkan yang tuna aksara.

Dalam perkembangan televisi, setelah komunikasi elektronik melainkan media televisi itu dipandukan dengan komputer yang berkembang pula secara luar biasa, sehingga menjadi komunikasi (*communication*), maka semakin terasa oleh masyarakat efeknya, baik dalam bentuk efek kognitif, efek afektif maupun efek konatif.

2.3.2. Keunggulan dan Kekurangan

Sama seperti media massa lainnya, televisi juga memiliki berapa keunggulan dan kekurangan. Keterangan sebagai berikut³⁷ :

Keunggulan televisi :

1. Menyangkut isi dan bentuk, media televisi meskipun direkayasa mampu membedakan fakta dan fiksi, realitas dan tidak terbatas.

³⁶ Ibid, hlm. 26

³⁷ A.Alatas Fahmi,*Bersama Televisi Mereda Wajah Bangsa*, Jakarta : YPKMD, 1997.hlm.50

2. Memiliki khalayak yang tetap, memerlukan keterlibatan tanpa perhatian sepenuhnya dan akrab.
3. Memiliki tokoh berwatak (rill maupun direkayasa) sementara media lain (film) hanya memiliki bintang yang direkayasa. Keunggulan televisi dari sisi teknologis adalah kemampuan televisi dalam menjangkau wilayah yang sangat luas dalam waktu bersamaan. Sehingga televisi dapat mengantar langsung peristiwa di suatu tempat lain yang jarak sangat jauh. Televisi juga mampu menciptakan suasana yang bersamaan diberbagi wilayah jangkauannya, mendorong pemirsa untuk berinteraksi secara langsung.

Kelemahan televisi :

1. Kecenderungan televisi untuk mendapatkan khalayak sebagai objek pasif, sebagai penerima pesan.
2. Mendorong proses alih nilai dan pengetahuan yang cepat. Hal ini terjadi tanpa mempertimbangkan perbedaan tingkat perkembangan budaya dan peradaban yang akan menjadikan sulit untuk dikontrol dampak negatifnya.
3. Pergerakan teknologi penyiaran televisi yang begitu cepat mendahului perkembangan masyarakat dan budaya khalayak. Hal ini pada gilirannya melahirkan pro-kontra tentang implikasi cultural dari televisi.

4. Kecenderungan para pengelola televisi yang memanfaatkan kelebihan – Kelebihan televisi dan lebih berorientasi pada pertimbangan bisnis / komersil Sehingga mengenyampingkan faktor pendidikan³⁸.

2.3.3. Efek Tayangan Televisi.

Media televisi berperan sebagai alat informasi, hiburan, kontrol sosial dan penghubung wilayah secara geografis. Bersama dengan jalannya proses penyampaian pesan media televisi kepada pemirsa, maka isi pesan itu juga akan diinterpretasikan secara berbeda – beda menurut visi pemirsa, serta efek yang ditimbulkan juga beraneka macam berdasarkan hal itulah maka timbul pendapat pro dan kontra terhadap efek tayangan televisi yaitu :

1. Program acara televisi dapat mengancam nilai – nilai sosial yang ada dalam masyarakat.
2. Program acara televisi dapat menguatkan nilai – nilai sosial yang ada dalam masyarakat.
3. Program acara televisi akan membentuk nilai – nilai sosial baru dalam kehidupan masyarakat³⁹.

Sebagai alat kepanjangan dari komunikasi massa maka televisi memiliki format program acara yang memiliki efek buat pemirsa.

³⁸ Ibid.

³⁹ Ibid A.Alatas Fahmi

Tiga efek yang timbulkan dari acara televisi terhadap pemirsa yaitu :

1. Efek kognitif yaitu kemampuan seseorang atau pemirsa untuk menyerap dan memahami acara yang ditayangkan televisi yang melahirkan pengetahuan bagi pemirsa. Tahap ini merupakan tahap pengenalan atau pencarian informasi perubahan pengetahuan. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara mengorganisasikan perilaku tentang lingkungan dan acara televisi inilah yang nantinya akan mempengaruhi perilaku anak. Melalui tayangan film kartun khalayak khusus anak – anak dan remaja bisa mendapatkan pengetahuan – pengetahuan untuk mendapat merubah pandangannya.
2. Efek Afektif yaitu pemirsa dihadapkan pada program acara yang berbentuk Film kartun yang ditayangkan ditelevisi. Setelah pengetahuan orang berubah akibat suatu tayangan dalam hal ini tayangan film kartun, maka menimbulkan hal yang baru dan pada tahap ini khalayak khususnya anak – anak mengalami pembentukan atau perubahan sikap, dari yang tidak tahu menjadi tahu, dari yang tidak suka menjadi suka atau sebaliknya.
3. Efek Konatif (perilaku) yaitu proses tertanamnya nilai – nilai sosial budaya yang telah ditayangkan acara televisi yang diterapkan dalam kehidupan sehari – hari.

Untuk melihat lebih jauh dampak televisi terhadap anak, sebelumnya kita melihat perkembangan anak dan bagaimana memahami suatu pesan.

Efek muncul setelah anak mengevaluasi pesan yang diterimanya. Berarti efek terjadi pada anak yang sedang aktif mengorganisasikan pesan – pesan yang ada. Efek yang ditimbulkan setelah menonton televisi pada anak, mengandung arti bahwa anak menonton televisi secara aktif.

Mereka memproses pesan yang berbentuk simbol – simbol dan tanda – tanda yang terdapat di televisi dengan pengetahuan yang mereka miliki, dan mereka berusaha memahami apa yang disampaikan melalui televisi.

Memahami anak – anak terhadap pesan dan aktifitas anak dalam mengolah dan mengorganisasikan simbol dan tanda yang mereka lihat di televisi dilatarbelakangi oleh tingkat pemahaman dan keterbatasan pengetahuan yang dimiliki anak – anak. Dan sering menghubungkan pesan yang diterima dengan kehidupan ke sehari mereka.

2. 4. Film Animasi

Film adalah karya seni, yang diproduksi secara kreatif dan memenuhi imajinasi orang – orang yang bertujuan memperoleh estetika (keindahan) yang sempurna ⁴⁰. Dan film terdiri dari berbagai jenis antara lain : film cerita, film berita, film dokumenter, film kartun,⁴¹ dan penulis memfokuskan penelitian pada film kartun karena dibuat untuk di konsumsi anak – anak.

⁴⁰ Elvinaro Ardianto dan Lukiati Komala E. *Pengantar Komunikasi Massa*, Simbiosis, Bandung. 2004. hlm.134

⁴¹ Ibid, hlm.138

Sebagai sebuah bentuk kesenian, film adalah sama dengan media artistis lainnya, karena ia memiliki sifat – sifat dasar dari media lain tersebut yang terjaln dalam susunnya yang beragam. Tetapi antara film dan media lain terdapat kesamaan, film adalah sesuatu yang unik yang dibedakan dari segenap media lainnya karena sifatnya yang bergerak secara bebas dan tetap.

Faktor – faktor yang dapat menunjukkan karakteristik film sebagai berikut⁴² :

1. Layar lebar

Film dan televisi sama – sama menggunakan layar, namun kelebihan media film adalah layarnya yang berukuran luas memberikan keleluasaan penontonnya untuk melihat adegan – adegan yang disajikan sehingga penonton seolah – olah melihat kejadian nyata dan tidak berjarak.

2. Pengambilan gambar

Pengambilan gambar atau shot pada film menggunakan berbagai macam shot : *extreme long shot* (jarak jauh), dan *panoramic shot*, yakni pengambilan pemandangan menyeluruh. Shot tersebut itu dipakai untuk memberikan kesan artistic dan suasana yang sesungguhnya.

3. Konsentrasi penuh

Penonton film yang menonton film di bioskop lebih mejiwai dan selalu tertuju pada alur cerita sehingga dalam keadaan seperti emosi kita juga terbawa dalam suasana. Beda kalau kita menonton televisi dirumah banyaknya gangguan yang kita terima.

⁴² Ibid, hlm.136

4. Identifikasi psikologis

Suasana kita bila sedang menonton film di bioskop telah membuat pikiran dan perasaan kita larut dalam cerita yang disajikan. Karena penghayatan kita yang amat mendalam, seringkali secara tidak sadar kita menyamakan (mengidentifikasi) pribadi kita dengan salah seorang pemeran dalam film itu. (Effendy, 1981:192).

Pengaruh film terhadap penonton tidak hanya sewaktu atau selama kita menyaksikan film tersebut tetapi terus sampai waktu yang cukup lama, misalnya peniruan terhadap cara berpakaian atau model rambut, hal ini disebut sebagai *imitasi*. Kategori penonton yang mudah terpengaruh itu adalah anak – anak dan remaja.

2.4.1 Karakteristik film cerita anak

menurut B. Guntarto film cerita anak memiliki karakteristik yang berbeda dengan film cerita lainnya,⁴³ ada tiga karakteristik yang dimiliki oleh jenis film ini:

- a. Film cerita anak memiliki alur cerita yang dapat dimengerti oleh anak.

Alur cerita dalam film biasanya alur yang biasa. Ceritanya tidak berbelit – belit, serta memiliki bagian awal, klimaks, dan anti klimaks.

⁴³ YKAI DIA, *Bagaimana Menonton TV Yang Pas Untuk Anak – Anak*, Jakarta 1994

- b. Tokoh – tokoh yang terdapat dalam film cerita anak adalah tokoh – tokoh yang dekat dengan dunia anak, seperti tokoh kartun, binatang, atau, tokoh imajinasinya. Tema berkisar pada beberapa hal, seperti petualangan, kepahlawanan, keseharian, pendidikan, dan peperangan atau perkelahian.
- c. Pesan yang disampaikan biasanya sederhana, dan digunakan sebagai inti cerita. Penyajian pesan utama pada film anak –anak pada umumnya secara *two sided*, yakni penyajian kedua sisi sekaligus dalam cerita. Disatu sisi baik dan sisi lainnya buruk.

2.4.2 Aspek Psikologis Film Terhadap Anak.

Karena dalam penelitian ini membahas efek perubahan perilaku maka akan dimasukan kajian tentang sikap yang merupakan bagian dari perilaku

Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara – cara tertentu terhadap objek sikap⁴⁴.

Penelitian tentang hal ini tidak lepas dari aspek sikap yang tentunya mempengaruhi aspek ini. Sikap anak sepanjang hidupnya mengalami siklus motivasi dari berbagai kebutuhan dan motif dalam dirinya. Sikap itu sendiri memiliki pengertian antara lain ⁴⁵ :

⁴⁴ Psikom Diktat, Santi, April 2002.hlm.13

⁴⁵Thorstone,Kendler,Krech and Cruthfield, *Pengantar Psikologi*, Hllinois, The Dorsay Press,1985. hlm 20

1. Sikap adalah derajat perasaan positif / negatif terhadap berbagai objek Psikologi.
2. Sikap adalah suatu kecenderungan untuk mendekati atau menghindari Bertingkah laku positif / negatif ke arah setiap tanda – tanda sosial seperti institusi, manusia, situasi, objek gagasan, konsep.
3. Suatu sistem yang relatif bertahan dalam diri seorang yang terdiri dari evaluasi positif (negatif), perasaan emosional positif / negatif serta kecenderungan bertindak dalam pro atau kontra terhadap objek – objek sosial.

Perilaku dalam ini menjadi hal yang dianggap penting oleh penulis karena merupakan hasil interaksi yang menarik antara keunikan individual dengan kerumunan situasional. Manusia memberikan reaksi yang berbeda – beda terhadap situasi yang dihadapinya sesuai dengan karakteristik personal yang dimilikinya.

Pengaruh tayangan film kartun di televisi pada anak – anak setelah penonton kartun kesukaannya atau tokoh kesayangan menimbulkan perilaku meniru dan perilaku agresif pada anak. Menurut Deddy Iskandar Muda mengatakan, khususnya untuk medium televisi, berdasarkan pengamatan para ahli dibidang pertelevisian menyebutkan bahwa informasi yang diperoleh melalui siaran televisi dapat mengendap daya ingatan lebih lama dibandingkan dengan perolehan informasi yang sama diterima melalui media lain.

Televisi dalam menyampaikan informasi yang berbentuk gambar / visualisasi bergerak berfungsi sebagai tambahan dan di dukung penulis skrip sehingga memperkuat daya ingat dan memanggilnya (*reall*) kembali.⁴⁶

Karena pada umumnya anak – anak menerima respon awal mereka seusai menonton televisi biasanya adalah terpukau atau terkagum – kagum dengan kehebatan tokoh. Lalu menirukan gerak – gerak dan ucapan, Perilaku itu sering kita jumpai pada anak – anak karena adanya perbedaan pengetahuan yang dimiliki, Itulah yang membedakan tingkat pemahaman antara seorang anak dan seorang dewasa. Yang disebabkan anak – anak bertindak dan berperilaku berdasarkan pertimbangan rasioanal yang didorong oleh perasaan, dan belum karena hasil pemikiran.⁴⁷

2.5. Khalayak

Khalayak bisa disebut dengan istilah penerima, sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, audiens, decoder atau komunikan.

Khalayak adalah salah satu aktor dari proses komunikasi, karena itu unsur khalayak tidak boleh diabaikan, sebab berhasil tidaknya suatu proses komunikasi sangat ditentukan oleh khalayak. Suatu kegiatan komunikasi yang diboikot oleh khalayak sudah pasti itu akan gagal dalam mencapai tujuannya.

Dalam komunikasi massa, ukuran khalayak tidak memungkinkan komunikator untuk bertatap muka dengan anggota – anggota khalayaknya. Selain merupakan kelompok yang beraneka ragam, kebanyakan penerima pesan (khalayak) dalam komunikasi massa juga tidak dikenal sumber pesan.

⁴⁶ Deddy Iskandar Muda, op.cit. hal.27

⁴⁷ Kompas, Selasa, *Tentang televisi, orangtua dan anak dengarlah*, PIK Gramedia 26 Maret 1997.hlm. 2

Ini tidak berarti bahwa anggota – anggota khalayak dalam komunikasi massa terisolasi dari manusia – manusia lainnya. Sebenarnya kita sangat mungkin mengalami komunikasi massa sebagai anggota suatu pasangan orang, kelompok kecil atau organisasi.

Schramm dan Roberts (1971) menjelaskan pandangan baru mengenai khalayak komunikasi massa⁴⁸:

Suatu khalayak yang sangat aktif mencari apa yang mereka inginkan, menolak lebih banyak isi media dari pada menerimanya, berinteraksi dengan anggota – anggota kelompok yang mereka masuki dan dengan isi media yang mereka terima, dan sering menguji pesan media massa dengan membicarakannya dengan orang – orang lain atau membandingkannya dengan isi media lainnya.

Khalayak dalam studi komunikasi bisa berupa individu, kelompok dan masyarakat. Menjadi tugas seorang komunikator untuk mengetahui siapa yang akan menjadi khalayaknya sebelum proses komunikasi berlangsung. Ada tiga aspek yang perlu diketahui seorang komunikator menyangkut tentang khalayaknya, yakni⁴⁹:

1. Aspek Sosiodemografik

Khalayak dapat dilihat dari bentuk demografi melalui jenis kelamin, usia, populasi, lokasi, tingkat pendidikan, bahasa, agama, pekerjaan, ideology, dan kepemilikan media.

⁴⁸ Stewart L. Tubs and Sylvia Moss, *Human Communication, 'Konteks – Konteks Komunikasi'*, Terjemahan Deddy Mulyana, Bandung, 1998 PT. Remaja Rosdakarya, hlm. 209

⁴⁹ Hafied Cangara, *op.cit*, hlm.151

2. Aspek Psikologi

Aspek ini memahami dari segi kejiwaan khalayak melalui emosi, pendapat – pendapat mereka, adalah keinginan mereka yang perlu dipenuhi, dan mereka selama ini bisa menyimpan rasa kecewa atau frustrasi.

3. Aspek Karakteristik

Aspek ini menyangkut bentuk perilaku khalayak yang perlu diketahui melalui hobbi, nilai dan norma, mobilitas sosial dan perilaku komunikasi.

2.6. Model Comstock.

Pada penelitian ini penulis menempatkan model psikologi Comstock tentang efek televisi terhadap orang perorangan. Model ini dalam bentuk lengkapnya, merupakan usaha membuat kerangka kerja yang terorganisir untuk riset berdasarkan kebutuhan empiris yang luas dan beranekaragam, tentang efek langsung terhadap tingkahlaku, dengan ikut pula memperhitungkan efek hiburan yang diinginkan⁵⁰.

Pada model psikologi Comstock berpendapat, penekanannya dalam model ini adalah pada efek – efek yang melibatkan, tingkahlaku yang agresif dan nakal. Dan model ini juga beranggapan, bahwa pertunjukan aksi – aksi akan lebih mudah orang menirunya.

⁵⁰ Mcquail and Windahl Sven, *Model – Model Komunikasi*, Longman Inc. New York, 1981. hlm. 51

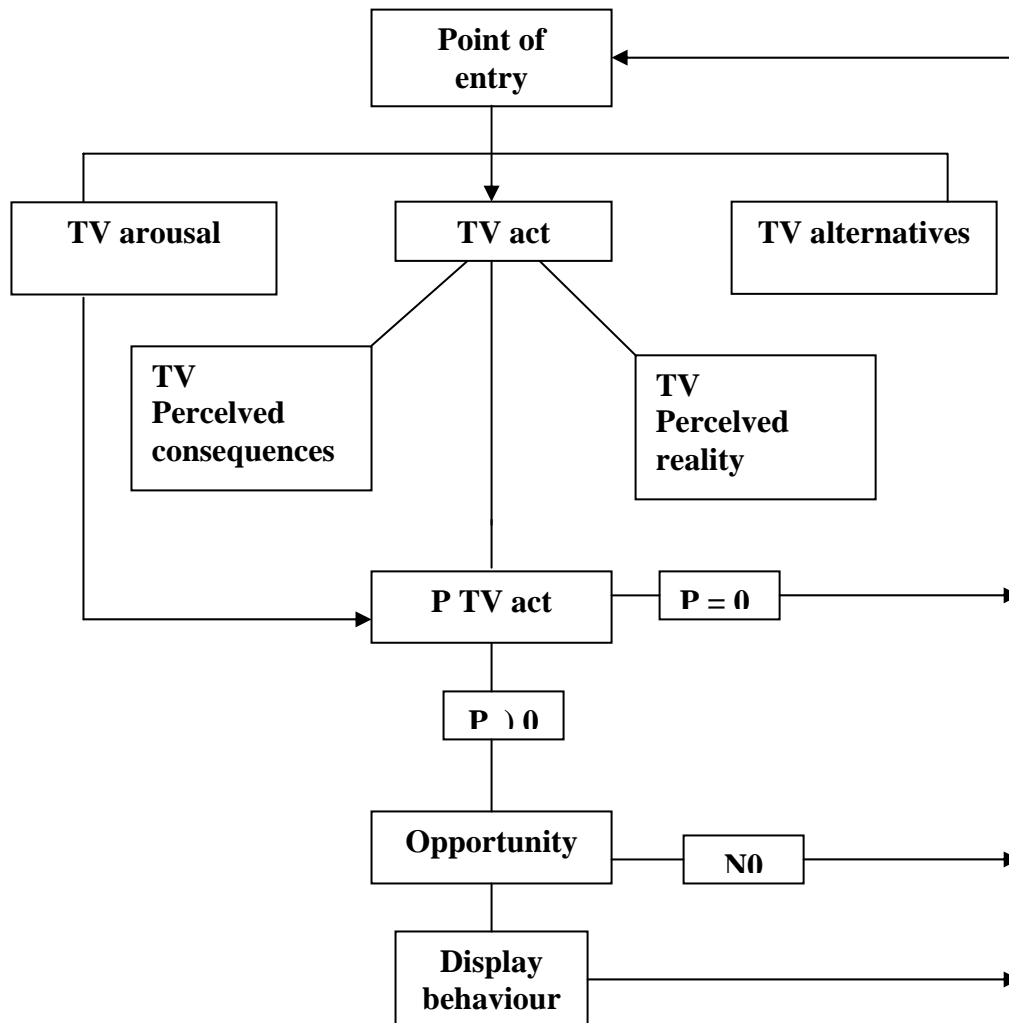
Jika menyolok (*salient*) bagi seseorang (artinya, lebih penting secara psikologis), lebih menimbulkan getaran (*arcausal*) dan lebih menonjolkan (*prominent*) pertunjukan aksi itu dalam keseluruhan daftar tingkatlaku yang ada pada seseorang⁵¹.

Salah satu kekhususan dari model Comstok adalah karena dapat memberikan gambaran berbagai efek dan dapat memperhitungkan dampak dari suatu efek hiburan yang diinginkan. Ini terlihat dari tayangan film kartun SpongeBob mencerita kehidupan didasar laut.

Tingkat pengetahuan dan pemahaman anak – anak terhadap film kartun SpongeBob berbeda – beda dengan ditampilkannya tokoh – tokoh berupa biota laut dan berlatar belakang dasar laut (menyolok), anak – anak yang menonton tingkat pengetahuan terhadap film kartun SpongeBob memiliki kesamaan dalam efek yang diterima, di tambah pertunjukan aksi tokoh – tokoh kartun SpongeBob yang bersifat agresif dan nakal menimbulkan getaran (*arcausal*), yang akan mudah orang menirunya.

⁵¹ Ibid hlm.52

Model Comstok



Keterangan gambar :

TV act : Setiap bentuk tingkahlaku manusia yang dipertunjukkan di televisi.

Inputs : Pesan – pesan dari televisi dan atribut – atribut yang menyertainya.

TV arousal : Tingkatan sejauh mana seseorang dimotifisir untuk melakukan tindakan tertentu dalam satu situasi.

TV perceived consequences : Jumlah semua nilai positif, tanpa nilai negatif, yang diperoleh dari televisi dalam satu aksi (act).

TV perceived reality : Tingkatan sejauh mana seseorang menganggap TV act cocok dengan kenyataan.

TV alternatives : Tingkahlaku sosial lain (yang relevan) yang terlihat di televisi.

P TV act : Kemungkinan ditirunya TV act.

Opportunity : Kesempatan TV act untuk dipraktikkan dalam kehidupan yang sebenarnya.

Display behaviour : Tingkahlaku sosial yang dapat dilihat dalam pertunjukan di televisi.

BAB III

METODOLOGI

3.1. Tipe Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif. Deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif hanyalah melaporkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi⁵².

Penelitian deskriptif ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek – praktek yang berlangsung.

Pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang hasilnya berupa laporan yang menggunakan bilangan atau angka. Pendekatan kuantitatif yang bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat⁵³.

Penulis menggunakan pendekatan kuantitatif dengan alasan karena penulis ingin mengetahui dan menyakini bahwa siswa SDN 10 Petang Rawa Buaya Jakarta Barat, mampu memberikan respon terhadap penelitian yang akan dilakukan sesuai dengan karakteristik setiap individu masing - masing.

⁵² Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung PT. Remaja Rosdakarya 2001, hlm.24

⁵³ Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, Jakarta Universitas Terbuka Depdikbud 1995, hlm. 114

3.2. Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini adalah metode survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok⁵⁴.

Metode survei adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta – fakta dari gejala – gejala yang ada dan mencari keterangan – keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok atau daerah.⁵⁵

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data – data yang dibutuhkan dan memudahkan, penulis melakukan penggolongan jenis data, yaitu terdiri dari data – data primer dan data – data skunder :

3.3.1 Data Primer

Untuk memperoleh data yang diinginkan dalam penelitian ini, peneliti melakukan kegiatan penyebaran kuesioner. Dimana di dalamnya terdapat susunan pertanyaan yang nantinya dapat memberikan data – data yang sesuai dengan yang dibutuhkan penelitian ini.

⁵⁴ Masri Singarimbun. *Metode Penelitian Survei*, LP3ES, Jakarta 1991, hlm.3

⁵⁵ Moh.Nazir, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta 1998, hlm.65

3.3.2 Data Sekunder

Adalah data – data yang dijadikan pelengkap guna melancarkan proses penelitian. Data sekunder dilakukan melalui studi kepustakaan untuk memperoleh data yang diinginkan dan informasi dari literature – literature yang berhubungan dengan judul seperti buku – buku, surat kabar, catatan perkuliahan, dan lain sebagainya.

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga. Dalam setiap penelitian, populasi yang dipilih erat kaitannya dengan masalah yang ingin dipelajari.

Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah siswa-siswi SMU 33 Jakarta, dari kelas 1 sampai dengan kelas 6, yang menyaksikan tayangan Empat Mata di Trans7. Asumsi tersebut didasari karena tayangan Empat Mata dapat menghibur pemirsa dari kalangan remaja hingga kalangan dewasa.

Populasi dalam penelitian ini yaitu siswa-siswi yang masih menempuh pendidikan di SDN 10 Petang Rawa Buaya Jakarta Barat 2006-2007, yaitu :⁵⁶

- Kelas 1 = 71 siswa/i
- Kelas 2 = 64 siswa/i
- Kelas 3 = 78 siswa/i

⁵⁶ Bapak Slamet *Guru Kepala bidang kesiswaan SDN 10 Petang Rawa Buaya Jakarta Barat*

- Kelas 4 = 60 siswa/i
- Kelas 5 = 53 siswa/i
- Kelas 6 = 49 siswa/i
- Total = 375 siswa/i

3.4.2. Sampel

Sampel adalah sebagian yang diambil dari keseluruhan objek yang diteliti yang dianggap mewakili terhadap seluruh populasi dan diambil dengan menggunakan teknik tertentu. Dalam pengambilan sampel terdapat dua syarat yaitu : sampel harus *representatif* (mewakili) dan besarnya sampel memadai⁵⁷. Suatu sampel dikatakan *representatif* apabila ciri-ciri sampel yang berkaitan dengan tujuan penelitian hampir sama dengan ciri-ciri populasinya. Dengan sampel yang *representatif* seperti ini, maka informasi yang dikumpulkan dari sampel hampir sama telitinya dengan informasi yang dikumpulkan dari populasi.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini didasarkan pada pendapat Suharsimi Arikunto⁵⁸:

” Sekedar ancer-ancer, maka apabila subjeknya kurang dari 100, maka lebih baik diambil semua, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subjeknya besar, dapat diambil antara 10 % hingga 15 % atau 20 % hingga 25 % atau lebih, tergantung setidaknya tidaknya dari:

⁵⁷ Ibid, Irawan Soehartono. Hal 58

⁵⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, rineka Cipta, Jakarta: 2006 hal 134

1. Kemampuan peneliti, dari waktu, tenaga, dan dana.
2. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data.
3. Besar kecilnya resiko yang ditanggung peneliti. Penelitian yang risikonya besar tentu saja jika sampelnya besar akan lebih baik.”

Melalui pendapat tersebut, peneliti mengambil sampel sebesar 20 % jumlah populasi, yaitu : $375 \times 20 \% = 75$ responden

3.4.3. Penarikan Sampel

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah satu teknik non probability sampling, yaitu purposive sampling.

Dalam teknik purposive sampling ini pengambilan sampel disesuaikan dengan tujuan penelitian. Perbedaannya terletak pada pembatasan sampel dengan hanya mengambil unit sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan kata lain unit sampel dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang ditetapkan seperti dari kelas 1 hingga kelas 6 yang ditentukan dalam kegiatan penarikan sample.

3.5. Definisi dan Operasionalisasi Konsep

3.5.1 Definisi Konsep

a. Efek Kognitif

Efek kognitif diartikan sebagai efek yang timbul pada komunikan yang menyebabkan dia menjadi tahu atau meningkatkan inteletualitasnya. Dengan

kata lain tujuan komunikator hanyalah berkisar pada upaya mengubah pikiran dari komunikan.

b. Efek Afektif

Efek afektif adalah proses yang mengarah pada berbagai perasaan orang dan emosi tertentu. Dengan perkataan lain komunikator bukan hanya bermaksud agar komunikan tahu, namun juga tergerak hatinya dan akhirnya menimbulkan perasaan tertentu, misalnya perasaan iba, terharu, sedih, gembira, benci, marah dan sebagainya.

c. Tayangan

Tayangan adalah sesuatu program acara yang dipertunjukkan oleh stasiun televisi.

d. Film kartun

film kartun adalah karya seni yang diproduksi secara kreatif dan memenuhi imajinasi orang – orang yang bertujuan memperoleh estetika (keindahan) yang sempurna, dan film kartun dibuat untuk konsumsi anak – anak.

Kemampuan anak dalam memahami film kartun SpongeBob, dioperasionalisasikan sebagai pernyataan responden sebagai hasil proses memperhatikan dan bagaimana anak-anak memahami isi pesan kartun SpongeBob.

3.5.2. Operasionalisasi Konsep

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Skor
Terpaan Tayangan Film Kartun	Frekuensi	Sering menonton tayangan film kartun SpongeBob	<ul style="list-style-type: none"> • Tinggi • Sedang • Rendah 	3 2 1
	Intensitas	Menonton sampai selesai atau separuh	<ul style="list-style-type: none"> • Seluruhnya 30menit • Separuh 20menit • Separuh 10menit 	3 2 1
Efek Kognitif	Isi cerita	<ul style="list-style-type: none"> • Menceritakan kehidupan di Dasar laut • Menceritakan kehidupan di Perairaan • Menceritakan kehidupan di Penguungan 	<ul style="list-style-type: none"> • Betul • Kurang betul • Tidak betul 	3 2 1
	Tokoh utama	<ul style="list-style-type: none"> • SpongeBob & Patrick Star • SpongeBob & Sandy Cheeks • Larry Lobster 	<ul style="list-style-type: none"> • Betul • Kurang betul • Tidak betul 	3 2 1
	Tema	<ul style="list-style-type: none"> • Sebuah spon berbentuk kubus • Yang hidup didasar laut dan bersahabat dengan bintang laut 	<ul style="list-style-type: none"> • Betul • Kurang betul • Tidak betul 	3 2 1
	Backsound	<ul style="list-style-type: none"> • Pop rock & musik pantai • Pop rock & Pop • Dang dut & akustik 	<ul style="list-style-type: none"> • Betul • Kurang betul • Tidak betul 	3 2 1
Efek Afektif	Setia kawan	<ul style="list-style-type: none"> • Jika temen dalam keadaan Sakit,kita harus menghibur • Jika temen memerlukan Bantuan kita harus mem – Bantu bila di minta • Jika temen dalam kesulitan Sebaik kita meninggalkan 	<ul style="list-style-type: none"> • Setuju • Kurang setuju • Tidak setuju 	3 2 1

Apa adanya	<ul style="list-style-type: none"> • Berkata apa adanya adalah Sikap terpuji • Berkata apa adanya sering Menyakikan orang lain • Berkata bohong sangat membantu orang lain 	<ul style="list-style-type: none"> • Sangat setuju • Ragu – ragu • Tidak setuju 	<p style="text-align: center;">3 2 1</p>
Usil / jahil	<ul style="list-style-type: none"> • Usil terhadap teman sebaya Adalah hal biasa • Usil terhadap teman sebaya Menambah teman • Usil terhadap teman sebaya Untuk menambah musuh 	<ul style="list-style-type: none"> • Setuju • Ragu – ragu • Tidak setuju 	<p style="text-align: center;">3 2 1</p>

3.6 Teknik Analisa Data

Data-data yang terhimpun tersebut kemudian akan diolah dan dianalisa secara kuantitatif. Dimana data yang telah terkumpul akan dikelompokkan dan dijumlah sehingga menghasilkan angka-angka yang mencerminkan jumlah responden secara keseluruhan yang akan diolah melalui proses editing, coding dan tabulasi data. Dan kemudian dari keseluruhan hasil analisis tersebut akan ditarik suatu kesimpulan.

3.6.1. Proses Editing

Sebelum data diolah, data tersebut harus di edit terlebih dahulu. Disini prinsipnya, proses editing data bertujuan agar data yang nanti akan dianalisis telah akurat, lengkap dan dapat dilakukan proses selanjutnya (koding dan tabulasi)

3.6.2. Proses Pengkodean Data (coding)

Proses coding adalah pemberian kode (sandi) pada variable dan data yang telah terkumpul melalui lembar instrument⁵⁹. Dimana proses ini mengubah sebuah data yang berupa kata (huruf) menjadi sebuah angka. Hal ini dilakukan untuk memberikan penilaian pada pengukuran dalam mengumpulkan data.

Pengumpulan variable menggunakan skala likert yang kerap digunakan untuk mengukur moral, sikap, pendapat, persepsi seseorang tentang kejadian atau gejala sosial. Skala likert dimana variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variable, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan⁶⁰.

Dengan perincian penilaian sebagai berikut:

Pernyataan

- Jika menjawab “1” diberi nilai 3
- Jika menjawab “2” diberi nilai 2
- Jika menjawab “3” diberi nilai 1

Setelah setiap nomor-nomor pertanyaan diberi nilai maka nilai-nilai tersebut dijumlahkan, kemudian jumlah tersebut digunakan sebagai data untuk dianalisa.

Untuk menentukan tinggi atau rendahnya efek kognitif dan afektif tayangan kartun SpongeBob di Global TV periode januari 2007 terhadap siswa-

⁵⁹ Moh. Nazir, Ph. D., Metode Penelitian, (Jakarta Indonesia, 1988) hal 407

⁶⁰ Prof. Dr. Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, (Bandung, CV Alfabeta, 2004) hal 86

siswi/i SDN 10 Petang Rawa Buaya Jakarta Barat, dengan jumlah persentase yang kemudian ditafsirkan sebagai berikut :

1. 1 : Jika responden sangat mendukung pada jawaban yang diberikan yaitu $3 \times 13 = 39$, jadi jika hasil jawaban responden berada antara 39 – 27 maka efek kognitif dan afektif tayangan kartun SpongeBob di Global TV periode januari 2007 terhadap siswa-siswi SDN 10 Petang Rawa Buaya Jakarta Barat adalah TINGGI.
2. 2 : Jika responden sangat mendukung pada jawaban yang diberikan yaitu $2 \times 13 = 24$, jadi jika hasil jawaban responden berada antara 24 – 12 maka efek kognitif dan afektif tayangan kartun SpongeBob di Global TV periode januari 2007 terhadap siswa-siswi SDN 10 Petang Rawa Buaya Jakarta Barat adalah SEDANG.
3. 3 : Jika responden sangat mendukung pada jawaban yang diberikan yaitu $1 \times 13 = 13$, jadi jika hasil jawaban responden berada antara 13 – 1 maka efek kognitif dan afektif tayangan kartun SpongeBob di Global TV periode januari 2007 terhadap siswa-siswi SDN 10 Petang Rawa Buaya Jakarta Barat adalah RENDAH.

3.6.3. Proses Tabulasi

Tabulasi adalah pembentukan tabel data yang dilakukan setelah data selesai diorganisir. Data-data tersebut dimasukkan kedalam table kemudian angka-angka yang telah didapat dari proses coding diatur sehingga dapat dihitung jumlah kasus dalam beberapa kategori.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Sekilas tentang film kartun SpongeBob

Film kartun SpongeBob menceritakan tentang kehidupan spons laut yang tinggal di dasar laut di kota Bikini Bottom yang terletak di dasar Samudera Pasifik. SpongeBob bekerja sebagai tukang masak di Krusty Krab, adalah resto yang dimiliki Tuan Krab yang mata duitan, dan SpongeBob berkawan dengan Patrick, si bintang laut yang mengikuti apa pun yang dilakukan SpongeBob. Ia juga bertetangga dengan Squidward, si gurita yang selalu tergoда oleh kepolosan dan kenakalan SpongeBob. Film kartun SpongeBob ini memilih lanskap dasar lautan dengan tokoh berupa hewan lautan.⁶¹

Inti dari cerita dalam film ini adalah persahabatan spongeBob dengan patrick, sandy dan squidward. Film yang berlatar belakang kehidupan dasar laut menambah pengetahuan bagi yang menonton film kartun SpongeBob squarepant, gambar – gambar (tokoh – tokoh) yang ditampilkan seluruhnya binatang (hewan) laut membuat film kartun spongeBob banyak disukai seluruh kalangan.

⁶¹ KOMPAS, Senin, *Sinopsis*, PIK Gramedia, 21Maret 2005.hlm. 1

4.2. Sekilas sejarah GLOBAL TV (PT. Global Informasi Bermutu)

PT Global informasi bermutu didirikan pada tanggal 22 maret 1999 di jakarta. Setelah selama beberapa waktu lalu melakukan siaran percobaan,akhirnya pada tanggal 8 oktober 2002 Global TV resmi siaran sebagai stasiun TV swasta dengan pangsa pasar anak muda. Pada awalnya, Global TV merupakan broadcaster dari program musik MTV selama 24 jam nonstop dengan jangkauan area di Jabotabek, Medan, Bandung, Semarang, Surabaya dan Yogyakarta.

Mulai pada tanggal 15 januari 2005 Global TV menambah jangkauan siarannya di 18 kota besar yaitu Makassar, Palembang, Manado, Denpasar, Pontianak, Samarinda, Banjarmasin, Padang, Bandar Lampung, Jambi dan Jayapura.

Pada Tahun 2006, Global TV tampil dengan konsep baru, sebagai stasiun televisi yang berkonsentrasi kepada keluarga muda untuk segala kalangan. Pembagian jam tayang Global TV menjadi 8 jam program Global TV, jam program MTV, dan 8 jam program Nickelodeon. Global TV dimiliki oleh Bimantara secara tidak langsung melalui PT Media Nusantara Citra atau biasa disebut juga *MNC*.

4.3. Hasil Penelitian

4.3.1 Karakteristik Responden

Sebelumnya akan dijelaskan dahulu karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin, umur, dan kelas. Hal-hal tersebut dicantumkan karena para responden sebagai sampel bersifat heterogen dan tidak memiliki karakteristik yang sama.

Dalam penelitian ini, dari populasi keseluruhan yang mencapai 385 orang, yang terdapat di berbagai kelas di SDN 10 Petang Rawa Buaya, Jakarta Barat. Dari jumlah populasi tersebut, peneliti mengambil sampel sebanyak 75 orang. Dan ke-75 orang inilah yang mengisi kuesioner dari penelitian ini.

Tabel 4.1.

Jenis Kelamin Responden

N:75

No	Jawaban	F	%
1	Laki-laki	45	60%
2	Perempuan	30	40%
	Total	75	100%

Sumber.Kuesioner no. 1

Pada tabel 4.1 di atas, diperoleh keterangan bahwa sebanyak 75 orang yang dijadikan responden penelitian ini terdiri dari laki-laki dan perempuan. Pada penelitian ini, responden yang berjenis kelamin laki-laki lebih banyak dibanding responden yang berjenis kelamin perempuan. Hal ini bisa terjadi karena sebagian besar responden yang berjenis kelamin laki-laki tersebut adalah para murid yang ditemui peneliti ketika menyebar kuesioner. Meski demikian, fakta di lapangan memang menunjukkan bahwa murid dari SDN 10 Petang Rawa Buaya lebih banyak laki - laki dibanding perempuan.

Dari keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas penonton film SpongeBob adalah khalayak yang berjenis kelamin laki - laki, dengan persentase mencapai 60%, dan sisanya sebanyak 40% adalah perempuan.

Tabel 4.2.
Usia Responden

N: 75

No	Jawaban	f	%
1	1	12	16%
2	2	12	16%
3	3	12	16%
4	4	12	16%
5	5	12	16%
6	6	15	20%
	Total	75	100%

Sumber.Kuesioner no. 2

Pada tabel 4.2 diperoleh keterangan bahwa sebanyak 75 responden yang diteliti berusia antara 6-12 tahun.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa berdasarkan usia, seluruh responden penelitian ini merupakan khalayak dalam tingkat usia mudah terpengaruh oleh suatu tayangan televisi.

Tabel 4.3.
Kelas Responden

N: 75

No	Jawaban	f	%
1	1	12	16%
2	2	12	16%
3	3	12	16%
4	4	12	16%
5	5	12	16%
6	6	15	20%
	Total	75	100%

Sumber.Kuesioner no. 3

Berdasarkan karakteristik tersebut sebagian responden yang diberikan pertanyaan mengenai kelas adalah sebagian besar berada pada kelas 6, dengan jumlah 15 orang atau 20%. Sedangkan untuk masing-masing kelas selain kelas 6 adalah 12 orang atau 16%.

4.3.2 Pola Menonton Televisi

Pada bagian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana pola responden dalam menonton televisi.

Tabel 4.4.
Frekuensi Menonton Dalam satu Minggu N: 75

No	Jawaban	f	%
1	1 – 2 hari	21	28%
2	3 – 4 hari	37	49%
3	5 – 7 hari	17	23%
	Total	75	100%

Sumber.Kuesioner no. 4

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, dapat dijelaskan bahwa frekuensi responden menonton televisi sebagian besar 3 – 4 hari dalam seminggu yaitu berjumlah 37 orang atau 49%, sedangkan responden yang menjawab 1 – 2 hari berjumlah 21 orang atau 28% dan responden yang menjawab 5 – 7 hari sebanyak 17 orang atau 23%.

Tabel 4.5.
Durasi Menonton Televisi N:75

No	Jawaban	f	%
1	< 3 jam	39	52%
2	3 – 5 jam	19	25%
3	> 5 jam	17	23%
	Total	75	100%

Sumber.Kuesioner no. 5

Dari tabel di atas, didapat keterangan bahwa durasi responden menonton televisi yang terbanyak adalah kurang dari 3 jam yaitu sebanyak 39 orang atau 52%, yang menjawab 3 sampai 5 jam sebanyak 19 orang atau 25% dan responden yang menjawab lebih dari 5 jam sebanyak 17 orang atau 23%.

Tabel 4.6.
Teman Menonton Televisi N: 75

No	Jawaban	f	%
1	Orang tua	22	29%
2	Kakak	21	28%
3	Teman	5	7%
4	Sendiri	27	36%
	Total	75	100%

Sumber. Kuesioner no. 6

Dari tabel 4.6 di atas menunjukkan mengenai dengan siapa responden menonton televisi. Diketahui bahwa responden yang menonton televisi dengan orang tua adalah sebanyak 22 orang atau 29%, responden yang menonton televisi dengan kakak sebanyak 21 orang atau 28%, responden yang menonton televisi dengan teman adalah sebanyak 5 orang atau 7%, dan responden yang menonton televisi sendiri adalah sebanyak 27 orang atau 36%.

Jadi dapat dikatakan bahwa responden yang menonton televisi sendiri adalah yang terbanyak dengan jumlah 27 orang atau 36% dari seluruh responden.

4.3.3 Pola Menonton Film Kartun SpongeBob

Pada bagian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana pola responden dalam menonton film kartun SpongeBob.

Tabel 4.7.

Responden Menonton Film Kartun

N:75

No	Jawaban	f	%
1	Ya	74	99%
2	Tidak	1	1%
	Total	74	100%

Sumber. Kuesioner no. 7

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, dapat diketahui bahwa 74 responden menjawab menonton film kartun di televisi dan sisanya sebanyak 1 orang menjawab tidak menonton film kartun di televisi, hal ini terbukti dari seluruh responden menjawab Ya sebanyak 74 orang atau 99%. Dengan demikian dalam hal kaitannya dengan pola menonton film kartun SpongeBob jumlah keseluruhan responden adalah sebanyak 74 orang dengan persentase 100%.

Tabel 4.8.
Responden Menonton Film Kartun SpongeBob N: 74

No	Jawaban	f	%
1	Ya	74	100%
2	Tidak	-	0%
	Total	74	100%

Sumber.Kuesioner no. 8

Dari tabel 4.8 di atas, didapat keterangan bahwa mayoritas responden menonton film kartun SpongeBob, hal ini terbukti dari seluruh responden menjawab Ya sebanyak 74 orang atau 99%.

Tabel 4.9.
Teman Menonton Film Kartun N: 74

No	Jawaban	f	%
1	Orang tua	21	28%
2	Kakak	19	26%
3	Teman	6	8%
4	Sendiri	28	38%
	Total	74	100%

Sumber.Kuesioner no. 9

Dari tabel di atas, dapat diketahui mengenai dengan siapa responden menonton film kartun. Diketahui bahwa responden yang menonton film kartun dengan orang tua adalah sebanyak 21 orang atau 28%, responden yang menonton film kartun dengan kakak sebanyak 19 orang atau 26%, responden yang menonton film kartun dengan teman adalah sebanyak 6 orang atau 8%, dan responden yang menonton film kartun sendiri adalah sebanyak 28 orang atau 38%.

Jadi dapat dikatakan bahwa responden yang menonton film kartun sendiri adalah yang terbanyak dengan jumlah 28 orang atau 38%.

Tabel 4.10.
Frekuensi Menonton Film Kartun SpongeBob
Dalam Satu Minggu N: 74

No	Jawaban	f	%
1	< 5 kali	38	52%
2	6 – 10 kali	24	32%
3	> 10 kali	12	17%
	Total	74	100%

Sumber.Kuesioner no. 10

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, dapat disimpulkan bahwa frekuensi responden menonton film kartun SpongeBob sebagian besar kurang dari 5 kali dalam seminggu yaitu berjumlah 38 orang atau 52%, sedangkan responden yang menjawab 6 – 10 kali

berjumlah 24 orang atau 32% dan responden yang menjawab lebih dari 10 kali dalam seminggu sebanyak 12 orang atau 17%.

Tabel 4.11.
Frekuensi Menonton Film Kartun SpongeBob

Dalam Satu Hari N: 74

No	Jawaban	f	%
1	1 kali	14	19%
2	2 kali	23	31%
3	3 kali	37	50%
	Total	74	100%

Sumber.Kuesioner no. 11

Dari tabel di atas, didapat keterangan bahwa frekuensi responden menonton film kartun SpongeBob dalam satu hari sebanyak satu kali yaitu berjumlah 14 orang atau 19%, sedangkan responden yang menjawab dua kali berjumlah 23 orang atau 31% dan responden yang menonton film kartun Spongebob tiga kali dalam sehari sebanyak 37 orang atau 50%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa lebih dari setengah responden menonton film kartun SpongeBob tiga kali dalam satu hari.

Tabel 4.12.

**Durasi Menonton Menonton Film Kartun SpongeBob
Dalam Satu Episode**

N: 74

No	Jawaban	f	%
1	< ½ nya (kurang dari setengah)	25	34%
2	½ nya	21	28%
3	> ½ nya (lebih dari setengah)	28	38%
	Total	74	100%

Sumber.Kuesioner no. 12

Dari tabel 4.12 di atas, didapat keterangan bahwa durasi responden menonton menonton film kartun SpongeBob dalam satu episode yang terbanyak adalah lebih dari setengahnya yaitu sebanyak 28 orang atau 38%, yang menjawab kurang dari setengahnya sebanyak 25 orang atau 34% dan responden yang menjawab setengahnya sebanyak 21 orang atau 28%.

Tabel 4.13.

**Responden Menonton Film Kartun SpongeBob
Sambil Melakukan Kegiatan Lain**

N: 74

No	Jawaban	f	%
1	Ya	32	43%
2	Tidak	42	57%
	Total	74	100%

Sumber: Kuesioner no. 13

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa responden yang menonton film kartun SpongeBob sambil melakukan kegiatan lain berjumlah 32 orang atau 43%. Sementara responden yang menonton film kartun SpongeBob tidak melakukan kegiatan lain berjumlah 42 orang atau 57%.

Jadi dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menonton film kartun SpongeBob tidak melakukan kegiatan lain dengan jumlah 42 orang atau 57%, seperti terlihat pada tabel 4.13.

4.3.4. Efek Kognitif

Pada bagian ini peneliti ingin mengetahui efek kognitif pada responden setelah menonton film kartun SpongeBob. Pengetahuan responden terhadap film kartun SpongeBob diukur dengan pertanyaan-pertanyaan yang bersifat tes mengenai seputar film kartun SpongeBob.

Tabel 4.14.
Tema Cerita Film Kartun SpongeBob N: 74

No	Jawaban	f	%
1	Persahabatan	71	95%
2	Permusuhan	4	5%
	Total	75	100%




Sumber.Kuesioner no. 14

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, diketahui bahwa responden yang menjawab bahwa tema cerita film kartun SpongeBob adalah persahabatan berjumlah 71 orang atau 95%, dan responden yang menjawab bahwa tema cerita film kartun SpongeBob adalah permusuhan berjumlah 4 orang atau 5%.

Jadi dapat dikatakan bahwa mayoritas responden mengetahui tema cerita film kartun SpongeBob, hal ini terlihat dari sebanyak 71 orang atau 95% responden menjawab dengan benar.

Tabel 4.15.
Latar Belakang Film Kartun SpongeBob

N: 75

No	Jawaban	f	%
1		72	96%
2		3	4%
3		-	0%
	Total	75	100%

Sumber.Kuesioner no. 15

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa hampir seluruh responden mengetahui latar belakang film kartun SpongeBob, hal ini terlihat dari 72 orang atau 96% responden menjawab dengan benar.

Tabel 4.16.
Wujud Dari SpongeBob

N: 75




No	Jawaban	f	%
A	Sebuah spon berbentuk kubus	75	100%
B	Seekor ikan berbentuk kubus	-	0%
C	Sebuah ikan berbentuk bulat	-	0%
	Total	75	100%

Sumber.Kuesioner no. 16

Dari tabel 4.16 di atas, diketahui bahwa seluruh responden mengetahui wujud dari SpongeBob yaitu sebuah spon berbentuk kubus, hal ini terlihat dari 75 orang atau 100% responden menjawab dengan benar.

Tabel 4.17.
Sahabat SpongeBob

N: 75

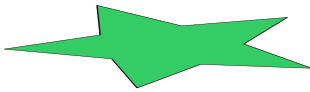


No	Jawaban	f	%
1		74	99%
2		1	1%
3		-	0%
	Total	75	100%

Sumber.Kuesioner no. 17

Berdasarkan tabel 4.17 di atas, diketahui bahwa hampir seluruh responden mengetahui sahabat dari SpongeBob. Hal ini terlihat dari 74 orang atau 99% responden menjawab dengan benar.

Tabel 4.18
Wujud Dari Partrick Star

N: 75




No	Jawaban	f	%
1		27	36%
2		48	64%
3		-	0%
	Total	75	100%

Sumber.Kuesioner no. 18

Dari tabel di atas, diketahui bahwa responden yang kurang mengetahui wujud dari Partrick Star lebih banyak dibandingkan yang mengetahui. Hal ini terlihat dari jawaban responden yang menjawab dengan kurang benar sebanyak 48 orang atau 64 %, sedangkan sisanya menjawab dengan tepat yaitu 27 orang atau 36%, seperti terlihat pada tabel 4.18.

Tabel 4.19.
Makanan Yang Dibuat SpongeBob

N: 75

No	Jawaban	f	%
1		75	100%
2		-	0%
3		-	0%
	Total	75	100%

Sumber.Kuesioner no. 19

Berdasarkan tabel 4.19 di atas, diketahui bahwa seluruh responden mengetahui makanan yang dibuat oleh SpongeBob, hal ini terlihat dari 75 orang atau 100% responden menjawab dengan benar.

Tabel 4.20.
Sifat Dari SpongeBob

N: 75

No	Jawaban	f	%
1	Polos, usil dan setia kawan	66	88%
2	Polos, usil dan pendiam	9	12%
3	Polos, pendiam dan pemberani	-	0%
	Total	75	100%

Sumber.Kuesioner no. 20

Berdasarkan tabel 4.20 di atas, sebagian besar responden mengetahui sifat dari Spongebob, dengan jumlah responden sebanyak 66 orang atau 88%. Sementara dibawahnya, responden yang kurang mengetahui sifat dari SpongeBob dengan jumlah 9 orang atau 12%,

Tabel 4.21.
Jenis Musik Pembuka dan Penutup
Dalam Film Kartun SpongeBob

N: 75

No	Jawaban	f	%
1	Poprock dan musik pantai	49	67%
2	Poprock dan akustik	7	9%
3	Dangdut dan pop	19	25%
	Total	75	100%

Sumber.Kuesioner no. 21

Dari tabel 4.21 di atas, diketahui bahwa responden yang menyatakan jenis musik dalam film kartun SpongeBob adalah poprock dan musik pantai berjumlah 49 orang atau 67%. Sementara responden yang menyatakan jenis musik dalam film kartun SpongeBob adalah poprock dan akustik berjumlah 7 orang atau 9%, kemudian jumlah responden yang jenis musik dalam film kartun SpongeBob adalah dangdut dan pop berjumlah 19 orang atau 25%.

Jadi dapat dikatakan bahwa responden yang menyatakan bahwa jenis musik dalam film kartun SpongeBob adalah poprock dan musik pantai, lebih banyak dibandingkan responden yang lain, yaitu sebesar 67% atau sebanyak 49 responden.

4.3.5. Efek Afektif

Pada bagian ini peneliti ingin mengetahui efek afektif pada responden setelah menonton film kartun SpongeBob. Penilaian responden terhadap film kartun SpongeBob diukur dengan sifat apa saja dapat mereka ambil setelah menonton film kartun SpongeBob.

Tabel 4.22.
Penilaian Responden Terhadap
Sifat Jahil Dalam Kehidupan Sehari-hari N: 75

No	Jawaban	f	%
1	Setuju	31	41%
2	Ragu-ragu	9	12%
3	Tidak setuju	35	47%
	Total	75	100%

Sumber.Kuesioner no.22

Berdasarkan tabel 4.22 di atas, diketahui bahwa responden yang menyatakan setuju terhadap sifat jahil dalam kehidupan sehari-hari berjumlah 31 orang atau 41%. Sementara responden yang menyatakan ragu-ragu terhadap sifat jahil dalam kehidupan sehari-hari berjumlah 9 orang atau 12%, kemudian jumlah responden yang menyatakan tidak setuju terhadap sifat jahil dalam kehidupan sehari-hari berjumlah 35 orang atau 47%.

Jadi dapat dikatakan bahwa responden yang menyatakan tidak setuju terhadap sifat jahil dalam kehidupan sehari-hari lebih banyak dibandingkan responden yang lain, yaitu berjumlah 35 orang atau 47%.

Tabel 4.23.
Penilaian Responden Terhadap Sifat Polos

N: 75

No	Jawaban	f	%
1	Setuju	51	68%
2	Ragu-ragu	8	11%
3	Tidak setuju	16	21%
	Total	75	100%

Sumber.Kuesioner no.23

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa responden yang menyatakan setuju terhadap sifat polos berjumlah 51 orang atau 68%. Sementara responden yang menyatakan ragu-ragu terhadap sifat polos berjumlah 8 orang atau 11%, kemudian jumlah responden yang menyatakan tidak setuju terhadap sifat polos berjumlah 16 orang atau 21%.

Jadi dapat dikatakan bahwa responden yang menyatakan setuju terhadap sifat polos, lebih banyak dibandingkan responden yang lain, yaitu sebesar 68% atau sebanyak 51 responden, seperti terlihat pada tabel 4.23.

Tabel 4.24.
Penilaian Responden Terhadap Menolong Teman Disaat Kesulitan

N: 75

No	Jawaban	f	%
1	Setuju	73	97%
2	Ragu-ragu	2	3%
3	Tidak setuju	-	0%
	Total	75	100%

Sumber.Kuesioner no. 24

Dari tabel 4.24 di atas, diketahui bahwa responden yang menyatakan setuju menolong teman disaat kesulitan berjumlah 73 orang atau 97%. Sementara responden yang menyatakan ragu-ragu menolong teman disaat kesulitan berjumlah 2 orang atau 3%.

Jadi dapat dikatakan bahwa responden yang menyatakan setuju menolong teman disaat kesulitan, lebih banyak dibandingkan responden yang lain, yaitu sebesar 97% atau sebanyak 73 responden.

Tabel 4.25.
Penilaian Responden Terhadap
Bertengkar Dalam Kehidupan Sehari-hari N: 75

No	Jawaban	f	%
1	Setuju	3	4%
2	Ragu-ragu	5	7%
3	Tidak setuju	67	89%
	Total	75	100%

Sumber. Kuesioner no. 25

Berdasarkan tabel 4.25 di atas, diketahui bahwa responden yang menyatakan setuju bertengkar dalam kehidupan sehari-hari berjumlah 3 orang atau 4%. Sementara responden yang ragu-ragu menyatakan bertengkar dalam kehidupan sehari-hari berjumlah 5 orang atau 7%, kemudian jumlah responden yang menyatakan tidak setuju bertengkar dalam kehidupan sehari-hari berjumlah 67 orang atau 89%.

Jadi dapat dikatakan bahwa responden yang menyatakan tidak setuju bertengkar dalam kehidupan sehari-hari, lebih banyak dibandingkan responden yang lain, yaitu sebesar 67% atau sebanyak 67 responden.

Tabel 4.26.
Penilaian Responden Terhadap
Musik Dan Suara Dalam Film Kartun SpongeBob N: 75

No	Jawaban	f	%
1	Bagus	68	91%
2	Kurang bagus	7	9%
3	Tidak bagus	-	0%
	Total	75	100%

Sumber.Kuesioner no. 26

Berdasarkan tabel 4.26 di atas, diketahui bahwa responden yang menyatakan musik dan suara dalam film kartun SpongeBob bagus berjumlah 68 orang atau 91%. Sementara responden yang menyatakan musik dan suara dalam film kartun SpongeBob kurang bagus berjumlah 7 orang atau 9%.

Jadi dapat dikatakan bahwa responden yang menyatakan musik dan suara dalam film kartun SpongeBob bagus, lebih banyak dibandingkan responden yang lain, yaitu berjumlah 68 orang atau 91%.

4.4. Pembahasan

Pada bab IV ini peneliti akan membahas data yang dikumpulkan berdasarkan hasil penelitian terhadap para responden, sehingga dapat diketahui bagaimana efek kognitif dan afektif tayangan film kartun SpongeBob di Global TV periode Januari 2007 terhadap siswa/i SDN 10 Petang Rawa Buaya.

Untuk memperoleh gambaran yang jelas pada pembahasan ini, peneliti telah memberikan kuesioner kepada 75 responden yang merupakan murid SDN 10 Petang Rawa Buaya. Kuesioner yang telah dibagikan tersebut, telah diisi dan dikembalikan kepada peneliti dengan lengkap sehingga kuesioner ini dapat dijadikan bahan penulisan dalam bab ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana efek kognitif dan afektif tayangan film kartun SpongeBob di Global TV periode Januari 2007 terhadap siswa/i SDN 10 Petang Rawa Buaya.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif yang memberikan gambaran atau penjabaran tentang kondisi empirik objek penelitian. Penelitian ini adalah penelitian survei yang menggambarkan dan menjelaskan respon khalayak atas stimulus tertentu dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner). Peneliti menyebarkan kuesioner untuk diisi oleh para responden di SDN 10 Petang Rawa Buaya, Jakarta Barat.

Melalui hasil kuesioner, peneliti berhasil memperoleh keterangan mengenai identitas para responden. Mayoritas responden adalah laki-laki, dan sisanya adalah perempuan. Sebagian besar responden berada pada batasan usia 6 – 12 tahun, dengan mayoritas kelas 6. Pada penelitian ini diketahui bahwa seluruh responden mengetahui dan pernah menonton film kartun SpongeBob.

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban yang menyatakan bahwa efek kognitif dan afektif tayangan film kartun SpongeBob di Global TV periode Januari 2007 terhadap siswa/i SDN 10 Petang Rawa Buaya adalah TINGGI, sebanyak 75 responden atau 100 % dari total responden yang berjumlah 75 orang menjawab dengan nilai 39 – 27. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa efek kognitif dan afektif tayangan film kartun SpongeBob di Global TV periode Januari 2007 terhadap siswa/i SDN 10 Petang Rawa Buaya adalah TINGGI.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat digambarkan dalam tabel

4. 27 berikut:

Tabel 4.27.

**Efek Kognitif Dan Afektif Tayangan Film Kartun SpongeBob di Global TV
Periode Januari 2007 Terhadap Siswa/i SDN 10 Petang Rawa Buaya**

Kategori	Nilai	f	%
TINGGI	39 – 27	75	100%
SEDANG	26 – 14	-	0%
RENDAH	13 – 1	-	0%
Total		75	100%

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Mengenai efek kognitif, dari 8 pertanyaan yang diberikan dalam kuesioner, sebagian besar responden memberikan jawaban 1 yang berarti tayangan film kartun SpongeBob dalam mempengaruhi penontonnya dari segi kognitif adalah positif, dengan penjelasan yaitu, yang pertama berdasarkan pertanyaan atas tema cerita film kartun Spongebob, mayoritas responden menjawab dengan tepat, yaitu 1 dengan persentase 79 %. Kedua, mengenai latar belakang (background) film kartun SpongeBob, mayoritas responden menjawab dengan tepat, yaitu 1 dengan persentase 96 %.

Ketiga, mengenai wujud dari SpongeBob, seluruh responden menjawab dengan tepat yaitu 1 dengan persentase 100 %. Keempat, mengenai sahabat SpongeBob, hampir seluruh responden menjawab 1 dengan persentase 99 % yang artinya bahwa hampir seluruh responden mengetahui sahabat dari SpongeBob. Kelima, mengenai wujud Patrick Star, sebagian besar responden menjawab dengan kurang tepat, yaitu 2 dengan persentase 64%. Keenam, mengenai makanan yang dibuat SpongeBob, seluruh responden mengetahui makanan apa yang dibuat oleh SpongeBob, hal ini terlihat dari 100% responden menjawab dengan benar yaitu 1. Ketujuh, mengenai sifat dari Spongebob, sebagian besar responden menjawab dengan tepat yaitu 1 dengan persentase 88%, yang berarti sebagian besar responden mengetahui sifat dari SpongeBob. Kedelapan, jenis musik dalam film kartun SpongeBob, mayoritas responden menjawab dengan benar, yaitu 1 dengan persentase 67%, yang artinya sebagian besar responden mengetahui jenis musik dalam film kartun Spongebob. Dari keterangan diatas juga dapat disimpulkan bahwa efek kognitif tayangan film kartun SpongeBob di Global TV periode Januari 2007 terhadap siswa/i SDN 10 Petang Rawa Buaya adalah TINGGI, hal ini terlihat dari seluruh pertanyaan, sebagian besar responden menjawab dengan benar. Berikut adalah tabel 4.28 yang berisi mengenai frekuensi efek kognitif ; yaitu jumlah keseluruhan responden dikalikan dengan seluruh jawaban mengenai efek kognitif saja.

Tabel 4.28.
Tabel Frekuensi Efek Kognitif

Jawaban	f	%
1	497	83%
2	80	13%
3	23	4%
Total	600	100%

2. Mengenai efek afektif, dari hasil penelitian yang dilakukan diperoleh jawaban mayoritas adalah 1, yang berarti efek afektif tayangan film kartun SpongeBob di Global TV periode Januari 2007 terhadap siswa/i SDN 10 Petang Rawa Buaya adalah TINGGI, dengan penjelasan berdasarkan 5 pertanyaan yang diberikan dalam kuesioner berkaitan dengan efek afektif. Pertama, mengenai sifat jahil dalam kehidupan sehari-hari, mayoritas responden menjawab dengan betul dengan persentase sebesar 47 %. Kedua, mengenai sifat polos dalam kehidupan sehari-hari, pada tahap ini mayoritas responden menjawab 1 atau setuju dengan persentase 68 %. Ketiga, mengenai mnolong teman disaat kesulitan, sebagian besar responden menjawab setuju atau 1 dengan persentase mencapai 97 %. Keempat, mengenai bertengkar dalam kehidupan sehari-hari, dalam hal ini mayoritas responden memberi jawaban dengan tepat dengan persentase 89 %.

Kelima, mengenai penilaian responden terhadap musik dan suara, mayoritas responden menilai musik dan suara dalam film kartun SpongeBob bagus atau menjawab 1, dengan persentase 91%, dengan alasan musik yang mereka dengar cukup enak didengar. Berikut adalah tabel 4.29 yang berisi mengenai frekuensi efek afektif ; yaitu jumlah keseluruhan responden dikalikan dengan seluruh jawaban mengenai efek afektif saja.

Tabel 4.29.

Tabel Frekuensi Efek Afektif

Jawaban	f	%
1	294	78%
2	31	8%
3	50	14%
Total	375	100%

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini peneliti akan menguraikan kesimpulan berdasarkan keseluruhan data yang sudah diteliti. Selain menguraikan kesimpulan, penulis juga memberikan saran bagi Global TV dalam meningkatkan mutu tayangan, khususnya tayangan film kartun bagi para penontonnya. Dalam bab ini peneliti membagi menjadi dua bagian, yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dijelaskan tersebut di atas, maka peneliti menyimpulkan:

1. Pada aspek efek kognitif, berdasarkan hasil penelitian telah diketahui bahwa efek kognitif tayangan film kartun SpongeBob di Global TV periode Januari 2007 terhadap siswa/i SDN 10 Petang Rawa Buaya adalah TINGGI, hal ini terlihat dari seluruh pertanyaan, sebagian besar responden menjawab dengan benar. Karena dari seluruh jawaban yang diberikan oleh responden, sebesar 83 % menilai tinggi, dalam hal ini berarti lebih dari 50 % responden menjawab demikian.

2. Pada aspek efek afektif, berdasarkan hasil penelitian telah diketahui bahwa efek afektif tayangan film kartun SpongeBob di Global TV periode Januari 2007 terhadap siswa/i SDN 10 Petang Rawa Buaya adalah TINGGI. Karena dari seluruh jawaban yang diberikan oleh responden, sebesar 78 % menilai tinggi.

Setelah mengetahui hasil dari kedua tahap tersebut, peneliti kemudian mengolahnya dan pada akhirnya diperoleh hasil bahwa seluruh responden pada penelitian ini, yaitu sebanyak 75 responden atau 100 % menyatakan bahwa efek kognitif dan afektif tayangan film kartun SpongeBob di Global TV periode Januari 2007 terhadap siswa/i SDN 10 Petang Rawa Buaya adalah TINGGI, dengan nilai 39 – 27. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa efek kognitif dan afektif tayangan film kartun SpongeBob di Global TV periode Januari 2007 terhadap siswa/i SDN 10 Petang Rawa Buaya adalah TINGGI. Dengan tingginya efek kognitif dan afektif tayangan film kartun SpongeBob di Global TV periode Januari 2007 terhadap siswa/i SDN 10 Petang Rawa Buaya, maka Global TV harus tetap mempertahankan sekaligus meningkatkan kualitas tayangannya.

5.2. Saran

Adapun saran-saran dari penulis kepada pengelola Global TV adalah untuk lebih meningkatkan lagi kualitas tayangannya. Peningkatan kualitas yang dimaksud bisa diartikan dengan:

1. Sebaiknya film yang memungkinkan anak – anak untuk dapat menata pikirannya serta mengutarakan isi hatinya secara langsung sesuai dengan tingkat perkembangannya, sehingga terjadi proses belajar baginya.
2. Sebuah film haruslah memberikan kesempatan kepada anak untuk menganalisa sendiri film yang ditontonnya sehingga anak dapat membedakan hal yang baik dan yang buruk untuk dirinya.
3. Sebaiknya stasiun televisi yang menayangkan film kartun SpongeBob mampu memberikan icon atau lambang yang menunjukkan program bimbingan, pada setiap sudut atas televisi sehingga memudahkan orang tua untuk menyeleksi acara yang layak ditonton oleh anak – anaknya.
4. Sebaiknya orang tua mendampingi anak – anaknya dalam menonton tayangan kartun atau tontonan lainnya dan memberikan penjelasan pada tayangan yang ditonton tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Asrul Sani, *Cara Menilai Sebuah Film*, Penerbit Yayasan Citra, Jakarta 1992.

A.Alatas Fahmi, *Bersama Televisi Mereda Wajah Bangsa*, Jakarta : YPKMD, 1997.

Setiawan Bambang, *Metode Penelitian Komunikasi*, Universitas Terbuka, 1995.

Deddy Iskandar Muda, *Jurnalistik Televisi Menjadi Reporter Professional*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2003.

Deddy Mulayana. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2000.

Elvinaro Ardianto,Lukiati Dkk. *Pengantar Komunikasi Massa*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2004.

Gonzali Saydam. *Kamus Istilah Telekomunikasi*, Penerbit Djambatan, 1992.

Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*,PT. Raja grafindo, Jakarta, 2004.

I Gusti Ngurah Agung. *Metode Penelitian Komunikasi*, PT. Gramedia, Jakarta, 1993.

Josep A. Devito. *Komunikasi Antar Manusia*, ed kelima terjemahan Agus Muallana, Jakarta : Professional Book, Jakarta,1997.

McQuail. *Toeri Komunukasi Massa*,Penerbit Erlangga, Jakarta, 1996.

Morissan,*Jurnalistik Televisi Mutakhir*,Ramdina Prakarsa, Jakarta, 2003.

Mcquail. *Toeri Komunikasi Massa*, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1991.

Masri Singarimbun, *Metode Penelitian Survai*, LP3ES. Jakarta, 1991.

Moh.Nazir, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia. Jakarta, 1998.

Misbach Yusa Biran, *Teknik Penulisan Skenario dan Film*, Yayasan Citra,
Jakarta, 1995.

Mcquail and Windahl Sven, *Model – Model Komunikasi*, Longman Inc. New
York, 1981.

Onong Uchjana Effendy. *Televisi siaran teori dan Praktek*, PT. Remaja
Rosdakarya, Bandung, 1994.

Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi dan Praktek*, PT. Remaja Rosdakarya,
Bandung, 2002.

Rahmat Jalaludin, *Metode Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 1995.

Sastro Subroto darwanto & Duta wacana University press. Jakarta

Thorstone, Kendler, Krech and Cruthfield, *Pengantar Psikologi*, Hllinois,
The Dorsay Press, 1985.

YKAI DIA, *Bagaimana Menonton TV yang pas untuk anak – anak*, Jakarta, 1994.

B. SUMBER LAIN

KOMPAS, Senin, *Sinopsis*, PIK. Gramedia, 21 maret 2005.

KOMPAS, Minggu, *Film Kartun Menguasai Tayangan Pagi*, PIK. Gramedia,
18 mei 2006.

http://ms.wikipedia.org/wiki/SpongeBob_SquarePants, tanggal 25 maret 2007

Kompas, Selasa, *Tentang Televisi, Orangtua dan Anak Dengarlah*, PIK.
Gramedia, 26 maret 1997.

Psikom Diktat, Santi, April 2002

**PROFIL SDN 10 PETANG RAWA BUAYA
JAKARTA BARAT**

SD Negeri 10 Petang Rawa Buaya yang menjadi obyek penelitian ini terletak di jalan Cempaka Raya Kp. Klingkit Rawa Buaya Cengkareng Jakarta Barat.

1. Identitas :

Nama Sekolah : SDN 10 PETANG RAWA BUAYA
Status : NEGERI
Alamat : Cempaka Raya Kp. Klingkit Rawa Buaya
a. Kelurahan : Rawa Buaya
b. Kecamatan : Cengkareng
c. Kotamadya : Jakarta Barat
NIP / NRK : 470037501 / 49270

Surat Pengesahan Gubernur :

a. Tanggal : 12 Juli 1975
b. Nomor : D III/6. Lic/10/75

2. Struktur Organisasi :

- a. Ketua Komite : Drs. Abd. Haris
- b. Kepala Sekolah : Sri Sudaryatmini,S.Pd.
- c. Wakil KepSek : H.Slamet Hartomo
- d. Seketaris : Sumardi
- e. Keuangan : Hj. Sri Wahyuni
- f. Bid. Pendidikan : Bambang R, S.Pd.
- g. Bid. Agama : Edi S
Babud H
- h. Bid Olah Raga : Drs. Hartono
& UKS
- i. Bid Kesehatan & : Dwi Kurniawati
Ketrampilan
- k. Laboratorium : H. Prihono A
- l. Bid Pramuka : Rutiyono
Suhanda
- n. Keindahan : Panji Baskoro

KUESIONER

EFEK KOGNITIF DAN AFEKTIF TAYANGAN FILM KARTUN SPONGEBOB DI GLOBAL TV PERIODE JANUARI 2007 TERHADAP SISWA/I SDN 10 PETANG RAWA BUAYA JAKARTA BARAT.

No. Responden

--	--	--

DAFTAR PERTANYAAN

Petunjuk pengertian :

1. Lingkarilah jawaban yang tersedia, sesuai dengan jawaban adik.
2. Seluruh pertanyaan dalam kuesioner ini harus dijawab.
3. Apabila ada pertanyaan yang tidak jelas, jangan segan untuk bertanya kepada peneliti.

1. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin :

1. Laki – laki.
2. Perempuan

2. Umur :

- | | | | |
|------------|------------|-------------|-------------|
| 1. 5 Tahun | 3. 7 Tahun | 5. 9 Tahun | 7. 11 Tahun |
| 2. 6 Tahun | 4. 8 Tahun | 6. 10 Tahun | |

3. Kelas :

- | | | |
|------|------|------|
| 1. 1 | 3. 3 | 5. 5 |
| 2. 2 | 4. 4 | 6. 6 |

II. Pola Menonton Televisi

4. Dalam satu minggu, berapa hari adik menonton televisi ?

1. 1 – 2 hari
2. 3 – 4 hari
3. 5 – 7 hari

5. Dalam satu hari berapa jam adik menonton televisi ?

1. Kurang dari 3 jam
2. 3 – 5 jam
3. Lebih dari 5 jam

6. Dengan siapa adik menonton televisi ?

1. Orang tua
2. Kakak
3. Teman
4. Sendiri

III. Pola Menonton Film Kartun SpongeBob

7. Apakah adik pernah menonton film kartun di televisi ?

1. Ya
2. Tidak

8. Di antara film yang sudah adik tonton, apakah adik pernah menonton film kartun SpongeBob ?

1. Ya
2. Tidak

9. Biasanya dengan siapa adik menonton film kartun di televisi ?

1. Orang tua
2. Kakak
3. Teman
4. Sendiri

10. Berapa kali adik menonton film kartun SpongeBob dalam satu minggu ?

1. Kurang dari 5 kali
2. 6 – 10 kali
3. Lebih dari 10 kali

11. Berapa kali adik menonton film kartun SpongeBob dalam satu hari ?

12. Satu kali
2. Dua kali
3. Tiga kali

12. Berapa lama biasanya adik menonton film kartun SpongeBob dalam satu Episode ?

1. Kurang dari separuh (kurang dari 15 menit)
2. Separuh (15 menit)
3. Lebih dari separuh (lebih dari 15 menit)

13. Jika sedang menonton film kartun SpongeBob apakah adik menyaksikannya sambil melakukan kegiatan lainnya ?

1. Ya
2. Tidak

SubTotal

--	--	--

IV. EFEK KOGNITIF

14. Apakah adik tahu tema cerita dari film kartun SpongeBob ?

1. Persahabatan
2. Pertemanan
3. Permusuhan

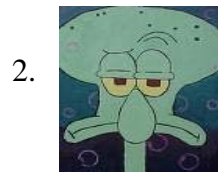
15. Apakah adik tahu film kartun SpongeBob berlatar belakang apa ?



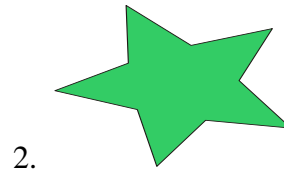
16. Apakah adik tahu SpongeBob itu apa ?

1. Sebuah Spon berbentuk kubus
2. Seekor ikan berbentuk kubus
3. Sebuah ikan berbentuk bulat

17. Siapakah sahabat SpongeBob ?



18. Apakah adik tahu Patrick star itu apa ?



19. Apakah adik tahu makanan yang dibuat SpongeBob di restoran krusty krab ?



20. Menurut adik SpongeBob mempunyai sifat ?

1. Polos, usil dan setia kawan
2. Polos, usil, dan pendiam
3. Polos, pendiam, dan pemberani

21 Adik atau tidak jenis musik pembuka dan penutup dalam film kartun
SpongeBob ?

1. Pop rock dan musik pantai
2. Pop rock dan akustik
3. Dangdut dan Pop

SubTotal Kognitif

--	--	--

V. EFEK AFEKTIF

22. Menurut adik mengusili (jahil) orang adalah hal biasa dalam kehidupan sehari – hari ?

1. Setuju
2. Ragu – ragu
3. Tidak setuju

23. Menurut adik memiliki sifat apa adanya (polos) seperti SpongeBob harus ada dalam kehidupan sehari – hari ?

1. Sangat setuju
2. Ragu – ragu
3. Tidak setuju

24. Kita harus menolong temen disaat kesulitan ?

1. Setuju
2. Ragu – ragu
3. Tidak setuju

25. Bagaimana jika dalam kehidupan sehari – hari adik selalu bertengkar ?

1. Setuju
2. Ragu - ragu
3. Tidak setuju

26. Bagaimana menurut adik mengenai musik dan suara dalam film kartun

SpongeBob ?

1. Bagus
2. Kurang bagus
3. Tidak bagus

Sub Total Afektif

--	--	--

Total Akumulasi

--	--	--

Terima Kasih atas jawaban adik - adik