



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
PROGRAM STUDI: ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI: JURNALISTIK, PUBLIC RELATIONS, MANAJEMEN MEDIA, BROADCASTING
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia; Jl. Kaliurang Km. 14,5 Yogyakarta 55584
Telp. (0274) 7483050; Fax 898444 Psw. 3267 <http://www.uui.ac.id>; email; komunikasiuui@yahoo.co.id
Website: www.communication.uui.ac.id

Data Dasar :

1. Judul : Dampak Menonton Program *Reality Show* (Studi Pada Program “Jika Aku Menjadi” Trans TV Episode Penjual Gongsir))
2. Peneliti : Widi Septia Hapsari
3. NIM : 05331023
4. Pembimbing : Abdul Rohman, S. Sos.
5. Sumber Penelitian : Skripsi
6. Tahun : 200
7. Objek Analisis : Program “Jika Aku Menjadi” Trans TV, episode penjual gongsir
8. Publikasi Penelitian : a. Tersimpan di Perpustakaan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.
b. Tersimpan di Pusat Dokumentasi dan Media Alternatif (NADIM), Prodi Ilmu Komunikasi UII

Ringkasan Penelitian

Program merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam kegiatan manajemen produksi televisi. *Reality show* adalah salah satu program di televisi yang menarik minat masyarakat. Maraknya penayangan program *reality show* di televisi menimbulkan berbagai dampak bagi masyarakat. Hal ini menarik untuk diteliti karena dengan hadirnya program *reality show* seperti “Jika Aku menjadi” di Trans TV tentu membawa dampak yang mempengaruhi pembentukan sikap masyarakat.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dampak menonton program *reality show* “Jika Aku Menjadi” di Trans TV pada Episode Penjual Gongsir. Penelitian ini bersifat deskriptif – kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan metode *Focus Group Discussion* (FGD). Kelompok partisipan berjumlah empat kelompok, masing-masing terdiri dari empat partisipan laki-laki dan perempuan (20-24 tahun) dan empat partisipan laki-laki dan perempuan (25-29 tahun).

Penelitian ini menghasilkan temuan-temuan yang dianalisis dengan teori kultivasi dan teori pembelajaran sosial. Hasil penelitian adalah terdapat tiga dampak pada pesan media massa, yaitu dampak kognitif, dampak afektif, dan dampak behavioral. Dalam dampak kognitif, pesan pada program JAM menggambarkan realitas keadaan masyarakat Indonesia saat ini, yaitu masih banyak masyarakat yang kurang mampu. Dampak ini lebih berpengaruh pada partisipan laki-laki (25-29 tahun), dikarenakan laki-laki lebih kuat, dominan, dan asertif dalam hal pemikiran dibandingkan perempuan.

Berikutnya dalam dampak afektif, pesan yang disampaikan pada program JAM berpengaruh pada perasaan emosional mereka. Tanpa sadar partisipan ikut merasa sedih, terharu, dan iba melihat kehidupan tokoh (penjual gongsir). Dampak ini lebih berpengaruh pada partisipan perempuan (20-24 tahun), dikarenakan perempuan cenderung lebih menyadari emosinya dibandingkan laki-laki. Dalam dampak behavioral, pesan pada program JAM tidak langsung berpengaruh pada perilaku partisipan di kehidupan sehari-hari. Melalui program ini mereka bisa belajar dari pengalaman hidup tokoh (penjual gongsir) yang berasal dari kalangan menengah ke bawah. Secara umum, dampak pesan media pada program JAM yang paling berpengaruh pada partisipan adalah dampak kognitif. Karena melalui program JAM, mereka mengetahui keadaan masyarakat sekitar yang kurang mampu melalui pencitraan yang ditampilkan oleh tokoh (penjual gongsir).

Kata Kunci:

Dampak, *reality show*, kognitif, afektif, behavioral.

ERROR: syntaxerror
OFFENDING COMMAND: --nostringval--

STACK:

/Title
()
/Subject
(D:20100928001503-07'00')
/ModDate
()
/Keywords
(PDFCreator Version 0.9.5)
/Creator
(D:20100928001503-07'00')
/CreationDate
(Komunikasi_UII)
/Author
-mark-