

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Sikap ibu-ibu PKK RW 03 kelurahan Makasar terhadap tayangan wisata kuliner Trans TV

Bayu Gunawan Wibisono

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=46282&lokasi=lokal>

Abstrak

Lahirnya media massa merupakan perkembangan dari ilmu pengetahuan dan teknologi yang berkembang pesat. Ini dapat dilihat dari bagaimana perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi mampu melakukan hal-hal yang sebelumnya tidak dapat dilakukan, seperti mencapai dunia baru hingga ke segala penjuru dalam waktu sekejap. Secara geometris arus dan jumlah pesan sangat berlipat ganda dan kompleksitasnya yang semakin rumit dan canggih.

Salah satu media massa yang berkembang dan memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap kualitas kehidupan manusia yaitu Televisi. TV tampaknya memiliki tempat yang sangat istimewa, televisi merupakan gabungan dari media dengar dan media visual (gambar) yang bisa bersifat politis, bisa pula informatif, hiburan dan pendidikan atau bahkan gabungan dari ke 3 unsur tersebut.

Sebagaimana dikemukakan oleh McGuire (1969: 156), konsep tentang sikap barangkali merupakan konstruk yang multidimensi (termasuk kognitif, afektif, dan unsur behavioral), karena "laporan tentang sikap secara verbal mempunyai korelasi yang agak rendah dengan perilaku yang sebenarnya" (Fisher 1986 : 214).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan penelitian deskriptif kuantitatif. Teori yang digunakan adalah Individual Difference, yang menyatakan respons dengan kepuasan seseorang terhadap suatu tayangan.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa sikap ibu-ibu terhadap tayangan wisata kuliner di Trans TV adalah sikap baik dan bahwa perbedaan usia tidak signifikan menyebabkan perbedaan diuji dengan menggunakan one-way Anova.

Sikap Ibu-ibu terhadap tayangan Wisata Kuliner di Trans TV adalah baik. Perbedaan usia ibu-ibu menghasilkan perbedaan sikap mereka terhadap tayangan Wisata Kuliner di Trans TV, yaitu antara usia 23 – 27 sebesar 8,06 %, usia 28 – 32 sebesar 14,51 %, usia 33 – 37 sebesar 24,19 %, usia 38 – 42 sebesar 17,74 %, usia 43 – 47 sebesar 12,90 %, usia 48 – 52 sebesar 16,12 % dan usia 53 – 57 sebesar 6,45 %. Hal ini terlihat karena respons ibu-ibu yang berbeda antara satu dengan individu lainnya yang disebabkan dari perbedaan kepribadian, kecerdasan, emosional, tingkat pendidikan dan status ekonomi.