

Motivasi khalayak tayangan televisi (Studi kasus dengan pendekatan kognitif sosial pada ibu rumah tangga pemirsa tayangan kuliner di Jakarta) = Audiences motivation to television programme (Case study with social cognitive approach to housewives culinary program audience in Jakarta)

Supit, Elisabeth Diana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=120999&lokasi=lokal>

Abstrak

Akhir-akhir ini tayangan kuliner jumlahnya cukup banyak dan memperoleh respons positif dari masyarakat. Tesis ini membahas tentang bagaimana para khalayak menyikapi tayangan-tayangan kuliner di televisi. Dengan menggunakan teori uses and gratifications, penulis ingin melihat seberapa besar tingkat kepuasan yang diperoleh para ibu rumah tangga terhadap tayangan-tayangan kuliner; dan ingin melihat apa motivasi yang mendasari keinginan mereka untuk terus mengikuti tayangan-tayangan tersebut.

Teori kognitif sosial digunakan untuk makin mendalami motivasi-motivasi yang mendorong para ibu-ibu rumah tangga menyaksikan tayangan kuliner di televisi. Paradigma penelitian yang digunakan adalah paradigma positif dimana peneliti berusaha memahami dan menafsirkan bagaimana para ibu-ibu rumah tangga yang menjadi informan menciptakan, memelihara, dan mengelola dunia sosial mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para ibu-ibu rumah tangga yang selama ini dianggap sebagai salah satu korban langsung dari pengaruh-pengaruh tayangan televisi ternyata memiliki proses kognitif yang berdasarkan dari penilaiannya sendiri dan interaksi sosialnya. Mereka adalah khalayak yang aktif, yang dapat menentukan apa yang mereka inginkan; bukannya korban yang tidak dapat melakukan apa-apa dan mendapat pengaruh langsung dan kuat dari tayangan-tayangan televisi.

.....Knowdays, theres a lot of culinary programme in TV, and they receive a good review from the audience. This thesis talking about how the audience of culinary program in television process what they see, and than how big the programme affect them in kognitif and behavioral process.

Using the uses and gratifications theory. we would like to see how satisfied the audience about culinary programme is and what motive is behind the viewing.

The social cognitive theory is used to see how the culinary programme is being analize by the housewives. Is there a changing in attitude after fiewing the programme; and how big is the influence of external factors to the analysis process.

This thesis are using positivis methodology, because the researcher want to understand and give meaning to haw the housewife create, maintain and conduct their social world.

The result shows that the housewives - who all this time are seems to be the fictim of media effect - have a cognitive process that are based on their own judgement and their social world. They are an active audiences, who know what they want to see. not just some victim that can not do anything to the mass media.