

**SIKAP MASYARAKAT SURABAYA TERHADAP TAYANGAN ACARA
REALITY SHOW “UYA EMANG KUYA”**

(Studi Deskriptif Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Tayangan Acara
Reality Show “Uya Emang Kuya” di SCTV)

SKRIPSI



Oleh :

Like Setyowati

NPM. 0743010228

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
“VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2011**

**SIKAP MASYARAKAT SURABAYA TERHADAP TAYANGAN ACARA
REALITY SHOW “UYA EMANG KUYA”**

(Studi Deskriptif Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Tayangan Acara Reality
Show “Uya Emang Kuya” di SCTV)

Oleh :
LIKE SETYOWATI
0743010228

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal 14 Juni 2011

Pembimbing Utama **Tim Penguji**

1. Ketua

Drs. Syaifuddin Zuhri, M.Si
NPT: 3 7006 94 0035 1

H. Didiek Trenggono.Ir, M.Si
NIP: 1 9581225119900100 1

2. Sekretaris

Drs. Syaifuddin Zuhri, M.Si
NPT: 3 7006 94 0035 1

3. Anggota

Drs. Kusnarto, M.si
NIP: 19580801 198402 1001

Mengetahui
Dekan,

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP : 1 95507 181 983 022 001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT penulis panjatkan atas limpahan rahmat-Nya dan juga dukungan penuh dari keluarga, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Berbagai upaya penulis dilakukan agar terciptanya laporan yang sesuai dengan peraturan dari universitas. Dalam upaya penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat dorongan semangat, sokongan ilmu untuk memasukkan data ke skripsi ini dari pihak-pihak yang memahami bidang komunikasi ini, antara lain:

1. Prof. Dr. Ir. Teguh Suedarto, Mp selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Hj. Suparwati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Juwito S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Syaifuddin, M.Si selaku Dosen Pembimbing skripsi penulis.
5. Thank’s to yang terbesar buat ibuku, suamiku (mas Endra), anakku Fian dan semua temen-temen yang selalu mendukungku Putri, Elizabeth, Riri dan semuanya....

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan sumber-sumber referensi dari buku-buku yang membahas masalah komunikasi massa di Indonesia. Di samping itu juga dari pengalaman yang dikembangkan sendiri oleh penulis yang didapat dari perguruan tinggi dalam bidang yang bersangkutan. Karena itu saran dan pendapat terbuka kepada siapa saja yang membaca skripsi ini, semata-mata karena penulis menyadari akan kemungkinan adanya kekurangan untuk itu penulis mengucapkan terima kasih.

Penulis,

Like Setyowati



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Televisi sebagai Media Massa	9
2.1.2 Dampak Media Televisi	11
2.1.3 Program Televisi	12
2.1.4 Fungsi Televisi	14
2.1.5 Format Acara Televisi	15
2.1.6 Program Reality Show	16
2.1.7 Program Uya Emang Kuya	20
2.1.8 Sikap.....	21
2.1.9 Pemirsa Sebagai Audiens.....	25

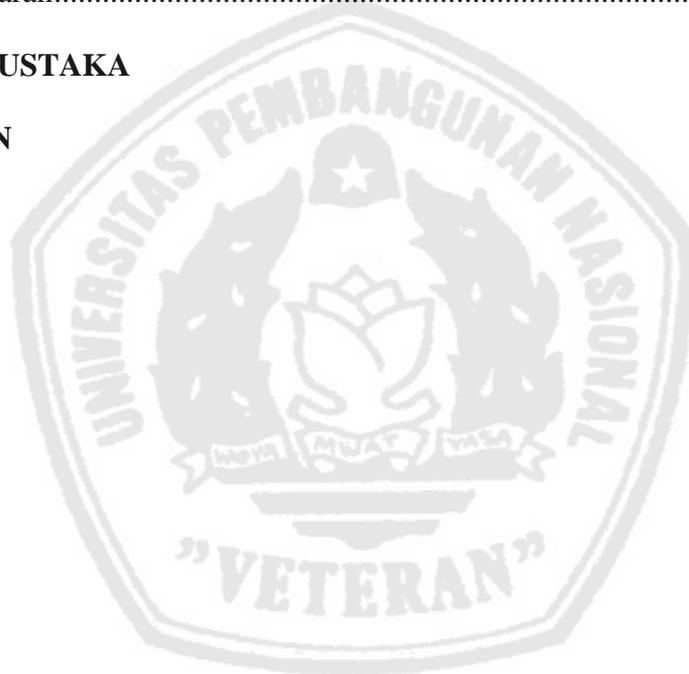
4.2.5 Aspek Konatif	64
4.2.5.1 Aspek Konatif Masyarakat Surabaya Terhadap Acara Uya Emang Kuya di SCTV	70
4.3 Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Acara Uya Emang Kuya..	71

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Bagan Format Acara Televisi	16
Gambar 2.2 Teori SOR	27
Gambar 2.3 Kerangka Berfikir	28



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Jumlah Sampel Untuk keseluruhan Surabaya	36
Tabel 4.1 Identitas Responden I.....	46
Tabel 4.2 Identitas Responden II.....	47
Tabel 4.3 Identitas Responden III.....	47
Tabel 4.4 Penggunaan Media Oleh Pemirsa I.....	48
Tabel 4.5 Penggunaan Media Oleh Pemirsa II.....	49
Tabel 4.6 Aspek Kognitif I.....	51
Tabel 4.7 Aspek Kognitif II.....	51
Tabel 4.8 Aspek Kognitif III.....	51
Tabel 4.9 Aspek Kognitif IV.....	52
Tabel 4.10 Aspek Kognitif V.....	53
Tabel 4.11 Aspek Kognitif VI.....	54
Tabel 4.12 Aspek Kognitif Masyarakat Surabaya.....	55
Tabel 4.13 Aspek Afektif I.....	58
Tabel 4.14 Aspek Afektif II.....	59
Tabel 4.15 Aspek Afektif III.....	60
Tabel 4.16 Aspek Afektif IV.....	61
Tabel 4.17 Aspek Afektif V.....	62
Tabel 4.18 Aspek Afektif IV.....	62
Tabel 4.19 Aspek Afektif Masyarakat Surabaya.....	63
Tabel 4.20 Aspek Konatif I.....	65
Tabel 4.21 Aspek Konatif II.....	66
Tabel 4.22 Aspek Konatif III.....	67
Tabel 4.23 Aspek Konatif IV.....	68
Tabel 4.24 Aspek Konatif V.....	69

Tabel 4.25	Aspek Konatif VI.....	70
Tabel 4.26	Aspek Konatif Masyarakat Surabaya.....	70
Tabel 4.27	Aspek Konatif Sikap Secara Keseluruhan.....	74



ABSTRAKSI

LIKE SETYOWATI, SIKAP MASYARAKAT SURABAYA TERHADAP TAYANGAN ACARA REALITY SHOW “UYA EMANG KUYA” (Study Deskriptif Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Tayangan Acara Reality Show “Uya Emang Kuya” di SCTV)

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Sikap Masyarakat di Surabaya dalam menonton tayangan acara Reality Show Uya Emang Kuya di SCTV.

Dengan menggunakan pendekatan S-O R (Stimulus-Organism-Respon) yang menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari responden dengan menggunakan kuesioner dan data sekunder yang digunakan sebagai data penunjang untuk melakukan analisis. Sedangkan sampel dari penelitian ini adalah sebagian dari Masyarakat Surabaya yang menonton acara Reality Show Uya Emang Kuya di SCTV yang berjumlah 100 responden, penarikan sampel menggunakan teknik cluster random sampling.

Dari hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwasikap yang mendominasi masyarakat Surabaya dalam mnonton acara Reality Show Uya Emang Kuya di SCTV adalah aspek kognitif dan aspek afektif masuk kategori positif sedangkan aspek konatif masuk dalam kategori netral.

Kata kunci : Sikap, UYA EMANG KUYA, Deskriptif, S-O-R, SCTV.

ABSTRACTIONS

LIKE SETYOWATI, PUBLIC ATTITUDES TOWARD SURABAYA IMPRESSIONS REALITY SHOW "UYA EMANG KUYA" (Descriptive Study of Surabaya Public Attitudes On Impressions Event Reality Show "Uya Emang Kuya" on SCTV)

This research was conducted to know the attitude of people in Surabaya in watching the show Reality Show Uya Emang Kuya on SCTV.

By using the S-O-R (Stimulus-Organism-Response) which shows that the main problem is not the media to change attitudes and behavior of audiences, but how the media meet the personal needs and social audiences.

The research method used is descriptive quantitative with the type of data used in this research is the primary data obtained directly from respondents by using questionnaires and secondary data are used as supporting data for analysis. While the sample of this research is part of Community Surabaya who watch the show Reality Show Uya Emang Kuya on SCTV, amounting to 100 respondents, withdrawal of samples using cluster random sampling technique.

From the results of this study can be concluded that dominate society bahwasikap Surabaya in the event mnonton Reality Show Uya Emang Kuya on SCTV is the aspect of cognitive and affective aspects into positive categories while conative aspects included in the neutral category.

Key words: Attitude, UYA EMANG KUYA, Descriptive, S-O-R, SCTV.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan media massa semakin pesat, seiring dengan dinamika masyarakat yang semakin kompleks dan kemajuan teknologi. Media massa dikenal cukup kuat dalam proses mempengaruhi (*influence*), sehingga senantiasa mendapat perhatian yang seksama untuk diteliti mengingat dampak yang ditimbulkan, baik secara positif maupun negatif. Dengan media massa akan diperoleh informasi tentang benda, orang, atau tempat yang tidak dialami secara langsung.

Media massa merupakan media yang mampu menimbulkan keserempakan di antara khalayak yang sedang memperhatikan pesan yang dilancarkan oleh media tersebut. Bentuk media massa ini antara lain adalah surat kabar dan majalah sebagai media cetak, serta radio, televisi dan film sebagai media elektronik. Suatu media massa selain ditunjang dari segi kualitas juga harus didukung oleh faktor kecepatan dan ketepatannya dalam mengulas sebuah informasi. Media massa yang sesuai dengan faktor ini adalah media massa elektronik. Salah satu media massa elektronik yang digunakan adalah televisi.

Televisi saat ini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak orang yang menghabiskan waktunya lebih lama di depan pesawat televisi dibandingkan dengan waktu yang digunakan untuk ngobrol dengan keluarga atau pasangan mereka. Bagi banyak orang televisi adalah teman,

televisi menjadi cermin perilaku masyarakat dan televisi dapat menjadi candu. (Morrison, 2004:1).

Kemajuan teknologi dan perkembangan sosial ekonomi telah menempatkan televisi sebagai salah satu kebutuhan yang sulit dijauhkan dari kehidupan masyarakat. Televisi adalah salah satu media elektronik dalam komunikasi massa yang berfungsi sebagai media informasi, media pendidikan, media kebudayaan, media hiburan dan media promosi yang ditujukan pada khalayak penonton, baik yang aktif maupun yang pasif. Media televisi mempunyai daya tarik yang lebih tinggi dibandingkan dengan media elektronik yang lain, karena sifatnya yang audiovisual sehingga sesuatunya terkesan lebih hidup, seolah-olah pemirsa berada di tempat kejadian peristiwa yang disiarkan oleh stasiun itu.

Televisi saat ini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak orang yang menghabiskan waktunya lebih lama di depan pesawat televisi dibandingkan dengan waktu yang digunakan untuk ngobrol dengan keluarga atau pasangan mereka. Bagi banyak orang televisi adalah teman, televisi menjadi cermin perilaku masyarakat dan televisi dapat menjadi candu. (Morrison, 2004:1). Televisi merupakan perpaduan antara unsur-unsur film dan unsur-unsur radio. Khalayak di rumah tidak mungkin dapat menangkap siaran televisi, jika tidak ada unsur-unsur film, sebaliknya pemirsa tidak mungkin dapat mendengarkan suara dari televisi jika tidak ada unsur-unsur radio. (Effendy, 1990:117).

Menurut Kuswandi (1996 : 21-24), munculnya media televisi dalam kehidupan manusia telah menghadirkan suatu peradaban, khususnya dalam proses komunikasi dan informasi. Kemampuan media televisi dalam menarik perhatian masa menunjukkan bahwa media menguasai jarak secara geografis dan sosiologis. Daya tarik yang dimiliki media televisi semakin besar sehingga pola dan kehidupan manusia sebelum muncul televisi berubah total sama sekali.

Berbagai macam program acara televisi telah ditayangkan oleh stasiun televisi swasta bagi para pemirsanya, mulai dari kuis, *talk show*, *variety show*, komedi situasi, program berita, program olahraga, *infotainment* sampai *reality show*. Dari sekian banyak program televisi, *reality show* menempati daftar 10 besar. Rata-rata tingkat kepemirsaaan 10 besar *reality show* adalah sebesar 5 persen dan share 21 persen (<http://majalah.tempo.interaktif.com/id/arsip/2009/09/14/TV/mbm.20090914.TV131362.id.html>).

Dari sekian banyak *reality show* yang ada di televisi, peneliti tertarik untuk meneliti acara "Uya Emang Kuya" di SCTV. Acara yang dipandu oleh artis komedi Uya ini menghadirkan hiburan berupa sulap yang dirangkai dengan acara hipnotis. Dalam setiap episodenya, Uya memilih beberapa orang untuk dihipnotis dan ditanyakan beberapa hal pribadi mengenai profil orang tersebut. Lokasi syuting acara "Uya Emang Kuya" banyak mengambil tempat di mall ataupun di tempat keramaian sehingga lebih menunjukkan bahwa acara yang dipandunya tersebut memang nyata. Acara ini ditayangkan dua kali dalam sehari, mulai Senin hingga Minggu, jam 15.00 WIB dan jam 16.30 WIB.

Acara Uya Emang Kuya berhasil menduduki rating ke enam sebagai program reality show dari berdasarkan Chart program TV favorite 2011, sedangkan yang menduduki program TV terfavorit pada urutan pertama adalah sinetron Nada Cinta, urutan ke dua UEFA Champions League, urutan ke tiga Provocative proactive dan pada urutan ke empat BPL and The FA Cup dan pada urutan ke lima La Liga Fiesta (<http://myakise.blogspot.com/2011/04/monthly-chart-favorite-tv-program-april.html>)

Selain banyak diminati, acara “Uya Emang Kuya” di SCTV ternyata juga dicela oleh masyarakat, berbagai keluhan mengenai materi tayangan “Uya Emang Kuya” di SCTV diberikan masyarakat melalui website resmi KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) yaitu www.kpi.go.id. Berikut adalah beberapa keluhan masyarakat mengenai acara “Uya Emang Kuya” di SCTV yang dinilai mengandung unsur ketidaksopanan karena mengumbar aib seseorang:

- 1.”acara hipnotis uya kuya di stasiun sctv sangat tdk mendidik dan tdk pantas ditayangkan. alasannya : 1. dgn acara tsb secara terang-terangan membuka aib / rahasia orang dan membeberkannya di kalayak umum dimana seharusnya tdk sepatasnya dibebarkan di khalayak umum 2. meresahkan masyakarat. dgn acara tsb tdk sedikit suami / istri yang tdk mempercayai suami / istri atau pasangan hidupnya. mereka curiga jgn2 suami / istri nya punya rahasi sprt org2 yag dihipnotis tsb 3. maraknya kejahatan hipnotis akhir2 ini "mungkin" ada kaitan dgn acara tsb karena dgn tayangan tsb banyak org yang mau belajar hipnotis lantas mempraktekannya utk tujuan yg tdk baik. 4. memperhatikannya fatwa MUI tentang tayangan infotainment maka acara hipnotis uya kuya dpt dikategorikan HARAM MUTLAK karena merusak nama baik seseorang dan membuka aib / rahasia orang 5. mencerminkan kualitas acara TV yang sangat tdk bermutu dan hanya berorientasi keuntungan semata tanpa memperdulikan HALAL HARAM KESIMPULAN ACARA HIPNOTIS UYA KUYA HARUS SEGERA DIHENTIKAN
(Eef, Rabu – 26 Januari 2011)
2. Saya sungguh menyayangkan stasiun TV sekelas SCTV menyiarkan program hipnotis ini untuk mengorek kepentingan pribadi orang lain. Walaupun memang sang host Uya Kuya meminta izin dulu kepada objek hipnotis

sebelum dihipnotis dan sebelum menayangkannya di televisi, namun kisah kehidupan pribadi seseorang yang dibuka saat shooting dapat disaksikan dan didengar oleh kerumunan penonton dadakan yang ada di sekitar lokasi shooting dan ironisnya menjadi hiburan menarik bagi mereka dibuktikan dengan gelak tawa yang menghiasi shooting program tersebut. Saya pikir, program ini sangat tidak bijaksana dan dimohon KPI bisa meninjau kembali sehingga KPI dapat menjadi perpanjangan tangan rakyat untuk bisa menikmati tayangan televisi yang bermutu, mendidik, dan bijaksana.
(Jumadi T. Simangunsong (Banten) – 19 Januari 2011)

Berdasarkan beberapa keluhan masyarakat tersebut maka pihak KPI mengeluarkan surat teguran dan peringatan kepada pihak stasiun televisi SCTV. Menurut pihak KPI Pusat, walaupun acara “Uya Emang Kuya” ratingnya tinggi namun mengajarkan membuka aib. KPI menilai sebuah tayangan dari segi nilai pendidikan dan etika. Pihak KPI juga mempermasalahkan kesepakatan yang dilakukan antara sumber yang masih dibawah perwalian dengan pembawa acara. jika hal tersebut dilakukan tanpa pengetahuan wali akan berimplikasi hukum karena hal itu tidak diperbolehkan. Disarankan agar pihak SCTV menggunakan perspektif penyiaran saat akan menayangkan acara tersebut. Jika disaksikan diruangan tertutup dengan konsumen terbatas, maka hal tersebut tidak bermasalah. Namun ketika masuk ke ranah publik dan ketika etika publik mengatakan ini sebuah pelanggaran, tugas KPI untuk melakukan teguran kepada lembaga penyiaran (http://www.kpi.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=2829%3Akpi-klarifikasi-sctv-soal-uya-memang-kuya&catid=14%3Adalam-negeri-umum&lang=id).

Selain mendapat teguran dari pihak KPI, acara “Uya Emang Kuya” juga mendapat keluhan negatif dari masyarakat yang intinya mengharamkan menonton acara tersebut. Dalam Forum Musyawarah Pondok Pesantren (FMPP) se-Jawa Timur yang diadakan hari Kamis (24/03), dalam bahtsul masa’il atau pembahasan

masalah yang tengah menjadi perhatian masyarakat. Acara ini sendiri bertempat di Pondok Pesantren (Ponpes) Darussalam, Dusun Jajar, Desa Sumbergayam, Kecamatan Durenan, Trenggalek. Dalam forum ini, menyatakan bahwa acara Uya Emang Kuya bertentangan dengan ajaran Islam. Acara ini kerap menampilkan sosok orang terhipnotis yang di bawah alam sadar mereka mengumbar aib sendiri dan aib orang lain. “Islam melarang aib yang disebarluaskan, Islam justru menyarankan untuk menutup aibnya, saudaranya dan sesama muslim lainnya,” Darus Azka mengatakan, ada dua poin yang dibahas, yakni teknik hipnotis yang dipakai serta dampak dari hipnotis tersebut. Darus menambahkan bahwa ilmu hipnotis sudah dikenal sejak zaman nabi. Ketika itu ada teknik hipnotis membuat orang tertidur. Pada perkembangannya, muncul ilmu hipnotis menggunakan jampi-jampi dan sihir. Teknik inilah yang diharamkan Islam. Dalam ilmu hipnotis modern, muncul teknik menggunakan kekuatan psikologi dan eksplorasi kemampuan diri manusia. Teknik termodern inilah yang dipakai Uya, dan dianggap tidak menyalahi hukum agama. Secara teknik hipnotis yang dipakai, Uya menggunakan kekuatan psikologis. Itu tidak bertentangan dengan agama. Yang bermasalah adalah isi dari acara Uya Emang Kuta yang mungkin menghibur, namun dengan cara yang mengumbar aib orang lain di televisi. Mengungkap aib orang dengan tujuan menghibur inilah yang dianggap haram (<http://kampungtki.com/baca/27689>).

Dari berbagai uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan konsep sikap. Sikap menurut Severin dan Tankard (2005, p.177) merupakan rangkuman evaluasi terhadap objek sikap dimana evaluasi rangkuman rasa suka atau tidak suka terhadap objek sikap adalah inti dari sikap. Sikap pada penelitian ini akan dianalisis berdasarkan tiga komponen yaitu kognitif

meliputi pengetahuan mengenai program acara, materi acara “Uya Emang Kuya” di SCTV. Komponen afektif meliputi ketertarikan atau kesukaan mengenai mengikuti segmen demi segmen yang ditampilkan oleh “Uya Emang Kuya” di SCTV dan konatif yaitu kecenderungan perubahan perilaku pemirsa terhadap acara “Uya Emang Kuya” di SCTV apakah akan menjadi pihak yang pro atau yang kontra. Sikap yang dimaksud adalah bagaimana respon masyarakat Surabaya setelah melihat tayangan acara “Uya Emang Kuya” di SCTV.

Dipilihnya Surabaya sebagai lokasi penelitian disebabkan karena selama bulan Pebruari 2010, Surabaya telah dua kali menjadi lokasi syuting acara “Uya Emang Kuya” yaitu berlokasi di Plaza Tunjungan III. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa animo masyarakat Surabaya mengenai keberadaan dan penayangan acara ini cukup besar.

Dipilihnya masyarakat Surabaya sebagai responden dalam penelitian ini dikarenakan kota Surabaya adalah ibukota Provinsi Jawa Timur, merupakan kota terbesar kedua setelah Jakarta, dengan jumlah penduduk metropolisnya yang mencapai 3 juta jiwa, Surabaya merupakan kota bisnis, industri dan pendidikan. Dengan kondisi perekonomian yang sedemikian rupa maka masyarakat Surabaya sebagai pusat perekonomian di Jawa Timur dan sekitarnya, keragaman sosial budaya, agama, dengan keaneragaman tersebut menjadikan masyarakat Surabaya berbeda karakteristik, pola pikir dan lain-lain. Masyarakat yang rata-rata bekerja dalam bidang jasa, industri maupun dalam bidang perdagangan. masyarakat Surabaya yang dijadikan responden yaitu masyarakat yang berusia minimal 17 tahun. Dipilihnya masyarakat dengan kategori usia minimal 17 tahun karena pada masa tersebut, seseorang memasuki masa remaja. Menurut Kartono (2007:154),

perkembangan masa remaja awal ini diikuti dengan pertumbuhan intelektual yang intensif perkembangan intelektual membangun macam-macam fungsi baik psikis dan rasa ingin tahu serta bercorak sosial.

Berdasarkan berbagai pertimbangan tersebut, maka judul dalam penelitian ini adalah **"Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Tayangan Uya Emang Kuya Di SCTV"**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah bagaimanakah sikap masyarakat Surabaya terhadap tayangan Uya Emang Kuya di SCTV ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui sikap masyarakat Surabaya terhadap tayangan "Uya Emang Kuya" di SCTV.

1.4. Kegunaan Penelitian

Manfaat yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

Hasil penelitian diharapkan bermanfaat untuk memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya pengaruh media elektronik yaitu televisi terhadap pemirsa dan lebih melengkapi khasanah ilmu pengetahuan.

b. Secara Praktis

Dapat menjadi masukan bagi para produsen untuk dapat lebih berkembang tanpa melupakan sosialnya dan peduli terhadap lingkungannya.