

EFEK TAYANGAN REPORTASE INVESTIGASI DI TRANSTV EPISODE MAKANAN BERBAHAYA PADA MASYARAKAT RT. 22 KELURAHAN PELITA SAMARINDA

DANA FITRIANA¹

Abstrak

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan atau melukiskan objek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada di lapangan mengenai efek tayangan Reportase Investigasi di Trans Tv episode makanan berbahaya pada masyarakat RT. 22 Kelurahan Pelita Samarinda. Data dikumpulkan melalui buku teks, referensi yang ada hubungannya dengan penulisan ini, observasi dan wawancara.

Berdasarkan hasil pembahasan, diketahui bahwa efek tayangan Reportase Investigasi pada masyarakat di RT. 22 Kelurahan Pelita Samarinda, dimana masyarakat merasa sangat mendapatkan informasi melalui tayangan Reportase Investigasi diantaranya informasi tentang adanya oknum pedagang yang curang dan bahan bahan berbahaya yang tidak seharusnya ada pada bahan makanan (efek kognitif), masyarakat juga merasakan perasaan-perasaan seperti heran, terkejut, marah, dan takut pada oknum pedagang yang curang (efek afektif), dan masyarakat juga merasakan perubahan tindakan, perilaku, dan kegiatannya seperti menjadi lebih hati-hati, selektif dalam membeli makanan dan lain sebagainya (efek behavioral).

Kata Kunci : *Efek, Efek Tayangan, Reportase Investigasi.*

Pendahuluan

Manusia merupakan makhluk sosial yang setiap harinya pasti berkomunikasi. Sebagai makhluk sosial pasti manusia juga membutuhkan dan mendapatkan informasi. Salah satu media yang mempermudah manusia mendapatkan informasi yaitu media elektronik khususnya televisi. Salah satu tayangan yang informatif itu sendiri adalah tayangan Reportase investigasi. Tayangan Reportase Investigasi ini sangat banyak sekali menayangkan tayangan-tayangan tentang makanan berbahaya yang dibuat dan didagangkan oleh para pedagang di luar sana. Banyak sekali kasus-kasus kecurangan pedagang yang terjadi diluar sana. Dewasa ini banyak para pedagang-pedagang khususnya pedagang makanan yang membuat barang dagangannya dari bahan bahan yang berbahaya seperti mencampurkan pewarna tekstil, boraks, dan formalin kedalam makanan yang akan mereka jual, demi meraup keuntungan semata. Tayangan Reportase Investigasi ini sangat banyak sekali menayangkan

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: danafitrianaikom@gmail.com

tayangan-tayangan tentang makanan berbahaya yang dibuat dan didagangkan oleh para pedagang di luar sana.

Kerangka Dasar Teori

Teori Stimulus Respons (S-O-R)

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah teori S-O-R (Stimulus , Organism, Respon). Pada tahun 1930-an, lahir suatu model klasik komunikasi yang banyak mendapat pengaruh teori psikologi, Teori S-O-R singkatan dari Stimulus-Organism-Response. Objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi (Effendy 2003:254).

Menurut stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan (Effendy 2003:254). Asumsi dasar dari model ini adalah media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah (Effendy 2003:254) :

- a. Pesan (stimulus, S)
- b. Komunikan (organism, O)
- c. Efek (Response, R)

Teori Uses & Gratifications

Teori uses and gratifications milik Blumer dan Katz (Nurudin, 2007: 191-194) ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi.pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya, artinya, teori uses and gratifications mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.

Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditunjukkan kepada umum dan film yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop (Effendy, 1993: 79). Fungsi komunikasi massa menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988) antara lain : to inform (menginformasikan), (2) to entertain (memberi hiburan), (3) to persuade (membujuk), dan transmission of the culture (transmisi budaya).

Media Massa

Media Massa merupakan elemen terpenting dalam komunikasi massa. Media massa adalah (mass media), media komunikasi yang mampu menimbulkan keserempakan, dalam arti kata khalayak dalam jumlah yang relatif sangat banyak secara bersama-sama dalam waktu yang sama memperhatikan pesan yang

dikomunikasikan melalui media tersebut; misalnya surat kabar, radio siaran, televisi siaran, dan film teatrical yang ditayangkan di gedung bioskop (Effendy, 1989:217).

Televisi

Menurut Effendy (1989 : 361) television atau televisi merupakan media komunikasi jarak jauh dengan penayangan gambar dan pendengaran suara, baik melalui kawat maupun secara elektro magnetik tanpa kawat. Effendy (2003: 174) mengatakan, “Televisi terdiri dari istilah “tele” yang berarti jauh dan “visi” (vision) yang berarti penglihatan. Segi “jauh”-nya diusahakan oleh prinsip radio dan segi “penglihatan”-nya oleh gambar”.

Efek

Menurut Marhaeni Fajar dalam bukunya Ilmu komunikasi: teori dan praktek, efek adalah unsur penting dalam keseluruhan proses komunikasi. Efek bukan hanya sekedar umpan balik dan reaksi penerima (komunikasi) terhadap pesan yang dilontarkan oleh komunikator, melainkan efek dalam komunikasi merupakan paduan sejumlah “kekuatan” yang bekerja dalam masyarakat, dimana komunikator hanya dapat menguasai satu kekuatan saja, yaitu pesan-pesan yang dilontarkan. Bentuk konkrit efek dalam komunikasi adalah terjadinya perubahan pendapat atau sikap atau perilaku khalayak, akibat pesan yang menyentuhnya. Hal ini menyangkut proses komunikasi yang asasi sifatnya. (Fajar 2009: 163)

Efek Pesan Media

Efek pesan media massa meliputi (Ardianto, Komala, & Karlinah 2009: 52), efek kognitif, efek afektif dan efek behavioral.

1. Efek Kognitif.

akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek kognitif ini akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya.

2. Efek Afektif.

Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan sekedar memberitahu khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat terus merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya.

3. Efek behavioral.

Merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.

Terpaan media (Media Exposure)

Terpaan media (Media Exposure), menurut Rosengren (1974), dapat di operasionalkan menjadi jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis media, isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumsi media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media

keseluruhan (Rakhmat:2001, 66). Sedangkan menurut Sari, dapat dioperasionalkan menjadi jenis media yang digunakan, frekuensi penggunaan, maupun durasi penggunaan (Sari: 1993, 29) dalam (Kriyantono, 2008).

Tayangan

Tayangan merupakan kegiatan, informasi atau isi pesan dari seseorang atau produser kepada khalayak melalui proses pemancar gelombang elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi. (wahyudi, 1996:12)

Reportase Investigasi

Reportase Investigasi sendiri adalah tayangan berita atau investigasi yang ditayangkan oleh stasiun televisi Trans TV yang tayang setiap hari sabtu dan minggu pukul 16.00 WIB. Reportase Investigasi merupakan tayangan yang mengungkap suatu kasus penyimpangan, dari pelakunya langsung. Topik yang dipilih adalah yang menjadi kepentingan masyarakat.

Sikap

Sikap menurut Sarlito Wirawan Sarwono dalam buku pengantar umum Psikologi adalah kesiapan pada seseorang untuk bertindak secara tertentu terhadap hal-hal tertentu (Sarwono 2000:94). Menurut Werner J. Severin dan James W. Tankard, Jr dalam bukunya Teori komunikasi Sejarah, Metode dan terapan di dalam media massa, sikap pada dasarnya adalah tendensi kita terhadap sesuatu. Sikap adalah rasa suka/ tidak suka kita atas sesuatu. Sikap penting sekali karena ia memengaruhi tindakan. Perilaku orang sering ditentukan oleh sikap mereka. Konsep lain yang terkait erat dengan sikap adalah keyakinan, atau pernyataan-pernyataan yang dianggap benar oleh seseorang. Sikap sering dianggap memiliki tiga komponen: komponen afektif yaitu, kesukukaan atau perasaan terhadap sebuah objek; komponen kognitif yaitu, keyakinan terhadap sebuah objek; dan komponen perilaku yaitu, tindakan terhadap objek. Intinya sikap adalah rangkuman evaluasi terhadap objek sikap.

Masyarakat

Masyarakat adalah kelompok-kelompok orang yang menempati sebuah wilayah (teritorial) tertentu, yang hidup secara relatif lama, saling berkomunikasi, memiliki simbol-simbol dan aturan tertentu serta sistem hukum yang mengontrol tindakan anggota masyarakat, memiliki sistem stratifikasi, sadar sebagai bagian dari anggota masyarakat tersebut serta relatif dapat menghidupi dirinya sendiri (Bungin 2006:159).

Definisi Konsepsional

Definisi konsepsional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Efek tayangan Reportase Investigasi di TransTv khususnya pada tayangan tentang makanan berbahaya pada masyarakat RT 22 Kelurahan Pelita Samarinda. Pada efek pesan media massa sendiri terdapat Efek kognitif dimana ini adalah

akibat yang timbul pada diri masyarakat yang sifatnya informatif bagi dirinya, lalu efek afektif dimana pada efek ini akibat yang timbul adalah dimana masyarakat akan merasakan perasaan seperti marah terharu sedih, dan lain sebagainya, dan selanjutnya ada Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri masyarakat dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Efek yang diterima atau dialami masyarakat setelah menonton tayangan Reportase Investigasi, yang memberikan pengaruh pada masyarakat RT 22 Kelurahan Pelita Samarinda.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan jenis deskriptif kualitatif. Jenis riset ini bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu (Kriyantono 2008:67). Peneliti bermaksud untuk menentukan, memahami, menjelaskan dan mendeskripsikan gambaran tentang efek tayangan Reportase Investigasi di Trans Tv pada masyarakat di Rt. 22 kelurahan pelita Samarinda.

Fokus penelitian

1. Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya.
2. Efek Afektif ini bertujuan dari komunikasi massa bukan sekedar memberitahu khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat terus merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya.
3. Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.

Sumber Data Penelitian

Didalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa sumber data penelitian yaitu :

1. Data Primer, yaitu merupakan data yang langsung yang diperoleh dari sumber data pertama dari lokasi atau obyek penelitian. Data primer didapatkan melalui observasi dan wawancara. data yang di peroleh melalui responden dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung kepada informan di pandu melalui pertanyaan yang sesuai dengan fokus penelitian yang dipersiapkan oleh peneliti secara langsung.
2. Data Sekunder diperoleh peneliti secara tidak langsung. Seperti data-data yang mendukung dari buku-buku yang sudah dipublikasikan maupun yang belum dipublikasikan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan informan sebagai sumber data dalam memperoleh data untuk penulisan skripsi ini. Pemilihan informan didasarkan pada subjek yang memiliki informasi yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti

dan bersedia memberikan data. Di dalam penelitian ini, penunjukan informan melalui nonprobability sampling dengan teknik sampling yaitu Teknik Purposive Sampling.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (Field Work Research). Peneliti berusaha mendapatkan data dan informasi dengan mengadakan pengamatan langsung dengan obyek yang diteliti dengan cara observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi.

1. Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti.
2. Wawancara adalah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung.

Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, sehingga penelitian ini berusaha memberikan gambaran dari data-data yang dikumpulkan untuk ditarik suatu kesimpulan mengenai efek tayangan Reportase Investigasi di Trans Tv episode makanan berbahaya pada masyarakat RT 22 Kelurahan pelita Samarinda. Dalam teknik analisis datanya, peneliti mengacu pada Model Interaktif oleh Miles dan Huberman (Sugiyono, 2008: 247-253)

Pembahasan

Pembahasan pada bab ini peneliti akan mendeskripsikan atau memaparkan hasil penelitian tentang efek tayangan Reportase Investigasi episode makanan berbahaya pada masyarakat di RT. 22 Kelurahan Pelita Samarinda.

Dalam membahas hasil penelitian yang akan diuraikan dalam bab ini, maka peneliti akan mencoba menganalisa dan menggambarkan secara mendalam apa yang menjadi fokus dari penelitian berdasarkan data serta informasi yang diperoleh dari wawancara dan observasi yang sudah dilakukan sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Efek pesan media pada tayangan Repotase Investigasi di Trans Tv episode makanan berbahaya pada masyarakat di RT. 22 Kelurahan Pelita Samarinda. Jumlah informan dalam penelitian ini berjumlah 9 informan yang merupakan masyarakat RT. 22 kelurahan pelita Samarinda. Jumlah pertanyaan yang digunakan pada wawancara penelitian berjumlah 21 pertanyaan. Wawancara tersebut telah dilakukan pada informan yang dipilih sesuai dengan kriteria yang diinginkan oleh peneliti.

Efek Kognitif

Efek Kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek kognitif ini akan dibahas tentang bagaimana

media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya.

Sejalan dengan fokus dari penelitian ini, peneliti telah mewawancarai sembilan informan yang merupakan masyarakat RT. 22 Kelurahan Pelita Samarinda mengenai tayangan Reportase Investigasi yang ditayangkan di Trans Tv. Dari hasil yang didapat dari wawancara dan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti, didapat bahwa media sangat memengaruhi dalam hal memberikan informasi kepada masyarakat melalui tayangan-tayangan yang ditayangkannya, tayangan Reportase Investigasi khususnya tayangan tentang makanan berbahaya berguna bagi dirinya sehingga masyarakat aktif untuk mencari informasi dari tayangan Reportase Investigasi tersebut. Masyarakat juga merasakan kepuasan dalam hal mendapatkan informasi yang berguna bagi diri masyarakat atau penonton itu sendiri.

Hal tersebut diatas jika dikaitkan dengan teori atau pisau analisis yang peneliti gunakan yaitu teori Uses and Gratification, dimana seperti yang dikatakan Swanson (1979) dalam buku Pengantar Komunikasi Massa Nurrudin yaitu bahwa audience aktif dalam memanfaatkan media massa. Dimana dalam hal ini informasi yang didapat masyarakat dalam tayangan Reportase Investigasi di Trans Tv mengenai Informasi tentang pedagang makanan yang berbuat curang dan juga Informasi dan pengetahuan tentang bahan-bahan berbahaya yang tidak seharusnya terdapat dalam makanan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti pada 9 informan yaitu masyarakat RT. 22 Kelurahan Pelita Samarinda, peneliti menyimpulkan bahwa efek kognitif pada masyarakat di RT. 22 ini terhadap tayangan Reportase Investigasi ini mengaku bahwa mereka memang mendapatkan informasi-informasi dan pengetahuan dari tayangan Reportase Investigasi episode makanan berbahaya ini.

Tayangan Reportase Investigasi di Trans Tv dinilai masyarakat di RT. 22 Kelurahan Pelita Samarinda sangat menyajikan informasi-informasi yang bermanfaat dan berguna bagi masyarakat itu sendiri. Sehingga masyarakat RT.22 Kelurahan Pelita Samarinda merasakan “kepuasaan” dengan informasi-informasi yang di dapatnya melalui tayangan Reportase Investigasi tayangan tentang makanan berbahaya. Jika dikaitkan dengan model S-O-R atau Stimulus-Organism-Response dimana stimulus yaitu tayangan Reportase Investigasi tayangan tentang makanan berbahaya ini di cerna oleh komunikan atau masyarakat di RT 22 Kelurahan Pelita Samarinda melalui perhatian, pengertian, dan penerimaan masyarakat, masyarakat dinilai cukup sering menonton tayangan itu, cukup fokus, dan cukup serius dan juga dapat menerima pesan yang disampaikan tayangan Reportase Investigasi ini sehingga mendapatkan respons atau Efek yang berupa efek kognitif, yaitu dimana masyarakat mendapatkan pengetahuan dan informasi-informasi yang bermanfaat bagi dirinya.

Efek Afektif

Efek afektif ini merupakan khalayak diharapkan dapat terus merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya. Sejalan dengan fokus dari penelitian ini, peneliti telah mewawancarai sembilan informan yang merupakan masyarakat RT. 22 Kelurahan Pelita Samarinda mengenai tayangan Reportase Investigasi yang ditayangkan di Trans Tv.

Hasil tersebut didapatkan peneliti pada saat mewawancarai sembilan informan yang merupakan warga masyarakat RT. 22 Kelurahan Pelita Samarinda. Jika dikaitkan dengan model S-O-R atau Stimulus-Organism-Response dimana stimulus yaitu tayangan Reportase Investigasi tayangan tentang makanan di cerna oleh komunitas atau masyarakat di RT 22 Kelurahan Pelita Samarinda melalui perhatian, pengertian, dan penerimaan, masyarakat dinilai cukup sering menonton tayangan itu, cukup fokus, dan cukup serius dan juga dapat menerima pesan yang disampaikan tayangan Reportase Investigasi ini sehingga mendapatkan respons atau efek yang berupa efek afektif yaitu menimbulkan perasaan-perasaan seperti heran, terkejut, marah, dan takut.

Efek Behavioral

Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.

Perubahan perilaku, tindakan, atau kegiatan dari masyarakat di RT. 22 Kelurahan Pelita Samarinda diakui oleh tujuh dari sembilan informan mereka menjadi mengurangi untuk membeli makanan yang dijual para pedagang makanan diluar sana, merubah perilaku masyarakat menjadi lebih hati-hati dalam membeli makanan, membuat masyarakat menjadi lebih selektif dalam membeli makanan, membuat masyarakat lebih detail lagi dalam memperhatikan makanan kemasan seperti melihat kondisi kemasan, memperhatikan lebel halal, komposisi, lebel BPOM dan tanggal kadaluarsa dari makanan-makanan kemasan yang dijual diluar sana, serta membuat masyarakat bisa memilih atau membedakan makanan yang berbahaya dengan makanan yang tidak berbahaya. Sementara dua dari sembilan informan merasa tidak merasakan perubahan dalam bentuk behavioral dalam dirinya setelah menonton tayangan Reportase Investigasi di Trans Tv karena menurut salah satu dari dua orang informan tersebut merasa perilakunya memang sudah lebih hati-hati dan lebih selektif dalam membeli makanan, bahkan sebelum tayangan Reportase Investigasi itu ditayangkan. Sementara informan lainnya cenderung tidak ada pengaruh dalam bentuk efek behavioral pada dirinya sebelum menonton tayangan maupun setelah menonton tayangan Reportase Investigasi tayangan tentang makanan berbahaya. Jika dikaitkan dengan teori atau pisau analisis yang peneliti gunakan yaitu teori Uses and Gratification dan model S-O-R. Dimana pada teori Uses and Gratification penonton aktif dalam memanfaatkan media massa, aktif dalam memilih dan menentukan tujuan dari dirinya sendiri, tujuan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan untuk memenuhi tujuan mereka didalam usaha menikmati media massa.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti terhadap sembilan informan pada masyarakat Rt. 22 Kelurahan Pelita Samarinda, peneliti mendeskripsikan bahwa tujuh dari sembilan informan tidak hanya terkena efek kognitif dan efek afektif namun juga terkena efek behavioral. Namun, dua lainnya tidak terkena efek behavioral, melainkan hanya sampai pada efek kognitif dan efek afektif saja.

Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Efek kognitif

Efek Kognitif pada masyarakat RT. 22 Kelurahan Pelita Samarinda masyarakat merasa bahwa tayangan Reportase Investigasi tersebut mampu menambah informasi masyarakat terutama informasi-informasi dan pengetahuan-pengetahuan tentang makanan berbahaya khususnya informasi tentang adanya oknum-oknum pedagang yang curang dan juga informasi dan pengetahuan tentang bahan-bahan berbahaya yang tidak seharusnya berada pada bahan makanan.

2. Efek afektif

Efek Afektif pada masyarakat di RT. 22 kelurahan Pelita Samarinda masyarakat tersebut merasakan berbagai perasaan pada saat menonton tayangan Reportase Investigasi tayangan tentang makanan berbahaya perasaan yang dirasakan oleh masyarakat bermacam-macam, mulai dari heran, terkejut, marah, takut, dan lain sebagainya kepada ulah oknum pedagang makanan yang curang.

3. Efek behavioral

Efek Behavioral pada masyarakat di RT. 22 Kelurahan Pelita Samarinda masyarakat merasakan perubahan perilaku, tindakan, dan kegiatan pada dirinya seperti menjadi lebih hati-hati dalam membeli makanan, selektif dalam memilih makanan yang layak untuk dikonsumsi, memperhatikan kepasan pada produk berkemasan, bisa membedakan makan yang layak dikonsumsi dan mana yang tidak, dan mengurangi untuk membeli makanan yang dijual bebas diluar sana dan memilih untuk memakan masakan sendiri.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan yang berupa efek pesan media massa yang berupa efek kognitif, afektif dan behavioral, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pandangan terhadap penelitian selanjutnya, demi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang komunikasi massa yang lebih baik kedepannya.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. Komala, Lukiati. dan Karlinah Siti.2009. Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Bungin, Burhan. 2006. Sosiologi Komunikasi: teori. Paradikma, dan diskursus teknologi komunikasi di masyarakat. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2012. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Effendy, Uchjana, Onong. 2013. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Kriyantono, Rachmat. 2008. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada
- Kuswandi, Wawan. 1996. Komunikasi Massa sebuah analisis media televisi.Jakarta: Rineka Cipta
- Mulyana, Deddy. 2000. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mar'at. 1984. Sikap Manusia Perubahan Serta Pengukurannya. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nurudin. 2007. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Rosmawaty. 2010. Mengenal Ilmu Komunikasi. Bandung: Widya Padjajaran
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta
- Sarwono, Wirawan, Sarwono. 2000. Pengantar Umum Psikologi. Jakarta: PT. Bulan Bintang.
- Sarwono,Wirawan, Sarlito. 2002. Psikologi Sosial. Jakarta Balai Pustaka
- Severin, J. Warner dan Tankard, W James.2007.Teori Komunikasi Sejarah, Metode, & terapan di dalam media massa.Jakarta: Kencana