

ABSTRAK

Persepsi Guru Wanita Madrasah Ibtidaiyah Al Barokah Pekanbaru Terhadap Iklan Kosmetik Wardah di Televisi

HENI ADHA
129110112

Penelitian ini berjudul “Persepsi Guru Wanita Madrasah Ibtidaiyah Al Barokah Pekanbaru Terhadap Iklan Kosmetik Wardah di Televisi”. Televisi merupakan suatu wahana dimana para pengiklan selalu ingin menggunakan media siar ini untuk melakukan penjualan sebuah produk dengan tujuan untuk membuat siapa saja yang melihat iklan produknya tertarik untuk menggunakan produknya. Selain itu televisi juga merupakan salah satu media massa yang paling banyak peminatnya, karena melalui televisi para pemirsa dapat melihat dan mendengar secara langsung informasi-informasi yang ditayangkan sehingga memberikan kemudahan untuk menyerap informasi yang disajikan. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Informan penelitian ini berjumlah 8 orang, dimana 8 orang informan ini merupakan guru wanita yang bekerja di madrasah yang berbasis Islam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana persepsi guru wanita yang bekerja di madrasah Ibtidaiyah Al Barokah itu terhadap tayangan iklan kosmetik Wardah di televisi. Hasil dari penelitian ini jika dihubungkan dengan teori Persepsi selektif dimana persepsi selektif merupakan istilah yang diaplikasikan pada kecenderungan persepsi manusia yang dipengaruhi oleh keinginan-keinginan, kebutuhan-kebutuhan, sikap-sikap, dan faktor psikologi lainnya. Persepsi selektif mempunyai peran yang sangat penting di dalam komunikasi seseorang. Dimana kesimpulannya bahwa orang yang berbeda dapat menanggapi pesan yang sama dengan cara yang berbeda. Dimana guru-guru wanita di madrasah Ibtidaiyah Al Barokah ini mempunyai persepsi yang sama terhadap iklan Wardah namun mempunyai cara yang berbeda dalam penyampaiannya.

Kata Kunci : Persepsi, Televisi, Iklan Wardah.

ABSTRACT

Perception of Female Teachers Madrasah Ibtidaiyah Albarokah Pekanbaru Against Wardah Cosmetic Ads Television

**HENI ADHA
129110112**

The research titled “Perception of Female Teachers Madrasah Ibtidaiyah Albarokah Pekanbaru Against Wardah Cosmetic Ads On Television”. Television is a vehicle where the advertisers always want to use broadcast media to sell a products whut the intention of making anyone who saw the ad products are interested in using the product. Besides television is also a measure of the mass media that most devoteas, because by television viwers can see and hear directly the information aired thus providing convenience to absorb information at present. In this research using qualitative methods. Data collection techniques using interview and documentation. The informants were 8 people, where 8 people informant was a female teachers working at the school against wardah cosmetic ad impressions on television. Results from this study if connect with the theory of selective perception wich is the term applied to the tendency of human perception is influenced by the desires, needs, attitudes, and factors other psikologi. Selective perception has a very important role in different people may respond to the same message in different ways, where female teachers at at the madrasah this Albarokah have the perception that there toward advertising wardah but has a different way of submit.

Key Words : Perception, Television, Ad Wardah