

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “PERSEPSI IBU RUMAH TANGGA KOTA BANDUNG MENGENAI TAYANGAN ACARA PERNIKAHAN ARTIS DI TELEVISI”. Proses persepsi menurut Desiderato terdiri dari sensasi, atensi, ekspektasi, motivasi dan memori.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi dari Ibu rumah tangga di kota Bandung yang menonton acara pernikahan artis di televisi. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teori persepsi dari Desiderato, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara.

Hasil dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan persepsi para Ibu rumah tangga terbentuk karena adanya sensasi mengenai informasi dari tayangan pernikahan artis baik dari iklan di televisi ataupun media sosial dan sensasi tersebut memunculkan sebuah atensi atau perhatian terutama jika artis yang menikah adalah idola dari para Ibu-ibu tersebut, kemudian juga dalam proses persepsi memunculkan ekspektasi atas harapan bahagianya kedua pasangan artis tersebut dan memunculkan motivasi untuk memiliki acara pernikahan dengan tema atau adat istiadat seperti artis tersebut dan yang terakhir memunculkan memori atas hal yang paling berkesan dalam tayangan pernikahan artis tersebut seperti moment-moment sakral dari pernikahan.

Saran yang peneliti ingin sampaikan setelah melakukan penelitian ini adalah untuk para Ibu rumah tangga bisa lebih bijak dan membatasi juga setiap tayangan yang ada termasuk acara pernikahan yang sebenarnya hal tersebut termasuk kedalam sebuah privasi dan bukan konsumsi publik namun jika mengambil beberapa sisi baiknya seperti pengetahuan baru atas adat pernikahan atau tema pernikahan masih wajar-wajar saja tapi jangan sampai menjadikannya sesuatu yang wajib diikuti padahal keadaan belum mampu untuk bisa seperti itu.

Kata Kunci : Ibu rumah tangga, Acara Pernikahan Artis, Televisi, Persepsi

ABSTRACT

This research is entitled “PERCEPTION OF BANDUNG HOUSEWIVES ABOUT ARTIST WEDDING ON TELEVISION”. The perception process according to Desiderato consist of sensation, attention, expectation, motivation and memory.

The purpose of this study was to find out how the perception of housewives in the city of Bandung who watched artist weddings on televisions. The method in this study uses a qualitative descriptive method with the perception theory by Desiderato, the data collection technique used is by interview.

The results of this study can be concluded that the perception of housewives is formed because of the sensation if information from the artist’s wedding show either from advertisements on television or social media and this sensation raises an attention or concern, especially if the married artist is the idol of the housewives. Then also in the process of perception raise expectations for the happy hope of the two artist couples and raise the motivation to have a wedding with a theme or custom like the artist and finally brings up memories of the most memorable things in the artist’s wedding show such as moments the sacred of marriage.

The suggestion that the research want to convey after doing this research is for housewives to be wiser and also limit any existing shows including weddings which actually belong to a privacy and not a public consumption, but if you take some of the good sides, such as new knowledge on wedding customs or wedding themes are still good, but don’t make it something that must be followed even though the situation has no been able to do that.

Keywords : Housewives, Artist Wedding Show, Television, Perception

RINGKESAN

Panalitian ieu judulna “PERSEPSI IBU RUMAH TANGGA KOTA BANDUNG PIKEUN ACARA KAWINAN ARTIS DINA TELEVISI”. Proses persepsi nurutkeun Desiderato diwangun ku sensasi, parhatian, ekpsektasi, motivasi, jeung memori.

Tujuan tina ieu panalitian nyaeta pikeun mikanyaho kumaha persepsi Ibu rumah tangga di Kota Bandung anu nonton pikeun acara kawinan artis anu aya dina televisi. Metode dina ieu panalitian ngagunakeun metode deskriptif kualitatif kalawan teori persepsi anu Desiderato, teknik ngumpulkeun data anu digunakeun nya eta wawancara.

Hasil tina ieu panalitian yen persepsi Ibu rumah tangga kabentuk lantaran sensasi informasi tina acara kawinan artis boh tina iklan dina televisi atawa media sosial jeung sensasi ieu nimbulkeun parhatian utamana lamun artis anu nikahna teh artis anu di pikareseup ku Ibu-ibu eta. Saterusna oge dina proses persepsi nimbulkeun harepan kabahagiaaan dua pasangan artis sarta ngabangkitkeun motivasi pikeun ngayakeun kawinan kalawan tema atawa adat daerah sarta ahirna munculkeun kenangan anu paling diinget janten memori sapertos moment anu sakral dinu nikahan.

Saran anu ditepikeun ku panaliti nyaeta Ibu rumah tangga kudu leuwih wijaksana sarta oge ngawatesanan sagala acara anu geus aya kaasup acara kawinan anu sabenerna milik privasi sarta lain konsumsi publik, tapi lamun nyokot sababara sisi baik tinu acara tersebut sapertos adat kawinan atawa tema kawinan masih bisa lumrah tapi tong janten hal anu kudu dituturkeun komo mun memang teu mampu ngalakukeun eta.

Kata konci : Ibu rumah tangga, acara kawinan artis, televisi, persepsi