

**PERSEPSI SISWA MA HIDAYATUS SHOLIHIN TURUS KEDIRI
TERHADAP IKLAN GUDANG GARAM SURYA
“Bersama Nggak Harus Sama”**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Oleh:

HANAFI CHOIRU RAHMAN
9.335.018.11

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN USHULUDDIN DAN ILMU SOSIAL
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) KEDIRI
2017**

Halaman Persetujuan

**PERSEPSI SISWA MA HIDAYATUS SHOLIHIN TURUS KEDIRI
TERHADAP IKLAN GUDANG GARAM SURYA
*“Bersama Nggak Harus Sama”***

HANAFI CHOIRU RAHMAN

NIM. 9.335.018.11

Disetujui Oleh

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. P R I L A N I, M.Si

NIP. 19780421 200501 1 002

TAUFIK ALAMIN, M.Si

NIP. 19720725 200604 1 003

NOTA DINAS

Kediri, 13 Oktober 2016

Nomor :
Lampiran : 4(empat) Berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth, Bapak ketua Sekolah Tinggi
Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri
Di
Jalan Sunan Ampel 07 – Ngronggo
Kediri

Assalamualaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Ketua untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa di bawah ini :

Nama : HANAFI CHOIRU RAHMAN
NIM : 9.335.018.11
Judul : PERSEPSI SISWA MA HIDAYATUS SHOLIHIN TURUS
KEDIRI TERHADAP IKLAN GUDANG GARAM SURYA
“Bersama Nggak Harus Sama”

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan akhir Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya dengan harapan dapat segera diujikan dalam sidang munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. PRILANI, M.Si
NIP. 19780421 200501 1 002

TAUFIK ALAMIN, M.Si
NIP. 19720725 200604 1 003

Halaman Pengesahan

PERSEPSI SISWA MA HIDAYATUS SHOLIHIN TURUS KEDIRI
TERHADAP IKLAN GUDANG GARAM SURYA
“Bersama Nggak Harus Sama”

HANAFI CHOIRU RAHMAN
NIM. 9.335.018.11

Telah diujikan di depan sidang munaqosah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri
(STAIN) Kediri pada Tanggal 19 Juni 2017

Tim Penguji,

1. Penguji Utama
Dr. Ropingi, S.Ag. M.Pd (.....)
NIP. 19720626 199903 1 002
2. Penguji I
Dr. P R I L A N I, M.Si (.....)
NIP. 19780421 200501 1 002
3. Penguji II
TAUFIK ALAMIN, M.Si (.....)
NIP. 19720725 200604 1 003

Kediri, 22 juni 2017
Ketua STAIN Kediri

Dr.Nur Chamid, MM.
NIP. 19631226 0199103 1 001

MOTTO

"NGAJIO BEN NGERTI CARANE NGAJENI"

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Bapak Tamhadi dan Ibunda Siti Nafi'atin, yang mengajarkan berbagai pelajaran dalam menghadapi kerasnya hidup yang ada di lapangan yang begitu luas tanpa batas.
2. Kakakku Tamsih Qusyoeriyah, Adikku Dina Choirunnisaa', yang memberi semangat serta menemani penulis.
3. Pak Prilani, Pak Taufik Alamin, Pak Ropingi, Ibu Prima Ayu Rizqi Mahanani, Ibu Amanah, Ibu Diah Handayani, sebagai dosen yang memberikan tuntunan bagi penulis, tak lupa kepada dosen ushuluddin yang juga memberikan semangat kepada penulis.
4. Sahabatku senior komunikasi maupun junior komunikasi yang tidak mungkin aku sebutkan satu per satu dan akan penulis simpan dalam bingkai memori pribadi, tanpa mengurangi rasa hormatku kepada kalian semua yang memberikan semangat dan dukungan.
5. Teman-temanku angkatan 2011, alumni PPMH Sidayu Gresik, alumni PPMH Kediri, temen-temen SMK, MTs, MI, tanpa mengurangi rasa hormatku kepada kalian semua yang memberikan do'a, semangat dan dukungan.
6. Keluarga Besar Komunikasi Islam STAIN kediri.

Semua pihak yang telah membantu.

ABSTRAK

HANAFI CHOIRU RAHMAN, dosen pembimbing Dr. PRILANI, M.Si dan TAUFIK ALAMIN, M.Si.: PERSEPSI SISWA MA HIDAYATUS SHOLIHIN TURUS KEDIRI TERHADAP IKLAN GUDANG GARAM SURYA “*Bersama Nggak Harus Sama*”, Komunikasi Islam, Ushuluddin, STAIN Kediri, 2016.

Iklan banyak dipilih dan digunakan oleh sebuah perusahaan untuk memperkenalkan produk yang di gunakan di masyarakat, diantaranya yaitu PT. Gudang Garam Tbk. untuk mengiringi produknya. Hal ini menunjukkan bahwa iklan menjadi alternatif untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap produk yang diiklankan. Penelitian ini mengkaji persepsi siswa setelah melihat iklan Gudang Garam Surya “*Bersama Nggak Harus Sama*”, pada iklan rokok Gudang Garam Surya. Salah satu yang peneliti ingin ketahui adalah bagaimana persepsi Siswa Hidayatus Sholihin Turus Kediri Terhadap Iklan Gudang Garam Surya “*Bersama Nggak Harus Sama*”. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti ditemukan bahwa sebagian besar siswa yang mengetahui iklan tersebut menilai baik dan sangat baik atas persepsi siswa pada iklan Gudang Garam Surya “*Bersama Nggak Harus Sama*”. Berdasarkan hasil wawancara iklan Gudang Garam Surya “*Bersama Nggak Harus Sama*”, ternyata diketahui tidak terdapat persamaan persepsi diantara informan penelitian atas iklan Gudang Garam Surya. Hal ini menunjukkan bahwa iklan Gudang Garam Surya “*Bersama Nggak Harus Sama*” dapat memberikan wacana sosial bagi siswa MA Hidayatus Sholihin dan memahami maksud dari iklan Gudang Garam Surya “*Bersama Nggak Harus Sama*” selain mengetahui maksud untuk memasarkan barang. Berdasarkan hasil pengujian iklan, ternyata diketahui terdapat persamaan persepsi diantara informan penelitian atas iklan Gudang Garam Surya “*Bersama Nggak Harus Sama*”.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT, sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan nabi Muhammad SAW, kepada para sahabat, keluarga dan ummatnya hingga akhir zaman. Alhamdulillah karena ridho dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Persepsi siswa MA hidayat sholihin turus kediri terhadap iklan gudang garam surya “bersama nggak harus sama”.

Penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan terutama kepada yang terhormat :

1. Dr. Nur Chamid, MM selaku ketua STAIN kediri.
2. Dr. Robingatun, M.Pd.I selaku ketua jurusan ushuluddin dan ilmu sosial STAIN kediri.
3. Siti Amanah, M.Si selaku ketua program studi komunikasi islam STAIN kediri.
4. Dr. Prilani, M.Si selaku pembimbing I yang memberikan banyak masukan dan motifasi kepada penulis.
5. Taufik Alamin, M.Si selaku pembimbing II yang memberikan banyak masukan dan motifasi kepada penulis.
6. Dr. Ropingi, M.Pd selaku penguji utama dan kepala laboratorium komunikasi yang memberikan banyak masukan dan motifasi kepada penulis.
7. Bapak dan ibu dosen Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam STAIN Kediri.
8. Kedua orang tua penulis yang mendoakan dengan tulus dan sabar.
9. Kawan-kawanku seperjuangan yang menemani selama hidup di bangku kuliah.
10. Keluarga besar komunikasi islam STAIN Kediri yang menjadi motivasi bagi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

11. Sahabat-sahabatku yang memberikan semangat dan berbagai hiburan yang mereka ciptakan, semoga bisa menjadi sahabat yang barokah selamanya.
12. Pihak yayasan pondok pesantren Hidaytus Sholihin turus guruh yang memberikan berbagai pengetahuan yang ada di dalam lingkungannya.
13. PT. Gudang Garam Tbk. yang memberikan motivasi dari karya produksi iklan sebagai bahan penelitian penulis.

Semoga kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapatkan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Dengan ini penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis harapadanya kritik dan saran sebagai masukan untuk kesempurnaan karya ini, sehingga nantinya semoga tulisan ini mempunyai arti dan memberi nilai tambah dan semoga tulisan ini bisa bermanfaat bagi siapa yang membaca serta yang memerukan data atau referensi untuk tulisan lain, Amin.

Kediri, 9 September 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II : LANDASAN TEORI	8
A. Telaah Pustaka	8
B. Persepsi	10
1. Pengertian Persepsi	10
2. Macam-Macam Persepsi	11
3. Syarat Terjadinya Persepsi	12
4. Gangguan Persepsi (Dispersepsi)	12
5. Proses Terjadinya Persepsi	13
6. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi	16
7. Ciri-ciri Persepsi	16
C. Siswa	17
1. Pengertian siswa	17
2. Karakteristik peserta siswa didik	19
D. Iklan	20
1. Pengertian Iklan	20
2. Fungsi Iklan	25

E. Kebersamaan	26
BAB III : METODE PENELITIAN	36
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	36
B. Lokasi Penelitian	37
C. Data dan Sumber Data	37
D. Pengumpulan Data	38
E. Analisis Data	41
F. Pengecekan keabsahan data	44
G. Tahap-Tahap Penelitian	45
BAB IV : PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	48
A. Profil PT. Gudang Garam Tbk.....	48
1. Sejarah singkat PT. Gudang Garam Tbk.....	48
2. Falsafah Perusahaan	50
3. Sumber Daya Manusia (SDM)	52
4. Produksi	53
5. Produk Gudang Garam Tbk.	54
6. Jenis iklan Gudang Garam Tbk.	55
7. Agensi dan Produser iklan Gudang Garam Tbk.	55
B. Profil MA Hidayatus Sholihin	58
1. Sejarah Berdirinya MA Hidayatus Sholihin	58
2. Visi dan Misi MA Hidayatus Sholihin	59
3. Daya saing kependidikan, kondisi sosial, ekonomi dan budaya MA Hidayatus Sholihin	59
C. Paparan data	61
1. Data Informan	61
2. Hasil Interview	64
3. Identitas Informan	64
4. Intensitas melihat iklan Gudang Garam Surya “Bersama Nggak Harus Sama”	65

5. Tanggapan informan terhadap iklan Gudang Garam Surya “Bersama Nggak Harus Sama”	67
6. Pemahaman informan ketika melihat iklan Gudang Garam Surya “Bersama Nggak Harus Sama”	70
D. Temuan Penelitian	72
BAB V : PEMBAHASAN	73
A. Persepsi Siswa Yayasan Hidayatus Sholihin terhadap iklan PT. Gudang Garam Surya “Bersama Nggak Harus Sama” ...	73
1. Sensasi siswa MA yayasan Hidayatus Sholihin Terhadap Iklan Gudang Garam Surya “Bersama Nggak Harus Sama”.....	73
2. Atensi siswa MA yayasan Hidayatus Sholihin Terhadap Iklan Gudang Garam Surya “Bersama Nggak Harus Sama”	75
3. Interpretasi siswa MA yayasan Hidayatus Sholihin Terhadap Iklan Gudang Garam Surya “Bersama Nggak Harus Sama”	77
B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Siswa Yayasan Hidayatus Sholihin terhadap iklan PT. Gudang Garam Surya “Bersama Nggak Harus Sama”	80
1. Latar Belakang Budaya	80
2. Pengalaman	81
3. Sikap dan Kepercayaan Umum	82
BAB VI : PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	90
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Persepsi	14
Gambar 3.1 Teknik Analisis Miles Dan Huberman	43

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Informan	40
Tabel 4.1 Identitas Informan	64