Perpustakaan >> Abstrak

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Representasi Kasih Sayang Ibu Terhadap Anak dalam Iklan YouTube Sampo Lifebuoy Versi Akar Kuat di Bulan Suci

Chintya Aidelia Rahma Setia

Deskripsi Lengkap: http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77690&lokasi=lokal

---

Abstrak

Setiap manusia di dunia dilahirkan dengan kebutuhan dan kesanggupan dalam merasakan kasih sayang. Kasih sayang sebagai bentuk perasaan dapat diberikan oleh seseorang lalu diterima dengan individu lain. Dalam keluarga, Ibu memiliki peran sebagai sumber utama sebuah ketentraman, ketenangan dan kasih sayang. menunjukkan kasih sayang, bentuk dan cara yang diterapkan oleh Ibu berbeda-beda.
Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, pendekatan kualitatif dan metode analisis isi kualitatif dengan teori representasi dari Stuart Hall untuk menjawab penelitian Representasi Kasih Sayang Ibu Ibu terhadap anak dalam iklan sampo Lifebuoy versi akar kuat di bulan suci di YouTube. Pada penelitian ini peneliti meng-kategorisasikan kasih sayang ke dalam tiga model kasih sayang Floyd dan Morman.
Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kasih sayang Ibu kepada anak dalam iklan sampo Lifebuoy versi akar kuat di bulan suci ditunjukkan melalui perhatian Ibu kepada anak, keberadaan Ibu yang selalu di samping anak, perasaan khawatir, memberi dukungan semangat, kehangatan dan kekuatan bagi anak, dan Ibu menjadi teman untuk anaknya. Selain itu dalam iklan ini terdapat nilai moral yang diterapkan Ibu kepada anaknya diantaranya hubungan manusia dengan Tuhan, hubungan manusia dengan dirinya dan hubungan manusia dengan manusia lain. Adapun faktor-faktor yang membangun representasi kasih sayang Ibu terhadap anak yaitu faktor lingkungan, hubungan emosional dan peran Ibu dalam keluarga.