

**ABSTRAK**

**Nama** : Fariz Firdaus  
**NPM** : 10080011237  
**Judul** : HUBUNGAN TERPAAN ACARA TUPPERWARE SHE CAN DI TRANS 7 DENGAN PERSEPSI IBU RUMAH TANGGA  
**Pembimbing** : Wulan Trigartanti, S.Sos., M.I.Kom.  
**Jumlah Halaman** : 136 Halaman  
**Rujukan** : 18 Rujukan Buku (dari tahun 1992-2014), dan 4 Rujukan Online

Skripsi ini berjudul “**Hubungan Terpaan Acara Tupperware She Can di Trans 7 dengan Persepsi Ibu Rumah Tangga.**” Sesuai dengan judul tersebut, maka permasalahan yang akan diangkat adalah bagaimana hubungan antara frekuensi, durasi, dan intensitas menonton acara tersebut dengan persepsi ibu rumah tangga di lingkungan RW 04 Cipaera Kota Bandung.

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan antara terpaan acara Tupperware She Can di Trans 7 dengan persepsi ibu rumah tangga. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara frekuensi, durasi dan intensitas menonton acara Tupperware She Can di Trans 7 dengan persepsi ibu rumah tangga di lingkungan RW 04 Cipaera Kota Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasional, yaitu metode untuk meneleiti dan mengetahui hubungan di antara dua variabel (Variabel X dan Variabel Y). Di dalam perhitungannya nanti akan didapat koefisien korelasi, koefisien korelasi ini digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan yang kuat, arah hubungan, dan berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Metode korelasional dalam penelitian ini digunakan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara frekuensi, durasi, dan intensitas menonton acara dengan persepsi ibu rumah tangga. Dalam penelitian ini, responden yang dipilih peneliti adalah ibu rumah tangga sebanyak 75 orang dengan menggunakan teknik *sampling sederhana*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara frekuensi menonton, durasi menonton, dan intensitas menonton dengan persepsi ibu rumah tangga. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa menonton suatu acara di televisi dengan jangka waktu yang lumayan panjang dapat membuat persepsi berubah. Dalam penelitian ini lebih dikhususkan kepada persepsi ibu rumah tangga terhadap wanita inspiratif, yang membuat mereka ingin seperti itu. Maka dari itu, frekuensi menonton, durasi menonton, dan intensitas menonton acara Tupperware She Can berdasarkan hasil penelitian dapat merubah persepsi ibu rumah tangga mengenai profesi sebagai ibu rumah tangga yang inspiratif.

**Kata kunci** : Komunikasi Massa, Terpaan Acara, Persepsi

## ABSTRACT

**Name** : Fariz Firdaus  
**NPM** : 10080011237  
**Title** : **RELATIONSHIP EXPOSURE TUPPERWARE SHE CAN EVENT IN TRANS 7 WITH THE PERCEPTION OF HOUSEWIFE**  
**Supervisor** : Wulan Trigartanti, S.Sos., M.I.Kom  
**Number of Pages** : 136 Pages  
**Reference** : 18 Reference Book ( from the year 1992 to 2014 ), and 4 Leads Online

This thesis entitled "The Exposure Relations of Tupperware She Can Show on Trans 7 with The Perception of Housewives". According to the title, the case that is raised is how the relations between frequency, duration, and intensity of watching the show with the perception of housewives RW 04 Cipaera Kota Bandung

The problem identification in this research whether there is a relationship between exposure to the event Tupperware She Can in Trans 7 with the perception of housewives. The aim of this thesis is to find out the relationship between the frequency, duration and intensity of watching Tupperware She Can in Trans 7 with the perception of housewives in the neighborhood of RW 04 Cipaera Bandung.

The method that is used in this research is correlational, that is the method to research and to find out the relationship between two variables (variables X and Y variables). In the calculation will be obtained correlation coefficient, it is used to determine whether there is a strong relationship, the direction of the relationship, and matters whether or not its relationship. Correlation method that is used in this research is aimed to test whether there is a relationship between the frequency, duration, and intensity of watching the show with the perception of housewives. In this study, researchers selected respondents are housewives as many as 75 people using a simple sampling technique.

The Results of this research revealed that there is a relationship between the frequency of watch, duration of watching, and intensity of the watch with the perception of housewives. Thus, it can be said that watching the show on television with a fairly long period of time can make a perception change. In research is devoted to the perception of housewives to inspiring women, which make them want it that way. Therefore, the frequency of watching, the duration of watching, and intensity of watching Tupperware She Can is based on the results of the research can change the perception of the profession housewife as inspiring.

**Keywords:** Mass Communication, Exposure Events, Perception