

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Identifikasi Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Kegunaan Penelitian .....	7
1.5.1 Praktis .....	7
1.5.2 Teoritis .....	7
1.6 Ruang Lingkup dan Pengertian Istilah .....	8
1.6.1 Ruang Lingkup.....	8
1.6.2 Pengertian Istilah .....	9
1.7 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis .....	11
1.7.1 Kerangka Pemikiran.....	11
1.7.2 Hipotesis .....	14
<b>BAB II TINJAUAN TEORITIS .....</b>	<b>16</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
2.2 Tinjauan Teori .....	21
2.2.1 Tinjauan Umum Komunikasi.....	21
2.2.2 Tinjauan Komunikasi Massa.....	23
2.2.2.1 Ciri-Ciri Komunikasi Massa .....	26
2.2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa.....	29
2.2.2.3 Efek Komunikasi Massa .....	31
2.2.3 Tinjauan Media Massa.....	32
2.2.3.1 Pengertian Media Massa .....	32
2.2.4 Tinjauan Televisi Sebagai Media Televisi .....	34
2.2.5 Tinjauan Persepsi.....	37

2.2.6 Tinjauan Teori Kultivasi.....	40
<b>BAB III OBJEK &amp; METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1 Objek Penelitian.....	43
3.1.1 Sejarah Singkat Trans 7.....	43
3.1.1.1 Manajemen Trans 7 .....	44
3.1.1.2 Visi, Misi, dan Logo Trans 7 .....	45
3.1.1.3 Gambaran Umum Program Acara Trans 7 .....	47
3.1.2 Tupperware.....	48
3.1.2.1 Sejarah Tupperware .....	48
3.1.2.2 Tupperware di Indonesia .....	50
3.1.2.3 Tupperware di Bandung .....	51
3.1.2.4 Tujuan Pendirian Perusahaan .....	52
3.1.2.5 Struktur Organisasi PT Fajar Puncak Pratama .....	53
3.1.3 Sekilas Acara Tupperware She Can .....	56
3.1.4 Wanita She Can .....	58
3.2 Metodologi Penelitian.....	59
3.2.1 Metode Penelitian .....	59
3.2.2 Populasi dan Sampel .....	60
3.2.2.1 Populasi .....	60
3.2.2.2 Sampel.....	61
3.2.3 Operasional Variabel .....	62
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.2.5 Teknik Analisis Data.....	64
3.2.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	66
3.2.6.1 Validitas .....	66
3.2.6.2 Reliabilitas .....	68
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>70</b>
4.1 Analisis Deskriptif Data Responden.....	71
4.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian .....	76
4.3 Analisis Inferensial Data Penelitian.....	105
4.3.1 Hubungan Antara Frekuensi Menonton Acara Tupperware She Can di Trans 7 dengan Persepsi Ibu Rumah Tangga di RW 04 Cipaera .....	106
4.3.2 Hubungan Antara Durasi Menonton Acara Tupperware She Can di Trans 7 dengan Persepsi Ibu Rumah Tangga di RW 04 Cipaera .....	107
4.3.3 Hubungan Antara Intensitas Menonton Acara Tupperware She Can di Trans 7 dengan Persepsi Ibu Rumah Tangga di RW 04 Cipaera .....	108

<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>110</b>
5.1	Kesimpulan .....	110
5.2	Saran .....	111
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>113</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>115</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian .....	17
Tabel 3.1	Daftar Nama Direktur Trans 7 Tahun 2001-2011 .....	44
Tabel 3.2	Koefisien Korelasi .....	66
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas .....	69
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	72
Tabel 4.2	Pendidikan Terakhir Responden .....	73
Tabel 4.3	Jumlah Anak Responden .....	74
Tabel 4.4	Usia Pernikahan Responden .....	75
Tabel 4.5	Frekuensi Menonton Acara Tupperware She Can di Trans 7 .....	77
Tabel 4.6	Frekuensi Menonton Menjadi Kebiasaan .....	78
Tabel 4.7	Menonton Acara Tupperware She Can di Youtube .....	79
Tabel 4.8	Mengetahui Acara Dari Televisi .....	80
Tabel 4.9	Meluangkan Waktu Menonton Saat Weekend .....	82
Tabel 4.10	Durasi Menonton Acara Cukup Untuk Ibu Rumah Tangga .....	83
Tabel 4.11	Mempunyai Jadwal Khusus Menonton Acara .....	84
Tabel 4.12	Durasi Menonton Tidak Mengganggu Aktifitas .....	85
Tabel 4.13	Intensitas Menonton Bisa Merubah Karakter .....	87
Tabel 4.14	Intensitas Menonton Berpengaruh Menjadi Wanita Inspiratif .....	88
Tabel 4.15	Perubahan Persepsi Menjadi Lebih Baik Karena Menonton Acara ...	90
Tabel 4.16	Tema Setiap Minggu Menarik .....	91
Tabel 4.17	Tema Yang Disuguhkan Diseleksi Untuk Ditonton .....	92
Tabel 4.18	Informasi yang Disuguhkan Dapat Mengubah Persepsi .....	94
Tabel 4.19	Pembawa Acara Dapat Menarik (Informatif) Perhatian .....	95
Tabel 4.20	Kejelasan Informasi Oleh Pembawa Acara .....	97
Tabel 4.21	Bintang Tamu Seorang Wanita Hebat dan Inspiratif .....	98
Tabel 4.22	Aksi Tepat Membina Keluarga Setelah Menonton Acara .....	99
Tabel 4.23	Acara Ini Membuat Perilaku Ibu Rumah Tangga Lebih Positif .....	101
Tabel 4.24	Kegiatan Lebih Efektif dengan Menonton Acara Ini .....	102
Tabel 4.25	Acara Tupperware Yang Inspiratif Untuk Ibu Rumah Tangga .....	104
Tabel 4.26	Hubungan Antara Frekuensi Menonton dengan Persepsi Ibu Rumah Tangga .....	107
Tabel 4.27	Hubungan Antara Durasi Menonton dengan Persepsi Ibu Rumah Tangga .....	108
Tabel 4.28	Hubungan Antara Intensitas Menonton dengan Persepsi Ibu Rumah Tangga .....	109

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	13
Gambar 1.2 Korelasi Satu Arah.....	14
Gambar 3.1 Logo Trans 7 .....	46
Gambar 3.2 Struktur Organisasi.....	53



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Naskah Wawancara .....	116
Lampiran 2 Angket Penelitian .....	118
Lampiran 3 Surat Ijin Pra Riset / Riset .....	123
Lampiran 4 Coding Book .....	125
Lampiran 5 Coding Sheet .....	128
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas SPSS .....	131
Lampiran 7 Perhitungan SPSS .....	132
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup .....	134

