

Hubungan Terpaan Acara Tupperware She Can di Trans 7 Dengan Persepsi Ibu Rumah Tangga

¹Fariz Firdaus, ²Wulan Trigartanti

^{1,2}*Bidang Kajian Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi,
Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*

e-mail: ¹farizfairuz18@yahoo.co.id, ²Gartanti@yahoo.com

Abstract: 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: Exposure Events, Perception, Housewife

Abstrak. 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 mneleiti 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 : Terpaan Acara, Persepsi, Ibu Rumah Tangga

A. Pendahuluan

Televisi merupakan salah satu media yang sangat digemari oleh masyarakat luas karena salah satu fungsinya adalah untuk menghibur. Televisi, menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988) memiliki fungsi: (1) *To Inform* (menginformasikan), (2) *To Entertain* (memberikan hiburan), (3) *To Persuade* (membujuk), dan (4) *Transmission of the culture* (transmisi budaya).

Fungsi ini sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang menginginkan suguhan program televisi yang mampu menyuguhkan informasi sekaligus memberikan hiburan dan mampu menginspirasi masyarakat. Salah satu program yang pasti di setiap stasiun tv adalah program *Talk Show* yang disuguhkan dengan berbagai konsep yang di kemas menarik dan sangat kreatif.

Tupperware She Can adalah program yang ditayangkan di stasiun televisi Trans 7 setiap hari Sabtu jam 09.00 WIB dengan pembawa acara Shahnaz Haque. Pemilihan waktu yang sangat tepat untuk menayangkan acara ini dikarenakan pada hari sabtu atau weekend adalah waktu yang sangat pas untuk ibu-ibu rumah tangga menonton acara ini. Pemilihan pembawa acara pun sangat tepat, karena kita ketahui Shahnaz Haque merupakan sosok wanita Indonesia yang sangat smart dan juga kehidupan keluarganya baik sehingga bisa menjadi sumber inspirasi untuk wanita indonesia lainnya.

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan inspirasi, menambah referensi serta sumbangan pemahaman mengenai program wanita yang inspiratif dan juga persepsi ibu rumah tangga bagi perkembangan ilmu komunikasi yang berkaitan dengan bidang pertelevisian.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut “bagaimana Hubungan Terpaan Acara Tupperware She Can di Trans 7 dengan Persepsi Ibu Rumah Tangga” selanjutnya, pertanyaan muncul dalam rumusan permasalahan ini diuraikan sebagai berikut :

1. Bagaimana hubungan antara frekuensi menonton acara Tupperware She Can di Trans 7 dengan persepsi ibu rumah tangga di RW 04 Cipaera?
2. Bagaimana hubungan antara durasi menonton acara Tupperware She Can di Trans 7 dengan persepsi ibu rumah tangga di RW 04 Cipaera ?
3. Bagaimana hubungan antara intensitas menonton acara Tupperware She Can di Trans 7 dengan persepsi ibu rumah tangga di RW 04 Cipaera ?

B. Landasan Teori

Penelitian ini dilandasi oleh Teori Kultivasi dari George Gerbner. Teori kultivasi atau disebut juga dengan analisis kultivasi, adalah teori yang memperkirakan dan menjelaskan pembentukan persepsi, pengertian dan kepercayaan mengenai dunia sebagai hasil dari mengonsumsi pesan media dalam jangka panjang. Pemikiran Gerbner menyatakan bahwa media massa, khususnya TV, menyebabkan munculnya kepercayaan tertentu mengenai realitas yang dimiliki bersama oleh konsumen media massa.

Teori ini sangat mendukung karena didalamnya mencakup persepsi yang berubah atau membentuk persepsi yang baru karena adanya tontonan di media dalam jangka waktu yang lumayan panjang, contohnya adalah program She Can Tupperware di Trans 7. Masyarakat apalagi ibu rumah tangga seringkali mempercayai dan persepsinya berubah dikarenakan mengonsumsi pesan media dalam intensitas yang sangat tinggi.

Menurut Philip Kotler (Manajemen Pemasaran, 1993: 219): Persepsi adalah proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur, dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti. Persepsi dapat diartikan sebagai suatu proses kategorisasi dan interpretasi yang bersifat selektif. Adapun faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah karakteristik orang yang dipersepsi dan faktor situasional.

Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target. Menonton tayangan televisi dapat berlangsung dalam frekuensi yang berbeda-beda, dapat seminggu sekali, dua minggu sekali atau satu bulan sekali, tergantung dari individu yang bersangkutan. (Ardianto Elvinaro, 2007)

Durasi merupakan lamanya selang waktu yang dibutuhkan individu untuk melakukan perilaku yang menjadi target. Durasi menonton tayangan televisi berarti membutuhkan waktu, lamanya selang waktu yang dibutuhkan untuk menonton sebuah tayangan televisi. Intensitas dalam kehidupan sehari-hari dapat dipahami sebagai ukuran atau tingkat. Dalam kamus bahasa Inggris, intensitas diistilahkan dengan intensity, diartikan dengan kehebatan (hebat, kuat) (Echols & Shadily, 2009).

Intensitas juga dipahami sebagai suatu kekuatan yang mendukung suatu pendapat atau suatu sikap (Chaplin, 2006). Azwar mengartikan intensitas sebagai kekuatan atau kedalaman sikap terhadap sesuatu. Sementara Dahrendorf (dalam Apollo & Ancok, 1993) mengartikan intensitas sebagai sebuah istilah yang terkait dengan “pengeluaran energi” atau banyaknya kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dalam waktu tertentu. Intensitas dapat diukur berdasarkan sejauhmana kedalaman informasi yang dapat dipahami oleh responden (Feriyani & Fitri, 2011).

Metode yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode Penelitian Kuantitatif, adalah data yang dapat diukur sehingga dapat menggunakan statistik dalam pengujiannya. Data dalam penelitian kuantitatif berbentuk angka. Penelitian kuantitatif ini mengikuti suatu proses induktif, dimana proses pengambilan kesimpulan dilihat dari khusus ke umum, lalu begitupun sebaliknya.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2012:80) Populasi dalam penelitian ini adalah ibu-ibu rumah tangga yang ada di lingkungan RW 04 Cipaera Kelurahan Malabar Kecamatan Lengkong Bandung yang berjumlah 300 ibu rumah tangga. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012: 81). Populasi dalam penelitian ini berjumlah 75 orang ibu rumah tangga.

Dalam melakukan penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *kerangka sampling* (sampling frame). Kerangka sampling adalah daftar lengkap semua unsur populasi. Jadi, bila populasi ibu rumah tangga RW 04 Cipaera, maka kita harus memiliki daftar penduduk di RW 04 Cipaera yang lengkap, maka kita harus menomori setiap ibu rumah tangga dari 1 sampai N. Berdasarkan kerangka sampling, ditarik sejumlah orang, yang nanti menjadi sampel.

C. Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Hubungan antara frekuensi menonton acara Tupperware She Can di Trans 7 dengan persepsi ibu rumah tangga di RW 04 Cipaera?

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan software SPSS didapat nilai koefisien korelasi sebesar 0,373 yang bernilai positif artinya apabila frekuensi menonton acara Tupperware She Can meningkat maka persepsi ibu rumah tangga juga meningkat. Nilai $\text{sig} < \alpha$ artinya ada hubungan yang berarti (signifikan) antara frekuensi menonton acara Tupperware She Can dengan persepsi ibu rumah tangga. Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target. Menonton tayangan televisi dapat berlangsung dalam frekuensi yang berbeda-beda, dapat seminggu sekali, dua minggu sekali atau satu bulan sekali, tergantung dari individu yang bersangkutan. Frekuensi menonton akan sangat berpengaruh terhadap apa yang dipikirkan oleh ibu rumah tangga. Karena jika dinalikkan kepada teori kultivasi maka terpaan media dalam jangka waktu yang lumayan lama itu akan berpengaruh kepada persepsi orang yang menontonnya.

2. Hubungan antara durasi menonton acara Tupperware She Can di Trans 7 dengan persepsi ibu rumah tangga di RW 04 Cipaera ?

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan software SPSS didapat nilai koefisien korelasi sebesar 0,410 yang bernilai positif artinya apabila durasi menonton acara Tupperware She Can meningkat maka persepsi ibu rumah tangga juga meningkat. Nilai $\text{sig} < \alpha$ artinya ada hubungan yang berarti (signifikan) antara durasi menonton acara Tupperware She Can dengan persepsi ibu rumah tangga.

Durasi merupakan lamanya selang waktu yang dibutuhkan individu untuk melakukan perilaku yang menjadi target. Durasi menonton tayangan televisi berarti membutuhkan waktu, lamanya selang waktu yang dibutuhkan untuk menonton sebuah tayangan televisi. Intensitas dalam kehidupan sehari-hari dapat dipahami sebagai ukuran atau tingkat. Dalam kamus bahasa Inggris, intensitas diistilahkan dengan *intensity*, diartikan dengan kehebatan (hebat, kuat)

3. Hubungan antara intensitas menonton acara Tupperware She Can di Trans 7 dengan persepsi ibu rumah tangga di RW 04 Cipaera ?

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan software SPSS didapat nilai koefisien korelasi sebesar 0,411 yang bernilai positif artinya apabila intensitas menonton acara Tupperware She Can meningkat maka persepsi ibu rumah tangga juga meningkat. Nilai $\text{sig} < \alpha$ artinya ada hubungan yang berarti (signifikan) antara intensitas menonton acara Tupperware She Can dengan persepsi ibu rumah tangga.

Intensitas juga dipahami sebagai suatu kekuatan yang mendukung suatu pendapat atau suatu sikap (Chaplin, 2006). Azwar mengartikan intensitas sebagai kekuatan atau kedalaman sikap terhadap sesuatu. Sementara Dahrendorf (dalam Apollo & Ancok, 1993) mengartikan intensitas sebagai sebuah istilah yang terkait dengan "pengeluaran energi" atau banyaknya kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dalam waktu tertentu. Intensitas dapat diukur berdasarkan sejauhmana kedalaman informasi yang dapat dipahami oleh responden.

D. Kesimpulan

1. Terdapat hubungan antara frekuensi menonton acara Tupperware She Can di Trans 7 dengan persepsi ibu rumah tangga di RW 04 Cipaera. Meskipun berdasarkan hasil statistik hubungannya dapat dinilai rendah, akan tetapi tetap ada hubungan antara kedua variabel. Disini menunjukkan bahwa frekuensi menonton

memang dapat mempengaruhi persepsi ibu rumah tangga, karena frekuensi merupakan suatu pengulangan yang dapat diingat oleh otak manusia, sehingga persepsi mengenai ibu rumah tangga bisa berubah.

2. Terdapat hubungan antara durasi menonton acara Tupperware She Can di Trans 7 dengan persepsi ibu rumah tangga di RW 04 Cipaera. Berdasarkan hasil perhitungan statistik, hubungan yang dihasilkan cukup atau sedang, yang berarti kedua variabel saling berhubungan satu sama lain. Durasi berhubungan dengan waktu, sehingga sangat penting untuk kalangan ibu rumah tangga. Akan tetapi waktu ibu rumah tangga dengan menonton ini tidak mengganggu dan bahkan bagus untuk persepsi mereka menilai seorang ibu rumah tangga menjadi lebih baik.
3. Terdapat hubungan antara intensitas menonton acara Tupperware She Can di Trans 7 dengan persepsi ibu rumah tangga. Berdasarkan hasil perhitungan statistik yang telah dilakukan, hubungan yang terjadi diantara dua variabel adalah cukup atau sedang. Dari intensitas ini muncul suatu aksi dari persepsi hasil menonton acara ini. Kegiatan ibu rumah tangga di lingkungan RW 04 Cipaera ini menjadi lebih aktif dan efektif sesuai dengan tujuan acara Tupperware She Can yaitu 3 E (*Enlightmen, Educate, Empower*).

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ardianto, Lukiat Komala dan Siti Karlinah. 2014. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Kotler, Phillip. 1993. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Mulyana, Dedy. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Rakhmat, Jalaludin. 2006. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada