

## Motivasi dan pemenuhan kebutuhan khalyak terhadap isi rubrik Majalah Wanita Femina (Suatu studi komunikasi dengan pendekatan Uses and Gratifications pada pelanggan Femina di Jakarta Pusat)

Sri Saraswati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284060&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Manusia pada dasarnya selalu memiliki kebutuhan. Untuk itu manusia dalam hidupnya perlu berinteraksi dengan masyarakat dan lingkungannya. Kebutuhan dan keinginan tersebut dapat dipenuhi dan dicapai dengan berbagai cara, antara lain melalui media massa. Media yang dipakai dalam skripsi ini, adalah majalah wanita Femina. Majalah ini merupakan pelopor majalah wanita yang isinya cukup baik dan berbobot, sehingga Femina sejak mula-mula terbit mampu merebut hati banyak pembacanya. Berbeda dengan majalah-majalah wanita lain yang muncul sesudahnya. isi majalah Femina lebih lengkap dan bervariasi, dengan menampilkan rubrik-rubrik yang praktis dan berguna untuk keperluan wanita, baik itu urusan rumah tangga ataupun keperluan wanita yang aktif bekerja. Sehubungan dengan hal di atas, maka tujuan skripsi ini melihat bagaimana motivasi khalyak untuk membaca isi rubrik Femina, serta untuk mengetahui bagaimana adalah untuk kepuasan yang diperoleh pembaca dari isi rubrik-rubrik tersebut. Selain itu juga untuk mengetahui apakah rubrik-rubrik dalam Femina dapat memenuhi kebutuhan mereka. User and Gratifications adalah pendekatan yang dipakai dalam skripsi ini. Pendekatan ini mempersoalkan khalyak aktif dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya dan memperoleh kepuasan. Dalam pendekatan ini yang menjadi fokus perhatian adalah khalyak, yaitu apa yang dilakukan khalyak terhadap media untuk kepentingannya. Kaitannya dengan skripsi adalah bagaimana motivasi khalyak untuk membaca Femina, bagaimana kepuasan yang diperoleh, dan apakah isi rubrik Femina ini memenuhi kebutuhan mereka. Penelitian ini bersifat Deskriptif Analitis, karena hanya akan menggambarkan bagaimana hasil-hasil yang didapat dari data. Sampel diambil adalah dengan cara purposive sampling, yaitu pelanggan Femina di wilayah Jakarta Pusat, sebanyak 80 orang dengan teknik penarikan sampel random sederhana. Data diperoleh dari daftar pertanyaan, wawancara dan studi kepustakaan. Dari data-data yang diperoleh, ternyata bahwa motivasi pembaca mengkonsumsi majalah Femina lebih banyak karena informasi dan pengetahuan tentang dunia daripada hanya sebagai media hiburan. Melihat isi pembaca tidak menyenangi dan tidak mementingkan iklan, dan sebaliknya rubrik konsultasi adalah rubrik favorit, karena rubrik ini dianggap penting dan untuk mendapatkan wanita. Femina, rubrik memenuhi kebutuhan. Pembaca cenderung merasa puas pada rubrik-rubrik yang dirasa bermanfaat langsung, yaitu semua rubrik, kecuali pada rubrik iklan dan sayembara. Dalam hal pemenuhan kebutuhan, rubrik yang paling memenuhi kebutuhan pembaca adalah konsultasi kesehatan. Rubrik yang kadang-kadang memenuhi kebutuhan adalah mode dan yang tidak memenuhi kebutuhan adalah sayembara.