

Pola konsumsi dan gratifikasi khalayak terhadap majalah wanita: Analisis di kalangan pembaca majalah wanita KARTINI dan FEMINA di Jakarta Selatan

Melly Trirahmi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=75311&lokasi=lokal>

Abstrak

Majalah wanita, dengan karakteristiknya sebagai salah satu bentuk media massa cetak, diyakini banyak pihak sebagai media alternatif untuk mendapatkan informasi. Perilaku individu dalam menggunakan isi majalah wanita tertentu didasarkan pada kebutuhan psikologis dan sosial, pengharapan dan keyakinan/ nilai-nilai yang dipercayainya akan terpuaskan dengan mengonsumsi majalah wanita. KARTINI dan FEMINA, dua majalah wanita lokal di Indonesia, yang saling bersaing paling banyak dirujuk masyarakat pembaca di Indonesia. Dua majalah ini memiliki karakteristik yang hampir sama dan segmen pembaca yang kurang lebih serupa.

Tujuan penulisan tesis ini adalah untuk mengetahui pola konsumsi dan gratifikasi khalayak terhadap majalah wanita: Analisis di kalangan pembaca majalah wanita KARTINI dan FEMINA di Jakarta Selatan. Secara khusus ingin melihat karakteristik pembaca KARTINI dan FEMINA, pola penggunaan, rubrikasi yang diminati, gratifikasi yang dicari (GS) dan yang diperoleh pembaca (GO).

Metode penelitian yang digunakan kuantitatif dengan menggunakan survai dengan populasi perempuan dewasa, pernah membaca kedua majalah dalam dua bulan terakhir, tinggal di Jakarta Selatan, minimal SLTA dan masuk kelas menengah atas. Penarikan sampel random sampling. Jumlah sampel 144 orang.

Kerangka teori yang digunakan mengacu pada pendekatan Expectancy-Value terhadap gratifikasi media (Palmgreen dan Rayburn, 1985): dalam mengonsumsi media, seseorang berpegang pada keyakinan (belief) bahwa kebutuhannya akan terpenuhi dan dilanjutkan dengan penitaaian (evaluasi), positif atau negatif. Data dianalisis dengan teknik faktor analisis dan diskriminan. Didukung dengan T-Test untuk membandingkan rata-rata harapan dari penilaian responden atas 5 variabel ekspektasi dan gratifikasi (Palmgreen dari Rayburn) dari kedua majalah: variabel surveillance, pengetahuan, manfaat pribadi, pengalihan dari kesenangan.

Karakteristik responden KARTINI dan FEMINA: 31-40 tahun, menikah, pendidikan perguruan tinggi, umumnya bekerja dengan rata-rata pengeluaran 1 - 2,5 juta rupiah per bulan. Rubrik yang diminati pada KARTINI adalah "Aktual?", "Feature?" dan "Konsultasi"_. Sementara FEMINA: "Aktual", "Feature" dan "Kewanitaan?". Faktor-faktor gratifikasi yang diharapkan pembaca KARTINI adalah faktor tentang informasi kewanitaan, hiburan, pengayaan pengetahuan dan wawasan terhadap problem yang ada di masyarakat. Sementara faktor yang diharapkan pembaca FEMINA adalah faktor informasi kewanitaan, info mengenai problem di masyarakat, pemahaman aktual dan mengisi waktu senggang.

Pembaca kedua majalah memiliki tingkat kepuasan (GS dan GO) yang lama dalam ke-3 variabel dan 5

variabel yang diukur: surveillance, pengetahuan dan manfaat pribadi. Sementara 2 variabel lainnya, yaitu pengalihan dan kesenangan, dipandang pembaca kurang penting. Implikasi akademik, studi Pamgreen mengenai "Nilai-Harapan? atau ?Expectancy -Value Theory" terhadap gratifikasi media terbukti dan dapat diterapkan. Sebagai rekomendasi praktis, untuk meningkatkan kepuasan pembaca, dalam mengelola manajemen isi redaksional, kedua majalah perlu memprioritaskan perhatian pada kebutuhan informasi berdasarkan karakteristik pembaca yang didapat dalam penelitian. Diharapkan, persentase pembaca dapat ditingkatkan, meski harus dipadu dengan strategi komunikasi pemasaran yang tepat sasaran. Karena terdapat persamaan akan gratifikasi yang diharapkan, yaitu kebutuhan akan informasi kewanitaan dan hal-hal aktual di masyarakat, pengelola kedua majalah harus memperkaya sumber daya agar isi informasi dapat diperkaya dan ditingkatkan kualitasnya.

Dilihat dari tingkat kepuasan pembaca, KARTINI dan FEMINA secara umum tidak perlu melakukan perubahan-perubahan signifikan pada ke-5 variabel yang ada. Ke-3 variabel (Pengetahuan, Pengawasan Ungkungan, Manfaat Pribadi) yang dianggap penting oleh pembaca telah dikelola dengan baik oleh KARTINI dan FEMINA. Namun 2 variabel yang kurang dikelola kedua majalah (Pengalihan dan Kesenangan), ternyata juga dianggap kurang penting oleh pembaca.