

Model-model Penelitian Komunikasi Kuantitatif

Tri Nugroho Adi, M.Si.
Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Jenderal Soedirman

- Survai
- *Content Analysis*
- *Uses and Gratification*
- *Agenda Setting*
- Eksperimen.

Survai

- Ciri : menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data
- Mencari tahu korelasi antara satu atau beberapa variabel dengan variabel lainnya

Content Analysis

- Fungsi utama: mendeskripsikan secara rinci isi pesan komunikasi yang manifes, secara objektif, sistematis dan terukur
- Dalam keadaan tertentu, CA juga digunakan untuk mengetahui perubahan isi suatu media dikaitkan dengan fenomena di luar isi media

Uses and Gratification

- Fungsi Utama : menggambarkan pola-pola penggunaan media dan atau tingkat kepuasan yang diperoleh ketika orang mengkonsumsi media
- Dalam aplikasi selanjutnya UG juga bisa digunakan untuk mengetahui tingkat superioritas beberapa media di dalam memenuhi kebutuhan publiknya

Agenda Setting

- Fungsi utama : untuk menggambarkan bagaimana isu2 yg.dibawakan media – biasanya politik—kemudian menjadi isu yang dianggap penting pula oleh publik.
- Dalam perkembangannya AS juga mengkaji keterkaitan antara agenda kebijakan—agenda media– dan agenda publik

Eksperimen

- Diadopsi dari studi Psikologi, dalam penelitian komunikasi eksperimen dipakai untuk menguji adanya efek tertentu yang diakibatkan oleh isi media tertentu.