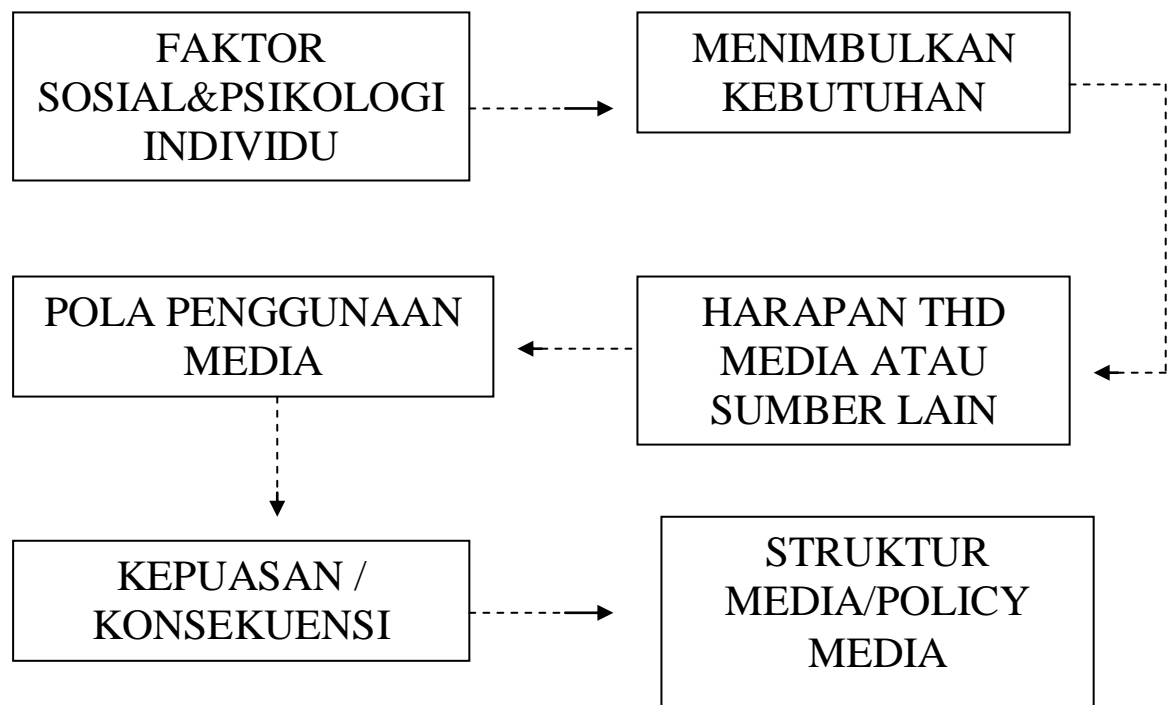


## PENELITIAN *USES & GRATIFICATIONS*

Ide Dasar: ( Elihu Katz, Jay Blumer, Michael Gurevitch, 1974)

- ❖ Khalayak/ individu aktif sebagai “selector” dalam berkomunikasi dengan media ( *bandingkan dengan asumsi studi2 efek klasik yang memandang khalayak sebagai penerima pasif*)
- ❖ Uses dan Gratification mengasumsikan khalayaklah yang aktif memanfaatkan isi media. Ini berarti *tidak ada hubungan langsung antara MESSAGE dengan EFFECT* , tetapi dalam proses komunikasi bermedia : pemanfaatan pesan sebagai variabel antara barulah menimbulkan *efek*
- ❖ Bila disederhanakan :  

*Person ---- chosen message ----- usage --- effect*
- ❖ Khalayak punya kebutuhan dan mereka berusaha memenuhi kebutuhan tersebut lewat penggunaan media
- ❖ Media saling bersaing di dalam memenuhi / memuaskan / gratifikasi kebutuhan khalayak tadi
- ❖ *Dalam bagan kira-kira begini:*



**TEORI & KONSEP DASAR:**

- ❖ Philip Palmgreen ( 1982) telah mengkodifikasikan berbagai teori Uses & Gratification , mereka juga mendefinisikan konsep:
- ❖ *Gratification Sought ( GS )* : sebagai keyakinan seseorang terhadap apa yang media dapat berikan dan penilaian seseorang tersebut terhadap isi suatu media
- ❖ *Gratification Obtained ( GO)*: kepuasan yang didapat oleh seseorang setelah menggunakan/ mengkonsumsi media

❖ Konsep di atas mendasari Teori Uses & Gratification Palmgreen dkk yang dikenal sebagai : “*the general expectancy – value phenomenon*”

Misal :

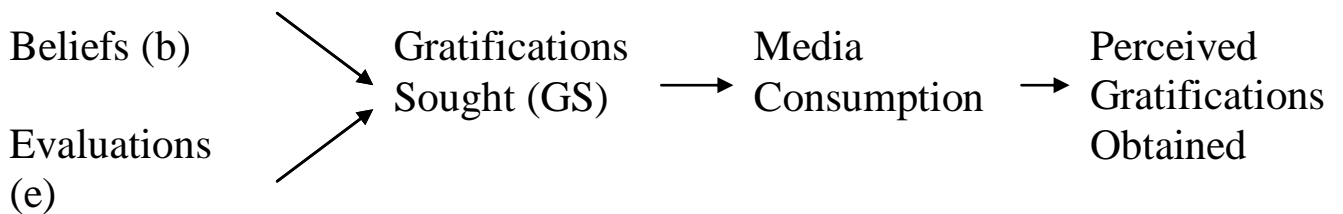
- Si A meyakini bahwa suatu program X menyediakan kebutuhan akan *informasi politik* dan si A menilai bahwa *informasi politik* baik / perlu. Si A kemudian mencari kepuasan akan *informasi politik* itu lewat konsumsi/ menonton program X
- Si B, sebaliknya, mempunyai keyakinan bahwa program X menyajikan tontonan yang “ tidak berguna” dan menilai bahwa isi program X --- yakni *informasi politik* tsb --- tidak baik / layak ditonton

Perhatikan keyword :

Meyakini / keyakinan ----- “beliefs”

Menilai ----- “evaluations”

*Expectancy – Value model of gratifications sought and gratification obtained* dapat dimodelkan sebagai berikut:



$$\text{Rumus GS} = \sum b_1 e_1$$

### Langkah-langkah Penelitian:

Tentukan dahulu fokus permasalahannya (lihat pertanyaan awal di depan):

Misal :

- Meneliti pola penggunaan media
- Meneliti sampai seberapa jauh suatu media (program tertentu) telah dapat memuaskan khalayak
- Meneliti pola hubungan suatu karakteristik individu tertentu dengan preferensi media (misal GAYA HIDUP dengan pola PEMILIHAN MAJALAH; USIA DAN JENIS KELAMIN dengan pemilihan PROGRAM MEDIA TERTENTU; dll)
- Meneliti tingkat superioritas suatu media dibanding dengan media lain yang sejenis dalam suatu program

Memilih MODEL / kerangka penelitian :

