A vibrant field of yellow tulips in full bloom, set against a clear, bright blue sky. The flowers are the central focus, with their petals showing a rich yellow hue and some darker streaks. The background is a soft-focus field of more tulips, creating a sense of depth. The overall mood is bright and cheerful.

USES AND GRATIFICATION

**HERBERT BLUMMER DAN ELIHU
KATZ**

YUDIANA INDRIASTUTI

ASUMSI

- Khalayak dianggap aktif; sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
- Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak.
- Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas.

- Banyak tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak; artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.
- Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan, sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

Motif kebutuhan dalam menggunakan media

- adalah information (kebutuhan akan informasi dari lingkungan sekitar),
- personal identity (kebutuhan untuk menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan seseorang)
- integration and social interaction (dorongan untuk menggunakan media dalam rangka melanggengkan hubungan dengan individu lain)
- entertainment (kebutuhan untuk melepaskan diri dari ketegangan dan menghibur diri).

Proses internal dalam mencari gratifikasi (Kim & Rubin)

- **proses seleksi (selectivity)**. Gratifikasi yang diinginkannya akan disesuaikan dengan media yang akan digunakannya
- **proses memperhatikan (attention)**. Pada proses ini, individu khalayak akan mengalokasikan usaha kognitifnya untuk mengkonsumsi media.
- **proses keterlibatan (involvement)**. Pada proses ini seorang khalayak akan terlibat lebih dalam secara personal dengan media tersebut, bahkan juga memiliki “hubungan spesial” dengan karakter media tersebut

Alasan menggunakan media

- **Utility** media memiliki kegunaan dan pengguna pun menggunakan media untuk mendapatkan kegunaan tersebut.
- **Intentionality** konsumsi dari suatu media dapat terjadi karena dorongan yang ada dari tiap orang.
- **Selectivity** penggunaan media dapat merefleksikan minat dan preferensi yang sedang dirasakan oleh seorang pengguna.
- **Imperviousness to influence** seringkali pengguna media bersikap keras kepala, tidak mau diatur oleh siapapun dan apapun. Sehingga secara otomatis, menghindari tipe media tertentu.

Kelebihan

- Memfokuskan perhatian pada individu dalam melihat proses komunikasi massa.
- Respek pada kemampuan intelektual dari pengguna media.
- Menyediakan analisis yang mencerahkan bagaimana pengguna berinteraksi dengan isi media.
- Membedakan antara pengguna yang aktif dengan yang pasif.
- Mempelajari media sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari.
- Menyediakan wawasan yang berguna untuk dalam proses adopsi terhadap media baru.

Kekurangan

- Bergantung pada analisis fungsional, yang dapat menciptakan bias terhadap status quo.
- Tidak dapat dengan mudah memberi petunjuk ada tidaknya efek.
- Banyak konsep-konsep kuncinya dikritik, karena tidak dapat diukur
- Terlalu berorientasi pada level mikro.



Teori Konsistensi

Leon Festinger dan Austin Babrow

- 
- Kebutuhan manusia untuk konsisten terhadap keyakinan dan penilaian yang dimiliki. Dalam rangka untuk mengurangi disonansi yang dibentuk oleh inkonsistensi dalam kepercayaan, penilaian, dan tindakan, orang akan mengekspos dirinya dengan beragam informasi yang konsisten dengan ide dan tindakan mereka serta menutup bentuk-bentuk komunikasi lain.

Teori Kekayaan Media (*Media Richness Theory*)

Media memiliki kemampuan untuk mentransmisi informasi yang dibutuhkan. Kemampuan untuk mentransmisi informasi ini, bergantung pada informasi yang dibutuhkan pada saat ketidakpastian atau ketidakjelasan.

Kriteria kekayaan media

- *The degree of personal focus*
- *The speed of feedback*
- *The capacity to carry multiple cues*
- *The ability to use natural language*

Teori Kesenjangan Pengetahuan *(Knowledge Gap Theory)*

**Philip J Tichenor, George A. Donohue, dan
Clarice. N Olien.**

Asumsi

Penyebaran informasi pada media massa zaman sekarang ini akan membuat masyarakat pada segmen tingkat status sosial ekonomi yang tinggi cenderung memperoleh informasi yang lebih cepat ketimbang masyarakat pada segmen sosial ekonomi yang lebih rendah.

Kesenjangan

- Memiliki keterampilan komunikasi, pendidikan, kemampuan membaca, kemampuan mengingat informasi yang lebih baik.
- Dapat menyimpan informasi secara lebih mudah atau mengingat topik berdasarkan latar belakang pengetahuan.
- Memiliki konteks sosial yang lebih relevan.
- Lebih baik dalam melakukan terpaan selektif, penerimaan, dan retensi.
- Lebih mudah menjangkau media massa.

Teori Media Kritis (*Critical Media Theories*)

Teori ini menitikberatkan pada peran sosial media massa dan bagaimana media dapat digunakan untuk mendefinisikan hubungan kekuasaan diantara beragam subkultur dan menjaga status quo. Para ahli meneliti bagaimana media berhubungan dengan berbagai masalah seperti ideologi, ras, kelas sosial, dan gender.



Classical Marxism (Marxisme klasik), melihat media sebagai alat dari kelas dominan dan sebagai alat yang digunakan kaum kapitalis untuk meningkatkan kepentingan mereka dalam mencari untung. Mereka menyebarkan ideologi dari kelas penguasa dalam masyarakat dan menekan kelompok lain



Political-economic media theory, Dalam aliran pemikiran ini, isi media merupakan komoditas yang dijual sesuai dengan selera pasar. *Political-economic media theory* adalah pendekatan kritik sosial yang berfokus pada hubungan antara struktur ekonomi dan dinamika industri media dan konten ideologis media

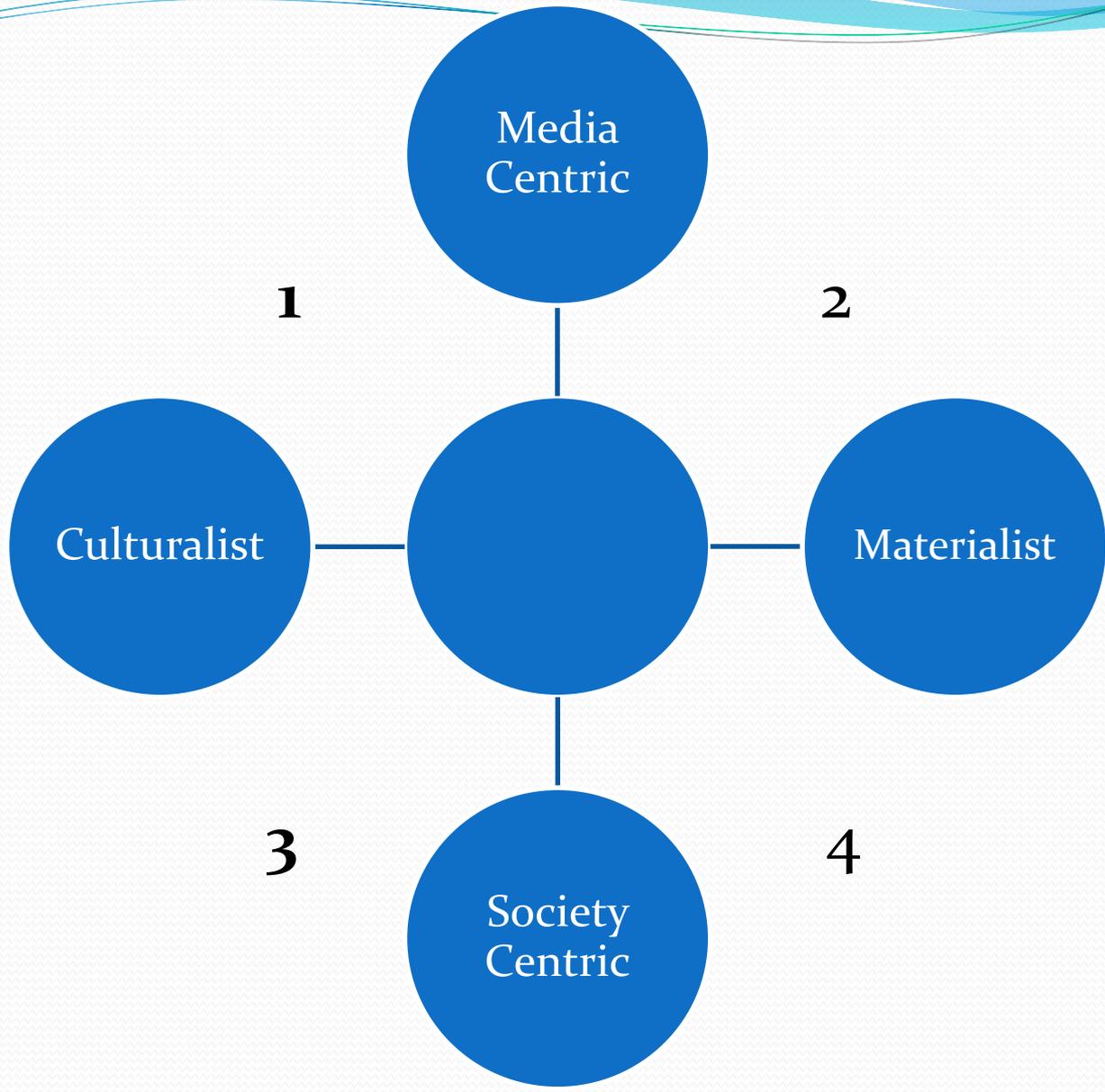
Cultural studies (Sociocultural Approach), merupakan studi tentang media yang membahas isu-isu mengenai budaya pop, konsumerisme, seksualitas, maskulinitas, identitas, dll. Saat ini *cultural studies* banyak terfokus pada bagaimana dunia saat ini dikonstruksikan secara sosial dalam tema tertentu yaitu mengenai 'perbedaan' dan identitas.

Teori Dua Tahap (*Two Step Flow Theory*)

Paul F. Lazarsfeld



Studi ini juga mengindikasikan bahwa berbagai ide atau gagasan seringkali mengalir dari radio dan surat kabar kepada pemuka pendapat dan dari mereka kemudian disampaikan kepada masyarakat.



Media
Centric

1

2

Culturalist

Materialist

3

4

Society
Centric

Tipe Perspektif

1. A Media Culturalist

memberikan perhatian utama terhadap konten dan penerimaan subjek pesan media yang dipengaruhi oleh lingkungan pribadi langsung

2. A Media Materialist

Menekankan pada aspek struktur dan teknologi media

3. A Social Culturalist

Menekankan pengaruh faktor sosial pada produksi media dan penerimaan, serta fungsi media dalam kehidupan sosial

4. A Social Materialist

melihat media dan kontennya sebagai refleksi politik ekonomi dan material dari kondisi sosial