



Teori Uses and Gratifications: Mengapa Kita Menggunakan Media

Presentasi ini akan membahas teori Uses and Gratifications. Kita akan memahami mengapa individu memilih media tertentu. Kita juga akan menjelajahi kebutuhan dan kepuasan yang mereka cari.



by Toni Wijaya

Asal Usul dan Perkembangan Teori

Awal Mula

Teori ini muncul sebagai reaksi terhadap pendekatan efek media. Fokusnya beralih ke pengguna aktif.

Perkembangan

Penelitian awal berfokus pada radio dan surat kabar. Kemudian, berkembang ke televisi dan media baru.

Tokoh Kunci

Beberapa tokoh penting termasuk Katz, Blumler, dan McQuail. Mereka memberikan kontribusi besar pada teori ini.



Proses Interaksi Pengguna

1

Kebutuhan

Pengguna merasakan kebutuhan tertentu.

2

Motivasi

Muncul motivasi untuk mencari pemenuhan.

3

Pemilihan Media

Memilih media yang dianggap paling sesuai.

4

Gratifikasi

Meraih kepuasan dari penggunaan media.



Kritik terhadap Teori

Terlalu Individualistik

Mengabaikan pengaruh sosial dan budaya.

Asumsi Rasionalitas

Mengasumsikan pengguna selalu rasional.

Kesulitan Pengukuran

Sulit mengukur kebutuhan dan gratifikasi secara akurat.

Contoh Penerapan Studi Kasus

1

Penggunaan Instagram

Studi tentang motivasi pengguna Instagram.

2

Menonton Berita Online

Analisis alasan orang memilih berita online.

3

Penggunaan TikTok

Penelitian tentang kepuasan pengguna TikTok.





Kesimpulan: Relevansi di Era Digital

Teori Uses and Gratifications tetap relevan. Pengguna media memiliki peran aktif.

Memahami motivasi pengguna sangat penting. Ini membantu dalam pengembangan strategi media.

Teori ini memberikan wawasan berharga. Terutama di era digital yang terus berkembang.