

BAB II

LANDASAN KONSEPTUAL

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu didalam penelitian ini menjadi salah satu dari acuan peneliti didalam melaksanakan kegiatan penelitian. Dengan melihat penelitian- penelitian terdahulu, penulis menemukan ide untuk mengkaji sesuatu yang belum dikaji oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Selain itu, peneliti juga dibantu untuk mengimajinasikan segala hal yang mungkin terjadi di lokasi penelitian. Di bawah ini penulis merangkum dua penelitian yang sudah pernah dilakukan yang judul nyamempunyai kemiripan dengan judul penelitian yang akan dilakukan.

Penelitian yang dikerjakan oleh peneliti pertama Yulita Marianti Si'i berjudul Persepsi Mahasiswa tentang Penggunaan *Smartphone* dalam kehidupan sehari-hari (Studi Kasus pada VI angkatan 2018, prodi ilmu komunikasi UNWIRAFakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Kota kupang 2021) Yulita Marianti Si'i meneliti tentang Persepsi Mahasiswa Tentang Penggunaan *Smartphone* dalam kehidupan Sehari-hari Metode yang dipakai dalam penelitian Yulita Marianti Si'I menggunakan Metode studi kasus dalam penelitian ini menggunakan Teori dari *Determinisme Teknologi* penelitian yang dikerjakan oleh Yulita marianti Si'I mendapatkan kesimpulan. Mahasiswa semester 6 (enam) dalam kehidupan sehari- hari memakai *smartphone* untuk melaksanakan komunikasi dengan teman sekelasnya serta orang tuanya. Hasil penelitian didapatkan mahasiswa

semester 6 (enam) yang ada pada program studi Ilmu Komunikasi senang memakai *smartphone*.

Sedangkan peneliti kedua Maya Sucianti meneliti tentang pengaruh pemakaian *smartphone* terhadap perilaku komunikasi mahasiswa ilmu komunikasi universitas islam Negeri Sumatra utara (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Stambul 2018/2019) Peneliti Maya Sucianti berfokus pada pengaruh pemakaian *smartphone* terhadap perilaku komunikasi mahasiswa ilmu komunikasi universitas islam Negeri Sumatra utara penelitian Maya Sucianti memakai jenis penelitian kuantitatif. dalam penelitian Maya Sucianti memakai *uses and effects theory* dan media baru. Hasil dalam penelitian ini ialah para pengguna *smartphone* mempunyai keyakinan yang baik tentang manfaat dari *smartphone* dalam memperoleh suatu informasi dan didalam membuka pengetahuan mengenai ilmu pengetahuan yang baru. Akan tetapi terdapat beberapa dampak negatif dari pemakaian *smartphone* ini seperti mahasiswa tidak bisa konsentrasi pada lawan bicaranya dikarenakan terlalu fokus dengan *smartphonanya*.

Dari dua penelitian terdahulu jika dibandingkan dengan penelitian yang dikerjakan penulis. penulis mengambil judul manfaat *handphone android* dalam urusan akademik personal mahasiswa. Dalam penelitian ini, penulis berfokus pada Manfaat *handphone android* dalam urusan akademik personal mahasiswa. Sedangkan metode yang dipakai penulis ialah studi kasus dan teori yang digunakan penulis ialah *uses and gratification theory*.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang diteliti oleh penulis yaitu peneliti pertama Yulita Marianti Si'I meneliti tentang Persepsi Mahasiswa Tentang Penggunaan *Smartphone* dalam kehidupan Sehari-hari Mahasiswa. peneliti kedua yaitu Maya Suciati Meneliti pengaruh pemakaian *Smartphone* terhadap perilaku komunikasi mahasiswa. Sedangkan penelitian yang dikerjakan penulis adalah manfaat *handphone android* dalam urusan akademik Personal Mahasiswa. Persamaan dengan penelitian terdahulu kedua yaitu Sama-sama menggunakan metode kualitatif.

Perbedaan dari pada penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu pada penelitian pertama menggunakan *Teori Determinisme Teknologi* sedangkan penelitian terdahulu kedua menggunakan *teori uses and effect, New media*, sedangkan Teori penulis gunakan *Teori Uses And Gratification*. metode yang digunakan pada penelitian pertama menggunakan metode penelitian Studi kasus, Metode penelitian yang digunakan peneliti kedua menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif.

2.2 Komunikasi

Dalam konsep Komunikasi ada definisi komunikasi, etimologis komunikasi, dan fungsi komunikasi yakni sebagai berikut:

2.2.1 Definisi Komunikasi

Berdasarkan pendapat dari Bernard Berelson dan Barry A. Stainer,

(Wiryanto,2004:28) komunikasi diartikan sebagai penyampaian dari komunikasi serta keterampilan dengan memakai bahasa, picture, bilangan dan lainnya. Aktivitas ataupun proses dari penyampaian ini dinamakan sebagai komunikasi. Akan tetapi berdasarkan pendapat dari Harold Lasswel, (Wiryanto, 2004:30) dalam penjelasan komunikasi ini sebaiknya perlu menjawab beberapa pertanyaan seperti siapa yang mengatakan, salurannya apa, kepada siapa serta bagaimana dampaknya. Dari kedua penjelasan tersebut maka penulis mengartikan komunikasi sebagai suatu proses didalam menyampaikan pesan dari para penerima pesan pada penyampai pesan dengan melalui sebuah media, tujuannya untuk membuat perubahan opini, kondisi sosial serta persepsi.

2.2.2 Etimologis Komunikasi

Bedasarkan arti dari etimologi, komunikai ini berasal dari bahasa latin yakni *communicare* yang berarti memberitahu, pertukaran. *Communio* yang berarti hal bersamaan, hal yang mempunyai kebersamaan persekutuan. Maka komunikasi ialah hal yang memberitahu, membuat penyampaian pesan terhadap orang lain supaya semua anggota persekutuan mempunyai pengetahuan serta pemahaman yang sama mengenai isi dari pesan yang disampaikan (Bouk.2014:10).

2.2.3 Fungsi Komunikasi

Menurut Pearson dan Neelson (1979) komunikasi ialah sebuah proses dalam mengirimkan serta menerima suatu pesan untuk membuat pesan itu bisa tersampaikan dengan baik dan juga bisa dipahami. Terdapat 2 (dua) fungsi daripada komunikasi menurut pendapat oleh Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson (Mulyana 2005:23), yakni:

1. Komunikasi sebagai keberlangsungan hidup dari diri sendiri seperti keselamatan secara fisik, peningkatan kesadaran secara pribadi, penampilan diri terhadap orang lain serta menggapai ambisi secara personal.
2. Komunikasi sebagai kelangsungan hidup bermasyarakat yakni membuat interaksi secara social menjadi lebih baik serta pengembangan keberadaan dari masyarakat (Masdul 2018:8)

Komunikasi merupakan hal yang mendasar untuk kelangsungan hidup diri sendiri dan masyarakat. Tidak bisa dibayangkan bagaimana jadinya sebuah masyarakat tanpa berkomunikasi. Tanpa komunikasi mungkin juga tidak akan pernah ada kehidupan. atau kehidupan manusia itu sendiri akan punah. komunikasi memberikan dan mendorong kelangsungan hidup diri sendiri melalui peningkatan kesadaran diri, pemberian suatu cara dan bantuan dalam pencapaian tujuan-tujuan pribadi. komunikasi membantu kelangsungan hidup masyarakat dengan cara memperbaiki hubungan social

2.3 Media baru

Media baru ialah teknologi dari komunikasi secara digital serta ketersediaannya begitu luas untuk pemakaian sendiri sebagai sebuah alat berkomunikasi. Media baru ini timbul dari beragam inovasi dari media lama yang sudah tidak sesuai seiring perkembangan zaman pada sekarang ini yang diikuti oleh pemakaian internet akhirnya membuat realitas dengan sebutan *Terry Flew* 2009: 9; Ita Musfirowati Hanika, 2015: 43) memandang media baru sebagai produk budaya yang tidak terlepas dari kehidupan sosial masyarakat termasuk di dalamnya dampak yang ditimbulkan dalam penggunaannya.

Media baru yang ada sekarang ini merupakan teknologi yang lahir berkat adanya gerakan konvergensi media. Konvergensi media adalah bergabungnya atau terkombinasinya berbagai jenis media, yang sebelumnya dianggap terpisah dan berbeda (misalnya komputer, televisi, radio dan surat kabar) ke dalam sebuah media tunggal (Saverin & Tankard, 2005 : 5 ; Media Suchya, 2013 : 12). Terry Flew, (2002 : 10 ; Ita Musfirowati Hanika, 2015 : 43) mendefinisikan media baru sebagai bentuk konten media seperti data, teks, suara dan gambar yang dikombinasikan dan diintegrasikan ke dalam satu format digital; yang proses pendistribusiannya atau pengiriman pesannya dilakukan melalui jaringan internet. Sedangkan Dennis McQuail, (1987:16) mendefinisikan *new media* atau media baru sebagai perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Selain itu Dennis McQuail, (1987 :16) mengemukakan

karakteristik media baru yang membedakannya dengan media lama.

- a) Desentralisasi di mana pengadaan dan pemilihan berita tidak lagi sepenuhnya berada di tangan pemasok komunikasi.
 - b) Memiliki kemampuan tinggi di mana proses pengiriman pesan kepada penerima pesan dapat berlangsung cepat dengan menggunakan teknologi kabel dan satelit.
 - c) Interaktif atau timbal-balik di mana penerima pesan dapat memilah dan menjawab kembali pesan yang diberikan sumber pesan.
- Kemudian karakteristik yang terakhir adalah fleksibilitas di mana sebuah media baru dapat digunakan kapan dan di mana saja sesuai keinginan pengguna. Dennis McQuail, (2000 : 127 ; Novi Kurnia, 2005 : 292-293) mengelompokkan media baru ke dalam empat kategori. Kategori pertama adalah media komunikasi interpersonal yang terdiri atas telepon, handphone, dan e-mail. Kategori yang kedua adalah media permainan interaktif seperti videogame, dan segala permainan yang terdapat dalam internet. Kategori yang ketiga adalah media pencarian komunikasi dalam jaringan internet atau yang istilah populernya adalah *search engine*, seperti *Google*, *Yahoo*, *Bing*, dan lain sebagainya. Sedangkan kategori yang terakhir adalah media partisipatif kolektif seperti penggunaan internet untuk berbagi dan bertukar komunikasi, pendapat, dan pengalaman. Biasanya, pengguna media melalui komputer berkembang aktif membina hubungan

pribadi. Mulai dari hubungan yang sebatas karier, bisnis, dan sebagainya sampai pada hubungan yang afektif dan emosional.

2.3.1 Fungsi Media Baru

Media baru merupakan perkembangan yang baru dari media yang sudah dipakai oleh manusia. Karakternya berbentuk digital dan memberi kemudahan dalam pertukaran informasi serta beragam aktivitas yang lainnya. Media baru mempunyai fungsi yakni:

- a) Sebagai media informasi yang bisa dengan mudahnya untuk diakses dimanapun dan kapanpun
 - b) Sebagai media untuk melaksanakan transaksi jual dan beli, kemudahan dalam melaksanakan pemesanan barang dengan melalui sarana internet atau menghubungi customer servicenya
 - c) Sebagai media untuk hiburan seperti jejaring social dan game secara *online*
 - d) Sebagai media untuk berkomunikasi dengan efisien dengan siapapun tanpa terhambat jarak serta waktu bahkan bisa melaksanakan *video call*.
 - e) Sebagai fasilitas pendidikan seperti memberi kemudahan bagi mahasiswa dan pelajar untuk mencari tugas di google, dan mendapatkan komunikasi
- (Anis Hamidati, 2011:22-23)

2.3.2 Karakteristik Media baru

Martin Lister menyatakan bahwa media baru memiliki beberapa karakteristik, yaitu digital, interaktif, hipertekstual, virtual, jaringan, dan simulasi.

a. Digital

Media digital, juga dikenal sebagai media baru, mencakup pemrosesan dan penyimpanan data dalam bentuk numerik, dengan keluaran yang dihasilkan disimpan pada cakram digital. Digitalisasi media memiliki berbagai implikasi, antara lain pemisahan teks dari perwujudan fisiknya, pengurangan kebutuhan ruang penyimpanan akibat kompresi data, kemudahan akses data berkecepatan tinggi, dan kemudahan manipulasi data.

b. Interaktif

Merupakan kelebihan atau ciri utama dari media baru. Karakteristik ini memungkinkan pengguna dapat berinteraksi satu sama lain dan memungkinkan pengguna dapat terlibat secara langsung dalam perubahan gambar ataupun teks yang mereka akses.

c. Hiperteks

Kekuatan hypertext terletak pada kemampuannya membangun koneksi dengan teks eksternal, melampaui batasan pembacaan sekuensial tradisional. Pengguna mempunyai kebebasan untuk memulai perjalanan membaca mereka dari titik mana pun yang mereka inginkan, melepaskan diri dari batasan media linier.

d. Jaringan

Fitur ini terkait dengan ketersediaan berbagi konten di Internet. Properti ini adalah konsumsi. Misalnya, ketika kita mengonsumsi

teks media, kita menggunakan sejumlah pendekatan berbeda untuk mempertimbangkan bagaimana informasi mengalir melalui jaringan dan faktor apa yang membentuk opini melalui berbagai teks yang tersedia.

e. Virtual

Karakteristik ini berkaitan dengan upaya mewujudkan sebuah dunia virtual yang diciptakan oleh keterlibatan dalam lingkungan yang dibangun dengan grafis komputer dan video digital.

f. Simulasi

Simulasi tidak berbeda jauh dengan virtual. Karakter ini terkait dengan penciptaan dunia buatan yang dilakukan melalui model tertentu. (Anis Hamidati, 2011:30 -33)

2.3.3 Pengertian *New Media* Menurut Para Ahli

1. McQuail

Media baru ialah sebuah forum dimana semua pesan komunikasi dapat dikelola secara terpusat dan mudah disebarluaskan menggunakan teknologi Internet, dan di mana pemirsa berpartisipasi untuk meningkatkan proses dialog dan komunikasi.

2. Arshano Sahar

Media baru mengacu pada keberadaan media yang sudah serba digital akibat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta dipengaruhi oleh Internet.

3. Abu Hassan Hasbullah

New media seperti ‘kepercayaan baru’ yang melintasi semua batas politik, ekonomi dan agama yang dipeluk oleh hampir semua orang di dunia. *New media* memiliki pengaruh besar terhadap generasi muda karena mereka paham IT dan memiliki ‘dorongan untuk tahu’(Anis Hamidati, 2011:33-34).

2.4 Handphone android

Dalam konsep *Handphone android* ada definisi *handphone android*, konsep mengenai *handphone android*, kegunaan *handphone android*, dan dampak pemakaian *handphone android* yakni sebagai berikut:

2.4.1 Definisi Handphone android

Handphone android ialah alat untuk telekomunikasi secara elektronik dengan 2 (dua) arah yang bisa dibawa kemanapun serta mempunyai kemampuan dalam mengirimkan suatu pesan dengan suara. Definisi ini secara telekomunikasi elektronik dua arah yang bisa dibawah kemana-mana dan mempunyai kemampuan untuk mengirimkn pesan berupa suara. *Handphone android* mempunyai beragam fungsi tidak hanya sebagai alat untuk berkomunikasi saja akan tetapi bisa dimanfaatkan untuk banyak hal. Sebelum fungsinya semakin banyak seperti saat ini, sebelumnya *Handphone android* sudah mengalami perjalanan yang begitu panjang sejak pertama kali muncul (Ali Muhamad, 2005: 22).

2.4.2 Konsep Mengenai *Handphone android*

Konsep mengenai *handphone android* dapat dilihat dari beragam sudut sehingga membuat para ahli untuk mengemukakan pendapat mereka terkait konsep ini. Beberapa ahli memberikan definisi yang bervariasi tentang *Handphone android* antara lain :

1. David Wood ialah wakil dari presiden PT.Sybian mengemukakan bahwa *handphone android* ialah suatu jenis dari ponsel yang cerdas berbeda dengan alat telekomunikasi dengan jenis yang lain, mulai dari proses membuatnya dan melaksanakannya.
2. Wiliams Dan Sawyer pada tahun 2011, mengemukakan bahwa *handphone android* ialah telfon seluler dengan memakai beragam jenis layanan seperti memori, mikro prosesor, layar serta modem
3. Ridi Ferdina (2008), mengemukakan definisi dari *handphone android* secara umumnya ialah sebuah jenis dari perangkat telfon yang mempunyai banyak fitur dari telfon biasa sehingga *handphone android* ini bisa dipakai sebagai alat untuk telekomunikasi serta bisa dipakai sebagai usaha (Ali Muhamad, 2005: 22-23).

2.4.3 Manfaat Pemakaian *Handphone android*

Dilihat dari manfaat *handphone android*, Ada beragam manfaat daripemakaian *handphonr android* dalam beragam bidang seperti:

- a. Informasi : *Handphone android* bisa dipakai untuk menerima dan mengirim pesan dan bisa mendapatkan informasi, *Handphone android* mempunyai beragam macam fungsi tergantung fitur serta aplikasi yang dipakai akan

tetapi secara umumnya dipakai oleh mahasiswa untuk berinteraksi serta memperoleh informasi. Diantaranya yang paling banyak dipakai ialah Google, *UC Browser*, *Scribd*, *E-Book Reader*. Aplikasi yakni sebagian dari aplikasi untuk mencari informasi yang biasa dipakai mahasiswa dan mudah didapat dimanapun dan kapanpun (Rahayu,2018:12)

- b. Edukasi:*handphone android* bisa dipakai untuk edukasi dalam pembelajaran untuk mendapatkan materi pembelajaran dan refrensi selain yang belum diajarkan bapaibu dosen dalam perkuliahan untuk dipelajari
- c. Kognisif: *handphone android* bisa digunakan untuk mendapatkan peembangan tentang teknologi informasi supaya menanmbah wawasan mahasiwa, pada handpnone android juga bisa meningkatkan pengembangan representasi simbolis dan pemahaman esensi mahasiswa. serta klasifikasi yang lebih cepat dan dengan jelas,

- d. Hiburan:

Handphone android sebagai media untuk hiburan dibandingkan sebagai media untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi. Dalam hal ini *Handphone android* yang dipakai Mahasiswa seperti bermain game online, melihat video serta foto di social media serta mendenga

2.5 Personal

2.5.1 Definisi Personal

Secara etimologisnya, pribadi didalam bahasa inggrisnya ditulis sebagai *personality*. Istilah ini berawal dari bahasa Yunani yakni personal yang mempunyaimakna topeng serta personare yakni menembus. Istilah dari

topeng ini acuannya ada pada salah satu dari atribut yang dipakai oleh pemain dari Yunani kuno. Dengan memakai topeng serta diperkuat dengan membuat gerakan serta kata-kata, membuat karakter yang dimainkan bisa lebih mudah dipahami penonton. Dan sekarang istilah dari pribadi ini dipakai para ahli untuk memberi gambaran ciri dari seseorang atau memberi gambaran tentang apa, mengapa serta bagaimana tingkah laku manusia. Sebaliknya, personal berarti sebagai sesuatu yang ada didalam kondisi sadar, sehingga hubungan dengan kondisi eksternal memberi perbedaan dari personal yakni sebagai kepribadian sadar orang itu. Jadi, karakter dari seseorang ialah aspek pribadinya yang bisa diterima sebagai hasil dari penyesuaian penampilan., sedangkan di dalam teori Jung personal ataupun penyamaran mempunyai arti sebagai benteng pelindung atas kehidupan batin dari seseorang (Liliweri, 2017:45)

Personal mempunyai pengertian sebagai pribadi atau perseorangan atau kepribadian secara kolektif sudah dipecahkan dengan tumbuh serta berkembangnya kepribadian yang membawa nilai subjektif. personal sendiri itu berhubungan atau menjadi milik seseorang atau orang tertentu dan bukan pada suatu kelompok atau organisasi. Tindakan dari personal ini termasuk tindakan yang dilakukan oleh seseorang secara langsung dan tidak meminta orang lain untuk melakukannya. Selain itu personal ini bisa diperuntukkan untuk bagian dari surat kabar atau majalah yang berisi iklan pendek dan pesan pribadi.

2.5.2 Faktor yang Mempengaruhi Personal

Adapun factor yang mempengaruhi personal pada seseorang ialah sebagaiberikut:

1. Faktor Biologis

Faktor biologis memberikan kontribusi besar ketika kepribadian masih mulai berkembang, seiring dengan pertumbuhan seorang anak, karakternya mulai semakin berkembang seiring berjalannya waktu (Robert & Devecchio, 2000). Seiring bertambahnya usia seseorang, lingkungannya menjadi lebih berpengaruh terhadap perkembangan kepribadiannya dibandingkan faktor biologis. Pola asuh orang tua dan urutan kelahirannya, keduanya mempengaruhi perkembangan kepribadian seseorang

2. Faktor Sosiologis

Lingkungan seperti faktor sosiologi lebih penting dibandingkan faktor psikologis. Eksperimen Zimbardo menunjukkan bahwa faktor sosiologis seperti gelar sosial dan peringkat yang dirasakan memberikan perbedaan pada pola pikir dan perilaku seseorang (Wijayanti 2021:20)

3. Faktor Psikologis

Faktor psikologis ialah faktor yang paling penting, terlepas dari apakah temperamen seseorang diwariskan, atau apakah faktor itu memberi pengaruh pada kelas sosialnya; pola pikir seseorang

mendorong seseorang ke arah tertentu. Dari MBTI jawabannya bersifat subyektif yakni pandangan individu terhadap dirinya dapat berubah. Pola pikir seseorang akan menentukan bagaimana seseorang akan berperilaku dan bagaimana temperamennya ketika dewasa (Wolstencroft, 2015).

2.6 Mahasiswa

Konsep mahasiswa berdasarkan Kamus Lengkap Bahasa Indonesia (Kamisa, 1997) mempunyai arti sebagai seseorang yang belajar di universitas. (Montgomery dalam Papalia et al,2007) mengemukakan bahwa universitas ini bis menjadi sebuah tempat untuk membuat seseorang didalam pengembangan kemampuan secara intelektualnya, kepribadiannya, khususnya didalam melatih keterampilan secara verbal dan juga kuantitatif, bisa berpikir secara kritis serta bermoral. Mahasiswa ialah salah satu dari golongan dalam masyarakat yang mempunyai sifat secara manusia yang intelektual. Sebagai seorang mahasiswa maka harus bisa berpikir lebih kritis pada kenyataan secara sosialnya (DJodjodibroto, 2004).

Hadirnya *handphone android* pada saat ini sudah banyak membuat perubahan di hidup mahasiswa. Adanya *handphone android* ini begitu membantu memudahkan kehidupan didalam melaksanakan komunikasi dengan siapapun dan dimanapun. Di kalangan mahasiswa *handphone android* ini dipakai sebagai penyambung silaturami, hiburan serta membantu lancarnya usaha yang dilakukan. Apalagi bagi mahasiswa yanguntutannya semuanya harus cepat serta mudah (Ali Muhamad, 2005: 30).

2.7 Teori *Uses And Gratification*

Teori ini mulai berkembang pada tahun 1940, yakni ketika sejumlah peneliti mencoba mencari tahu motif yang melatarbelakangi audiens mendengarkan radio dan membaca surat kabar. Mereka meneliti siaran radio dan mencari tahu mengapa orang tertarik terhadap program yang disiarkan seperti kuis dan serial drama radio. Kepuasan apa yang diperoleh sehingga mereka senang mendengarkan program tersebut. Herzog dipandang sebagai orang pertama yang mengawali riset penggunaan dan kepuasan. Ia mencoba mengelompokkan berbagai alasan mengapa orang memilih mengonsumsi surat kabar daripada radio. Ia mempelajari peran keinginan dan kebutuhan audiens terhadap pilihan media. Teori *uses and gratification* merupakan pengembangan dari teori atau model jarum hipodermik. Teori ini diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research*. Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan suatu media. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha untuk memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratification* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhan. Menurut Elihu Katz dan Herbert Blumer, teori ini meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial yang menimbulkan harapan-harapan tertentu dari media. Hal inilah yang

membawa pada pola terpaan media. Morissan, yang berlainan atau keterlibatan pada kegiatan lain dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain. Ada 5 asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori penggunaan dan kepuasan, yaitu:

1. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan.
2. Inisiatif dalam menghubungkan kebutuhan akan kepuasan terhadap pilihan media tertentu bergantung pada anggota khalayak.
3. Media berkompetisi dengan sumber kebutuhan lain.
4. Orang memiliki kesadaran diri yang cukup akan penggunaan media mereka, minat, motif, sehingga dapat memberikan gambaran yang akurat pada peneliti.
5. Keputusan pada nilai mengenai bagaimana khalayak menghubungkan kebutuhannya dengan media atau isi tertentu seharusnya ditunda.

Teori uses and gratification ini menjelaskan tentang sifat khalayak yang aktif dalam mengkonsumsi media sehingga mereka dapat selektif dalam memilih pesan media yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan audiensi. Pemilihan media yang dilakukan oleh audiens merupakan salah satu cara pemenuhan kebutuhan mereka dalam menerima informasi. Khalayak mengkonsumsi suatu media didorong oleh motif tertentu guna memenuhi kebutuhan mereka. Inti teori uses and gratification sebenarnya adalah pemilihan media pada khalayak berdasarkan kepuasan, keinginan, kebutuhan, atau motif. Pada dasarnya komunikasi terutama pada media massa tidak memiliki kekuatan untuk mempengaruhi khalayak. Teori

ini menganggap bahwa khalayak aktif dan selektif dalam memilih media, sehingga menimbulkan motif-motif dalam menggunakan media dan kepuasan terhadap motif-motif tersebut. Khalayak memiliki sejumlah alasan dan usaha untuk mencapai tujuan tertentu ketika menggunakan media. Mcquail dan rekannya mengemukakan empat alasan mengapa audiens menggunakan media, yaitu:

- a. Pengalihan (disversion), yaitu melarikan diri dari rutinitas atau aktivitas sehari-hari.
- b. Hubungan personal, terjadi ketika orang menggunakan media sebagai pengganti teman.
- c. Identitas personal, sebagai cara memperkuat nilai-nilai individu.
- d. Pengawasan (surveillance), yaitu informasi mengenai bagaimana media membantu individu mencapai sesuatu.

Efek yang timbul dari diri khalayak seperti emosi dan perilaku dapat dioperasionalisasikan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberi kepuasan. Pendekatan *uses and gratification* tertuju pada khalayak yang berperan aktif dan selektif dalam memilih dan menggunakan media sesuai kebutuhannya. Khalayak sudah menentukan media mana yang sesuai dengan kebutuhannya, merupakan gambaran nyata dari upaya pemenuhan kebutuhan sesuai dengan motif. Khalayak aktif memilih media karena masing-masing pengguna berbeda tingkat pemanfaatan medianya. Pendekatan ini jelas bertujuan untuk menggali motif pendorong bagi seseorang dalam menggunakan media.