

Analisa pendekatan uses & gratifications dalam hubungan faktor demografi dengan konsumsi media dan loyalitas pembaca harian The Jakarta Post

Martriana Ponimin Said, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=82102&lokasi=lokal>

Abstrak

Kekuatan sebuah media, bisa dikatakan, bersumber dari kekuatan audiensnya. Secara umum, terjadi hubungan yang menjadi saling membutuhkan, adanya ketergantungan. Penelitian ini mencoba untuk mencari hubungan yang signifikan di dalam hal tersebut. Fokus dan pendekatan digunakan kepada audiens yang mengkonsumsi media. Fenomena lain yang menjadi latar belakangnya adalah adanya stagnansi atau bahkan penurunan jumlah pembaca suatu media surat kabar. Sehingga loyalitas pembaca harus dipertanyakan dan diupayakan terus menerus oleh pelaku industri media cetak ini, agar industri ini tidak hanya mudah tumbuh namun harus berkembang dan bertahan.

Hasil dari penelitian yang menggunakan analisa pendekatan uses and gratifications ini, menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel demografi individu, konsumsi media dan loyalitas merek media. Namun dengan angka koefisien korelasi yang bernilai sedang ke rendah (koefisien korelasi di bawah 0,7), menunjukkan hubungan yang terjadi kurang kuat, sehingga diperkirakan masih ada variabel-variabel lain yang mempengaruhi hubungan tersebut.

Beberapa hal yang dapat disarankan penulis disini adalah adanya penelitian yang lebih komprehensif mengenai gaya konsumsi bermedia dan loyalitas. audiens terhadap media dengan faktor-faktor atau variabel yang lebih valid dan reliabel dan dilakukan penelitian kepada kelompok responden yang lebih beragam. Industri media cetak juga diharapkan banyak melakukan penelitian terhadap pasar produknya, agar dikenali kebutuhan dan keinginan konsumen.