

Bacalah materi yang diberikan kemudian buatlah kesimpulan dari materi

KONVERGENSI MEDIA DAN MEDIA BARU

Nama : Imam Muarrif Albanna

Nim : 182910026

Bacalah materi yang diberikan kemudian buatlah kesimpulan dari materi

KONVERGENSI MEDIA DAN MEDIA BARU

Kesimpulan nya Konvergensi media dikaitkan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi sedangkan media baru berkembang nya teknologi industri, gaya hidup menjadi kunci dari konvergensi

Nama : Khoir Annisa Pertiwi
NIM : 192910008
Kelas : MIK Angkatan 4 Reguler A
Dosen : Prof. Isnawijayani, M. Si., Ph. D. & Dr. Desy Misnawati, M. I. Kom.
Mata Kuliah : Komunikasi Massa

TUGAS PERTEMUAN KE-3

Konvergensi media adalah penggabungan/ pengintegrasian media yang ada untuk digunakan dan diarahkan ke satu tujuan. Dampak dari konvergensi, merubah pola hubungan produksi dan konsumsi yang berdampak serius kepada berbagai bidang, seperti ekonomi, Pendidikan, politik, dan kebudayaan.

Manfaat dari konvergensi untuk khalayak, tentu memudahkan untuk mendapatkan informasi, berita, hiburan, membeli produk. Lebih hemat waktu, praktis, dan hemat uang. Namun berkebalikan dengan pihak media, konvergensi media justru menjadi tantangan tersendiri untuk yang sudah ada sebelumnya.

E3 TUGAS KOMMAS

KESIMPULAN MATERI KONVERGENSI MEDIA DAN MEDIA BARU

Untuk memenuhi salah satu tugas

MATA KULIAH KOMUNIKASI MASSA

Dosen Pembimbing :

- 1. Prof. Isnawijayani, M.Si, Ph.D.**
- 2. Dr.Desy Minawati, M.Ikom.**



MHD KHAIRUDDIN

NIM 192910002

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS BINA DARMA
2020**

KESIMPULAN MATERI

KONVERGENSI MEDIA DAN MEDIA BARU

KESIMPULAN

Konvergensi media merupakan bentuk penggabungan media konvensional dengan media baru untuk diarahkan dalam satu tujuan. Konvergensi media sangat berguna untuk kebanyakan orang untuk mempermudah dalam memperoleh informasi dengan praktis dan biaya yang terjangkau (tidak mahal).

Konvergensi media sendiri memiliki pengertian penggabungan atau menyatunya saluran-saluran keluar (outlet) komunikasi massa, seperti media cetak, radio, televisi, Internet dan sebagainya, dengan teknologi-teknologi portabel dan interaktif, melalui berbagai wadah presentasi digital. Dengan kata lain yang lebih sederhana, konvergensi media adalah bergabungnya atau kombinasi antara berbagai jenis media yang sebelumnya hanya dianggap terpisah dan berbeda (misalnya, handphone dan radio), ke dalam sebuah media tunggal.

Kemunculan media baru (internet) telah banyak membawa perubahan bagi industri media di dunia, dan juga di Indonesia. Tidak sedikit perusahaan media yang berlomba-lomba memiliki saluran media di internet dengan konten yang sama. Media cetak atau televisi saat ini mengembangkan salurannya dengan memiliki situs resmi atau website.

Konvergensi media ini semakin berkembang dan akan terus berkembang mengikuti perkembangan zaman.

Konvergensi media yang telah dilakukan oleh perusahaan media ini bukan tanpa alasan. Perluasan jangkauan siaran dan audiens menjadi salah satu alasan utama.

KONVERGENSI MEDIA DAN MEDIA BARU

konvergensi media berarti penggabungan atau pengintegrasian media-media yang ada untuk digunakan dan diarahkan ke dalam satu titik tujuan. Istilah konvergensi secara

umum juga merujuk pada kaitannya dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi (TIK).

Media Baru adalah digitalisasi

Berkembangnya teknologi, industri, gaya hidup

Menjadi Kunci dari konvergensi.

DAMPAK konvergensi mengubah pola-pola hubungan produksi dan konsumsi, yang penggunaannya berdampak serius pada berbagai bidang seperti ekonomi, politik, pendidikan, dan kebudayaan. Misalnya saja, bagaimana surat kabar harian Sumatera Ekspres yang dulunya hanya menyediakan berita di media cetak kemudian menghadapi perubahan teknologi yang drastis dengan membuat LAYANAN BARU berupa portal berita online, akun sosmed, aplikasi digital.

Manfaat

Konevergensi media tentu saja memudahkan khalayak dalam mendapatkan informasi, berita, hiburan, membeli barang. Tidak membutuhkan biaya yang banyak, lebih hemat waktu, praktis, juga bisa membuat pihak media sebagai tantangan untuk mengembangkan media yang sudah ada sebelumnya.

KESIMPULAN

Konvergensi media merupakan bentuk penggabungan media konvensional dengan media baru untuk diarahkan dalam satu tujuan. Konvergensi media sangat berguna untuk kebanyakan orang untuk mempermudah dalam memperoleh informasi dengan praktis dan biaya yang terjangkau (tidak mahal).

KHALAYAK MEDIA

Khalayak atau publik adalah sejumlah orang yang memiliki minat sama terhadap suatu kegemaran/persoalan tertentu tanpa harus mempunyai pendapat yang sama, dan menghendaki pemecahan masalah tanpa adanya pengalaman untuk itu.

Istilah khalayak media berlaku universal dan secara sederhana diartikan sekumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, pemirsa berbagai media. Kumpulan ini

disebut sebagai khalayak dalam bentuk yang paling dikenal dan versi yang diterapkan dalam hampir seluruh penelitian media itu sendiri.

Khalayak Aktif: Selektif, Interaktif, Kritis, Terencana, Terlibat

Audience theory atau teori tentang khalayak sendiri yaitu suatu teori yang mencoba menjelaskan bagaimana seorang khalayak menerima, membaca dan merespon sebuah teks.

Model-model Efek Media: The Hypodermic Needle, Two-Step Flow, Uses & Gratifications, Reception Theory

The Hypodermic Needle Dibuat pada tahun 1920-an. Teori inilah yang pertama kali mencoba menjelaskan bagaimana khalayak massa “might react to mass media”. Teori ini menunjukkan bahwa, sebagai penonton, kita dimanipulasi oleh pembuat teks media itu sendiri, dan bahwa perilaku kita dan pemikiran kita mungkin dengan mudahnya diubah oleh pembuat media.

FUNGSI KHALAYAK ;

1. Untuk mengidentifikasi segmen khalayak atau kelompok yang paling tepat untuk dijadikan sasaran suatu program kehumasan;
2. Untuk menciptakan skala prioritas, sehubungan dengan adanya keterbatasan anggaran dan sumber-sumber daya lainnya;
3. Untuk memilih media dan teknik humas yang sekiranya paling sesuai;
4. Untuk mempersiapkan pesan-pesan sedemikian rupanya agar cepat dan mudah diterima.

AKIBAT TIDAK ADA KHALAYAK

1. Segenap usaha dan dana akan terpecah-belah
2. Pesan yang dikirimkan tidak ditangkap atau dimengerti sebagaimana mestinya
3. Total kegiatan tidak akan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan
4. Tujuan yang hendak dicapai luput dari jangkauan
5. Pihak manajemen atau perusahaan klien tidak akan merasa puas dengan hasil yang ada

- **Nama** : MHD KHAIRUDDIN
- **NIM** : NIM 192910002
- **Kelas** : Magister Ilmu Komunikasi Angkatan 4 Reguler A
- **Dosen** :
 1. Prof. Isnawijayani, M.Si, Ph.D.
 2. Dr.Desy Minawati, M.Ikom.
- **Mata Kuliah** : KOMUNIKASI MASSA