

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-7

Ekonomi media mengkaji bagaimana industry media mengalokasi sumberdaya untuk menciptakan isi informasi dan hiburan guna memenuhi kebutuhan khalayak, pengiklan dan institusi social lain (Picard, 1990). Jelaskan pernyataan diatas dalam media televisi.

JAWAB :

Ekonomi media menggabungkan bagaimana industry dasar-dasar dari studi media komunikasi dan studi ekonomi. Berarti ada gabungan antara ilmu komunikasi bermedia dan ilmu ekonomi. Sumber daya dalam ilmu ekonomi adalah hal-hal yang digunakan dalam memproduksi barang/ jasa. Produksi adalah kegiatan menciptakan berbagai barang untuk dikonsumsi. Konsumsi adalah penggunaan barang dan sumber daya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Industry media mengalokasi sumberdaya untuk menciptakan isi informasi dan hiburan guna memenuhi kebutuhan khalayak, pengiklan dan insitusi social lainnya. Berarti dalam industry media, melakukan penentuan/ pembagian yang sama besarnya untuk menciptakan informasi (berita) dan hiburan untuk memenuhi kebutuhan khalayak yang menonton, para perusahaan yang mengiklankan produknya di televisi tersebut dan institusi social lainnya, seperti dari Lembaga pemerintah. Dari masing-masing sudah ada bagian dan ketentuan yang jelas agar proses produksi terus berlangsung, selain itu tetap menghasilkan keuntungan yang sesuai untuk televisi tersebut agar perputaran uang tetap terjaga dan mampu mendanai produksi dari masing-masing bagian.

Terlepas dari adanya penentuan bagian untuk pengiklan dan institusi social lain, televisi juga harus tetap mengunggulkan tujuan awalnya yakni untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan untuk khalayaknya, bukan sekedar untuk mencari keuntungan semata. Selain itu, harus juga memenuhi elemen-elemen yang diperlukan dalam produksi televisi tersebut, jangan sampai karena mengejar keuntungan, elemen yang diperlukan justru terpangkas dan mengurangi esensi dari televisi itu sendiri.

E7 TUGAS KOMMAS

Jelaskan pernyataan diatas dalam media televisi!

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

JAWAB PERTANYAAN

Ekonomi media mengkaji bagaimana industri media mengalokasikan sumberdaya untuk menciptakan isi informasi dan hiburan guna memenuhi kebutuhan khalayak, pengiklan, dan institusi sosial lain (Picard, 1990).

Tugas: Jelaskan pernyataan diatas dalam media televisi!

Apa itu ekonomi media? Ekonomi media tentu terdiri atas dua kata “ekonomi” dan “media”. Ekonomi, menurut Samuelson dan Nordhaus dalam Usman Ks (2009:2), adalah studi tentang bagaimana manusia menggunakan sumber-sumber yang terbatas untuk memproduksi komoditas dan mendistribusikannya kepada manusia atau kelompok manusia lainnya. Dari definisi tersebut, ada tiga konsep pokok dalam ekonomi: sumber (segala sesuatu Universitas Sumatera Utara

yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa), produksi (penciptaan barang dan jasa untuk dikonsumsi), serta konsumsi (penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan).

Penyiaran televisi, sebagai salah satu media komunikasi jelas masuk pada ranah publik atau public sphere terkait penggunaan frekuensi. Dengan demikian, menjadi suatu keharusan menempatkan kepentingan publik dalam setiap aspek penyiaran televisi. Croteau dan Hoynes (2006:22) mengemukakan bahwa konsep public shere pada dasarnya lebih melihat dan memperlakukan khalayak sebagai warga negara, bukan sekedar konsumen. Dengan demikian, media massa seharusnya ‘serve’ atau melayani warga negara tersebut dan bukannya menjadikan target potensial konsumen dengan dalih mengikuti mekanisme pasar.

Teori normatif dan berbagai pengalaman yang menghubungkan organisasi media dengan para penunjang dananya, banyak mengurai soal hubunganhubungan media, terutama hubungan media dengan pemilik, klien, dan sponsor. Seperti disebutkan McQuail (1992:84) bahwa sumber utama persoalan-persoalan normatif terkait keuangan media adalah terutama berasal dari owners, advertisers dan sponsors. Kebanyakan media yang berorientasi pasar, memiliki berbagai sumber dana, dari penanam modal, pemasang iklan, konsumen dan kadang kala subsidi dari masyarakat. Hal ini, dalam situasi tertentu menimbulkan isu sentral perihal independensi dalam

penentuan program tayangan televisi dan konten program tanpa pengaruh kepentingan komersial atau iklan sponsor.

- **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