

## **EFEK KONVERGENSI MEDIA TERHADAP PEMBACA TRIBUN TIMUR (Studi pada Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar)**

**Ahmad Syarif<sup>1</sup>, Arni<sup>2</sup>, Asri Fathia Dewi<sup>3</sup>**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Makassar

Email: [ahmadsyarif@unismuh.ac.id](mailto:ahmadsyarif@unismuh.ac.id)

### **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi informasi dari media konvensional ke media online, atau lebih dikenal dengan Konvergensi Media, menyebabkan persaingan yang ketat diantara perusahaan media untuk mempertahankan minat pembaca dan memudahkan pembaca untuk mendapatkan informasi yang diinginkan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Efek Konvergensi Media terhadap Pembaca Tribun Timur berdasarkan efek kognitif, afektif, dan behavioral yang dikemukakan oleh Steven H. Chaffee. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Konvergensi Media yang terjadi di Tribun Timur mempengaruhi efek kognitif yaitu memberikan kemudahan mengakses berita dan jangkauannya lebih luas, sehingga pembaca lebih banyak dan cepat mendapatkan informasi. Efek afektif yaitu memberikan banyak pilihan kepada pembaca mengenai konten mana yang ingin digunakan untuk mendapatkan berita. Efek behavioral yaitu menunjukkan perubahan kebiasaan atau kegiatan sehari-hari dalam mendapatkan informasi lewat berita. Hal ini membuktikan bahwa adanya perubahan yang terjadi sebelum dan setelah terjadinya konvergensi media

**Kata Kunci:** Konvergensi Media; Efek; Pembaca; Media Online

## ***EFFECTS OF MEDIA CONVERGENCE ON READERS OF TRIBUN TIMUR (Study on Lecturers of the Faculty of Social Sciences and Political Science Muhammadiyah Makassar University)***

### **ABSTRACT**

*The development of information technology from conventional media to online media, better known as Media Convergence, has caused intense competition among media companies to maintain reader interest and make it easier for readers to obtain the desired information. The purpose of this study was to determine the effect of media convergence on East Tribune readers based on the cognitive, affective, and behavioral effects proposed by Steven H. Chaffee. This research approach uses a qualitative approach and data collection techniques in this study using purposive sampling. Based on the results of this study, shows that the Media Convergence that occurs in East Tribune affects cognitive effects, namely providing easy access to news and a wider reach so that there are more readers and quickly get information. The effective effect is giving the reader many choices about which content to use to get news. Behavioral effects, namely showing changes in habits or daily activities in getting information through the news. This proves that there are changes that occur before and after the occurrence of media convergence.*

**Keywords:** Media Convergence; Effects; Readers; Online Media

---

**Korespondensi:** Ahmad Syarif, S.Sos., M.I.Kom. Universitas Muhammadiyah Makassar. Jalan Sultan Alauddin No. 259 Makassar 90221. No. HP: 081342190990 Email: [ahmadsyarif@unismuh.ac.id](mailto:ahmadsyarif@unismuh.ac.id)

---

## PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang pesat menyebabkan media massa mulai mengikuti perkembangan teknologi dengan adanya pergeseran pola konsumsi media ke media digital. Salah satu faktor kemajuan masyarakat, diakui atau tidak, disebabkan oleh peran media massa. Namun sebaliknya, kekacauan, merosotnya moral, dan tindakan kekerasan yang timbul dalam masyarakat juga tidak bisa dilepaskan dari peran media.

Media merupakan faktor penentu kehidupan manusia, sebagaimana dikatakan oleh McLuhan mengatakan bahwa teknologi media telah menciptakan revolusi di tengah masyarakat karena masyarakat sudah sangat tergantung kepada teknologi. Ia melihat media berperan menciptakan dan mengolah budaya (Mansah, 2019).

Dalam beberapa tahun terakhir, media dituntut untuk mampu megadopsi perkembangan teknologi. Hingga pada akhirnya lahirlah media online yang menggunakan teknologi internet dan mempengaruhi kehadiran media cetak. Media online menjadi sangat populer saat ini dan bahkan beberapa kalangan meramalkan bahwa media cetak akan tergusur dengan adanya teknologi media berbasis internet. (Prihartono & Sos, 2016).

Saat ini, adanya media online memudahkan penggunaannya untuk mendapatkan informasi yang sedang menjadi topik pembicaraan yang sedang mereka inginkan. Hanya dengan membuka *gadget*, kita dapat memperoleh informasi dari segala penjuru dunia. Karena sibuk apapun, mereka tetap membutuhkan informasi guna mempermudah pekerjaan ataupun tujuan lainnya seperti hiburan, edukasi dll (Ayutiani & Satria Putri, 2018).

Untuk dapat terus berkompetisi sebagai sumber informasi, media cetak pun melakukan inovasi dengan cara berkonvergensi. Konvergensi adalah penggabungan dari beberapa jenis media dan hadir dalam bentuk online. Transformasi media ini membuat persaingan industri media massa khususnya pada media cetak semakin ketat. Perubahan ini menuntut manusia mengadopsi gaya hidup baru dan mempengaruhi cara berkomunikasi serta memperoleh informasi. Karakteristik media online yang menyajikan dan menyebarkan informasi dengan cepat menjadi tantangan tersendiri bagi kelangsungan bisnis media (Hasni et al., 2019).

Perubahan ini telah memberikan kontribusi pemikiran pada pembahasan mengenai transformasi karakteristik komunikasi media massa dari yang konvensional menuju digital. Bentuk media baru yang dapat dikategorikan berdasarkan karakteristik tersebut yaitu media online, seperti media cetak yang dirubah dengan sistem online, televisi digital dan radio streaming.

Karakteristik media cetak dalam beberapa literature menjadi berubah kakteristiknya tidak satu arah lagi

atau sudah interaktif. Misalnya pada media cetak Jateng Pos di Semarang, Jawa Tengah dengan menggunakan konsep konvergensi media dari Siapera dan Veglis. Jateng Pos mengadopsi empat tipe konvergensi media yang berkaitan satu sama lain: a) konvergensi teknologi dengan mengelola media *online* (*jatengpos.co.id*) dan hadir di media sosial seperti *Instagram*, *Twitter* dan *Facebook*; b) konvergensi konten yang mengombinasikan bentuk tulisan, foto dan video; c) konvergensi bisnis, dimana keterhubungan tanpa batas di Internet menambah mitra bisnis (pengiklan) bukan hanya dari Jawa Tengah, tapi seluruh Indonesia; serta d) konvergensi profesional dengan cara mempersiapkan SDM yang mampu memproduksi dan mendistribusikan berbagai macam konten yang dibutuhkan berdasarkan *platformnya* (Aminuddin & Hasfi, 2020).

Untuk itu, konvergensi media menurut (Iskandar, 2018) tidak hanya berpengaruh pada perubahan proses jurnalistik, namun juga menyangkut berbagai aspek kehidupan masyarakat. Aspek kehidupan tersebut mencakup pola konsumsi media masyarakat, persepsi publik, penyebaran informasi, serta literasi media. Contoh nyata konvergensi media ialah perusahaan media Tribun Timur yang awalnya hadir dalam bentuk media cetak, yakni koran.

Inovasi terus dilakukan, sehingga pada september 2007, Tribun Timur tidak hanya menerbitkan edisi print (*print go online*) melainkan juga *edisi real time news*. Inovasi ini menempatkan Tribun Timur sebagai portal berita real time pertama di luar Jawa. Kini Tribun Timur Online menggunakan teknologi baru untuk menambah bentuk media massa yang dimiliki. Tribun Timur menekankan bahwa kehadiran teknologi dimanfaatkan semaksimal mungkin melalui satu ruang redaksi (*single newsroom*) dengan banyak platform (multiplatform). Sehingga misi Tribun Timur dengan hadirnya berbagai macam bentuk media dapat terwujud yakni memenuhi keinginan pelanggan atau pembacanya.

Tribun Timur dapat mengatasi penurunan jumlah pembaca di media arus utama karena distribusi berita tidak lagi hanya bergantung pada koran, akan tetapi juga pada media *online*. Kehadiran media *online* ini adalah bagian dari media konvensional yang bertujuan untuk memperkuat fungsi media dari media sehingga mereka dapat memperluas jaringan pembaca melalui jangkauan yang lebih luas (Ikhwan, 2020).

Konvergensi media yang dilakukan Tribun Timur berpengaruh terhadap jumlah pembaca berdasarkan efek kognitif, afektif, dan behavioral dalam mengakses, mencari dan membaca informasi baik melalui media cetak atau media online. Berdasarkan paparan di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui efek konvergensi media terhadap pembaca Tribun Timur (studi pada Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar).

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada naskah artikel menjelaskan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, waktu dan lokasi penelitian, instrumen penelitian, cara pengambilan sampel, pengumpulan data, dan analisis data.

Penelitian ini bersifat kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa

kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diambil dan didukung oleh data-data tertulis hasil wawancara berwujud pernyataan atau kata-kata. Tipe penelitian ini yaitu tipe deskriptif kualitatif dengan meneliti efek Konvergensi Media terhadap pembaca Tribun Timur.

Untuk memperoleh data, peneliti menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapatkan atau dikumpulkan dari pihak pertama, tanpa melibatkan perantara sedangkan Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak kedua, ketiga, dan seterusnya.

Teknik penentuan informan yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan purposive sampling. Teknik purposive sampling adalah suatu teknik penentuan dan pengambilan sampel yang ditentukan oleh peneliti dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, merupakan orang yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita ingin ketahui, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti (Sugiyono & Lestari, 2021).

Adapun informan dalam penelitian ini, yaitu :

**Tabel 1 : Data Informan Penelitian**

No	Nama	Jabatan	Keterangan
1.	Muhammad Yahya	Dosen Ilmu Komunikasi	Informan Kunci
2.	Iswadi Amiruddin	Dosen Ilmu Administrasi Negara	Informan Kunci
3.	Hamrun	Dosen Ilmu Pemerintahan	Informan Kunci

Teknik pengumpulan data menurut yang digunakan ada tiga yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menggali data dari sumber yang berupa tempat, aktivitas, benda, atau rekaman gambar. Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Dokumentasi adalah sebuah teknik dengan cara melihat dan melakukan analisis terhadap dokumen-dokumen yang ada.

Teknik analisis data yang digunakan menurut proses mereviuw dan memeriksa data, menyintesis dan menginterpretasikan data yang terkumpul sehingga dapat menggambarkan dan menerangkan fenomena atau situasi sosial yang diteliti. Proses bergulir dan peninjauan kembali selama proses penelitian sesuai dengan fenomena dan strategi penelitian yang dipilih peneliti memberi warna analisis data yang dilakukan, namun tidak akan terlepas dari kerangka pengumpulan data, reduksi data, penyajian (display) data, dan kesimpulan/verifikasi.

Teknik pengabsenan data atau validitas data diamati dari tingkat keaslian penelitian. Validitas digunakan untuk mengukur data yang diperoleh valid atau tidak. Pada penelitian kualitatif, data dianggap valid jika tidak ada perbedaan antara yang diutarakan penulis dan realita pada objek yang diteliti. Dalam penelitian ini, teknik validitas data yang digunakan yaitu triangulasi. Triangulasi adalah teknik pengabsahan data yang memanfaatkan sesuatu di luar data itu sebagai pembanding atau pengecekan data tersebut. Triangulasi

dikelompokkan dalam tiga jenis yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu (Yusuf, 2014).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang didapat oleh peneliti dalam penelitian yang merupakan interpretasi dari hasil penelitian melalui teknik wawancara, observasi dan data dokumentasi ini didapat dari tiga orang pembaca (dosen dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar) yang mengakses, mencari dan membaca Tribun Timur baik cetak ataupun online. Pembahasan penelitian dijelaskan menggunakan tinjauan teori dan konsep yang dikemukakan oleh Steven M. Chaffe.

Konvergensi media diartikan sebagai proses penggabungan *platform* media menjadi satu yang mempengaruhi pada perubahan proses produksi dalam sebuah media, yang mana terjadi suatu proses kerjasama untuk mengelola penyatuan beberapa *platform* dan merubah konsumsi masyarakat, penyebaran informasi, hingga aktifitas media.

Bentuk perkembangan media massa merupakan hadirnya konvergensi yang banyak melibatkan faktor teknologi di dalamnya, kehadiran internet mendorong media massa mengembangkan inovasi baru seperti media cetak, media *online*, media digital konten, dan Youtube (Prihartono & Sos, 2016).

Media konvensional seperti surat kabar, penerapan konvergensi merupakan hal penting untuk dilakukan, melihat kehidupan masyarakat sebagian besar sudah beralih di kehidupan serba digital. Dengan konvergensi teknologi segala bentuk *platform* media yang sebelumnya terpisah-pisah, baik cetak maupun elektronik kini dapat disatukan dalam sebuah *platform* media bersama.

Umumnya, kita lebih tertarik bukan kepada apa yang kita lakukan pada media, melainkan kepada apa yang dilakukan media kepada kita. Kita ingin tahu bukan untuk apa kita membaca surat kabar dan televisi menambah pengetahuan, mengubah sikap, atau menggerakkan perilaku kita. Inilah yang disebut dengan efek komunikasi massa. Kita percaya bahwa surat kabar dapat menambah perbendaharaan pengetahuan sehingga kita masukkan koran ke desa, walaupun rakyat desa lebih memerlukan subsidi makanan yang bergizi. Kita menaruh perhatian pada peranan televisi dalam menanamkan mentalitas pembangunan sehingga kita bersedia meminjam uang untuk membeli satelit komunikasi. Semuanya didasarkan pada asumsi bahwa komunikasi massa menimbulkan efek pada diri khalayaknya.

Waktu menjelaskan perkembangan penelitian efek komunikasi massa, kita telah melihat pasang surut efek media massa pada pandangan peneliti. Ada satu saat ketika media massa dipandang sangat berpengaruh, tetapi ada saat lain ketika media massa dianggap sedikit, bahkan hampir tidak ada pengaruhnya sama sekali. Perbedaan pandangan ini tidak saja disebabkan perbedaan latar belakang teoretis atau latar belakang historis, tetapi juga karena perbedaan mengartikan “efek”.

Kita cenderung melihat efek media massa, baik yang berkaitan dengan pesan maupun dengan media itu sendiri. Menurut Steven M. Chaffee (dalam Wilhoit dan Harold de Bock, 1980:78), ini adalah pendekatan pertama dalam melihat efek media massa. Pendekatan kedua ialah melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa-penerimaan informasi, perubahan perasaan atau sikap, dan perubahan perilaku; atau dengan istilah lain, perubahan kognitif, afektif, dan behavioral (Rakhmat, 1999).

Berdasarkan hasil penelitian yang bersumber dari wawancara informan, media komunikasi massa memberikan beberapa efek yang tidak dapat dihindari yang diantaranya meliputi aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek behavioral. Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berhubungan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi. Efek afektif akan timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan sikap, emosi, atau nilai. Efek behavioral merujuk pada perilaku yang nyata yang dapat diamati yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.

Beragam dari efek media komunikasi massa menunjukkan efektifitas dalam pembentukan kognisi, afeksi, dan psikomotor individu yang sekaligus menggambarkan eksistensi persuasi yang secara implisit terdapat dalam setiap penyampaian informasi. Berhasil tidaknya media komunikasi massa dalam memberikan pengaruh pada masyarakat sehingga terbentuk pola kognisi, afeksi, dan psikomotor individu.

Saat ini, tidak hanya media cetak berupa koran dan majalah, maupun media teknologi berupa televisi dan radio saja yang menjadi media dalam komunikasi massa. Seiring dengan arus teknologi yang berkembang pesat, seperangkat *gadget* berupa *smarthphone* telah menjadi salah satu fenomena yang baru dalam eksistensinya dalam menyemarakkan komunikasi massa. Masyarakat tidak lagi harus meluangkan waktu untuk menonton tv, membeli surat kabar, dalam rangka memenuhi kebutuhan mereka akan informasi, namun saat ini media internet telah dapat diakses melalui *gadget* atau *smarthphone* yang sudah menjadi alat komunikasi yang tidak mewah lagi. Antusiasme masyarakat sangat tinggi dalam mengomsumsi media tersebut sehingga lambat laun masyarakat telah memiliki ketergantungan yang sangat besar terhadap media tersebut.

### **Efek Kognitif**

Efek Kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek kognitif akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif. Melalui media massa, kita memperoleh informasi tentang benda, orang, atau tempat yang belum pernah kita kunjungi secara langsung.

Perkembangan teknologi turut mempengaruhi dan dapat membantu khalayak dalam memperoleh informasi. Dalam preferensi ini faktor trust merupakan kunci dari kredibilitas suatu media untuk menjaga kualitas konten dan layanan yang diberikan sehingga khalayak akan menumbuhkan harapan yang baik untuk dimasa yang akan datang (Firman Kurniawan, 2021).

Wilbur Schramm (1977) mendefinisikan informasi sebagai segala sesuatu “yang mengurangi ketidakpastian atau mengurangi jumlah kemungkinan alternatif dalam situasi.” Informasi yang diperoleh telah menstruktur atau mengorganisasikan realitas. Realitas tampak sebagai gambaran yang mempunyai makna.

Jadi pengaruh media massa terasa lebih kuat lagi karena pada masyarakat modern orang memperoleh banyak informasi tentang dunia dari media massa. Pada saat yang sama, mereka sukar mengecek kebenaran yang disajikan media. Media massa mengubah citra khalayaknya tentang lingkungan mereka. Sudah jelas media massa memberikan perincian, analisis, dan tinjauan mendalam tentang berbagai peristiwa. Penjelasan pada suatu peristiwa tidak mengubah, tetapi menjernihkan citra kita tentang lingkungan. Media massa mengurangi ketidakpastian kita. sekarang kita bahkan dapat menentukan mana isu yang penting dan mana yang tidak. Media massa mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi apa yang dianggap penting oleh masyarakat.

Perkembangan media massa sudah tak dapat dibendung lagi, media massa semakin maju. Di mulai dari kemunculan media cetak, kemudian elektronik, dan sekarang media online. Ada juga media cetak dan elektronik yang sudah dikonversi menjadi media digital. Perkembangan ini memungkinkan manusia mendapatkan informasi yang lebih sederhana, mudah, dan dalam jumlah banyak.

Pemilihan informasi saat sangat diperlukan. Pengguna media memiliki peran aktif untuk memilih dan menggunakan media. Sama halnya yang diungkapkan oleh informan yang memilih Tribun Timur sebagai media dalam mendapatkan informasi.

*“Saya mengikuti Tribun Timur sejak terbitan pertama sampai dengan sekarang. Menurut saya Tribun Timur merupakan salah satu media baru dengan sudut pandang berita yang menarik, karena Tribun Timur menyasar segmentasi pembaca di kalangan menengah ke atas. Jadi ini merupakan inovasi baru media dikala itu, sehingga informasinya lebih banyak mengenai perubahan-perubahan politik dan kehidupan sosial ekonomi.” (Hasil wawancara, Senin, 15 Agustus 2022).*

Dari hasil wawancara tersebut informan mengungkapkan mengikuti Tribun Timur sejak terbitan pertama hingga sekarang. Menurut informan Tribun Timur merupakan salah satu media yang mempunyai sudut pandang berita yang menarik pada saat awal terbitnya, karena cukup berbeda dengan yang lain Tribun Timur menyasar pembaca yang berada di kalangan menengah ke atas. Sehingga rilis beritanya lebih banyak mengenai perubahan-perubahan politik dan sosial ekonomi.

Setelah munculnya media online, banyak manfaat dan kemudahan bagi pengguna untuk mengakses informasi dan sebagai rujukan untuk memilih media dalam satu alat yang ada di tangan mereka, serta dapat memberikan manfaat dan menggabungkan berbagai platform informasi sehingga menjadi lebih mudah. Salah satu informan menyebutkan bahwa:

*“Sejak Konvergensi Media Massa terjadi saya menjadi jarang lagi membaca surat kabar cetak, saya banyak mengakses infonya itu di Portal Tribunnews.com dan sesekali membuka di elektrik newspaper.” (Hasil wawancara, Senin, 15 Agustus 2022).*

Dari hasil wawancara tersebut informan mengungkapkan bahwa sejak konvergensi media terjadi, membaca berita di media cetak sudah jarang dilakukan, tetapi lebih sering mengakses berita di portal media online dan sesekali membuka di *Elektrik Newspaper*.

Salah satu alasan yang menyatakan bahwa pembaca berita menggunakan media online untuk membaca berita adalah kemudahan mengakses berita, namun dari segi kredibilitas berita, media cetak lebih unggul dibandingkan dengan media online. Salah satu informan menyebutkan bahwa:

*“Sejak konvergensi media ini terjadi saya melihat Tribun Timur mampu mengkolaborasikan dan menjalankan kedua media ini tidak hanya unggul di media cetak atau media onlinenya karena sebetulnya kita ini tidak bisa meninggalkan secara langsung bahwa sekarang di era digitalisasi ini kita akan meninggalkan media cetak walaupun sekarang jika membaca berita di handphone itu lebih memudahkan kita mencari berita. Tetapi jika membandingkan soal kredibilitasnya bisa kita ukur dan bisa saya katakan dari media cetak ini lebih bagus soal kredibilitasnya. Meskipun begitu perusahaan media harus mengikuti perkembangan teknologi yang ada karena jika tidak media ini akan terlibas dan mengalami stagnanisasi. (Hasil wawancara, Selasa, 16 Agustus 2022).*

Dari hasil wawancara peneliti dengan informan di atas menyampaikan bahwa sejak konvergensi media ini terjadi, informan tetap membaca keduanya dengan mengkolaborasikannya meski lebih sering membaca berita di media *online* dibandingkan dengan media cetak.

*“Dengan hadirnya konvergensi media ini benar-benar memberikan kemudahan karena dimanapun kita berada yang penting ada jaringan pasti kita bisa mendapatkan informasi baik itu daerah, nasional, dan internasional, semua bisa kita akses, tergantung apakah benar media itu menjaga integritas dan kredibilitas publikasinya.” (Hasil wawancara, Selasa, 16 Agustus 2022).*

Jadi, hadirnya media online memberikan kemudahan dalam mengakses berita dimana pun informan berada. Hanya saja membutuhkan bantuan jaringan. Pembaca media online bisa mendapatkan berita baik secara nasional maupun internasional. Selanjutnya informan yang lain mengatakan bawa:

*“Sejak kovergensi media massa ini terjadi media konvensional dan media online dari Tribun Timur ini tetap terpercaya sehingga tidak heran jika Tribun Timur memiliki pembaca yang banyak.” (Hasil wawancara, Kamis, 18 Agustus 2022).*

Dapat disimpulkan bahwa media online mampu memberikan kemudahan dan memberikan jangkauan berita yang lebih luas. Tidak hanya itu, informan juga sepakat bahwa dalam kecepatan penyebarannya media *online* lebih unggul, efektif, dan efisien dibandingkan media cetak. Dengan demikian media online mampu memberikan informasi tentang benda, orang, atau tempat yang belum pernah kita kunjungi secara langsung. Kita cenderung memperoleh informasi tersebut semata-mata berdasarkan apa yang dilaporkan media online.

### **Efek Afektif**

Efek afektif bukan tidak pernah dibuktikan dalam penelitian ilmiah. Penelitian dalam bidang komunikasi politik, khususnya peranan media massa dalam sosialisasi politik, telah berulang kali menunjukkan korelasi yang berarti antara terpaan media massa dan sikap-sikap politik. Sikap terhadap pemerintah, penolakan, pada otoritas, kesenangan pada pemimpin negara, dan sikap politisi erat berkaitan dengan terpaan televisi, radio,



surat kabar, dan media online. Berbagai literatur tentang komunikasi dan sosialisasi politik, lalu menyimpulkan, *“This diverse collection of findings suggests that the mass media significantly influence some affective orientations, although the impact is not as great as for cognitive orientations”* (Berbagai kumpulan penemuan menunjukkan bahwa media massa secara berarti memengaruhi orientasi afektif walaupun dampaknya tidak sebesar pada orientasi kognitif) (Atkin & Miller, 1981).

Para peneliti telah berhasil menemukan faktor-faktor yang memengaruhi intensitas rangsangan emosional pesan media massa. Faktor-faktor itu antara lain, suasana emosional (*mood*), skema kognitif, suasana terpaan, predisposisi individual, dan tingkat identifikasi khalayak dengan tokoh dalam media massa.

Jadi, perkembangan media massa tidak hanya meliputi bentuk dan jenisnya saja. Lebih dari itu, konten-konten yang dimuat dalam media tersebut juga berkembang pesat. Pesan yang dimuat juga semakin beragam jenisnya. Hal inilah yang coba dihadirkan Tribun Timur, di mana setelah terjadinya konvergensi media massa mereka menyediakan *platform* dan konten yang beragam. Salah satu informan mengungkapkan bahwa:

*“Saya lebih suka konten podcastnya dan tribuntimur.com. Sekali-kali saya membaca koran elektronik dan koran dalam bentuk cetaknya. Kalau baca berita saya paling suka baca berita politik.”* (Hasil wawancara, Senin, 15 Agustus 2022).

Dari hasil wawancara tersebut informan di atas menyatakan bahwa pembaca dapat memilih konten dan *platform* apa yang ingin digunakan untuk mencari informasi. Informan lebih suka konten podcast dan membaca di halaman *websitenya*, tidak hanya itu informan juga menyempatkan untuk membaca berita di koran elektronik dan koran cetaknya.

Selanjutnya informan yang lain menyampaikan bahwa pemilihan konten di media cetak, informan lebih suka membaca berita tentang sepakbola. Sedangkan di media *onlinenya* lebih suka membaca berita tentang kasus kriminal dan berita yang sedang hangat diperbincangkan sekarang ini. Selain itu, juga informan yang juga menyukai berita mengenai kegiatan atau aksi sosial dan pemberdayaan masyarakat.

*“Saya lebih suka kalo di media cetak itu berita olahraga seperti sepak bola khususnya tentang klub sepakbola PSM Makassar. Sedangkan di media onlinenya saya lebih suka membaca berita tentang kasus kriminal seperti pembunuhan atau berita yang sedang viral saat ini. Selain itu, karena saya juga berkecimpung di dunia kampus, saya juga suka membaca berita mengenai kegiatan-kegiatan sosial dan pemberdayaan.”* (Hasil wawancara, Selasa, 16 Agustus 2022).

Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, setelah mengetahui informasi yang diterimanya, khalayak diharapkan dapat merasakannya. Salah satu informan mengungkapkan bahwa:

*“Saya lebih senang membaca berita di media onlinenya, karena dari segi kecepatan media online lebih cepat mengakses berita sementara berlangsung peristiwanya, sudah bisa dibaca juga beritanya. Kadang yang membuat saya jengkel membaca berita di media online itu terlalu banyak iklannya tapi dimaklumi juga karena itu merupakan bagian dari cara media menghasilkan pendapatan. Misalnya*

*saya sementara asyik membaca narasinya masuk lagi iklannya, butuh waktu lagi sekian detik menunggu iklan berakhir. Tribun Timur juga biasa dalam 1 berita, halamannya bisa sampai 5 halaman.” (Hasil wawancara, Senin, 15 Agustus 2022).*

Dari hasil wawancara peneliti dengan informan di atas menyampaikan bahwa informan lebih senang membaca berita di media onlinenya, karena dari segi kecepatan media online lebih cepat mengakses berita dan informan merasa lewat konten mana saja. Tribun Timur mampu membuat konten yang bagus sehingga informasi yang disampaikan dapat sampai kepada pembacanya.

Hal ini sesuai dengan karakteristik media digital, diantaranya; setiap individu dapat menjadi sumber informasi, mereka dapat menulis men-*sharing* informasi atau pengetahuan yang mereka peroleh dari berbagai sumber di internet. Selain itu, pesan atau informasi yang disampaikan singkat dan padat, kemudian pendistribusiannya juga sangat cepat dan dapat dilakukan secara bersamaan. Media digital juga memungkinkan individu saling berinteraksi, baik *real time* maupun *non real time*. Karakteristik inilah yang menjadi alasan mengapa cara membaca masyarakat berubah (Pramesti, 2021).

Dapat disimpulkan bahwa masyarakat dihadapkan dengan derasnya aliran arus informasi, masyarakat juga memilih terkait informasi mana yang mau mereka dapatkan, *channel* atau portal digital mana yang dianggap dapat memuaskan, dan sebagainya.

### **Efek Behavioral**

Belajar dari media massa memang tidak bergantung hanya pada unsur stimulus dalam media massa saja. Satu proses belajar yang rumit berlangsung. Menurut Bandura, kita belajar bukan saja dari pengalaman langsung, tetapi dari peniruan atau peneladanan (*modeling*). Perilaku merupakan hasil faktor-faktor kognitif dan lingkungan. Artinya, kita mampu memiliki keterampilan tertentu, bila terdapat jalinan positif antara stimulus yang kita amati dan karakteristik diri kita (Rakhmat, 1999).

Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Efek yang dihasilkan dari media massa tidak selalu sama, ada yang berhasil merubah khalayak menjadi lebih baik namun ada pula yang mengakibatkan kegagalan yang berakhir pada tindakan buruk. Salah satu informan mengungkapkan bahwa

*“Dulu saya langganan Tribun Timur cetak, tapi setelah terjadinya Konvergensi Media ini, dengan hadirnya media online, jadi sekarang saya lebih sering membaca di portal onlinenya. Saya lebih memilih media online karena efisien dan efektif.” (Hasil wawancara, Senin, 15 Agustus 2022).*

Dari hasil wawancara tersebut informan di atas menyampaikan bahwa sebelum adanya media online, informan membaca berita melalui media cetak. Namun setelah terjadi konvergensi media, informan lebih sering membaca di portal online karena lebih efisien dan efektif.

Sementara informan yang lain mengungkapkan bahwa ketika masih berlangganan media cetak informan membutuhkan waktu dan tempat yang lebih tenang dan santai untuk membaca koran. Berbeda dengan media online yang bisa diakses kapan dan di mana saja.

*“Kalau dulu baca koran butuh waktu dan tempat, harus membutuhkan waktu luang dan santai. Kalau sekarang baca berita di media online kan bisa diakses kapan saja.” (Hasil wawancara, Senin, 15 Agustus 2022).*

Informan merasakan adanya perubahan sejak terjadinya Konvergensi Media ini, dari yang dulu membaca sifatnya rumahan beralih ke *gadget*. Selain suka membaca koran di rumah, informan juga dulunya sering membawa koran tersebut, namun berbeda dengan sekarang suka membaca berita hanya melalui *handphone*.

Dapat disimpulkan bahwa efek behavioral merupakan efek yang muncul pada diri khalayak dalam bentuk sikap, tindakan dan perilaku. Efek ini dapat mempengaruhi atau mendorong khalayak untuk mengambil tindakan atas suatu isu atau informasi tertentu.

## SIMPULAN

Konvergensi media memberikan efek terhadap pembaca Tribun Timur khususnya Dosen di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar. Efek ini meliputi efek kognitif, efek kognitif yaitu memberikan kemudahan mengakses berita dan jangkauannya lebih luas, sehingga pembaca lebih banyak mendapatkan informasi. Efek afektif yaitu memberikan banyak pilihan terhadap informasi mana yang mau mereka dapatkan, *channel* atau portal digital mana yang dianggap dapat memuaskan dalam mendapatkan berita. Efek behavioral yaitu menunjukkan perubahan kebiasaan atau kegiatan sehari-hari terhadap pembaca dari yang dulunya lebih sering membaca media cetak beralih ke media online.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aminuddin, A. T., & Hasfi, N. (2020). Konvergensi Media Surat Kabar Harian Lokal Jateng Pos. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 3(2), 137. <https://doi.org/10.24198/jkj.v3i2.25070>
- Atkin, C. K., & Miller, M. M. (1981). *Parental Mediation of Children's Television News Learning*.
- Ayutiani, D. N., & Satria Putri, B. P. (2018). Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *Profesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.11683>
- Firman Kurniawan, Y. A. S. (2021). The Dynamics Transformation Of Living Media Consumption In The Digital Era (Shifting Preferences Study From Mediated Media Editors To Unmediated Media Editors And To Mediated Media Editors). *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 201–211. <https://doi.org/10.35326/medialog.v4i1.1032>
- Hasni, N., Cangara, H., & Fatimah, J. M. (2019). Daya Tahan Bisnis Media Cetak Ditengah Maraknya Penggunaan Media Online Di Kota Makassar ( Skh Fajar Dan Skh Tribun Timur ) Media of Impresion of Business Resistance in the Middle of the Use of the Media in Line of the City of Makassar ( Fajar and Skh Skh. *Medialog*, II(I), 43.

- Ikhwan, I. (2020). *Inovasi Tribun Timur di Era Revolusi Industri 4.0*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Iskandar, D. (2018). *Konvergensi Media: Perbauran Ideologi, Politik, dan Etika Jurnalisme*. Penerbit Andi.
- Mansah, A. M. (2019). Tren Pergeseran Media Konvensional Ke Era Digitalisasi (Studi Kasus Konvergensi Media Di Lembaga Kantor Berita Nasional Antara Biro Sulawesi Selatan-Sulawesi Barat). *Al-MUNZIR*, 12(1), 121–130.
- Pramesti, I. A. (2021). Faktor yang Memengaruhi Minat dan Cara Membaca Masyarakat Indonesia di Era Digital, serta Dampaknya Pada Bisnis Media Cetak. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 5(1), 117–131.
- Prihartono, A. W., & Sos, S. (2016). Surat kabar & konvergensi media (studi deskriptif kualitatif model konvergensi media pada Solopos). *Jurnal Channel*, 4(1), 105–106.
- Rakhmat, J. (1999). Psikologi komunikasi, PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)*. Alfabeta Bandung, CV.
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Kencana.