

**ANALISIS KONVERGENSI MEDIA SKM AMANAT UIN WALISONGO  
SEMARANG 2024**



Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat  
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Oleh:  
Muhammad Shafril Hidayat  
1701026116

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG  
2024**

## NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 1 bendel  
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.  
**Dekan Fakultas Dakwah  
Dan Komunikasi**  
UIN Walisongo Semarang  
di Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi mahasiswa:

Nama : Muhammad Shafril Hidayat  
NIM : 1701026116  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jurusan/ Konsentrasi : Komunikasi dan Penyiaran Islam /Televisi Dakwah  
Judul : Analisis Konvergensi Media SKM Amanat UIN  
Walisongo  
Semarang 2024

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan.  
Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 13 Juni 2024  
Pembimbing,  
Bidang Substansi Materi dan Bidang  
Metodologi dan Tata Tulis



**Fitri, M.Sos**

**198905072019032021**

PENGESAHAN

SKRIPSI

Analisis Konvergensi Media SKM Amanat UIN Walisongo Semarang 2024

Disusun oleh:

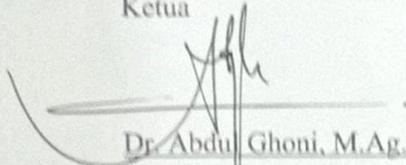
Muhammad Shafril Hidayat

1701026116

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 25 Juni 2024 dan dinyatakan lulus memenuhi syarat guna  
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

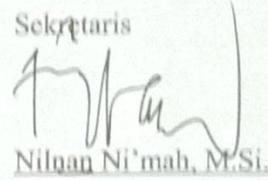
Ketua



Dr. Abdul Ghoni, M.Ag.

NIP. 197707092005011003

Sekretaris



Nilnan Ni'mah, M.Si.

NIP. 198002022009012003

Penguji I



Adhij M.A.

NIP. 199101202019031006

Penguji II



H. M. Alhandi, M.Ag.

NIP. 197108301997031003

Mengetahui,  
Pembimbing



Fitri, M.Sos

NIP. 198905072019032021

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Pada tanggal 11-6-2024



Prof. Dr. H. Moh. Fauzi, M.Ag.

NIP. 197205171998031003

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Shafril Hidayat

Nim : 1701026116

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan didalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar Pustaka.

ang, 13 Juni 2023  
Penulis  
  
**Muhammad Shafril Hidayat**

**NIM: 1701026116**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah, dan inayah-Nya kepada peneliti sehingga karya ilmiah yang berjudul (Analisis Konvergensi Media SKM Amanat UIN Walisongo Semarang 2024) dapat terselesaikan walaupun setelah melalui beberapa hambatan dan rintangan. Shalawat serta salam semoga terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah mengantar umatnya dari zaman kebodohan sampai pada zaman terangnya kebenaran dan ilmu pengetahuan.

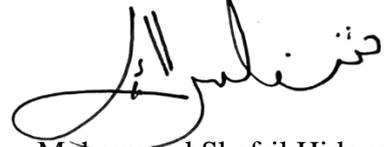
Skripsi yang telah penulis susun ini merupakan salah satu ikhtiah guna memperoleh gelar kesarjanaan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Penulis menyadari, bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan secara baik tanpa ada bantuan dari semua pihak yang telah membantu dengan penuh rasa ikhlas. Oleh karena itu penulis secara khusus menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Nizar Ali, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang beserta staf dan jajarannya yang telah memberikan restu peneliti untuk menimba dan menyelesaikan karya ilmiah ini.
2. Prof. Dr. Moh Fauzi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, serta semua Dosen dan Staf di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang beserta jajarannya yang telah memberikan restu kepada peneliti dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.
3. Dr. Asep Dadang Abdulah, M.Ag, dan Dr. Abdul Ghoni, M.Ag., selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan izin penelitian.
4. Ibu Fitri, M.Sos selaku Dosen Wali sekaligus Pembimbing yang sangat sabar dan perhatian dalam menghadapi karakter penulis.

5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah mengarahkan, mengkritik, mendidik, membimbing menuntun dan memotivasi peneliti dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.
6. Kedua orang tua penulis, Bapak Muttaqin dan Ibu Kasminah yang telah begitu banyak memberikan motivasi, dukungan moril dan materil kepada penulis dan senantiasa memberikan do'a, nasihat, pengorbanan serta kasih sayang. Penulis sangat bersyukur dengan dukungan dan do'a yang telah mereka berikan kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan. Penulis hanya bisa berdo'a agar amal mereka mendapat balasan dari Allah SWT, dengan balasan yang lebih dari yang sudah mereka berikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan masukan untuk perbaikan selanjutnya. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya, Aamiin.

Semarang, 20 Juni 2024

Penulis



Muhammad Shafril Hidayat

NIM. 1701026116

## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kasih dan sayangnnya kepada penulis sampai sekarang dan sampai akhir kelak. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua Orang tua, Bapak Muttaqin dan Ibu Kasminah. Karya ini dapat terangkat berkat ikhtiar, *doa*, serta dukungan. Kerja kerasmu sampai engkau berlumur keringat yang menjadikan aku mampu untuk mengenyam pendidikan hingga saat ini., *doa* yang selalu engkau panjatkan disetiap munajatmu memudahkan setiap upayaku. Semoga karya ini mampu menjadi buktiku sebagai anak yang tidak mengecewakan kalian.
2. Almamaterku tercinta Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan kesempatan peneliti untuk menimba ilmu dan memperluas pengetahuan.
3. Senior, teman-teman, dan adik-adik di Surat Kabar Mahasiswa (SKM) Amanat yang telah menjadi wadah bagi penulis dalam berproses untuk belajar apapun dengan penuh suka cita dan duka selama ini.

## MOTTO

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ ۝

وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ وَالثَّمَرَاتِ وَبَشِّرِ

الصَّابِرِينَ ﴿١٥٥﴾

*Kami pasti akan mengujimu dengan sedikit ketakutan dan kelaparan, kekurangan harta, jiwa, dan buah-buahan. Sampaikanlah (wahai Nabi Muhammad,) kabar gembira kepada orang-orang sabar.*

(Q.S.Al Baqarah:155)

## ABSTRAK

Media surat kabar mahasiswa merupakan salah satu bentuk media massa yang memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi dan berita kepada mahasiswa di lingkungan kampus. Surat kabar mahasiswa seringkali menjadi wadah bagi mahasiswa untuk menyampaikan gagasan, pandangan, dan aspirasi mereka. Dalam lingkungan Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang, terdapat Surat Kabar Mahasiswa (SKM) Amanat, media surat kabar mahasiswa yang menjadi sarana untuk menyebarluaskan berita dan kegiatan kampus, serta memberikan ruang bagi mahasiswa untuk berpartisipasi dalam pengelolaan dan penerbitan media ini. Dalam era konvergensi media, surat kabar mahasiswa juga menghadapi tantangan baru dalam adaptasi. Perkembangan teknologi dan transformasi media telah membawa perubahan signifikan dalam media surat kabar mahasiswa. Dulu, surat kabar mahasiswa hanya hadir dalam bentuk cetak, berupa Tabloid, Majalah, Antologi, Buletin dan sebagainya. Namun sekarang dengan hadirnya internet sudah beralih ke dalam bentuk portal media online.

Penelitian ini memakai jenis penelitian deskriptif kualitatif. Metode kualitatif berupaya memahami serta mengartikan sebuah makna peristiwa interaksi tingkah laku antar manusia didalam keadaan tertentu menurut pandangan peneliti. Peneliti dapat mengumpulkan data, menyusunnya secara sistematis, cermat serta faktual.

Maka dengan SKM Amanat yang telah menyatukan unsur konvergensi media *3C computing, communication dan content*, hal tersebut menjadikan informasi yang disajikan oleh SKM Amanat lebih bervariasi seperti berbentuk cetak, portal media online dan juga berupa audio visual YouTube daripada sebelumnya yang hanya media cetak saja.

Kata Kunci: Konvergensi, Media, SKM Amanat, Pers Mahasiswa

## DAFTAR ISI

### COVER LUAR

HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	i
HALAMAN NOTA PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Tinjauan Pustaka.....	7
F. Metode Penelitian .....	10

### **BAB II KONVERGENSI MEDIA PERS MAHASISWA**

A. Pers Mahasiswa .....	21
B. Komnikasi Massa .....	22
1. Pengertian Komunikasi Massa.....	22
2. Karakteristik Komunikasi Massa .....	23
3. Sejarah Perkembangan Komunikasi Massa . .....	25
C. Media Massa .....	26
1. Pengertian Media Massa .....	26
2. Fungsi Media Massa .....	28
3. Media Sebagai Kontrol Sosial.....	30

D. Media Cetak .....	31
1. Pengertian surat kabar .....	31
2. Sejarah surat kabar .....	32
E. Media Elektronik.....	33
F. Media Online.....	34
G. Konvergensi Media .....	36
1. Pengertian Konvergensi Media .....	36
2. Teori Konvergensi Media Henry Jenkins ....	38
3. Pemanfaatan Konvergensi Media .....	39
4. Dampak Konvergensi Media.....	39
H. Jurnalistik .....	42

### **BAB III SKM AMANAT UIN WALISONGO SEMARANG**

A. Sejarah Singkat SKM Amanat .....	44
B. Aktifitas SKM Amanat .....	44
C. Perkembangan SKM Amanat .....	46
D. Visi Misi dan Peran Ideal SKM Amanat.....	46
E. Struktur Organisasi SKM Amanat.....	47
F. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab .....	48
G. Platform Media Pada SKM Amanat.....	53
1. Tabloid SKM Amanat .....	53
2. Portal Berita Amanat.id.....	54
3. YouTube SKM Amanat .....	55

### **BAB IV ANALISIS KONVERGENSI MEDIA PADA SKM AMANAT**

A. Konvergensi Media Pada SKM Amanat .....	57
--	----

1. <i>Computing</i> .....	58
2. <i>Communication</i> .....	58
3. <i>Content</i> .....	59

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	65
B. Saran.....	67

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>67</b>
-----------------------------	-----------

<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>70</b>
-----------------------------------	-----------

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Media surat kabar mahasiswa merupakan salah satu bentuk media massa yang memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi dan berita kepada mahasiswa di lingkungan kampus. Surat kabar mahasiswa seringkali menjadi wadah bagi mahasiswa untuk menyampaikan gagasan, pandangan, dan aspirasi mereka. Dalam lingkungan Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang, terdapat Surat Kabar Mahasiswa (SKM) Amanat, media surat kabar mahasiswa yang menjadi sarana untuk menyebarluaskan berita dan kegiatan kampus, serta memberikan ruang bagi mahasiswa untuk berpartisipasi dalam pengelolaan dan penerbitan media ini.

Fokus utama SKM Amanat adalah untuk mengasah kepekaan mahasiswa UIN Walisongo terhadap isu yang sedang berkembang baik di lingkungan kampus, regional Semarang maupun nasional. Hal itu bisa dilihat dari produk SKM Amanat berupa tabloid dan buletin yang menyajikan tulisan-tulisan kritis terhadap kampus. Selain itu SKM Amanat juga menyajikan produk sastra berupa majalah Soeket Teki dan antalogi puisi. Tidak hanya belajar menulis berita, artikel, *essay*, opini, cerpen, dan puisi di SKM Amanat juga mengajarkan berbagai keahlian lain berupa Fotografer, Videografi, Desain Grafis dan sebagainya.

Dalam era konvergensi media, surat kabar mahasiswa juga menghadapi tantangan baru dalam adaptasi. Perkembangan teknologi dan transformasi media telah membawa perubahan signifikan dalam media surat kabar mahasiswa. Dulu, surat kabar mahasiswa hanya hadir dalam bentuk cetak, berupa Tabloid, Majalah, Antalogi, Buletin dan sebagainya. Namun sekarang dengan hadirnya internet sudah beralih ke dalam bentuk portal

media online. Dengan adanya konvergensi media, surat kabar mahasiswa tidak hanya hadir dalam format digital, tetapi juga memanfaatkan platform online seperti website, media sosial, dan YouTube. Hal ini memungkinkan mahasiswa untuk mengakses berita dan informasi kapan saja dan di mana saja, serta berinteraksi langsung dengan konten yang disajikan. Selain itu, konvergensi media juga membuka peluang baru bagi media surat kabar mahasiswa untuk menghadirkan konten multimedia yang lebih menarik dan interaktif kepada pembaca (Smith, 2018).

Revolusi teknologi yang terjadi terus menerus dan berkembang pesat menyebabkan media berkonvergensi dan terciptanya saluran media baru atau platform media yang lebih beragam. Konvergensi media sebagai fenomena bergabung atau menyatunya beberapa bentuk media ke digital membawa perubahan pada dunia jurnalistik. Beberapa ahli media lain pun sudah meramalkan akan terjadi perubahan besar-besaran dalam media massa khususnya jurnalistik media cetak, di mana kehadiran internet turut andil dalam perubahan tersebut. Terutama, masyarakat di era informasi yang semakin berkembang pesat lebih memilih mencari informasi yang diperlukannya melalui internet dengan mengakses YouTube daripada menghabiskan waktu untuk mencari surat kabar cetak (Abdullah, 2011).

Data dari Internet World States tahun 2020 mengungkapkan populasi pengguna internet di seluruh dunia melebihi 938 juta orang (Baran 2022). Ini membuktikan, semakin banyak masyarakat melibatkan diri dalam arus penyebar informasi (*citizen journalism*) yang bisa menyebabkan kepercayaan pada pemberitaan media berkurang. Teknologi internet bisa menjangkau seluruh lapisan masyarakat dengan cepat, berbeda dengan surat kabar cetak yang memerlukan transportasi dan waktu tertentu. Sehingga, perusahaan media yang terimbas perkembangan teknologi memilih melakukan perubahan dan ikut andil dalam perkembangan tersebut. Konvergensi media menyebabkan media massa berinovasi, khususnya surat kabar cetak menghadirkan bentuk surat kabar yang tidak hanya berupa portal berita berupa *website realtime*, tetapi juga menghadirkan surat kabar

yang merupakan transformasi surat kabar cetak itu sendiri, yang berupa *YouTube*. *YouTube* merupakan situs portal video yang sering diakses para pengguna internet, juga mempunyai fitur berbagai video (*sharing video*) sehingga dapat dilihat oleh siapapun yang mengklik video tersebut. Terdapat didalamnya berbagai macam video seperti film, video musik, berita dan lain-lain (Kindarto,2008).

Konvergensi media muncul sebagai hasil dari perkembangan teknologi, komunikasi, dan informasi yang pesat. Seperti yang dijelaskan oleh Jenkins (2006), konvergensi media menggabungkan tiga unsur yaitu computing, communication, dan content (3C). Hal ini berarti bahwa pada tahun 2024, surat kabar mahasiswa Amanat UIN Walisongo Semarang kemungkinan akan memanfaatkan teknologi komputasi, komunikasi, dan konten yang lebih canggih untuk menghadirkan pengalaman media yang lebih interaktif dan partisipatif kepada pembaca.

Perkembangan teknologi dan perubahan perilaku bacaan mahasiswa Selain itu, Dailey, Demo, & Spillman juga mendefinisikan lima tahap konvergensi berdasarkan tingkat partisipasi, yang dikenal sebagai model kontinum konvergensi. Perubahan teknologi komunikasi membawa dampak tersendiri bagi harian ini yang pada awalnya hanya menerbitkan surat kabar dalam bentuk cetak, tetapi melakukan konvergensi media dengan menerbitkan surat kabar berbentuk Video Visual (*YouTube*).

Konvergensi media menuntut industri media untuk berinovasi dan bertransformasi dari yang awalnya hanyalah media konvensional menjadi media baru yang memanfaatkan teknologi digital atau internet dalam distribusi informasinya. Menurut Burnett & Marshall (dalam Asmara, Mulyana, & Mulyani, 2019) bahwa konvergensi media merupakan proses penggabungan media, industri telekomunikasi dan segala bentuk media komunikasi ke dalam bentuk digital, sehingga konvergensi media sangat erat kaitannya dengan digitalisasi. Meskipun begitu, dalam proses penerapan konvergensi media tugas industri media tidak hanya sebatas inovasi seperti digitalisasi saja, perlu adanya proses adaptasi dan inovasi

yang bertahap untuk dapat memaksimalkan penerapan konvergensi media. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Abdussalam (2021) yang membahas terkait dengan strategi konvergensi media yang dilakukan oleh Tribun Sumsel, di mana dalam proses penerapan konvergensi media, inovasi inovasi ini perlu diterapkan dan dilaksanakan secara bertahap, karena selain faktor diperlukannya pemahaman dan penerapan teknologi komunikasi dalam proses konvergensi media, yang paling pertama harus dipertimbangkan dalam pengadopsian konvergensi media adalah faktor sosio-kultural, sehingga dibutuhkan beberapa tahapan seperti transformasi informasi, insentif, negosiasi antar pemeran dalam media, dan juga politik media terkait platform media yang ingin dikembangkan.

Konvergensi media pada surat kabar mahasiswa Amanat UIN Walisongo Semarang, penting untuk memahami implikasi dan manfaat yang diperoleh melalui integrasi platform digital dalam operasional surat kabar tersebut. Penerapan konvergensi media tidak hanya meningkatkan aksesibilitas dan distribusi informasi, tetapi juga memungkinkan interaksi yang lebih dinamis antara pembaca dan redaksi. Berdasarkan analisis awal, terlihat bahwa SKM Amanat telah berhasil mengintegrasikan situs web dan akun media sosial (*YouTube*) untuk mendukung edisi cetak mereka.

Hal ini sejalan dengan temuan Jenkins (2006) yang menyatakan bahwa konvergensi media memungkinkan berbagai platform bekerja secara sinergis untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam. Selain itu, penelitian oleh Hermans (2009) juga menunjukkan bahwa media yang berhasil mengadopsi konvergensi dapat meningkatkan partisipasi dan keterlibatan audiens, yang dalam konteks surat kabar mahasiswa dapat berarti lebih banyak mahasiswa terlibat dalam proses jurnalistik.

Penerapan konvergensi media pada SKM Amanat UIN Walisongo Semarang juga menghadapi sejumlah tantangan dan masalah yang perlu diatasi. Salah satu masalah utama adalah keterbatasan sumber daya, baik dalam hal teknologi maupun kompetensi digital di kalangan anggota redaksi. Banyak mahasiswa yang terlibat dalam SKM Amanat belum

memiliki keterampilan yang memadai untuk memanfaatkan *YouTube* secara optimal, yang berdampak pada kualitas dan konsistensi konten digital yang dihasilkan. Selain itu, adaptasi terhadap perubahan teknologi dan preferensi audiens yang dinamis memerlukan strategi yang fleksibel dan berkesinambungan, yang seringkali sulit dicapai dengan anggaran terbatas yang dimiliki oleh media mahasiswa.

Konvergensi media sangat dipengaruhi oleh dukungan teknologi dan pelatihan yang memadai, sesuatu yang masih menjadi tantangan bagi SKM Amanat. Masalah lainnya adalah kesenjangan antara konten cetak dan *YouTube*, di mana masih terdapat kecenderungan untuk memprioritaskan edisi cetak sehingga konten *YouTube* kurang mendapatkan perhatian yang memadai. Untuk mengatasi masalah ini, perlu adanya peningkatan kapasitas dalam hal teknologi dan keterampilan digital serta pengembangan strategi konvergensi yang lebih integratif dan holistik.

## **B. Rumusan Masalah**

Konvergensi media adalah konsep penggabungan platform media yang berbasis cetak, elektronik dan online. Awalnya konsep atau istilah ini tidak dikenal di dunia informasi dan media massa. Namun setelah ditemukannya internet pada abad 20, konsep ini merambah sedikit demi sedikit dalam tubuh perusahaan-perusahaan media di seluruh dunia termasuk juga pers mahasiswa atau media kampus.

Tantangannya bagaimana menyilangkan media yang ada. Cross media merupakan konsep persilangan beberapa platform media dalam satu pers mahasiswa atau media kampus. Contoh konkrit pers mahasiswa yang menerapkan itu adalah media Surat Kabar Mahasiswa (SKM Amanat). Pers mahasiswa yang bernaung di UIN Walisongo Semarang itu, saat ini memiliki berapa platform media dalam perusahaannya. Tercatat, sejak didirikan 14 Agustus 1984 hingga saat ini, SKM Amanat telah memiliki beberapa platform media diantaranya; Tabloid, Majalah, Antologi (cetak),

Amanat.id (portal media, dan YouTube SKM Amanat. Penulis melihat ada konsep konvergensi media yang bisa dikatakan terbesar di lingkup UIN Walisongo itu. Sehingga menarik untuk dibahas. Dari penjelasan di atas, penulis merumuskan permasalahan penelitian, yaitu:

1. Bagaimana konvergensi media pada SKM Amanat UIN Walisongo Semarang?

### **C. Tujuan Penelitian**

Secara umum, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara spesifik bagaimana penerapan konvergensi media yang dilakukan oleh SKM Amanat UIN Walisongo Semarang itu sendiri.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diharapkan dari penelitian ini yaitu manfaat teoritis dan praktis, adapun manfaatnya sebagai berikut:

#### a) Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi ilmiah, khususnya tentang analisis konvergensi media kampus atau pers mahasiswa. Selain itu, dapat dijadikan dasar untuk bahan studi selanjutnya, khususnya untuk pengembangan penelitian pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

#### b) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi SKM Amanat atau pers mahasiswa lainnya terutama di lingkungan UIN Walisongo, serta bagi penulis sendiri untuk mengetahui benar bagaimana konvergensi media secara praktik serta tantangan dan dampak dalam merealisasikannya.

## **E. Tinjauan Pustaka**

Sebagai bahan telaah pustaka pada penelitian ini, peneliti mengambil beberapa judul penelitian yang ada relevansinya dengan penelitian yang peneliti kaji, diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian dari Anton Wahyu Prihartono (2016) dengan Surat Kabar dan Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos. Fokus penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana model konvergensi media yang dilakukan oleh Solopos, yang merupakan jawaban atas tuntutan industri media bahwa surat kabar harus mempersiapkan platform digital untuk menghadapi media digital yang terus tumbuh.

Persamaan dengan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi yang diterapkan media cetak di era konvergensi media serta tantangan dan inovasi yang diterapkan, sementara perbedaannya yaitu dari segi konvergensi medianya yang awalnya media cetak menjadi digital.

2. Skripsi yang berjudul “Konvergensi Siaran Green Radio 96,7 FM Pekanbaru Dari Radio Analog Menjadi Radio Digital” yang ditulis oleh Embar Putri Widyastuti, Mahasiswi komunikasi tahun 2020. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Dari hasil penelitian tersebut dijelaskan bahwa Green Radio 96,7 FM merupakan radio komunitas analog yang mengudara di Kota Pekanbaru dari tahun 2014. Satu-satunya radio yang eksis dan aktif dalam pembahasan kelingkungan yang di angkat dari isu-isu lokal wilayah provinsi Riau. Skripsi ini mengambil topik bagaimana Green Radio memanfaatkan situs streaming portalgreenradio.com sebagai media perancangan inovasi untuk green radio. Dengan ini peneliti mendapat kesimpulan dari penelitian tersebut dimana Green Radio 96,7

FM belum begitu maksimal dalam mengoperasikan [portalgreenradio.com](http://portalgreenradio.com) sebagai bentuk media peningkatan pada proses perkenalannya secara digital. Dilihat dari segi pemaparannya, dijelaskan bahwa tidak banyak masyarakat tahu mengenai Green Radio 96,7 FM dari situs [greenportalradio.com](http://greenportalradio.com).

3. Penelitian dari Imasnyti Ciptanti Devi (2020), dengan “Strategi Konvergensi Radio Songgolangit FM Di Tengah Persaingan Industri Penyiaran Di Ponorogo” merupakan hasil karya Imasnyti Ciptanti Devi, Mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam tahun 2020. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Dari kesimpulan penelitian tersebut Strategi Konvergensi Radio Songgolangit dalam persaingan industri penyiaran di Ponorogo dengan beberapa langkah yakni multimedia, multichannel, dan multiplatform. Implikasi dari praktik konvergensi di Radio Songgolangit FM dibagi menjadi tiga, yakni implikasi sosial, budaya, serta ekonomi. Pertama implikasi sosial, konvergensi yang di terapkan oleh Radio Songgolangit FM berdampak pada sosialisasi masyarakat atau pendengarnya dan menjadi faktor penyebab perubahan pola interaksi masyarakat. kedua, implikasi budaya, hadirnya praktik konvergensi menjadi perubahan budaya dan pola hidup masyarakat. ketiga, implikasi ekonomi, praktik konvergensi Radio Songgolangit mempermudah klien untuk lebih mempromosikan produknya melalui sosial media yang dimiliki radio songgolangit, hal tersebut berdampak pada kenaikan pendapatan bagi klien.
4. Penelitian dari Hanifah Priyani Putri , Analisis Teknik Penulisan Berita dalam Meningkatkan Kualitas Berita pada Media Sosial Youtube Jurnal12. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian ini adalah: (1)teknik penulisan berita pada edisi 1-31 Oktober 2021

Jurnal 12 belum memenuhi kaidah penulisan berita. Jurnal 12 tidak menggunakan lead (teras berita), kurang maksimalnya penggunaan unsur 'kapan' dalam merumuskan berita. Jurnal 12 menggunakan struktur piramida terbalik dan selalu menggunakan kutipan dalam setiap berita. (2) upaya bmeningkatkan kualitas berita Jurnal 12 fokus dalam meningkatkan unsur penting, tokoh, konflik, akurasi dan aktualitas.

5. Penelitian dari Ramansyah, Muh. Syaiful (2022), dengan Konvergensi Media Gorontalo Post Sebagai Strategi Untuk Bertahan Di Era Digital. Hasil penelitian mengatakan bahwa, Hargo.co.id menjadi bentuk konvergensi media cetak Gorontalo Post untuk bertahan di era perkembangan media online saat ini. Hargo.co.id tidak terlepas dari kepemilikan perusahaan, kolaborasi konten, struktur direksi dan redaksi, sumber daya wartawan dan infrastruktur yang menyatu dengan Gorontalo Post walaupun memiliki badan hukum terpisah. Strategi yang dilakukan Gorontalo Post bertahan di era digital adalah memperkuat liputan-liputan investigasi dan liputan mendalam lainnya. Di bidang pemasaran Gorontalo Post memberi reward kepada pelanggan koran meskipun cara ini ditiadakan untuk sementara waktu. Sedangkan hargo.co.id menggunakan google analytics untuk mengukur eksistensinya di tengah-tengah perkembangan media online khususnya di Gorontalo dan selalu menjaga kualitas konten serta kepercayaan publik. Tantangan yang dihadapi oleh Gorontalo Post yakni harga bahan cetakan koran yang kian naik sementara oplah bertahan di angka 2.000-an hingga saat ini. Hargo.co.id harus membantu induk perusahaannya untuk bertahan di tengah-tengah perkembangan media online baik dalam segi konten dan bisnis. Saran sebagai rekomendasi yaitu 1) ejak Gorontalo Post hadir di tengahaengah

masyarakat Gorontalo, sejak itu pula dari tahun ke tahun mengalami penurunan jumlah oplah koran dan bahan kertas yang harganya kian naik. Sehingga disarankan agar Gorontalo Post memperkecil ukuran dan bentuk koran dan menambah jumlah oplah.2) Pemberian reward sangat penting untuk mempertahankan pelanggan koran, namun hal ini dihentikan sementara oleh perusahaan karena menyangkut kemampuan ekonomi perusahaan. Ada baiknya reward ini dilakukan kembali dengan cara yang meringankan perusahaan, misalnya voucher diganti dengan koran gratis di waktu-waktu tertentu.3) Di tengah-tengah pandemi Covid-19, Gorontalo Post tidak hanya terselamatkan dengan hadirnya hargo.co.id tetapi juga tertolong dengan e-paper sebagai pelengkap. Melalui penelitian ini ada baiknya perusahaan Gorontalo Post menjadikan e-paper ini masuk dalam fokus bisnis dan bukan hanya pelengkap koran.4) Selain reward dan google analytics, peneliti menyarankan agar perusahaan induk melakukan survei internal untuk mengetahui lebih pasti eksistensi media di tengah publik.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Dalam setiap penelitian diperlukan metode penelitian, untuk mencari suatu tujuan dan untuk mengumpulkan data mengenai masalah-masalah tertentu. Metode penelitian merupakan jalan yang berkaitan dengan cara kerja dalam mencapai sasaran yang diperlukan bagi penggunaannya, sehingga dapat memahami objek sasaran yang dikehendaki dalam upaya menyelesaikan suatu permasalahan. Dengan kata lain, metode penelitian merupakan suatu cara atau jalan untuk memperoleh Kembali pemecahan suatu masalah.

Penelitian ini merupakan jenis kualitatif. Menurut Denzis dan Lincoln (dalam Anggito & Setiawan, 2018) penelitian kualitatif

merupakan penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Tujuan penelitian kualitatif mencoba memahami makna data atau fakta suatu kejadian melalui usaha berinteraksi dengan orang-orang dalam fenomena tersebut hingga menemukan kebenaran (Morissan, 2019). Penulis akan menganalisis dan memaparkan mengenai konvergensi media SKM Amanat UIN Walisongo Semarang 2024 melalui observasi dan wawancara mendalam.

Penelitian kualitatif digunakan jika ingin mengungkapkan suatu keadaan maupun objek dalam konteksnya; menemukan makna atau pemahaman yang mendalam suatu masalah yang dihadapi, yang tampak dalam bentuk data kualitatif berupa gambar, kata, maupun kejadian serta dalam latar yang alami (natural setting), (Yusuf, 2017).

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Tujuan utama menggunakan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan sifat suatu situasi yang sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu (Travels; dalam Hikmat, 2011). sebab dari suatu gejala tertentu (Travels; dalam Hikmat, 2011). Pendekatan deskriptif digunakan penulis dengan melihat fenomena konvergensi media yang dialami oleh SKM Amanat. Penelitian ini menempatkan peneliti sebagai pengamat yang melakukan wawancara mendalam guna membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatat data untuk digambarkan dan dinarasikan berdasarkan fakta-fakta objek yang melukiskan variabel-variabel (Widiawati, 2020).

Jadi penelitian ini memakai jenis penelitian deskriptif kualitatif. Metode kualitatif berupaya memahami serta mengartikan sebuah makna peristiwa interaksi tingkah laku antar manusia didalam keadaan tertentu menurut pandangan peneliti. Suatu penelitian yang memakai metode kualitatif memiliki tujuan untuk memahami sebuah objek yang ingin

diteliti secara lebih mendalam.(Gunawan, 2013, hal. 18) sedangkan metode deskriptif, kita dapat mengumpulkan data, menyusunnya secara sistematis, cermat serta faktual.

## 2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan pemaknaan atas konsep yang digunakan guna membatasi masalah pada fokus penelitian. Definisi konseptual dibuat sebagai konsepsi peneliti atas variabel-variabel atau aspek utama tema penelitian, yang disusun berdasarkan teori yang telah ditetapkan. Peneliti membatasi fokus penelitian "*Penggunaan YouTube Sebagai Media Jurnalistik oleh Pers mahasiswa UIN Walisongo Semarang (Studi Kasus: SKM Amanat dan LPM Justisia)*" Teori konvergensi yang diteliti oleh Henry Jenkins (2008) untuk membantu menganalisis penggunaan youtube sebagai media jurnalistik oleh pers mahasiswa, peneliti mengambil informan dari SKM Amanat dan LP Justisia. Berdasarkan kerangka teoritik dari rumusan peneliti, definisi konseptual yang perlu dijelaskan yaitu:

### a. Youtube

*Youtube* memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berinteraksi dengan berbagai jenis konten video, mulai dari video musik, vlog, tutorial, hingga siaran langsung. Platform ini memiliki jangkauan global dan menjadi salah satu situs web terpopuler di dunia, dengan miliaran pengguna dan jutaan video yang diunggah setiap harinya. Youtube dalam penelitian ini mengarah kepada penggunaan media jurnalistik oleh pers mahasiswa dengan studi kasus pada SKM Amanat dan LPM Justisia. Penggunaan YouTube sebagai media jurnalistik oleh pers mahasiswa UIN Walisongo Semarang merupakan suatu fenomena yang melibatkan pemanfaatan platform YouTube oleh organisasi pers mahasiswa, seperti SKM Amanat dan LPM

Justisia, untuk menyampaikan informasi berita dan konten jurnalistik kepada audiens mereka.

b. Media Jurnalistik

Media jurnalistik merujuk pada institusi dan platform yang bertujuan untuk menyampaikan informasi berita secara objektif, akurat, dan independen kepada publik. Dalam penelitian ini media jurnalistik memiliki peran penting dalam masyarakat, yaitu memberikan informasi yang relevan, memonitor kekuasaan, memberikan ruang bagi berbagai sudut pandang, dan mendorong partisipasi publik. Media jurnalistik dapat mencakup berbagai bentuk, seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, situs web berita, dan platform media sosial. Profesional jurnalis bertanggung jawab untuk mengumpulkan, memverifikasi, dan menyajikan berita dengan prinsip-prinsip etika jurnalistik, seperti kebenaran, kemandirian, akuntabilitas, keadilan, dan keberagaman.

Penggunaan YouTube sebagai media jurnalistik mengacu pada praktik penggunaan platform YouTube sebagai sarana untuk menghasilkan, mempublikasikan, dan mendistribusikan konten jurnalistik. Media ini memungkinkan pers mahasiswa UIN Walisongo Semarang untuk menciptakan dan membagikan konten berita melalui video, menggabungkan unsur jurnalistik seperti peliputan, wawancara, penelusuran, dan penyampaian informasi yang objektif kepada publik.

c. Pers Mahasiswa

Pers mahasiswa merujuk pada organisasi pers yang didirikan dan dijalankan oleh mahasiswa di lingkungan perguruan tinggi. Pers mahasiswa memiliki peran penting dalam

menyediakan wadah bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan jurnalistik, berpartisipasi dalam dunia media, dan menyampaikan pandangan serta isu-isu yang relevan bagi komunitas kampus dan masyarakat luas. Organisasi pers mahasiswa seringkali terdiri dari tim jurnalis mahasiswa yang bertugas untuk mengumpulkan, menulis, dan menyunting berita serta konten jurnalistik lainnya. Mereka dapat menerbitkan seperti surat kabar atau majalah mahasiswa, publikasi mengoperasikan stasiun radio atau televisi kampus, atau mengelola platform media online.

Studi kasus yang dilakukan terhadap SKM Amanat dan LPM Justisia bertujuan untuk menganalisis praktik penggunaan YouTube sebagai media jurnalistik oleh kedua organisasi pers mahasiswa tersebut. Studi ini akan melibatkan analisis terhadap konten yang dihasilkan, strategi distribusi, interaksi dengan audiens, serta dampak yang dihasilkan oleh penggunaan YouTube sebagai platform jurnalistik oleh pers mahasiswa UIN Walisongo Semarang.

### **3. Sumber dan Jenis Data**

Data yang digali dalam penelitian ini diperoleh dari sumber pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian (Widiawati, 2020). Dalam penelitian ini, peneliti harus mencari dan memilih responden yang dapat menceritakan peristiwa dan pengalaman yang dialaminya (Salama & Chikudate, 2021). Peneliti menggunakan sumber data yang secara langsung diberikan responden kepada pengumpul data (Sugiyono, 2011). Data yang diberikan bisa melalui wawancara, maupun dokumen, arsip atau catatan lembaga yang berhubungan dengan objek penelitian baik hardfile ataupun online. Adapun sumber data dalam penelitian ini ialah Abdul Arif (Pimpinan Umum 2012/2013), Kasyfillah Aveeinna

Lazuardin (Pimpinan Umum 2024/2025), Muhammad Rozikin (Pimpinan Redaksi 2023/2024), dan Rima Dian Pramesti (Manajer Amanat.id 2018/2019) SKM Amanat di UIN Walisongo Semarang.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan bagian dari prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan (Tanzeh, 2009). Dalam penelitian kualitatif, peneliti merupakan instrumen penelitian. Artinya, keberhasilan dalam proses pengumpulan data juga bergantung bagaimana peneliti membaca dan menghayati situasi sosial yang dijadikan fokus penelitian. Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan pada natural setting (kondisi yang alamiah), teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi, wawancara (interview), dan dokumentasi.

Dalam setiap penelitian, di samping menggunakan metode yang tepat, diperlukan pula kemampuan memilih dan menyusun alat pengumpul data yang relevan. Dalam hal ini, untuk melengkapi penelitian, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

##### a. Observasi

Observasi merupakan studi yang dilakukan secara sengaja dan sistematis mengenai fenomena sosial dan gejala-gejala, atau dengan cara pengamatan dan pencatatan. Tujuannya untuk memahami ciri dan luasnya signifikansi dan interelasi fenomena sosial yang kompleks. Secara sederhana observasi dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan dengan sistematis atas fenomena yang diteliti (Hadi, 2002).

Dalam observasi peneliti melihat gambaran yang ada kanal *YouTube* SKM Amanat. Observasi merupakan sebuah upaya untuk mendapatkan data dengan mengamati suatu kegiatan yang baru muncul serta dilakukan dengan akurat dan secara

sistematis. observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data apabila:

- 1) Sesuai dengan tujuan penelitian.
- 2) Direncanakan dan dicatat secara sistematis.
- 3) Dapat dikontrol keadaan dan keabsahannya.

b. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan penelitian. Dalam definisi lain yang senada, wawancara diartikan sebagai percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interview) yang memberikan jawaban atas pertanyaan. Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang secara dalam penjelasan sederhana wawancara ialah kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara dengan sumber informasi melalui komunikasi langsung (Yusuf, 2017). Proses wawancara bisa dengan bertemu secara langsung ataupun melalui media pesan teks, telepon, maupun panggilan video. Secara teknis, peneliti menggunakan model wawancara terencana-tidak terstruktur dalam penggalan data. Wawancara terencana-tidak terstruktur digunakan dengan peneliti menyusun rencana wawancara yang matang, tetapi tidak menggunakan format dan urutan yang baku (Yusuf, 2017).

Sebelum melakukan wawancara peneliti membuat pedoman wawancara yang dipersiapkan sebelum memulai mengajukan pertanyaan kepada pemimpin redaksi, sekretaris redaksi serta wartawan dan mencantumkan gagasan terpenting yang ingin dipertanyakan. Apabila ditinjau dari sifatnya,

pertanyaan pada wawancara yang peneliti lakukan merupakan wawancara yang tertutup. Dari segi tersebut yang diwawancarai serta peneliti terkonsep langsung disusun pertanyaan yang peneliti buat sebelum itu.

Dalam penelitian ini penulis akan mewawancarai beberapa orang, yang terdiri dari Pemimpin Umum SKM Amanat, Pemimpin Redaksi SKM Amanat, dan Manajer Amanat.id. Dalam melakukan wawancara, peneliti menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis untuk diajukan, dan mencatat apa yang dikemukakan oleh Naeasumber.

c. Dokumentasi

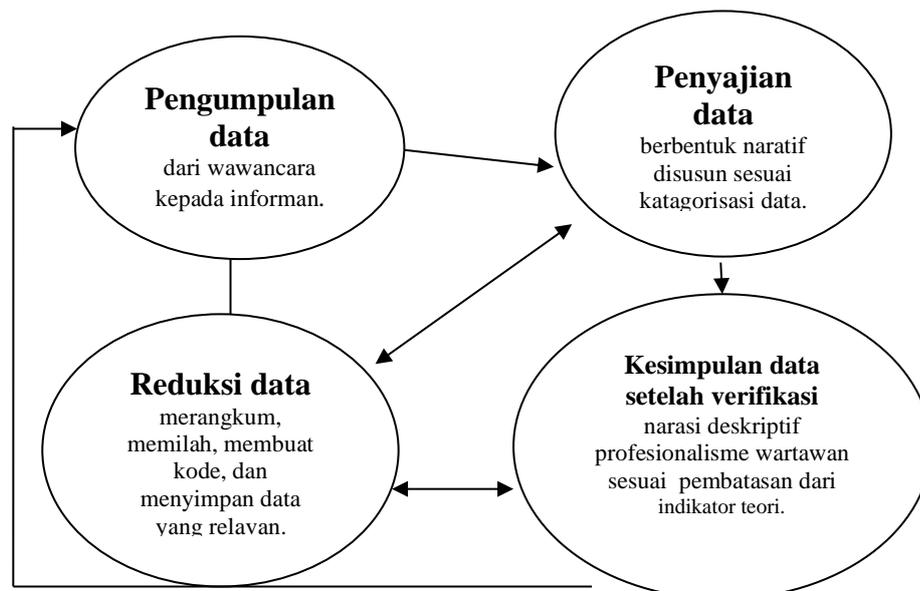
Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlaku dan berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen berguna karena dapat memberikan latar belakang yang lebih luas mengenai pokok penelitian yang dapat dijadikan bahan triangulasi untuk mengecek data dan merupakan bahan utama dalam penelitian. Dalam penelitian ini dokumentasi berupa foto media, wawancara dan data-data dari situs resmi SKM Amanat.

## **5. Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan usaha yang dilakukan sesuai dengan data, memilah-milah, mengorganisasikan dan menjadikan data itu menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan menemukan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain,

(Moleong, 2005). Analisis data dilakukan secara terus menerus, berlangsung saat pengumpulan data berlangsung dan setelah pengumpulan data selesai (Sugiyono, 2009).

Penulis pada penelitiannya menggunakan model teknik analisis data interaktif milik Miles dan Huberman sebagaimana dalam Agustinova (2015). Miles dan Huberman, menjelaskan aktivitas analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus hingga data jenuh. Aktivitas analisis meliputi tiga tahapan yaitu: reduksi data, pemaparan data, dan penarikan kesimpulan.



Gambar 1. Bagan model analisis Miles dan Huberman dalam penelitian peneliti

a. Tahap reduksi data

Reduksi data diartikan sebagai proses penyempurnaan data baik dengan pengurangan terhadap data yang dinilai tidak relevan maupun penambahan data yang dianggap masih kurang. Tahap mereduksi data terdapat proses pemilihan, pemusatan

perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan tertulis di lapangan.

Proses reduksi data, peneliti merangkum, meringkas, memilah membuat kode, serta melakukan penyimpanan pada data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam kepada informan mengenai analisis konvergensi media SKM Amanat UIN Walisongo Semarang 2024.

b. Tahap penyajian data

Penyajian data merupakan proses pengumpulan informasi yang disusun berdasarkan katagori data yang diperlukan setelah proses reduksi. Penelitian kualitatif menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, bagan, kategori dan sejenisnya. Melalui penyajian data akan memudahkan peneliti dalam menyusun dan mengorganisir data pada pola hubungan, sehingga data akan semakin mudah dipahami untuk mendukung proses selanjutnya.

Penyajian data pada penelitian ini disajikan dalam bentuk naratif setelah data terkumpul dan dikelompokkan menurut kategorinya. Kategorisasi data dibantu dengan lima kategorisasi konsep dari konvergensi, hal tersebut berkembang disesuaikan dengan hasil data yang terkumpul dalam proses pengumpulan data wawancara mendalam.

c. Tahap penarikan kesimpulan

Langkah selanjutnya dalam analisis data menurut Miles dan Huberman dalam Agustinova (2015) adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang disampaikan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat serta mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Mencapai kesimpulan yang kredibel membutuhkan suatu tahap verifikasi yaitu proses memeriksa dan

menguji kebenaran data yang telah dikumpulkan sehingga dapat mendukung kesimpulan akhir agar sesuai dengan fokus penelitian.

Simpulan merupakan intisari hasil penelitian yang menggambarkan pendapat terakhir peneliti. Simpulan diharapkan memiliki relevansi sekaligus menjawab fokus permasalahan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini disajikan pada topik pembahasan penelitian. Berdasarkan hasil data yang telah dikumpulkan, direduksi, dikategorisasikan, dan diverifikasi. Kesimpulan penelitian ini berisikan narasi deskriptif mengenai analisis konvergensi media SKM Amanat UIN Walisongo Semarang dihubungkan dengan konsep ilmu pengetahuan pada bab kajian teori dan data permasalahan yang mendukung.

## **BAB II**

### **KONVERGENSI MEDIA PERS MAHASISWA**

#### **A. Pers Mahasiswa**

Pers mahasiswa muncul sebagai wujud rasa nasionalisme pelajar Indonesia. Indonesia Merdeka diterbitkan oleh pelajar-pelajar Indonesia di Belanda pada tahun 1924 dan menjadi pers mahasiswa yang dianggap berpengaruh pada masa itu. Pers mahasiswa mulai bermunculan pasca perjuangan kemerdekaan Indonesia sekitar tahun 1945-1949 (Hill: 2011, 139).

Pada masa pemerintahan Soeharto, pers mahasiswa mengalami nasib yang sama dengan pers umum. Mahasiswa dilarang bersikap kritis terhadap pemerintah. Ancaman pemberedelan selalu menghantui pers mahasiswa yang berani mengkritik pemerintah. Pasca reformasi angin segar kebebasan pers dirasakan pers umum dan pers mahasiswa. Menurut Ismantoro Dwi Yuwono (2011: 237), kebebasan pers ditandai dengan pengakuan dan landasan hukum melalui Undang-Undang nomor 40 tahun 1999 tentang pers yang menggantikan Undang-Undang (UU) pokok pers No. 21 Tahun 1982 yang dinilai represif dan membelenggu kemerdekaan dan kebebasan pers.

Meski sudah ada UU yang mengatur tentang kebebasan pers, masih ada intervensi terhadap beberapa pers mahasiswa. Salah satu peristiwa, Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) Lentera Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW) Salatiga dipaksa untuk menarik kembali majalah Lentera berjudul "Salatiga Kota Merah" dengan nomor 3/2015 yang sudah beredar di masyarakat. Mengutip tulisan Badan Penelitian dan Pengembangan Perhimpunan Pers Mahasiswa Indonesia (PPMI) dari <http://persma.org> birokrasi kampus beralasan judul tersebut dapat menimbulkan persepsi bahwa Salatiga sebagai kota Partai Komunis Indonesia ditambah sampul yang menggunakan lambang palu arit. Pemimpin kampus juga meragukan kevalidan narasumber. Hal serupa juga dialami LPM Poros Universitas

Ahmad Dahlan (UAD) Yogyakarta. Ancaman Surat Keputusan (SK) akan diturunkan untuk membekukan semua akses kegiatan LPM Poros karena dinilai tidak ada manfaatnya untuk UAD (PPMI, 2016).

## **B. Komunikasi Massa**

### **1. Pengertian Komunikasi Massa**

Komunikasi massa adalah proses penentuan makna bersama antara media massa dan khalayaknya. Komunikasi massa dapat dijelaskan dari dua cara pandang, yakni bagai mana orang memproduksi pesan dan menyebarkannya melalui media di satu pihak, dan bagai mana orang-orang mencari serta menggunakan pesan-pesan tersebut di pihak lainnya. Secara sederhana, komunikasi massa dapat diartikan sebagai proses komunikasi melalui media massa. Faktor media massa sangat dominan dalam studi komunikasi massa. Pengkajian komunikasi massa banyak dipengaruhi oleh dinamika media massa dan penggunaannya oleh khalayak. Perkembangan media massa sendiri banyak dikaitkan dengan sejumlah faktor yang melingkupinya, misalnya jumlah melek huruf yang semakin besar, perkembangan pesat dalam bidang ekonomi, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, fenomena urbanisasi, dan faktor iklan. (Jalaludin Rakhmat/1985).

Secara umum, penggunaan komunikasi massa di samping untuk menjalankan fungsi utamanya seperti memberi informasi dan hiburan, juga dimanfaatkan untuk kepentingan-kepentingan khusus, misalnya sebagai media dakwah. Media massa memiliki keunggulan tersendiri dalam penggunaannya sebagai media dakwah. Metode dakwah melalui komunikasi publik (ceramah) secara langsung tidak mampu menjangkau khalayak (umat) secara lebih luas dan efektif. Dengan potensi yang dimilikinya, media massa dapat dimanfaatkan oleh para da'i (komunikator) untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah secara luas kepada umat (khalayak). Dewasa ini, penggunaan media massa sebagai sarana dakwah

sangat bervariasi dari sisi format kemasan dan substansinya, serta menunjukkan perkembangan positif. Berbagai stasiun televisi menyediakan durasi tertentu untuk program-program dakwah.

Kehadiran media massa sebagai media dakwah juga bervariasi dari sudut format pengemasan pesan. Melalui televisi misalnya, pesan-pesan dakwah dapat mengisi program-program yang bersifat fiksi, seperti dalam cerita film atau sinema elektronik. Dengan demikian, media massa dapat dijadikan sarana yang efektif untuk menyampaikan dan menyebarkan ayat-ayat Allah dan sunnah Nabi Muhammad SAW, sehingga umat Islam semakin menyadari akan peran sentral kitab Al-Qur'an sebagai sumber dari segala pengetahuan yang dipelajari manusia.

Terdapat dua faktor yang sangat menentukan dalam efektivitas komunikasi, baik bagi komunikator, maupun komunikan, yakni bidang pengalaman (*field of experience*) dan kerangka rujukan (*frame of reference*). Setiap orang memiliki bidang pengalaman yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut ikut memengaruhi proses dan perilaku komunikasi yang dipraktikkan dalam kehidupan sosial. Dengan demikian, pengalaman adalah sesuatu yang bersifat unik, khas, dan subjektif. Komunikasi melibatkan pembicaraan mengenai pengalaman-pengalaman partisipannya. Perbedaan bidang pengalaman menimbulkan reaksi yang berbeda-beda pula terhadap pesan yang dipertukarkan.

## **2. Karakteristik Komunikasi Massa**

Dalam komunikasi tatap muka terjadi penggunaan banyak saluran, dengan banyak kesempatan untuk mengirim dan menerima pesan, dan dengan proses komunikasi yang kompleks. Proses komunikasi massa lebih kompleks dari produksi dan distribusi pesan-pesannya dibandingkan dengan sistem atau jenis komunikasi lainnya. Pesan-pesan media diterima dan dikonsumsi oleh banyak orang yang heterogen dan anonim.

Pesan-pesan media massa yang diproduksi oleh suatu tim tertentu, dan terkadang sulit secara pasti ditentukan siapa yang bertanggung jawab. Pekerjaan media melibatkan banyak unsur dan bidang. Media elektronik sifatnya lebih kompleks dalam mekanisme dan proses produksinya, dibandingkan dengan media cetak. Dalam suatu produksi televisi misalnya, melibatkan penulis script, sejumlah aktor, seorang produser, seorang sutradara, operator kamera dan kru lainnya, serta host dan yang lainnya. Pertunjukan melalui televisi merupakan hasil kerjasama diantara sejumlah pihak yang memiliki peran dan fungsi yang berbeda. Dengan demikian, komunikasi massa dicirikan oleh sejumlah faktor, yakni: (1) Pesan-pesan komunikasi massa diproduksi oleh suatu organisasi yang kompleks, (2) Media bagi pesan-pesan duplikasi yang akurat, dan (3) Pesan-pesan didistribusikan untuk sejumlah besar audience dalam waktu bersamaan.

Studi komunikasi massa meliputi prinsip-prinsip organisasi produksi, hubungan sosial, politik, dan ekonomi yang eksis diantara organisasi media dan *audience*. Komunikasi massa dengan demikian, diproduksi dan dikonsumsi oleh manusia. Organisasi media massa memiliki suatu produk untuk dijual dan *audience* adalah konsumernya.

Menurut Wright, komunikasi massa memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Diarahkan pada khalayak yang relatif lebih besar, heterogen, dan anonim.
- b. Pesan-pesannya mewakili usaha banyak orang yang berbeda dan disampaikan secara terbuka.
- c. Sering dapat mencapai kebanyakan khalayak secara serentak, bersifat sekaligus.
- d. Komunikatornya cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks, yang melibatkan biaya besar dan bekerja lewat suatu organisasi yang rumit.

### 3. Sejarah Perkembangan Komunikasi Massa

Sejarah perkembangan komunikasi massa dapat diuraikan dalam empat tahapan utama, yakni:

- a. Era penggunaan isyarat dan lambang. Era ini ditandai dengan interaksi manusia yang sangat sederhana;
- b. Era berbicara dan penggunaan bahasa. Era ini berlangsung sekitar 300.000 s.d. 200.000 SM yang merupakan cikalbakal kemampuan manusia dalam berbicara dan berbahasa
- c. Era media tulisan. Era ini berlangsung sekitar 5000 SM.
- d. Era media cetak. Mesin cetak diciptakan di Cina pada awal abad ke-15. Pada tahun 1455, terjadi penyempurnaan mesin cetak oleh Guttenberg di Jerman.

Perkembangan media komunikasi massa dimulai dengan terbitnya surat kabar pertama di Belanda, Inggris & Prancis (1618- 1648). Selanjutnya berkembang pula yellow journalism yang bersaing dengan responsible journalism. Surat kabar mencapai puncak perkembangan pada sekitar tahun 1890 s.d. 1920. Munculnya komunikasi massa berperan penting dalam menambah bentuk komunikasi tatap muka dan menyebarkan budaya massa baru, terutama pada abad ke-19. Penemuan telepon merupakan suatu pengembangan dari penggunaan elektronik pada komunikasi antarpersonal.

Fotografi ditemukan pada abad ke-19 yang pada awalnya digunakan untuk potret keluarga yang dilakukan oleh para seniman. Radio berkembang pada awal abad ke-20 yang pada mulanya dimaksudkan untuk kepentingan militer. Berkembangnya medium televisi semakin menambah kemudahan dan kenyamanan dalam akses informasi dan hiburan bagi masyarakat. Televisi merupakan media yang bersifat audio-visual. Penggunaan media digital (internet) semakin melengkapi kebutuhan manusia akan akses

informasi dan hiburan. Internet memiliki kekuatan yang sangat besar untuk menggabungkan berbagai karakter media massa sebelumnya, seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi.

### **C. Media Massa**

#### **1. Pengertian Media Massa**

Media massa atau pers adalah suatu istilah yang mulai dipergunakan pada tahun 1902 untuk mengistilahkan jenis media yang secara khusus di desain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas dalam pembicaraan sehari-hari istilah ini sering disingkat menjadi media. Media massa adalah salah satu sarana untuk memenuhi kebutuhan manusia akan informasi maupun hiburan. Media massa merupakan hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa. Ini salah satu elemen penting dalam proses komunikasi massa. Media massa mempunyai arti penting bagi organisasi terutama sebagai saluran untuk menyampaikan publikasi pada masyarakat luas secara umum dan publik (stakeholder) secara umum. Selain kemampuan dalam membangun wacana maupun membentuk opini, media juga banyak digunakan untuk membangun citra perusahaan maupun citra seorang figure. (Romli/2017).

Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula. Informasi massa adalah informasi yang diperuntukkan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang hanya boleh dikonsumsi oleh pribadi. Dengan demikian, maka informasi massa adalah milik publik, bukan ditujukan kepada individu masing-masing. Gatekeeper adalah penyeleksi informasi. Sebagaimana diketahui bahwa komunikasi massa dijalankan oleh beberapa orang di dalam organisasi media massa, mereka inilah yang akan menyeleksi informasi yang akan disiarkan atau tidak. Bahkan mereka memiliki kontrol untuk memperluas serta membatasi informasi. Seperti wartawan, desk surat kabar,

editor dan sebagainya, bahkan penerima telepon di suatu institusi media massa memiliki kesempatan untuk menjadi gatekeeper. (Romli/2017).

Saluran yang disebut media massa tersebut diperlukan dalam berlangsungnya komunikasi massa. Berdasarkan bentuknya, media massa dikelompokkan atas: a. Media cetak (printed media), yang mencakup surat kabar, majalah, buku, brosur, dan sebagainya. b. Media elektronik, seperti radio, televisi, film, slide, video, dan lainlain.

Terdapat satu perkembangan media massa dewasa ini, yaitu di temukannya internet. Kini masyarakat telah didominasi oleh media massa. Media massa begitu memenuhi keseharian hidup masyarakat yang tanpa disadari kehadiran dan juga pengaruhnya. Media massa memberi informasi, menghibur, menyenangkan, bahkan kadang mengganggu khalayak. Media mampu menggerakkan emosi atau memengaruhi perasaan, menantang dan mendefinisikan masyarakat serta membentuk realitas khalayak. Shirley Biagi menyebutkan tiga konsep penting tentang media massa yaitu:

- a. Media massa adalah suatu bentuk usaha yang berpusat pada keuntungan.
- b. Perkembangan dan perubahan dalam pengiriman dan pengonsumsi media massa, dipengaruhi oleh perkembangan teknologi.
- c. Media massa senantiasa mencerminkan sekaligus memengaruhi kehidupan masyarakat, dunia politik dan budaya.

Dari seluruh penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa media massa merupakan saluran komunikasi massa guna menyampaikan informasi atau pesan kepada khalayak banyak secara luas. Media massa memengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat, sosial, budaya, ekonomi, politik, dan sebagainya. Media massa mengumpulkan sejumlah uang untuk menyediakan informasi dan hiburan. Media massa juga merupakan bisnis yang berpusat pada keuntungan. Menurut sejarahnya, buku adalah media massa pertama, sedangkan internet adalah media massa terbaru.

## 2. Fungsi Media Massa

Dennis Mc Quail memberikan beberapa asumsi pokok tentang peran atau fungsi media di tengah kehidupan masyarakat saat ini, antara lain:

a. Media merupakan sebuah industri. Media terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan menciptakan lapangan kerja, barang, dan jasa. Di sisi lain, industri media tersebut diatur oleh masyarakat.

b. Media berperan sebagai sumber kekuatan yaitu alat kontrol manajemen dan inovasi dalam masyarakat. Komunikator menjadikan media sebagai pengganti kekuatan, tameng, atau sumber daya lainnya dalam kehidupan nyata.

c. Media menjadi wadah informasi yang menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat, baik dari dalam negeri maupun internasional.

d. Media berperan sebagai wahana pengembangan budaya. Melalui media seseorang dapat mengembangkan pengetahuannya akan budaya lama, maupun memperoleh pemahaman tentang budaya baru. Misalnya gaya hidup dan tren masa kini yang semuanya didapatkan dari informasi di media.

e. Media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dikombinasikan dengan berita dan tayangan hiburan. Media telah menjadi sumber dominan bagi individu dan kelompok masyarakat.

Fungsi komunikasi massa menurut De Vito adalah:

### a. Menghibur

Sebagian besar media massa memiliki fungsi sebagai sarana penghibur bagi khalayak. Contohnya, artikel-artikel humor atau lawakan yang dimuat dalam koran, menggunakan

bahasa yang santai dan menghibur guna menarik perhatian pembaca.

#### b. Meyakinkan

Komunikasi persuasif melalui media massa bertujuan untuk meyakinkan khalayak. Persuasif hadir dalam bentuk:

- 1) Media akan memberikan atau memperkuat kepercayaan khalayak akan suatu hal yang telah diketahui sebelumnya, sehingga terbentuklah sikap dan opini masyarakat.
- 2) Media mengubah kepercayaan sementara seseorang yang semula memihak menjadi tidak memihak pada suatu masalah tertentu.
- 3) Iklan dalam media akan menggerakkan seseorang untuk melakukan tindakan. Misalnya, membeli atau menghindari barang yang telah diiklankan di televisi.
- 4) Media merangsang masyarakat untuk mengubah situasi sekitarnya. Ketika terjadi penyimpangan terhadap suatu norma yang berlaku, media dapat mengungkapkannya secara terbuka.

#### c. Menginformasikan

Media merupakan sumber informasi bagi masyarakat. Media massa memberikan kabar atau berita yang bersifat lokal, nasional, maupun internasional kepada khalayak luas.

#### d. Menganugerahkan status

Semakin sering seseorang dimuat dalam media massa, maka orang tersebut yang menjadi pusat perhatian massa. Terkadang masyarakat beranggapan bahwa orang penting adalah orang yang sering tampil dalam layar kaca. Di sini media meningkatkan

popularitas dan menganugerahkan status “penting” kepada orang yang menjadi topik media.

e. Membius Fungsi membius terjadi ketika media menyajikan informasi tentang sesuatu dan komunikasi dalam keadaan tidak aktif, mempercayai adanya tindakan yang telah diambil.

f. Menciptakan rasa kebersatuan

g. Media mampu membuat khalayak merasa menjadi anggota suatu kelompok.

Jadi, media massa memiliki fungsi yang beragam, akan tetapi pada dasarnya media massa berperan sebagai saluran dalam penyampaian informasi atau pesan. Tentang bagaimana peran media selanjutnya ditentukan oleh jenis media itu sendiri dan cara penggunaan media oleh khalayak. (Budyatna, 2010, hal. 67).

### 3. Media Sebagai Kontrol Sosial

Kontrol sosial oleh media massa begitu ekstensif dan efektif, sehingga sebagian pengamat menganggap kekuatan utama media memang di situ. Sebagai contoh, Joseph Klapper melihat adanya kemampuan “rekayasa kesadaran” oleh media, dan ini dinyatakan sebagai kekuatan terpenting media, yang bisa dimanfaatkan untuk tujuan apa pun. Rekayasa kesadaran sudah ada sejak lama, namun media memungkinkan hal itu dilaksanakan secara cepat dan besar-besaran.

Media memiliki peran penting dalam mengendalikan kejujuran dan kebohongan. Ketika suatu kejadian atau katakanlah fenomena terjadi, maka yang pertama kali ditelusuri adalah informasi dari media massa. Baik itu media cetak, elektronik maupun media online. Oleh karena itu, jika dalam proses penelusuran informasi itu, media menempatkan posisinya sesuai fakta dan realita, maka masyarakat memiliki sudut pandang yang benar atas kejadian tersebut. Namun jika

media melakukan hal sebaliknya, maka media harus bertanggung jawab penuh atas opini yang dibangun dalam masyarakat itu juga.

Saat ini banyak kita temukan pendapat tokoh dan civil society yang mengatakan bahwa media telah terdoktrin dan diintervensi oleh pemerintah. Dalam garis besar mereka menyebut; media sebagai humas pemerintah. Di mana, media massa itu dikendalikan oleh suatu oknum pemerintah dengan tujuan menguntungkan oknum tersebut. Namun sebelumnya, hal ini sudah pasti telah terjadi kesepakatan dalam bentuk uang atau lain sebagainya. Padahal hakikatnya, media itu harus dikendalikan oleh kebenaran. Sehingga masyarakat akan merasakan manfaat dari kehadiran media sebagai alat mencerdaskan pemikiran bukan menjadi alat pembohongan atau bahkan pemecah belah masyarakat.

#### **D. Media Cetak**

Media cetak merupakan media tertua yang ada di muka bumi. Media cetak berawal dari media yang disebut dengan *Acta Diurna* dan *Acta Senatus* di kerajaan Romawi, kemudian berkembang pesat setelah Johannes Gutenberg menemukan mesin cetak hingga kini sudah beragam bentuknya, seperti surat kabar, tabloid, dan majalah. Media cetak adalah segala barang cetak yang dipergunakan sebagai sarana penyampaian pesan seperti yang sudah disebutkan sebelumnya macam-macam media cetak pada umumnya. (Fikri, Sejarah Media, 2018, hal.26).

##### **1. Pengertian Surat Kabar**

Surat kabar merupakan media komunikasi yang berisikan informasi aktual dari berbagai aspek kehidupan, seperti politik, ekonomi, sosial, kriminal, budaya, seni, olahraga, luar negeri, dalam negeri, dan sebagainya. Istilah lain yang lebih populer di kalangan masyarakat yaitu koran, baik itu yang bersifat harian atau pun mingguan.

Sedangkan menurut peneliti, surat kabar adalah lembaran yang tercetak berwarna maupun tidak berwarna baik itu berupa gambar, grafik, ilustrasi atau pun tulisan yang terbit secara periodik, aktual dan isinya dari berbagai aspek kehidupan yang tujuannya agar diketahui oleh pembaca. Dengan kata lain surat kabar menampung seluruh keperluan masyarakat terhadap informasi. Seperti pendapat Santana bahwa surat kabar sendiri terbit untuk mawadahi keperluan masyarakat.

### 1. Sejarah Singkat Surat Kabar

Surat kabar merupakan media massa yang paling tua dibandingkan dengan jenis media massa lainnya. Sejarah telah mencatat keberadaan surat kabar dimulai sejak ditemukannya mesin cetak oleh Johann Gutenberg di Jerman. Dulu, para penguasa Romawi seperti Julius Cesar ketika mengumumkan hal penting, akan ditulis dalam Acta Diurna (aksi hari ini). Orang-orang yang mencari informasi pada papan Acta Diurna dijuluki Diurnarius (tunggal) atau Diurnarii (jamak) adalah para budak belian yang mengutip isi acta diurnal, sangat boleh jadi istilah itu pula yang menjadi sumber dari istilah jurnalis kini. Papan pengumuman itu disebut acta diurna, berisi tentang berita-berita resmi pemerintah, keputusan pengadilan, gempa bumi, kebakaran, angin topan, perampokan dan sebagainya. Inilah cikal bakal lahirnya media cetak saat ini.

Secara singkat, sejarah surat kabar di Indonesia dapat dirincikan sebagai berikut:

- a). Zaman Belanda. Pada tahun 1828, di Jakarta diterbitkan Javasche Courant yang isinya memuat berita-berita resmi pemerintahan. Di Surabaya (1835) terbit Soerabajasch Niew en Advertentieblad. Sedangkan di Semarang terbit Semarangsche Advertentieblad dan De Searangsche Courant.
- b). Zaman Jepang. Ketika Jepang datang, surat kabar yang ada di Indonesia diambil alih secara pelan-pelan oleh penjajah Jepang. Tujuan sebenarnya

adalah agar pemerintah Jepang dapat memperketat pengawasan terhadap isi surat kabar.

c). Zaman Kemerdekaan. Pada masa awal kemerdekaan, Indonesia pun melakukan perlawanan dalam hal sabotase komunikasi. Surat Kabar Berita Indonesia yang diprakarsai oleh Eddie Soeraedi ikut melakukan propaganda agar rakyat berbondong-bondong pada rapat raksasa di lapangan Ikada Jakarta, tanggal 19 September 1945.

d). Zaman Orde Lama. Setelah Presiden Soekarno mengumumkan dekrit kembali ke UUD 1954 tanggal 5 Juli 1959, terdapat larangan kegiatan politik, termasuk pers. Situasi seperti ini dimanfaatkan oleh PKI yang pada saat itu menaruh perhatian pada pers.

e). Zaman Orde Baru. Sejalan dengan tampilnya orde baru, surat kabar yang tadinya dipaksakan untuk mempunyai gantolan, kembali mendapatkan kepribadiannya. Pada zaman ini surat kabar dikontrol sangat ketat oleh pemerintah dan dikembangkan ideologi pers pembangunan.

f). Zaman Reformasi. Berakhirnya orde baru mengalihkan kebebasan berekspresi melalui media atau kebebasan pers. Surat kabar kembali menikmati kebebasannya setelah pemerintahan Soeharto jatuh. Pada masa ini surat kabar menghadapi saingan yang sengit dengan medium televisi dan internet.

## **E. Media Elektronik**

Media elektronik memiliki sejarah yang sangat berbeda dengan media cetak. Sebagai produk revolusi industri dan teknologi, media elektronik muncul ketika alam demokrasi di AS sudah berkembang secara penuh dan urbanisasi sudah berlangsung lama, lengkap dengan berbagai persoalan yang dibawanya.

Karena itu, media elektronik sejak awal sudah bersifat demokratis, dan sejak awal pula khalayaknya adalah masyarakat luas secara keseluruhan, bukan kalangan tertentu saja. Dahulu, tidak seperti media cetak, media elektronik menuntut

khalayaknya memberikan perhatian secara penuh karena apa yang disiarkannya tidak diulang. Kita bisa membaca buku tentang Plato sekarang, lalu meneruskannya 10 tahun kemudian, hal tersebut tidak masalah. Sebaliknya, kita tidak bisa menikmati siaran radio dan televisi seperti itu. Namun teknologi audio dan video kemudian mengubahnya, karena kita bisa merekam acara tertentu untuk kita nikmati pada saat kapan saja di luar saat acara itu disiarkan.

Televisi berasal dari dua kata yang berbeda asalnya, yaitu tele (bahasa Yunani) yang berarti jauh, dan visi (videre-bahasa Latin) berarti pengelihatan. Dengan demikian televisi yang dalam bahasa Inggrisnya television diartikan dengan melihat jauh. Melihat jauh disini diartikan dengan, gambar dan suara yang diproduksi di suatu tempat (studio televisi) dapat dilihat dari tempat lain melalui sebuah perangkat penerima (televisi set).

Istilah televisi sendiri baru dicetuskan pada tanggal 25 Agustus 1900 di kota Paris, yang saat itu di kota tersebut berlangsung pertemuan para ahli bidang elektronika dari berbagai Negara. Dengan demikian kata televisi di sini diartikan dengan televisi siaran yang dapat dilakukan melalui transmisi atau pancaran dan dapat juga disalurkan melalui kabel (televisi kabel). Dalam sistem transmisi atau pancaran, gambar dan suara yang dihasilkan oleh kamera elektronik diubah menjadi gelombang elektromagnetik dan selanjutnya ditransmisikan melalui pemancar. Gelombang elektromagnetik ini diterima oleh sistem antena yang menyalurkan ke pesawat penerima (pesawat televisi). Di pesawat televisi gelombang elektromagnetik itu diubah kembali menjadi gambar dan suara yang dapat kita nikmati dilayar televisi. Sedangkan pada televisi kabel (television cable), gelombang elektromagnetik itu melalui kabel ke pesawat penerima.

## **F. Media Online**

Media massa bertambah anggota dengan kelahiran situs-situs berita ruang cyber dalam kategori com, yaitu media online. Sejarah media massa memperlihatkan bahwa sebuah teknologi baru tidak pernah menghilangkan

teknologi lama. Media online mungkin tidak akan bisa menggantikan sepenuhnya bentuk-bentuk media lama. Melainkan, tampaknya menciptakan suatu cara yang unik untuk memproduksi berita dan mendapatkan konsumen berita.

Media Online dapat disamakan dengan pemanfaatan media menggunakan perangkat internet. Kehadirannya belum terlalu lama, media online sebagai salah satu jenis media massa tergolong memiliki pertumbuhan yang spektakuler. Bahkan saat ini, hampir sebagian besar masyarakat mulai dan sedang menggemari media online. Sekalipun internet tidak sepenuhnya dimanfaatkan untuk media massa, tetapi keberadaan media online saat ini sudah diperhitungkan banyak orang sebagai alternatif dalam memperoleh akses informasi dan berita.

Media online merupakan salah satu jenis media massa yang populer dan bersifat khas. Kekhasan media online terletak pada keharusan memiliki jaringan teknologi informasi dengan menggunakan perangkat komputer (termasuk smartphone) untuk mengakses informasi/berita. Keunggulan media online adalah informasi bersifat up to date, real time, dan praktis. Up to date karena media online dapat melakukan pembaruan suatu informasi atau berita dari waktu ke waktu.

Hal ini terjadi karena media online memiliki proses penyajian informasi atau berita yang lebih mudah dan sederhana. Real time karena media online dapat langsung menyajikan informasi dan berita saat peristiwa berlangsung. Sebagian besar wartawan media online dapat mengirimkan informasi langsung ke meja redaksi dari lokasi peristiwa, setiap saat dan setiap waktu untuk memperbarui informasi. Praktis karena media online dapat diakses di mana dan kapan saja, sejauh didukung oleh fasilitas teknologi internet. Media online kini menjadi alternatif media yang paling mudah dalam mendapat akses informasi atau berita. Teknologi internet menjadi basis terpenting dalam pemanfaatan media online, tidak sedikit wartawan yang mencari berita dari internet. Media online juga memiliki keunggulan-keunggulan lain, seperti adanya fasilitas hyperlink, yaitu sistem koneksi antara website ke website lainnya. Fasilitas ini dapat dengan mudah menghubungkan dari situs satu ke situs lainnya sehingga pengguna dapat mencari atau memperoleh informasi lainnya.

## **G. Konvergensi Media**

### **1. Pengertian Konvergensi Media**

Konvergensi berasal dari bahasa Inggris yaitu *convergence*. Konvergensi media sendiri merupakan penggabungan atau pengintegrasian media-media yang ada untuk digunakan dan diarahkan ke dalam satu titik tujuan. Istilah konvergensi mulai banyak digunakan sejak tahun 1990-an. Kata ini umum dipakai dalam perkembangan teknologi digital, integrasi teks, angka, gambar, video, dan suara. Konvergensi menyebabkan perubahan radikal dalam penanganan, penyediaan, distribusi dan pemrosesan seluruh bentuk informasi baik visual, audio, data dan sebagainya. Konvergensi media merupakan salah satu perkembangan media massa yang melibatkan banyak faktor teknologi di dalamnya. Kehadiran internet mendorong media massa menerapkan konsep konvergensi media seperti media online, e-paper, e-books, radio streaming, media sosial, yang digabungkan dengan media lainnya. (Jenkins, 2006).

Menurut Fiddler terjadinya konvergensi media juga didukung oleh berbagai hal seperti kekuatan-kekuatan ekonomi, politik, dan sosial yang memainkan peran besar dalam penciptaan teknologi-teknologi baru; berbagai penemuan dan inovasi tidak diadopsi secara luas lantaran keterbatasan teknologi itu sendiri; dan adanya kesempatan dan alasan ekonomi, sosial, dan politik yang mendorong perkembangan teknologi baru.

Konvergensi industri media dan teknologi digital mengarah pada bentuk-bentuk yang dikenal sebagai komunikasi multimedia. Multimedia atau dikenal juga sebagai media campuran, pada umumnya didefinisikan sebagai medium yang mengintegrasikan dua bentuk komunikasi atau lebih. Kehadiran konvergensi media sebagai salah satu bentuk mediamorfosis yaitu suatu transformasi media komunikasi yang biasanya ditimbulkan akibat hubungan timbal balik yang rumit antara berbagai kebutuhan yang dirasakan, tekanan persaingan dan politik, serta berbagai inovasi sosial dan teknologi. Adopsi teknologi digital oleh perusahaan media massa dalam melahirkan konvergensi media didukung oleh faktor tekanan

dalam bisnis media massa. Kini para perusahaan media massa berlomba-lomba menganut konvergensi.

Media konvergen tak bisa dipungkiri dapat memicu kompetisi untuk dapat merebut pasar, entah iklan atau pembaca. Media konvensional pun kini berbondong-bondong membangun situs, membuat akun di situs jejaring sosial, hingga membuat blog. Hal ini tak lain merupakan upaya untuk meraup pembaca (readership) yang lebih beragam, juga menambah pundi-pundi keuangan lewat iklan di media online. Di lingkungan yang sangat kompetitif saat ini, iklan di media online dianggap lebih efektif dengan jangkauan audiens yang lebih luas dan besar. Media online yang lebih interaktif, lebih digemari sebagai media pemasaran baru. Fitur yang unik telah menjadi populer di kalangan pengguna (user/partisipan) dan pengiklan.

Grant di dalam Anton Wahyu Prihartono mengemukakan, Transformasi media cetak ke arah konvergensi dapat mengadopsi jenis konvergensi. Konvergensi jurnalistik mensyaratkan perubahan cara berpikir media tentang berita dan peliputannya. Bagai mana media memproduksi berita dan bagai mana media menyampaikan berita kepada khalayaknya. Namun, praktik konvergensi saat ini masih sebatas pada cara menyampaikan berita melalui platform yang berbeda yaitu media cetak, elektronik, dan online. Dalam konvergensi jurnalistik dikenal adanya tiga model menurut Grant, yaitu konvergensi newsroom, konvergensi newsgathering, dan konvergensi content. (Prihartono 2016:108),

- a. Konvergensi newsroom. Dalam konvergensi ini jurnalis yang berbeda platform, misalnya dari surat kabar, online, dan televisi menyatukan dirinya dalam satu ruang produksi berita. Mereka mengerjakan tugas sesuai dengan platform medianya.
- b. Konvergensi newsgathering. Dalam menjalankan model ini, seorang jurnalis dituntut untuk mampu menguasai berbagai platform media suatu instansi. Misalnya, seorang wartawan cetak harus mampu membuat berita

untuk cetak, online, dan sekaligus untuk televisi. Selain itu juga dituntut untuk mengambil foto atau video.

c. Konvergensi content. Berita akhirnya disuguhkan dalam bentuk multimedia, yang merupakan kombinasi antara teks, gambar, audio, video, blog, podcasts, atau slide show. Editor dan reporter akan menjadi content *producer* yang dilatih untuk memilih cerita mana yang paling efektif, teknik yang paling menghibur dari menu biasa hingga pilihan multimedia.

## **2. Teori Konvergensi Media Henry Jenkins**

Konvergensi pada umumnya berarti persimpangan antara media lama dan baru. *“By convergence, the flow of content across multiple media industries and the migratory behaviour of media audiences”* (Jenkins, 2008: 2). Konvergensi media tidak hanya pergeseran teknologi atau proses teknologi, namun juga termasuk pergeseran dalam paradigma industri, budaya, dan sosial yang mendorong konsumen untuk mencari informasi baru. Konvergensi media terjadi dengan melihat bagaimana individu berinteraksi dengan orang lain pada tingkat sosial dan menggunakan berbagai platform media untuk menciptakan pengalaman baru, bentuk baru media dan konten yang menggabungkan kita secara sosial, dan tidak hanya kepada konsumen lain, tetapi untuk para produsen perusahaan media. Teori konvergensi yang diteliti oleh Henry Jenkins dalam bukunya yang berjudul *“Convergence culture: where old and new media collide”* pada tahun 2008, menyatakan bahwa konvergensi media merupakan proses yang terjadi sesuai dengan perkembangan budaya masyarakat. Konvergensi media ini menyatukan 3C yaitu computing (memasukkan data melalui komputer), communication (komunikasi), dan content (materi/isi konten). (Jenkins, 2008).

Konvergensi media memiliki konsep yaitu penyatuan dari berbagai layanan informasi dalam satu piranti informasi yang membuat satu gebrakan digitalisasi yang arus informasinya tidak dapat dibendung lagi. Konvergensi menyebabkan perubahan radikal dalam penanganan, penyediaan, distribusi, dan pemrosesan

seluruh bentuk informasi, baik berupa visual, audio, data dan sebagainya. (Prihartono 2016:108),

### **3. Pemanfaatan Konvergensi Media**

Fenomena yang sering disebut sebagai konvergensi media ini memunculkan beberapa kemajuan penting. Diranah praktis, konvergensi media tidak saja memperkaya informasi yang disajikan, namun juga memberi berbagai alternatif pilihan kepada khalayak untuk memilih informasi yang sesuai dengan seleranya. Bisa dikatakan bahwa konvergensi media ini merupakan salah satu jalan untuk menjadi lebih baik.

Salah satu bentuk manfaat dari munculnya era konvergensi media ini adalah jurnalisme online. Fenomena jurnalisme online yang dimanfaatkan oleh media massa dalam menyajikan materi informasinya dalam bentuk online sekarang ini, merupakan contoh menarik. Di mana khalayak selaku pengakses media alias pendengar, pemirsa maupun pembaca tinggal *meng-click* informasi yang diinginkan di internet, dalam waktu sekejap ribuan informasi yang dicari pun akan muncul. Arus informasi yang berlangsung pun menjadi makin personal, karena setiap orang mempunyai kebebasan untuk memilih informasi yang mereka butuhkan. Dalam konteks yang lebih luas, konvergensi media sesungguhnya bukan saja memperlihatkan perkembangan teknologi yang cepat. Konvergensi media telah berperan besar dalam mengubah hubungan antara teknologi dengan industri. Lebih jauhnya lagi, konvergensi media telah menuntun gaya hidup menjadi lebih praktis dan serba instan.

### **4. Dampak Konvergensi Media**

Berbicara tentang suatu dampak, maka kita akan dituntun pada dua hal, positif maupun negatif. Diantara dampak positif konvergensi media yaitu:

- a. Konvergensi media memperkaya informasi secara meluas tentang seluruh dunia karena ada akses internet.

- b. Memberikan banyak pilihan kepada masyarakat pengguna untuk dapat memilih informasi yang diinginkan sesuai selera, contohnya saja adalah televisi interaktif dan televisi multisaluran dimana pengguna memilih sendiri program siaran yang disukai. Sehingga penggunaan teknologi konvergensi menjadi lebih personal.
- c. Lebih mudah, praktis dan efisien. Tidak perlu punya dua media kalau ternyata bisa punya satu media saja dengan dua fungsi.
- d. Timbulnya demokratisasi informasi di mana semua orang bisa mengakses informasi secara bebas dan luas dengan berbagai cara dan bentuk.
- e. Dalam implikasi ekonomi, konvergensi berpengaruh terhadap perusahaan dan industri teknologi komunikasi karena mengubah perilaku bisnis. Keuntungan yang didapatkan dari hasil konvergensi media sangat menguntungkan dan memajukan perusahaan. Selain itu, mudahnya akses informasi membuat industri dan perusahaan semakin mudah dan cepat mengantisipasi tantangan, kebutuhan baru konsumen, serta persaingan yang menegat.
- f. Di bidang pekerjaan, jelas sekali di jaman sekarang ini jenis-jenis pekerjaan yang berhubungan dengan teknologi digandrungi banyak orang dan peminat seperti hal-hal yang berbau IT atau sistem informasi, menurut saya hal ini menjadi bukti kuatnya teknologi dalam kehidupan manusia.
- g. Masyarakat mendapatkan informasi lebih cepat. Contohnya, para pembaca berita online hanya dengan mengklik informasi yang diinginkan di komputer maka sejenak informasi itu pun muncul.
- h. Interaktif. Masyarakat bisa langsung memberikan umpan balik terhadap informasi informasi yang disampaikan. Media konvergen memunculkan karakter baru yang makin interaktif, di mana penggunaanya mampu berkomunikasi secara langsung dan memperoleh konsekuensi langsung atas pesan.

i. Konvergensi media menyediakan kesempatan baru yang radikal dalam penanganan, penyediaan, distribusi dan pemrosesan seluruh bentuk informasi secara visual, audio, data dan sebagainya.

Sedangkan implikasi negatifnya dari konvergensi media yakni sebagai berikut :

a. Perubahan gaya hidup masyarakat yang menjadi kecanduan teknologi (*cybermedia* dan *cybersociety*). Adanya ketergantungan teknologi di mana segala sesuatu menjadi serba praktis dan otomatis. Menurut saya teknologi yang praktis memang bagus karena mempercepat dan memudahkan, namun hal ini juga bisa menjadi buruk jika kita tidak bijak menggunakannya, mengapa? Karena dengan adanya praktis kita cenderung menjadi orang yang “malas” di mana segala yang otomatis akan mempercepat hilangnya pekerjaan karena pekerjaan manusia sudah bisa digantikan dengan teknologi yang canggih.

b. Munculnya masyarakat digital atau masyarakat maya. Kemajuan teknologi konvergensi yang maju telah mempersempit jarak dan mempersingkat waktu. Jarak dan waktu sudah bukan masalah lagi, misalnya anda di Eropa dengan saya di Asia bisa saling berkomunikasi saat itu juga melalui internet atau media lainnya tanpa perlu bertemu langsung. Hal ini menimbulkan masyarakat maya di mana komunikasi langsung secara face to face sudah tidak diminati lagi.

c. Media cetak, tradisional dan media konvensional mulai kalah dengan media modern, media baru dan media online.

## H. Jurnalistik

Secara etimologis, jurnalistik berasal dari kata *journal*. Dalam bahasa Perancis, *journal* berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau laporan setiap hari. Dengan demikian, jurnalistik bukanlah pers, bukan pula media massa. Jurnalistik adalah kegiatan yang memungkinkan pers atau media massa bekerja dan diakui eksistensinya dengan baik.

MacDougall menyebutkan bahwa jurnalisme/jurnalistik adalah kegiatan menghimpun berita, mencari fakta, dan melaporkan peristiwa. Jurnalistik sangat penting di mana pun dan kapan pun. Tidak bisa dibayangkan jika tidak ada seorang pun yang fungsinya mencari berita tentang peristiwa yang terjadi dan menyampaikan berita tersebut kepada khalayak ramai disertai dengan penjelasan tentang peristiwa tersebut (Haris:2006). Adinegoro menegaskan, jurnalistik adalah semacam kepandaian mengarang yang pokoknya memberi pekabaran pada masyarakat dengan selekas-lekasnya agar tersiar seluas-luasnya. Astrid S. Susanto menyebutkan, jurnalistik adalah kegiatan pencatatan dan atau pelaporan serta penyebaran tentang kejadian sehari-hari. Onong Uchjana Effendy mengemukakan, secara sederhana jurnalistik dapat didefinisikan sebagai teknik mengelola berita mulai dari mendapatkan bahan sampai kepada penyebarluaskannya kepada masyarakat (Hikmat, Purnama:2006).

Sedangkan pengertian jurnalistik online memiliki banyak istilah, yakni jurnalistik online, internet, dan website. Jurnalistik dipahami sebagai proses peliputan, penulisan dan penyebarluasan informasi atau berita melalui media massa. Secara ringkas dan praktis, jurnalistik bisa diuraikan sebagai memberitakan sebuah peristiwa.

Dari penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan, konvergensi Jurnalistik adalah cara berpikir yang baru dalam menghasilkan sebuah berita dan menyampaikannya ke khalayak menggunakan sebaik-baiknya semua potensi media yang ada dengan tujuan pesan dapat tersampaikan kepada publik yang lebih

beragam dan meningkatkan kecerdasan masyarakat. Dan unsur-unsur pendukung dalam penelitian ini yaitu teori media massa, komunikasi serta konvergensi media. Peneliti menjadikan ketiga hal itu menjadi kerangka teori. Media massa merupakan sarana perkembangan konvergensi media saat ini. Di media massa lah, konvergensi media dapat tumbuh secara pesat seperti saat ini.

## BAB III

### SKM AMANAT UIN WALISONGO SEMARANG

#### A. Sejarah singkat SKM Amanat

SKM Amanat dibentuk untuk melengkapi pers kampus tingkat Universitas. Abdul Arif mantan Pemimpin Umum SKM Amanat periode 2012/2013 menuliskan sejarah singkat berdirinya SKM Amanat di [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com) dimulai pada 1984, menjadi awal sejarah Surat Kabar Mahasiswa (SKM) AMANAT. Dilatarbelakangi kesadaran bahwa budaya menulis mahasiswa masih sangat lemah, beberapa orang yang berperan sebagai ‘bidan’ kemudian mencoba melahirkan *janin* SKM AMANAT. Maka dibentuklah tim pendiri pers mahasiswa IAIN Walisongo, yang segera melakukan studi komparatif ke redaksi Surat Kabar BENTENG Kampus APPD Semarang dan redaksi Koran Kampus Manunggal Undip pada 10 Maret 1984. Dua hari kemudian, tim yang diketuai oleh Ainur Rohim (sekarang Produser Seputar Indonesia RCTI), mengadakan rapat dengan jajaran BKPM yang diketuai oleh M Nafis Jumalia, dengan konsep pendirian pers mahasiswa. Melakukan pembagian tugas operasional dan persiapan penataran ke redaksi Suara Merdeka, 15 Maret 1984.

Adapun pemilihan anggota redaksi dilaksanakan sehari sebelum berangkat ke Suara Merdeka. Drs. Badjuri Nachrowi terpilih sebagai Pemimpin Umum, sedang Pemimpin Redaksi dipercayakan pada Ainur Rohim. Setelah materi pendiriannya dirasa cukup, disertai dukungan dewan pembimbing seperti Drs Ibnu Jarir, Drs A Qodri Azizi, Drs Aminuddin Sanwar dan Drs M Amin Syukur, maka rapat redaksi perdana pun digelar pada 27 Juli 1984. 16 hari kemudian, tepatnya 14 Agustus, terbitlah edisi perdana SKM Amanat. Sejak itulah tonggak baru pers mahasiswa IAIN Walisongo ditorehkan, (Abdul Arif, 2012).

#### B. Aktivitas SKM Amanat

Layaknya lembaga pers mahasiswa lainnya, SKM Amanat tidak hanya menjalankan satu macam pekerjaan saja: penerbitan. Setidaknya ada 4 bidang

garapan yang harus dilakukan: 1) bagian umum (organisasi) 2) ketatausahaan, 3) keredaksian, 4) penelitian, pengembangan dan pengkaderan (Litbang), (ADART SKM Amanat).

Sekarang ini, selain berupa tabloid dengan rubrikasi yang terus diolah dan ditingkatkan kualitasnya, SKM Amanat juga menerbitkan buletin, yang temanya diangkat dari kejadian aktual dalam kampus. Apakah dalam perjalanannya, SKM Amanat selalu mulus-mulus saja tanpa jalan terjal dan aral melintang? Tidak. Suatu kali, saat edisi merah demikian kami menyebut edisi 65 tahun 1995 yang bercover merah dengan gambar seorang militer tanpa wajah sedang mengokang senjata terbit. Bakortrasnada Jateng marah besar. Pihaknya mempersoalkan judul cover *Jangan Lawan Kami dengan Bedil* yang dianggap subversif terhadap militer, (Abdul Arif, 2012).

Buntutnya, IAIN Walisongo dan jajaran redaksi "diancam" agar tidak mengulang lagi. Sejak itulah muncul kebijakan baru, yang ujung-ujungnya merupakan terjemahan dari pemasangan idealisme mahasiswa. Betapa tidak, karena sebelum naik cetak, semua naskah harus di ACC dulu oleh PR III, dengan jalur birokrasi yang panjang dan membutuhkan waktu lama. Meski akhirnya kebijakan itu hilang tergusur arus reformasi.

Surat Kabar Mahasiswa (SKM) Amanat merupakan sebuah lembaga pers mahasiswa tingkat Universitas yang menjadi wadah bagi Mahasiswa UIN Walisongo Semarang untuk belajar terkait Jurnalistik. Fokus utama SKM Amanat adalah untuk mengasah kepekaan mahasiswa UIN Walisongo terhadap isu yang sedang berkembang baik di lingkungan kampus, regional Semarang maupun nasional. Hal itu bisa dilihat dari produk SKM Amanat berupa tabloid dan buletin yang menyajikan tulisan-tulisan kritis terhadap kampus. Selain itu SKM Amanat juga menyajikan produk sastra berupa majalah Soeket Teki dan antologi puisi. Tidak hanya belajar menulis berita, artikel, *essay*, opini, cerpen, dan puisi di SKM Amanat juga mengajarkan berbagai keahlian lain berupa Fotografer, Videografi, Desain Grafis dan sebagainya, (Kasyfillah Aveenina Lazuardi, 2024).

Pada masa orde baru, SKM Amanat pernah mengalami intervensi dari pihak kampus. Tabloid Amanat edisi 65 tahun 1995 yang berjudul “Jangan Lawan Kami dengan Bedil” mengalami pemberedelan karena dianggap subversif terhadap militer. Birokrat kampus mengeluarkan kebijakan baru bahwa semua naskah sebelum diterbitkan harus disetujui oleh Pembantu Rektor III, meskipun akhirnya kebijakan itu tergusur arus reformasi.

### **C. Perkembangan SKM Amanat**

Sejak pertama didirikan SKM Amanat merupakan media kampus yang hanya fokus dalam media cetak saja seperti tabloid, majalah, buletin dan antologi puisi namun seiring berjalannya waktu SKM Amanat juga terus berinovasi dan berbenah melihat semakin berkembang pesatnya teknologi, (Abdul Arif, 2012). Pada tahun 2012 SKM Amanat mulai merambah untuk membuat portal berita yang Amanat Online.com. Hingga sampai saat ini portal berita yang dikelola SKM Amanat telah mengalami tiga kali perubahan dari Amanat Online.com, SKM Amanat.com dan kini menjadi Amanat.id. Tidak sampai disitu, SKM Amanat juga mulai mengembangkan akun media YouTube-nya, isu-isu yang up to date seperti kebijakan birokrat, aspirasi mahasiswa, informasi terkini seputar UIN Walisongo sampai prosesi pelaksanaan wisuda sudah mejadi hal yang sering dijadikan konten YouTube SKM Amanat, (Rima Pramesti, 2019).

### **D. Visi Misi dan Peran Ideal SKM Amanat**

#### **1. Visi dan Misi**

SKM Amanat didirikan untuk menjadi media alternatif yang mencerdaskan mahasiswa dengan penalaran dan takwa, kemudian misi dari SKM Amanat yang pertama adalah menjadi media yang menghasilkan produk jurnalistik yang kritis dan inovatif, kemudian menjadi lembaga pers mahasiswa yang selalu mencegah adanya intervensi dari pihak luar yang bisa mengganggu independensi SKM Amanat itu sendiri, dan tentunya menjadi media yang berperan aktif dalam mensukseskan kehidupan kampus yang berwawasan intelektual.

## 2. Peran Ideal SKM Amanat

- a. Opini, kontrol sosial serta informasi
- b. Meciptakan situasi media cetak yang baik
- c. Menelaah secara dalam serta melakukan pengembangan *skill* daerah yang dimiliki
- d. Sebagai penyambung serta melakukan pengembangan untuk aspirasi masyarakat
- e. Dapat membangun kehidupan yang demokratis
- f. Rujukan

## E. Struktur Organisasi SKM Amanat

Adapun bentuk struktur organisasi yang diterapkan oleh SKM Amanat adalah bentuk struktur organisasi lini dimana dalam organisasi lini ini pendelegasian wewenang dilakukan secara vertikal melalui garis terpendek dari seorang atasan kepada bawahannya. Pelaporan tanggung jawab dari bawahan kepada atasannya juga dilakukan melalui garis vertikal yang terpendek. Perintah-perintah hanya diberikan seorang atasan saja dan pelaporan tanggung jawab kepada atasan bersangkutan.

Kekuasaan di SKM Amanat berjalan secara langsung dari atasan ke bawahan, dari pimpinan sampai pada setiap orang yang berada pada jabatan yang terendah, masing-masing dihubungkan dengan suatu garis wewenang atau garis perintah. Setiap kepala bagian atau divisi mempunyai wewenang dan tanggung jawab penuh atas segala bidang pekerjaan yang ada dalam bagiannya dan juga bertanggung jawab untuk melapor kepada kepala bagian satu tingkat di atasnya atau atasannya secara langsung, (ADART SKM AMANAT, 2022).

## **F. Pembagian Tugas Dan Tanggung Jawab**

SKM Amanat merupakan organisasi yang terstruktur yang terdiri dari Pemimpin Umum, Pemimpin Redaksi, Manajer Amanat.id dan lain divisi-divisi lain dibawahnya. Berikut pembagian tugas dari masing-masing divisi pada SKM Amanat:

### **1. Pemimpin Umum**

- a. Memegang kebijakan dalam melaksanakan program kerja.
- b. Mengontrol dan bertanggung jawab secara keseluruhan aktivitas SKM Amanat.
- c. Bertanggung jawab kepada Wakil Rektor III melalui rapat tahunan.
- d. Memberitahukan program kerja dan kegiatan kepada Wakil Rektor III.

### **2. Sekretaris Umum**

- a. Bertanggung jawab kepada Pemimpin Umum.
- b. Melaksanakan kebijakan dalam bidang administrasi secara umum.
- c. Mengagendakan rapat evaluasi kepengurusan.
- d. Mempersiapkan LPJ yang akan disampaikan di rapat tahunan.
- e. Menjalankan kerjasama dengan Bidang Usaha dan HRD.

### **4. Bendahara**

- a. Bertanggung jawab kepada Pemimpin Umum.
- b. Melaksanakan kebijakan dalam bidang keuangan.
- c. Mengatur pemasukan dan pengeluaran atas persetujuan Pemimpin Umum.
- d. Membuat pembukuan keuangan.
- e. Memberikan laporan keuangan dalam rapat tahunan.

### **5. Pemimpin Redaksi**

- a. Bertanggung jawab kepada Pemimpin Umum.

- b. Membuat kebijakan terhadap semua hal yang menyangkut keredaksian.
- c. Mengadakan dan memimpin rapat redaksi.
- d. Mewakili Pemimpin Umum sesuai mandat dalam bidang keredaksian.
- e. Mengambil alih tugas/wewenang yang diberikan kepada struktur di bawahnya bila perlu.
- f. Melakukan kontrol terhadap aktivitas Redaktur Pelaksana.
- g. Menerbitkan Tabloid Amanat sesuai target yang ditetapkan.

#### 6. Sekretaris Redaksi

- a. Bertanggung jawab kepada Pemimpin Redaksi.
- b. Mengagendakan evaluasi permasalahan keredaksian.
- c. Mempersiapkan dan mengatur mekanisme penerbitan mulai dari mengagendakan naskah yang masuk sampai naik percetakan.
- d. Memimpin aktivitas rapat keredaksian sepanjang mendapat mandat dari Pemimpin Redaksi.
- e. Mencatat aktivitas keredaksian.

#### 7. Manajer Amanat.id atau Pemimpin Redaksi Online

- a. Bertanggung jawab kepada Pemimpin Redaksi.
- b. Membuat kebijakan terhadap semua hal yang menyangkut Amanat.id.
- c. Mengadakan dan memimpin rapat redaksi Amanat.id.
- d. Mengambil alih tugas/wewenang yang diberikan kepada struktur di bawahnya bila perlu.

#### 8. Redaktur Amanat.id:

- a. Bertanggungjawab kepada Manajer Amanat.id.
- b. Mempersiapkan dan mengatur mekanisme unggahan.

- c. Bekerja sama dengan Koordinator Reporter dalam penggalian berita online.
9. Koordinator Media Sosial & Teknologi Informasi
- a. Bertanggung jawab kepada Manajer Amanat.id.
  - b. Mengelola akun media sosial dan meningkatkan kualitas website Amanat.id.
10. Desainer Grafis
- a. Bertanggungjawab kepada Manajer Amanat.id.
  - b. Bertanggungjawab atas semua bentuk desain di SKM Amanat.
11. Desk Videografi
- a. Memanajemen akun Youtube SKM Amanat.
  - b. Bertanggung jawab atas pengadaannya.
12. Layouter
- a. Bertanggungjawab kepada pemimpin redaksi.
  - b. Bertanggungjawab atas kualitas tata letak dan perwajahan semua produk cetak.
13. Fotografer:
- a. Bertanggungjawab kepada pemimpin redaksi.
  - b. Bertanggungjawab atas kualitas dan kelayakan foto berita dan dokumentasi.
14. Ilustrator:
- a. Bertanggungjawab kepada pemimpin redaksi.
  - b. Bertanggungjawab atas ide, kualitas visual, dan kelayakan ilustrasi di keredaksian.
  - c. Menyeleksi dan mempersiapkan ilustrasi untuk semua penerbitan.

15. Koordinator Reporter:

- a. Bertanggung jawab kepada Pemimpin Redaksi.
- b. Mengkoordinir dan memberikan tugas kepada Reporter untuk penggalan berita.
- c. Mengkoordinir kinerja Desk Berita, Desk Artikel, dan Desk Sastra dan Budaya.
  - 1) Desk Berita
    - a. Mengadakan, menyeleksi, dan menginventarisir berita.
    - b. Bertanggung jawab atas pengadaannya.
  - 2) Desk Artikel
    - a. Bertugas menyeleksi tulisan opini dan resensi buku yang masuk redaksi.
    - b. Bertanggung jawab atas pengadaannya.
  - 3) Desk Sastra dan Budaya
    - a. Bertugas menyeleksi reportase budaya dan karya sastra, berupa cerpen dan puisi.
    - b. Bertanggung jawab atas pengadaannya.
    - c. Bertanggungjawab atas aktivitas warga Kampong Soeket Teki.
  - d. Membuat kebijakan terhadap semua hal yang menyangkut Majalah Soeket Teki.
  - e. Mengadakan dan memimpin rapat redaksi Majalah Soeket Teki.
- e. Menerbitkan Majalah Soeket Teki sesuai target yang ditetapkan.

16. Reporter:

- a. Bertanggung jawab kepada Pemimpin Redaksi melalui Koordinator Reporter.

- b. Menggali dan membuat berita dengan *job* yang sudah ditentukan Koordinator Reporter.
- c. Menulis berita dengan inisiatif sendiri.

17. Manajer Usaha

- a. Bertanggung jawab kepada pemimpin umum
- b. Membuat kebijakan dan mengontrol semua hal yang menyangkut dokumentasi, advertising dan sirkulasi
- c. Mewakili pemimpin umum sesuai mandat dalam bidang usaha
- d. Menjalinkan kerjasama dengan sekertaris umum.

18. Pusat Dokumentasi:

- a. Bertanggung jawab menginventarisir, mengadakan, dan memelihara, pustaka, majalah, koran, dan referensi lainnya.
- b. Bertanggung jawab menginventarisir aset SKM Amanat.

19. Advertising dan Sirkulasi

- a. Bertanggung jawab mengusahakan pencarian iklan atau *sponsorship* untuk produk dan Acara SKM Amanat.
- b. Menjalinkan kerjasama dengan bidang redaksi
- c. Bertanggung jawab mendistribusikan produk SKM Amanat ke seluruh mahasiswa dan pihak-pihak yang berwenang.

20. Human Resourcd Development

- a. Bertanggung jawab kepada Pemimpin Umum.
- b. Mengembangkan riset untuk meningkatkan mutu Sumber Daya Manusia (SDM).
- c. Mengadakan pelatihan untuk pengembangan SDM.

## **G. Platform Media Pada SKM Amanat**

Menurut Kasyfillah Lazuardi pimpinan umum 2024-2024 dalam SKM Amanat UIN Walisongo Semarang, terdapat beberapa platform media yang menunjang SKM Amanat menjadi *market leader* di UIN Walisongo Semarang. Sehingga informasi dari media tersebut dapat di akses dari berbagai platform. Di antara platform yang ada, penulis akan jelaskan secara singkat di bawah ini, yaitu:

### **1. Tabloid SKM Amanat**

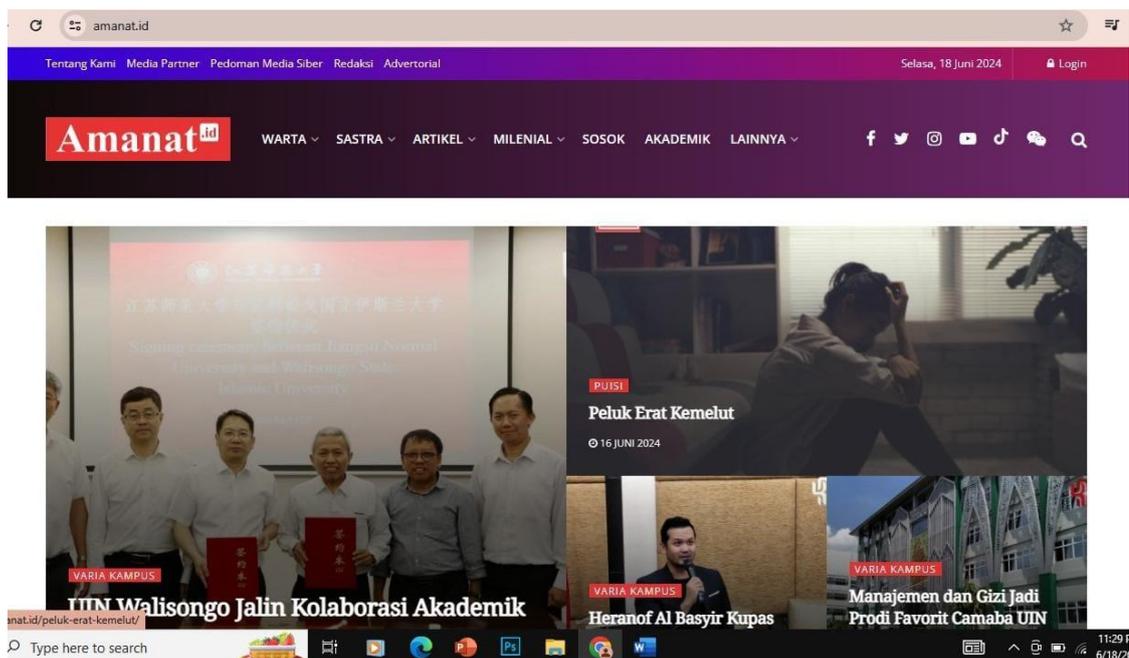
Tabloid SKM Amanat pertama kali terbit pada 14 Agustus 1984, tabloid yang berbentuk koran atau cetak merupakan platform media pertama yang terbit di lembaga media tersebut. Tabloid SKM Amanat menjadi media informasi paling utama bagi Mahasiswa UIN Walisongo pada saat itu. Terdapat berbagai informasi terkait isu kampus baik akademik, mahasiswa maupun birokrasi yang di himpun oleh wartawan dan di publikasi di tabloid SKM Amanat. Selain itu ada berbagai pilihan rubrik yang ditawarkan di tabloid tersebut seperti laporan utama, laporan khusus, laporan pendukung, amanat *doeloe*, wacana, melipir, opini mahasiswa, rehat, cermin, resensi, sketsa, kajian, humaniora, artikel, tajuk, mimbar, cerpen, puisi, dan sosok. Sebenarnya produk cetak SKM Amanat tidak hanya Tabloid, tetapi juga ada majalah soeket teki, buletin, antalogi puisi dan bunga rampai.



Gambar 1 Produk Media Cetak Tabloid SKM Amanat

## 2. Portal Berita Amanat.id

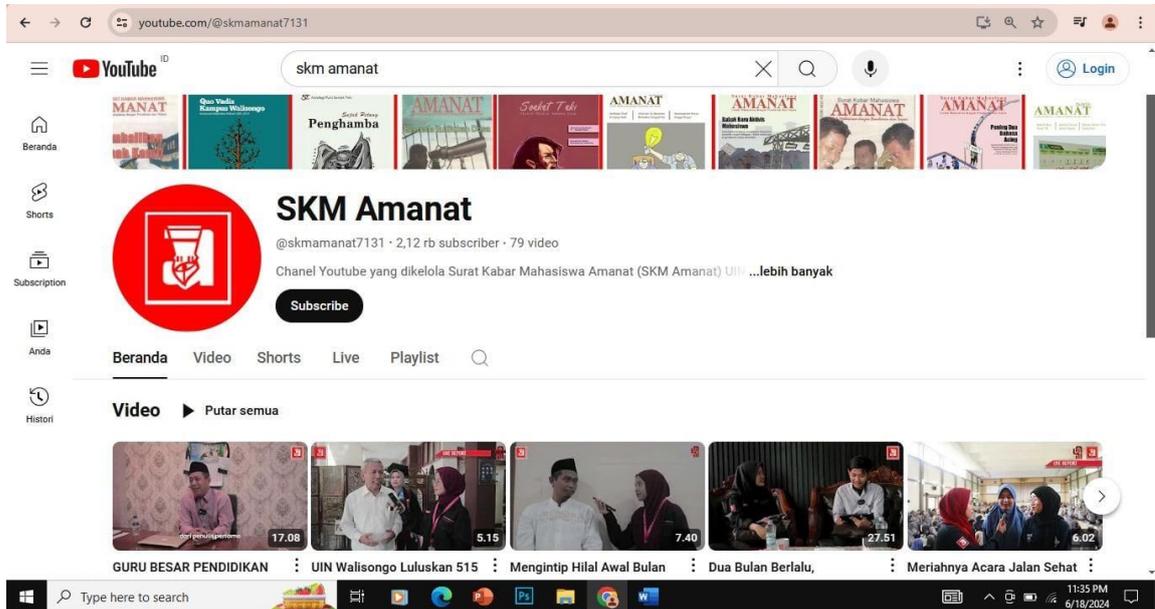
Menyikapi kemajuan industri media dan internet, SKM Amanat mengambil langkah cepat dengan membuat situs berita online pada tahun 2012. Sampai saat ini portal berita yang dikelola SKM Amanat telah mengalami tiga kali perubahan nama mulai dari Amanat Online.com, SKM Amanat.com dan kini menjadi Amanat.id, Berbagai informasi selain dari penjurur UIN Walisongo Semarang, tetapi juga tingkat regional Semarang dan nasional di muat dalam situs tersebut dengan berbagai macam rubrik pula yang tersedia seperti warta, sastra, artikel, milenial, sosok, akademik dan lainnya. Namun kebanyakan yang dimuat dalam Amanat.id merupakan jenis berita *straight news*, setiap waktu selalu ada berita terbaru yang dimuat. Pembaca dimanjakan dengan kemudahan akses tersebut. Jika dulu, harus menunggu sebulan atau bahkan satu semester untuk membaca Tabloid SKM Amanat guna mendapatkan informasi, lain halnya dengan adanya situs berita online, bisa diakses kapan pun dan di mana pun.



**Gambar 2 Tampilan Portal Amanat.id**

### 3. YouTube SKM Amanat

Menurut Rima Dian Pramesti Manajer Amanat.id, YouTube SKM Amanat mulai hadir sejak tahun 2016, ini merupakan platform media yang bergerak di bidang audio visual yang berbasis di YouTube. Terdapat beberapa wartawan yang dibekali skil videografi dan menjadi reporter. Dengan dibekali kamera DSLR atau handphone, wartawan SKM Amanat di tugaskan merekam kejadian-kejadian yang memiliki nilai berita, mereka disebar ketika ada acara-acara tertentu, seperti prosesi wisuda, demo mahasiswa, konser musik, pbak dan lain sebagainya. Kemudian berita itu di upload ke *channel* YouTube SKM Amanat, selain itu juga ada beberapa rubrik lain seperti *podcast* bersama tokoh, diskusi interaktif yang membahas mengenai salah satu isu, *video feature*, puisi dan lain sebagainya.



**Gambar 3 Tampilan YouTube SKM Amanat**

Selain YouTube, sebenarnya SKM Amanat juga memiliki akun media lain seperti Facebook, Twitter, Instagram dan yang terbaru Tiktok. Semua media sosial tersebut saling berkaitan, jadi ketika video konten dari SKM Amanat di posting didalam salah satu media sosial tersebut, secara otomatis akan terposting juga kedalam media sosial yang lainnya, (Rima Pramesti, 2024).

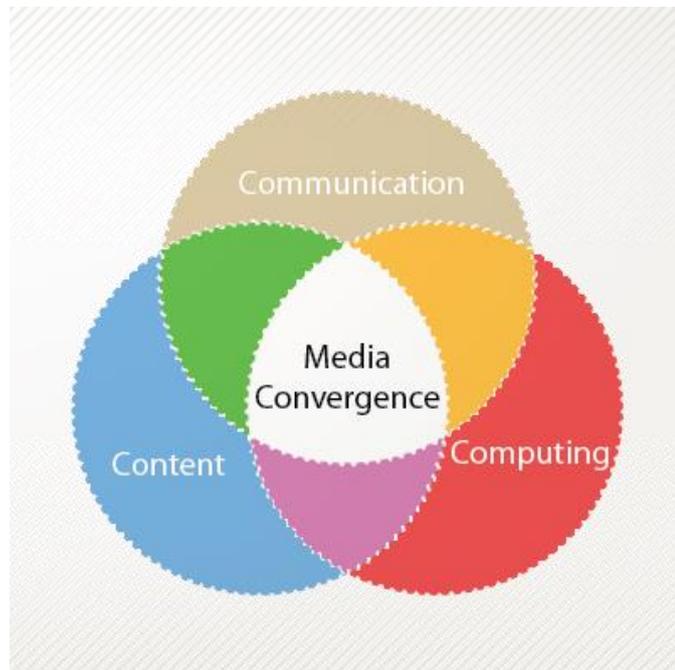
## BAB IV

### ANALISIS KONVERGENSI MEDIA PADA SKM AMANAT

#### A. Konvergensi Media SKM Amanat

Berbicara terkait konvergensi media, sama halnya mengaitkan antara media konvensional dengan media modern atau juga penggabungan antara media elektronik dengan internet. Konvergensi media mulai muncul dan diadopsi oleh media- media lokal dan internasional setelah ditemukannya internet tahun 1998. Internet menjadi indikator utama atas kemajuan teknologi media dalam memudahkan akses informasi.

Konvergensi media artinya yaitu proses penyatuan atau perkembangan suatu teknologi media massa dalam menciptakan suatu presentasi digital berupa informasi. Untuk terus berkompetisi sebagai sumber informasi masyarakat, media lama melakukan sebuah inovasi dengan cara konvergensi media. Menurut Henry Jenkins Konvergensi media mampu menggabungkan ketiga unsur C atau 3C yang terdiri dari *computing*, *communication*, dan *content*.



Gambar 4 Unsur 3 C (Sumber:leverageedu.com)

1. *Computing*, merupakan salah satu yang menjadi penopang perkembangan konvergensi media. Di mana bentuk virtualisasi dari komputer dan sumber penyimpanan data dan sistem web yang modern. Artinya, *computing* memberikan ruang penyimpanan terpusat di server dan hanya memerlukan akses internet ke server. Dalam dunia industri media, *computing* ini digunakan untuk menyimpan siaran yang bisa diakses oleh khalayak untuk disaksikan kembali.

Di dalam SKM Amanat sendiri sudah melakukan unsur yang pertama dalam konvergensi media 3C, yaitu *computing*. Dimulai sejak lahirnya portal media online Amanat.id pada tahun 2012, dimana sebelum adanya Amanat.id produk berita SKM Amanat diolah dan disajikan dalam bentuk cetak, baik itu tabloid, majalah, antologi, bletin dan sebagainya. Namun sejak hadirnya Amanat.id wartawan SKM Amanat mengolah data yang sebelumnya diperoleh dari narasumber dan memasukan data tersebut didalam komputer untuk di posting didalam portal media Amanat.id, jadi pembaca sudah tidak perlu mencari media cetak dari SKM Amanat, namun hanya dengan membuka handphone masing-masing sudah bisa menikmati produk berita dari SKM Amanat.

2. Kemudian yang kedua adalah unsur *communication* dalam konvergensi media ialah ketika komunikasi kita termediasi oleh komputer. Dalam konvergensi media ini, kita dituntut untuk bisa interaktif dalam media massa. Misalnya pada suatu platform tersedia kolom komentar yang memungkinkan khalayak untuk berpartisipasi memberikan pendapat masing-masing dan khalayak juga dapat mengontrol kapan, di mana, dan bagaimana mereka mengakses dan berhubungan dengan informasi dalam berbagai jenisnya. Komunikasi yang telah dikonvergensi menyediakan berbagai alat untuk menyampaikan berita dan memungkinkan khalayak untuk memilih tingkat interaktivitasnya dan mereka bisa mengarahkan sendiri penyampaian kontennya.

Dengan adanya Amanat.id dan YouTube sebagai produk baru dari SKM Amanat, kedua platform tersebut menyediakan kolom komentar yang bisa menjadi media komunikasi antara SKM Amanat itu sendiri dengan khalayak atau pembaca setai dari SKM Amanat, hal ini tentunya yang membuat terjadinya konvergensi

media dari segi unsur *communication*, karena sebelum adanya kedua platform media tersebut khalayak tidak bisa melakukan komunikasi menggunakan produk dari SKM Amanat yang pada saat itu hanya media cetak.

3. Unsur yang ketiga adalah *content*, yaitu mengenai kemampuan memunculkan berbagai bentuk konten media hanya melalui satu media. Konten adalah hal yang paling penting dalam kekuatan konvergensi media. Karena setiap media harus bisa menghasilkan konten terbaik yang bisa diterima dan menarik perhatian khalayak.

Di era yang serba digital seperti saat ini memang media cetak sudah mulai terpingirkan, selain akibat dari mayoritas masyarakat yang sudah tergantung dengan handphone, kebanyakan orang juga sudah lebih tertarik melihat audio visual daripada membaca didalam handphone. Itu dibuktikan dengan rendahnya minat baca mahasiswa sekarang, minat baca buku rendah tapi data wearesocial per Januari 2017 mengungkap orang Indonesia bisa menatap layar *gadget* kurang lebih 9 jam per hari, tidak heran dalam hal kecerewetan di media sosial orang Indonesia menempati di urutan ke 5 dunia. Maka dari itu membuktikan bahwa mahasiswa di era sekarang lebih memilih mendengarkan berita lewat *gadget*-Nya daripada harus membaca berita di media seperti *e-papper*.

Hal itu yang membuat SKM Amanat memulai untuk merambah kedalam platform YouTube pada 2016, dimana pada saat SKM Amanat hanya mempunyai media cetak dan portal berita Amanat.id dalam produknya hanya berbentuk tulisan saja, namun dengan kehadiran YouTube tulisan dari wartawan SKM Amanat seperti *straight news*, *feature*, puisi, atau bahkan *indepth news* disajikan dengan bentuk audio visual. (Rima Dian Pramesti, 2024).

Ketika sebuah pers mahasiswa ingin melakukan konvergensi media tidaklah mudah, karena perlu melewati berbagai proses yang pertama dari pengelola sendiri harus beradaptasi karena konvergensi media merupakan konsep baru dalam industri media dan berita. Oleh sebab itu, tidak semua media mengerti dengan konsep itu. Adakalanya pengelola suatu media harus belajar mengenai konsep yang baru. Dalam hal ini, pengelola wajib beradaptasi dengan konsep modern yang ada jika

tidak mau ketinggalan dengan berbagai media yang sudah lebih dulu mengadopsi konsep itu, karena konsep tersebut menawarkan beberapa manfaat yang sangat besar bagi pengelola. Kemudian dengan melakukan konvergensi media itu berarti sebuah persma tidak hanya memiliki satu media, namun beberapa media. Itu berarti SKM Amanat dan wartawan dituntut melengkapi peralatan kerja sesuai kebutuhan platform media yang ada. Misalnya, wartawan diharuskan memiliki alat seperti kamera, handphone canggih dan peralatan komputer.

Namun jika yang di *upgrade* hanya alat kerjanya saja tanpa meng-*upgrade* sumber daya manusianya peneliti rasa akan sia-sia, maka wajib seorang wartawan di latih untuk dibekali selain cara menulis berita juga cara mengambil foto yang benar, mengedit video dan sebagainya.

Menurut Rozikin dan Kasyafilla, SKM Amanat sudah melakukan proses tersebut dari mulai meng upgrade peralatan seperti kamera, komputer dan sebagainya setiap tahun dengan menggunakan anggaran belanja dari Kampus. Kemudian SKM Amanat juga sering melakukan pelatihan-pelatihan untuk mengasah skill dari masing-masing krunya. Itu dibuktikan dengan setiap tahun mahasiswa yang baru bergabung kedalam SKM Amanat diwajibkan untuk mengikuti *workshop*, yang di mulai dengan materi-materi cara mencari dan menulis berita, cara menoperasikan kamera dan cara mengedit video yang langsung diajari oleh senior-senior SKM Amanat yang sudah malang melintang di dunia professional baik itu jurnalis cetak, jurnalis video, akademisi dan sebagainya.

Kemudian setelah di bekal dengan skill, para kru magang ditugaskan untuk membuat bulletin yang langsung terjun di lapangan (masyarakat) sesungguhnya. Selain workshop, di SKM Amanat juga ada kelas yang di rancang oleh Human Resourd Development (HRD) setiap dua pekan sekali selama satu semester dengan tema berbeda setiap pertemuannya. Tidak heran jika para kru dari SKM Amanat multitalent selain bisa menulis berita, juga bisa fotografi, videografi, reporter, desain grafis, ilustrasi dan sebagainya.

Maka dengan lengkapnya peralatan kerja serta multitalentnya para krunya, SKM Amanat berhasil melakukan konvergensi media yang dimana sekarang memiliki tiga media yaitu cetak, portal online dan YouTube. Yang dimana ketika wartawan SKM Amanat melakukan peliputan berita, dari satu tema berita bisa menghasilkan tiga produk dari masing-masing media secara bersamaan, (Rozikin, 2024).

Faktor utama yang menyebabkan SKM Amanat mengadopsi konvergensi media sebenarnya karena perkembangan teknologi dan industri media. Jenis dari media itu pun bertambah. Sebelumnya kita tahu jenisnya itu hanya koran, radio dan televisi. Tiba-tiba di tengah proses itu tahun 1998, Indonesia dikenal teknologi internet. Kemudian di tahun 2012, SKM Amanat menggunakan internet untuk menunjang kelancaran kerja mereka. Dulu, SKM Amanat hanya kurang lebih dua kali dalam menerbitkan berita yang berbentuk cetak, karena kekurangan dari media cetak yaitu membutuhkan waktu yang lama. Untuk bisa terbit dalam bentuk tabloid memerlukan beberapa proses dari mulai rapat redaksi untuk menentukan tema liputan, mencari data, wawancara narasumber, menulis berita, kemudian tahap edit dengan redaktur, kemudian masuk ke proses layout baru bisa di cetak jadi memang untuk sekelompok mahasiswa membutuhkan waktu kurang lebih tiga bulan. Di sisi lain, internet hanya membutuhkan beberapa jam saja untuk menyampaikan berita-berita kepada mahasiswa. Di internet dapat di rancang satu situs andalan ketika orang-orang tak mau lagi baca koran atau biasa disebut dengan portal media online dan YouTube. Orang lebih tertarik kepada berita online dan YouTube karena aksesnya cepat dan mudah meskipun di sampaikan secara singkat. Intinya SKM Amanat dalam hal ini memanfaatkan situasi yang ada.

Untuk mengoptimalkan fungsi konvergensi media pada SKM Amanat, ada beberapa metode yang digunakan. Metode-metode yang menunjang keberlangsungan SKM Amanat. Di antara metode itu Pertama memanfaatkan semua platform yang ada. Timbul pertanyaan apa yang di maksud dengan memanfaatkan semua platform yang ada. Seperti yang penulis paparkan sebelumnya, ada beberapa platform yang ada di SKM Amanat. Platform itu harus

di fungsikan sesuai fungsinya. Bahkan harus mengikuti perkembangan zaman. Contohnya, teknologi live streaming dimanfaatkan SKM Amanat di channel YouTubanya. Satu platform

Dalam memaksimalkan konvergensi media pada perusahaannya. SKM Amanat mengambil langkah-langkah konkrit. Pertama, kesepahaman konsep multimedia yang sifatnya konvergen. Semua unit usaha di kelola untuk satu tujuan, menyebarkan informasi sebanyak-banyaknya kepada mahasiswa UIN Walisongo. Dengan tujuan agar SKM Amanat mendapatkan pengunjung yang besar, tetap menjadi media terkemuka di UIN Walisongo, pengendali opini publik dan menjadi market leader. Kedua, mengubah paradigma kerja wartawan. Kalau tadinya ia hanya bekerja untuk koran cetak. Setelah meliput berita ia bisa bebas kemana saja seperti pulang dan tidur lalu kembali ke kantor keesokan harinya. Hal itu tak bisa dilakukan lagi selama ada internet. Karena saat ini wartawan dituntut memuat berita di online setiap saat selama ada berita yang ingin di publis. Konsepnya, tidak mungkin berita yang siang ini terjadi, di publis esok hari. Itu akan jadi produk basi. Maka ketika berita itu didapatkan, dimuat saat itu juga. Selain itu juga ada media YouTube yang mengharuskan wartawan langsung terjun ke lokasi untuk mengambil video kejadian tersebut.

Berbagai metode, program dan langkah konkrit di implikasikan SKM Amanat dalam penerapan konvergensi media. Konsep yang akan membawa suatu berkah yang besar bagi media itu. Baik itu kepada pelaku yaitu kru SKM Amanat maupun penikmat (mahasiswa UIN Walisongo). Namun, menilik latar belakang mengapa teori itu di adopsi. Ternyata ada target besar SKM Amanat yang ingin dicapai. SKM Amanat ingin agar medianya tersebar lebih luas dalam memberikan informasi yang ada. Selanjutnya agar SKM Amanat bisa dikenal tidak hanya mahasiswa UIN Walisongo, namun juga masyarakat lainnya. Bagi pembaca dan pelanggan, konsep penggabungan antara Media cetak, elektronik dan internet sangat memberikan manfaat yang besar. Dengan adanya pilihan media yang ada, pembaca diberi kebebasan memilih platform yang ia gemari. Konsekuensinya, akan lebih mudah mengakses informasi yang dibutuhkan. Jadi, jika sudah ada media

online tidak perlu repot-repot membaca koran lagi. Hanya membuka telepon seluler informasi sudah didapatkan.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan internal SKM Amanat seperti Muhammad Rozikin dan Kasyfilla Lazuardi, mereka mengatakan bahwa SKM Amanat pertama menerapkan konvergensi media pada tahun 2012, karena sebelum itu hanya memiliki media cetak sebagai produknya. Baru di tahun 2012 muncul portal online Amanat.id sebagai platform media baru. Di sinilah penulis melihat mulai diterapkannya konvergensi media. Alasannya, telah ada dua media yang berbeda dalam satu perusahaan yang bisa disilangkan dan saling melengkapi.

Menurut hemat penulis, dari hasil observasi dan penelitian selama ini. Terdapat manfaat yang besar dengan diterapkannya konvergensi media. Penerapan itu sebenarnya syarat akan kepentingan dari media. SKM Amanat dalam hal ini melihat tabloid andalannya lama-kelamaan mulai ditinggalkan pembacanya khususnya mahasiswa. Disebabkan semakin mahasiswa yang menggunakan handphone android yang bisa dengan mudah mengakses berita online serta gratis dalam mendapatkannya dalam kondisi apapun dan dimanapun. Berbeda dengan Tabloid, pembaca mesti mengambilnya di sekitar kampus untuk mendapatkannya, seperti masjid, perpustakaan dan dekanat.

Menurut analisis penulis, SKM Amanat telah menerapkan tiga komponen utama konvergensi media dalam perusahaannya, pertama computing (memasukkan data melalui komputer), Data yang diperoleh setelah melakukan liputan yang dapat berupa tulisan, audio dan video. Kedua communication (Komunikasi) baik antara wartawan dengan narasumber maupun SKM Amanat dengan pemirsa lewat kolom komentar Amanat.id dan YouTube, dan hasil produk itu berupa content (isi) yang dulu dalam media cetak dan portal media Amanat.id produk yang dihasilkan berupa tulisan namun dengan hadirnya YouTube produk SKM Amanat menjadi audio visual yang bisa dilihat dan didengarkan. Maka dapat disimpulkan bahwa konvergensi media tumbuh didukung adanya perkembangan teknologi dan komunikasi terutama perkembangan internet, selama internet masih berkembang

maka konvergensi media juga akan terus berkembang mendampingi perkembangan internet sebagai media yang tumbuh.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari semua pembahasan sebelumnya dapat dipaparkan kesimpulan. SKM Amanat merupakan media di UIN Walisongo yang termasuk dan paling sukses memiliki beberapa jenis media massa dalam lembagannya. Media-media itu terdiri dari media cetak yaitu tabloid, majalah, buletin dan antalogi serta media internal yaitu Portal media Amanat.id dan YouTube.

Secara umum, konvergensi media didefinisikan sebagai penggabungan media massa dengan teknologi digital yang berkembang saat ini. Berbagai jenis media, seperti majalah, koran, televisi, dan internet digabungkan menjadi satu platform yang sama. Konvergensi media sendiri timbul seiring dengan berkembangnya teknologi, khususnya peralihan teknologi analog ke digital. Salah satu pers mahasiswa yang menerapkan konvergensi media di UIN Walisongo adalah SKM Amanat.

Penerapan konvergensi media di SKM Amanat diawali ketika munculnya platform media online Amanat.id pada tahun 2012. Mulai munculnya media internet dalam perusahaan medianya. Media-media ini selanjutnya dimanfaatkan oleh SKM Amanat untuk menguasai pasar. Dengan cara memaksimalkan fungsi yang ada serta menyilangkan media tersebut. Satu platform media satu memiliki kaitan kepentingan dengan platform lainnya. Tujuan utamanya untuk menarik perhatian dari pembaca.

Maka kesimpulannya SKM Amanat telah menerapkan tiga komponen utama konvergensi media dalam perusahaannya, pertama computing (memasukkan data melalui komputer), Data yang diperoleh setelah melakukan liputan yang dapat berupa tulisan, audio dan video. Kedua communication (Komunikasi) baik antara wartawan dengan narasumber maupun SKM Amanat dengan pemirsa lewat kolom komentar Amanat.id dan YouTube, dan hasil produk itu berupa content (isi) yang

dulu dalam media cetak dan portal media Amanat.id produk yang dihasilkan berupa tulisan namun dengan hadirnya YouTube produk SKM Amanat menjadi audio visual yang bisa dilihat dan didengarkan. Maka dapat disimpulkan bahwa konvergensi media tumbuh didukung adanya perkembangan teknologi dan komunikasi terutama perkembangan internet, selama internet masih berkembang maka konvergensi media juga akan terus berkembang mendampingi perkembangan internet sebagai media yang tumbuh.

## **B. Saran**

1. Untuk SKM Amanat, tetaplah menjadi media kampus yang independen dan kredibel. Jadilah pendikte bagi diri sendiri dan jangan sampai di intervensi oleh pemerintah (Birokrat). Karena, citra media SKM Amanat di mata mahasiswa UIN Walisongo sangatlah bagus. Hal itu harus tetap dipertahankan. SKM Amanat harus selalu pro terhadap mahasiswa dan kritis terhadap kebijakan-kebijakan dari birokrasi.
2. Utamakan kualitas informasi dari pada kuantitas. Karena kualitas informasi yang dipublikasikan akan mencerminkan mana media abal-abal dan media profesional.
3. Menjadi media edukasi bagi mahasiswa. SKM Amanat harus hadir sebagai instrumen pendidik dan pencerdas bangsa. Semua informasi harian yang di publikasikan kepada masyarakat harus ada elemen pendidikannya. Jangan sampai hanya mengejar rating saja.
4. Prioritas syiar Islam. SKM Amanat sebagai pers mahasiswa di UIN Walisongo dan memiliki moto “Untuk Penalaran dan Taqwa” diharapkan menjadi indikator dan instrumen utama dalam menyampaikan pesan dakwah karena basisnya di Universitas Islam.

## DAFTAR PUSTAKA

Anton Wahyu Prihartono, Surat Kabar & Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos), Jurnal Channel, Vol. 4, No. 1, April (2016) hal. 109.

Ardianto, Elvinaro, dan Komala, Lukiati, 2009, Komunikasi Massa: Suatu Pengantar, Cet ke-2, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Anggito, Alibi, dan Johan Setiawan. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.

Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rikena Cipta.

As ep Syamsul M Romli. 2018. *Jurnalistik online: panduan mengelola media online* Bandung: Nuansa cendekia

Aritasius Sugiya. (2012). *Strategi Transformasi Konvergensi Media*

Asyir, Alfiah Khoiri & Siti Nurbaya. (2019). *Konvergensi Media dan Mediamorfosis Strategi Digitalisasi Majalah MoeslimChoice dalam Proses Transformasi Basis Kerja*

Annisa Derviana, Rana Akbari Fitriawan. (2019). *Konvergensi Pada Media Massa (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Konvergensi Media di Replubika)*.

Bran, Stanley J., 2005, Introduction to Massa Communication Media Literacy dan Culture, New York: Mc Graw Hill.

Burnett, Marshell. 2003. *Web Theory: an introduction*. New york: Routledge.

Giardo Permadi Putra, Z. A. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus)*. Administrasi Bisnis.

Cangara, Hafied, 2010, Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta: Rajawali Pers.

Fidler, Roger, 2003, *Mediamorfosis*, Yogyakarta: Bentang.

Fransisca Hana & Cici Eka Iswahyuningtyas. (2017). *Konvergensi Media dan Mediamorfosis: Evaluasi Strategi Digitalisasi Media Cetak di Majalah Tempo*.

Fikri, Muhammad. (2018). *Sejarah Media*. Malang. Penerbit Universitas Brawijaya Press

Habibie & Dedi Kusuma. (2018). *Dwi Fungsi Media Massa*. Vol. 7, No.2, Desember 2018

Halik, Abdul. (2013). *Komunikasi Massa*. Makassar: Alauddin University Press.

Hutama Epkamarsa. (2014). *Perkembangan Konvergensi Media di Indonesia*.

Idhar Resmadi & Sonny Yuliar. (2014). *Kajian Difusi Inovasi Konvergensi Media di Harian Pikiran Rakyat*.

Hikmat K .dan Purnama K. 2006. *Jurnalistik: Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosda karya.

Iskandar. 2018. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kualitatif dan Kuantitatif)*. Jakarta : GP Press

J.B., Wahyudi, 1986, *Media Komunikasi Massa Televisi*, Cet. 1, Bandung: Alumni.

Jenkins, Henry. 2008. *Convergence Culture: Where Old And New Media Collide*. New York And London: New York University Press.

Khadziq. (2016). *Konvergensi Media Surat Kabar Lokal Studi Deskriptif Pemanfaatan Internet Pada Koran Tribun Jogja dalam Membangun Industri Media Cetak Lokal*

Laksami Rachmaria & Yunita Rafika Dewi. (2018). *Strategi dan Praktik Konvergensi Media Pada Segmen Makarena Dalam Program Sore Bara Harysa Sebagai Upaya Survival Radio Delta Fm di Tengah Persaingan Industri Penyiaran*.

Muhammad Fuady. (2012). *Surat Kabar Digital sebagai Media Konvergensi di Era Digital*

Moloeng, L. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Nurliah, Konvergensi dan Kompetisi Media Massa dalam Memenangkan Pasar di Era Media Digital di Makassar, *Jurnal Tabligh*, Volume, 19. No. 1, Juni (2018), hal. 107-108.

Romli, Khomsahrial. (2017). *Komunikasi Massa*. Jakarta : Penerbit Grasindo

Saragih, Komunikasi kontekstual :Teori dan Praktik Komunikasi Kontemporer, dengan kata pengantar oleh Deddy Mulyana (Cet. I; Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011)

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta

Smith, J. (2018). The Impact of Media Convergence on the Format and Content of Student Newspapers.

Sri Sedianingsih. (2018). Konvergensi Media di Era Digital (Eksplorasi Media Komunikasi dalam Proses Belajar Mengajar di Era Digital). Universitas Terbuka.

Tanley J Baran, Pengantar Komunikasi Massa: Melek Media dan Budaya (Vol. 1. Cet. V; Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012).

Wahyudi. 1999. *komunikasi jurnalistik, pengetahuan praktis kewartawanan, surat kabar, majalah, radio dan televisi*. Bandung : Alumni

Widiawati, N. 2020. *Metodologi Penelitian: Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Tasikmalaya: Edu Publisher.

Wahyuni, I. N. (2014). *Komunikasi Media Massa (1st ed.)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Yusuf, Muri. 2017. *Metode Penelitian: Kuantitatif, kualitatif dan penelitian gabungan*. Jakarta: Kencana.

<https://www.brilio.net/creator/ini-maksud-computing-communication-content-dalam-konvergensi-media-5c2c67.html>

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : MUHAMMAD SHAFRIL HIDAYAT

TTL : Kendal, 16 Januari 1998

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Agama : Islam

Alamat : Dukuh Kedungrombong Rt.05 Rw.06  
Desa Sarirejo-Kaliwungu-Kendal

Perguruan Tinggi : UIN Walisongo Semarang

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Nim : 1701026116

No. HP : 088225225079

Email : [shafrihidayat98@gmail.com](mailto:shafrihidayat98@gmail.com)

Riwayat

Pendidikan	: 1. MI Muhammadiyah Sarirejo	: 2004-2010
	: 2. SMP Muhammadiyah 3 Kaliwungu	: 2010-2013
	: 3. SMA Negeri 1 Kaliwungu	: 2013-2016

