

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Teknologi informasi dan komunikasi telah mengalami kemajuan yang signifikan dalam perkembangannya. Kini, media konvensional seperti radio yang dahulu hanya mengandalkan gelombang radio untuk menjangkau audiens, saat ini harus bisa beradaptasi dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi agar bisa terus bertahan.

Salah satu wujud nyata dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi adalah fenomena konvergensi media. Fenomena konvergensi dalam industri media telah terjadi karena kehadiran internet yang memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai informasi dengan cepat dimanapun dan kapanpun. Industri media saat ini tentu tidak akan bisa lepas dari konvergensi media karena tanpa hal tersebut, sebuah media tidak akan mampu bertahan.

Berdasarkan data dari hasil riset wearesocial.com pada Januari tahun 2024, menunjukkan bahwa 66,78% dari 277.5 juta penduduk di Indonesia adalah pengguna internet dengan pengguna media sosial seperti *Instagram*, *Youtube*, *Facebook*, *Tiktok*, dan *X* berada diangka 50%. Hal ini menandakan pentingnya sebuah media konvensional untuk melakukan konvergensi media dengan memanfaatkan internet dalam *platform online* seperti media sosial agar bisa bertahan. Karena sejatinya internet tidak menjadikan identitas suatu media semakin pudar, akan tetapi

membawa inovasi baru pada perkembangan industri media tersebut. (Sulvinajayanti, 2018: 182).

Dalam hal ini khususnya radio, banyak perusahaan media radio yang memanfaatkan *platform online*, khususnya media sosial seperti *Instagram*, untuk menerapkan praktik konvergensi media sebagai solusi atas tantangan yang disebabkan oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Sehingga, Konvergensi media saat ini seolah telah menjadi budaya yang diterapkan oleh hampir semua media konvensional. (Tyas, 2019: 627).

Munculnya konvergensi media telah mendorong radio untuk berinovasi dalam format baru dengan memanfaatkan media sosial, yang dapat membantu perusahaan radio menjangkau *audiens* yang lebih luas. Hal ini dikarenakan integrasi *internet* ke dalam industri media memungkinkan konten yang diciptakan menjadi lebih inovatif serta menarik terhadap kemajuan teknologi informasi. Akibatnya, stasiun radio saling berlomba untuk menggabungkan siaran *on-air* dan konten digital untuk dipublikasikan di media sosial. Meskipun demikian, kehadiran konvergensi tidak akan mampu menciptakan satu pihak menjadi lebih unggul, karena setiap industri media memiliki kekuatan yang sama dalam mengakses dan membuat konten di media sosial. (Fadhilah, 2024: 4).

Beberapa stasiun radio di Kota Bandung sudah mulai memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai media pendukung praktik konvergensi media, salah satunya Radio MQ 102.7 FM Bandung. Tujuan pemanfaatan *Instagram* ini untuk terus bisa bertahan di era kemajuan teknologi informasi dan untuk menarik perhatian *audiens* sebagai upaya untuk membangun hubungan dengan *audiens*.

Melalui *Instagram*, MQFM Bandung selalu memberikan informasi terbaru mengenai jadwal acara, konten-konten video, bahkan menyiarkan langsung program siaran radionya melalui fitur *live Instagram* sehingga audiens bisa mendengarkan isi dari program siaran radio dengan tampilan visual. Hal ini merupakan salah satu kelebihan dari pemanfaatan media sosial sebagai media pendukung untuk menjalankan praktik konvergensi media. Pemanfaatan media sosial *Instagram* adalah upaya MQFM Bandung untuk terus bertahan di era kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, karena radio ini sedikit berbeda dibandingkan dengan radio swasta lainnya yang berada di Kota Bandung.

Radio *MQ 102.7 FM* Bandung, merupakan stasiun radio yang bernuansa islami, memiliki keunikan yang terletak pada kontennya yang spesifik, yaitu menyajikan informasi seputar islam dibalut dengan sentuhan dakwah untuk menjawab kebutuhan umat muslim akan informasi. Hal ini didasari pada beberapa program siaran yang penuh dengan nilai dan makna Islami yang identik dengan “Dialog keislaman” dan “Nasyid”. MQFM Bandung juga selain dikenal dengan program siarannya yang Islami, konten iklannya pun diwajibkan agar tidak keluar dan bertentangan dengan syari’at Islam.

Berdasarkan hasil pra penelitian, radio MQFM Bandung mengudara di wilayah Bandung Timur, Bandung Barat, Bandung Selatan, dan Bandung Utara, dengan total pendengar sebanyak 58.000 orang. Data *Time Spent Listener* menunjukkan bahwa MQFM memiliki 8.000 pendengar yang mendengarkan siarannya selama sepuluh menit. Mayoritas konten program di MQFM Bandung difokuskan pada dakwah daripada hiburan. Secara khusus, 60% dari program siarannya adalah

konten dakwah inspiratif, sementara konten hiburan dan berita masing-masing merupakan 20% dari program siarannya. Dengan mayoritas programnya merupakan dakwah inspiratif maka rata-rata *audiens* radio MQFM Bandung adalah orang dewasa yang berusia antara 30 dan 40 tahun, sehingga MQFM Bandung sulit untuk mendapatkan *audiens* berusia muda yang menyebabkan program dakwah tersebut masih sulit untuk diterima bagi kalangan muda.

Oleh karena itu, dengan hasil data menurut *wearesocial.com* yang menunjukkan 50% dari pengguna *internet* di Indonesia menggunakan media sosial sebagai *platform* untuk berjejaring, MQFM Bandung melakukan praktik konvergensi media dengan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai salah satu upaya untuk melebarkan jangkauan siaran dan kontennya serta menarik *audiens* baru yang diharapkan datang dari kalangan muda. Sebagai radio dakwah, MQFM Bandung perlu mempertahankan eksistensinya sebagai media komunikasi massa yang memiliki citra dakwah di era kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, pemanfaatan media sosial *Instagram* dirasa penting agar konten dan siaran yang ditampilkan bisa menjangkau sasaran yang lebih luas, mengingat radio dakwah memiliki jangkauan yang terbatas.

Berdasarkan hal-hal yang sudah dipaparkan, peneliti mengangkat judul penelitian tentang **“Pemanfaatan Instagram @mqfmbandung Sebagai Praktik Konvergensi Media Pada Radio MQ 102.7 FM Bandung”** untuk mengkaji lebih dalam terkait pemanfaatan *Instagram* sebagai praktik konvergensi media dan apakah pemanfaatan *Instagram* berhasil menjangkau *audiens* yang lebih luas untuk MQFM Bandung di era kemajuan teknologi informasi dan komunikasi.

Topik penelitian ini relevan dengan wilayah kajian keilmuan program studi Ilmu Komunikasi, khususnya konsentrasi jurnalistik dan media siaran radio. Fokus penelitian ini penting secara akademis karena dapat memberikan gambaran mengenai MQFM Bandung dalam pemanfaatan *Instagram* sebagai praktik konvergensi media untuk menghadapi tantangan di era kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Penelitian ini juga sejalan dengan perkembangan penelitian komunikasi yang semakin memperhatikan fenomena konvergensi media dan dampaknya terhadap industri media dan masyarakat. Ichsan et al., (2024: 2) dalam penelitiannya "*Analisis Konvergensi Media: Studi Transformasi Dari Media Analog Ke Media Digital*" menyatakan bahwa konvergensi media telah mengubah cara produksi, distribusi, dan konsumsi konten media, serta memunculkan model bisnis dan praktik jurnalistik baru. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai pemanfaatan *Instagram* sebagai praktik konvergensi media dan mengidentifikasi faktor-faktor dalam proses konvergensi tersebut.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian sebagaimana telah diuraikan maka fokus penelitian ini yaitu PEMANFAATAN INSTAGRAM @MQFMBANDUNG SEBAGAI PRAKTIK KONVERGENSI MEDIA PADA RADIO MQ 102.7 FM BANDUNG. Selanjutnya agar penelitian ini lebih terarah, maka diturunkan dalam beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana Radio MQ 102.7 FM Bandung memanfaatkan *Instagram* @mqfmbandung sebagai upaya melakukan praktik konvergensi media?

- 2) Apakah *Radio MQ 102.7 FM Bandung* berhasil memanfaatkan *Instagram @mqfmbandung* sebagai upaya untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendalami dan mengeksplorasi pemanfaatan Instagram *@mqfmbandung* sebagai praktik konvergensi media pada MQFM Bandung. Secara spesifik, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui bagaimana *Radio MQ 102.7 FM Bandung* memanfaatkan *Instagram @mqfmbandung* sebagai upaya melakukan praktik konvergensi media.
- 2) Untuk mengetahui Apakah *Radio MQ 102.7 FM Bandung* berhasil memanfaatkan *Instagram @mqfmbandung* sebagai upaya untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangsih akademik serta rujukan bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi khususnya dalam bidang Jurnalistik dalam mengembangkan kemampuan pemanfaatan Instagram sebagai media agar menghasilkan suatu konten siaran yang lebih inovatif dan praktis sehingga dapat berhasil dijangkau oleh *audiens* yang lebih luas.

1.4.2 Kegunaan Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan inspirasi serta pengetahuan bagi aktivis dan praktisi media dakwah khususnya radio dakwah, serta memberikan masukan terhadap pemanfaatan Instagram sebagai praktik konvergensi media agar

media dakwah yang target *audiens* nya yang spesifik bisa menghasilkan konten dan siaran yang lebih inovatif untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Kajian Penelitian yang Relevan

Penelitian ini tentunya tidak terlepas dari beberapa sumber penelitian terdahulu sebagai acuan bagi peneliti dalam memaparkan hasil penelitian terbaru namun menggunakan beberapa komponen yang berbeda. Adapun beberapa kajian terdahulu yang relevan sebagai topik penelitian ini sebagai berikut:

- 1) *Konvergensi Media dalam Strategi Pemberitaan di Era Digital (Studi Kasus pada CNN Indonesia)*, Wardhani (2019). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CNN Indonesia menerapkan konvergensi media dengan mengintegrasikan website, media sosial, dan televisi dalam menyajikan berita. Adapun relevansinya dengan penelitian ini adalah, untuk memberikan gambaran mengenai strategi konvergensi media di organisasi media besar dan menunjukkan pentingnya integrasi berbagai platform media di era digital.
- 2) *Strategi Konvergensi Media Radio dalam Menjangkau Khalayak Milenial (Studi Kasus pada Prambors Radio)* Pratama (2020). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Prambors Radio melakukan konvergensi media dengan memanfaatkan platform digital seperti Instagram dan YouTube untuk menjangkau khalayak milenial. Adapun relevansinya dengan penelitian ini adalah, untuk menunjukkan strategi konvergensi media yang dilakukan oleh radio untuk menjangkau khalayak muda dan memanfaatkan media sosial sebagai platform utama.

- 3) *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Hubungan dengan Pendengar MS Radio*, Yursan, et. Al (2020). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa platform media sosial yang paling populer adalah Instagram, karena mereka memiliki banyak fitur berguna yang membantu pendengar memahami apa yang mereka bagikan. MS Radio menggunakan Instagram untuk menjangkau pendengar sebanyak mungkin. Instagram adalah platform yang nyaman dan efektif untuk berbagi informasi dan konten dengan audiens yang luas, menyampaikan pesan yang diinginkan secara efektif. Adapun relevansinya dengan penelitian ini adalah, untuk menunjukkan bagaimana Instagram memiliki beberapa fitur yang bisa membantu suatu media menjangkau *audiens* sebanyak mungkin dengan penyampaian pesan atau konten yang lebih inovatif dan efektif.

1.5.2 Landasan Teoritis

Radio MQ 102.7 FM Bandung, merupakan stasiun radio yang bernuansa islami, memiliki keunikan yang terletak pada kontennya yang spesifik, yaitu menyajikan informasi seputar islam dibalut dengan sentuhan dakwah untuk menjawab kebutuhan umat muslim akan informasi. Hal ini didasari pada beberapa program siaran yang penuh dengan nilai dan makna Islami yang identik dengan “Dialog keislaman” dan “Nasyid”. MQFM Bandung juga selain dikenal dengan program siarannya yang Islami, konten iklannya pun diwajibkan agar tidak keluar dan bertentangan dengan syari’at Islam. MQFM Bandung memiliki *audiens* yang spesifik sehingga tidak seperti radio swasta pada umumnya, oleh karena itu MQFM Bandung memiliki tantangan untuk menjangkau audiens yang lebih luas serta

menghadapi persaingan di era kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dengan upaya untuk menghadapinya menggunakan praktik konvergensi media yaitu pemanfaatan media sosial Instagram. Pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana MQFM Bandung memanfaatkan Instagram @mqfmbandung sebagai praktik konvergensi media, serta ingin mengetahui apakah pemanfaatan Instagram tersebut dapat dikatakan berhasil dalam menjangkau *audiens* yang lebih banyak dan lebih luas.

Penelitian ini menggunakan teori konvergensi Henry Jenkins sebagai landasan dari penelitian yang dilakukan. Menurut Henry Jenkins yang dikutip dari Tyas (2019: 628), mendefinisikan konvergensi media sebagai proses penyatuan yang terus menerus terjadi diantara berbagai bagian media, seperti teknologi, industri, konten, dan khalayak. Konvergensi media mengubah cara produksi dalam suatu media dengan membutuhkan kolaborasi untuk menggabungkan berbagai *platform* ke dalam suatu sistem digital yang saling terintegrasi. Selain itu, konvergensi media tidak hanya berdampak pada bagaimana *audiens* mengonsumsi media, tetapi juga mempengaruhi bagaimana informasi dibagikan dan tingkat literasi media di masyarakat.

Konvergensi media sangat penting bagi media konvensional seperti Koran, radio, dan TV untuk dapat beradaptasi dengan era kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, karena masyarakat sekarang lebih banyak mengonsumsi konten secara *online*. Selain itu, *internet* memainkan peran penting dalam mendorong konvergensi media. Hal ini dikarenakan konvergensi media melibatkan integrasi berbagai elemen teknologi dalam perkembangannya. *Internet* memungkinkan

integrasi dari berbagai platform media, menyatukan media radio analog dengan radio streaming baik menggunakan aplikasi mandiri atau memanfaatkan fitur media sosial seperti live Instagram. Dengan memanfaatkan satu platform yang terintegrasi, pemirsa atau konsumen media dapat dengan mudah memilih *platform* mana yang ingin mereka gunakan untuk mengonsumsi sebuah konten.

Pada penelitian ini, untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan Instagram @mqfmbandung sebagai praktik konvergensi media, peneliti menggunakan pengembangan konsep lima dimensi dasar konvergensi media menurut Grant dan Wilkinson yang dikutip dari Tyas (2019: 629) dalam bukunya *Understanding Media Convergence*, namun pada penelitian ini hanya menggunakan dua dari lima konsep dasar tersebut, yakni:

1) Konvergensi Teknologi

Konvergensi teknologi jelas merupakan akar utama dari lahirnya konvergensi media itu sendiri. sendiri. Perkembangan teknologi menawarkan ruang bagi manusia untuk terus melakukan inovasi teknologi. Dengan demikian, konvergensi media biasanya berjalan seiring dengan perkembangan teknologi yang terus menerus. Dalam penelitian ini, elemen Konvergensi Teknologi akan digunakan untuk mengetahui landasan, dasar atau alasan dibalik pemilihan media sosial Instagram sebagai salah satu teknologi untuk melakukan praktik Konvergensi Media MQFM Bandung.

2) Konten Media

Konten multimedia memainkan peran penting dalam konvergensi media karena bentuk media tradisional bertransformasi kedalam bentuk format digital.

Tujuannya adalah untuk memperluas jangkauan dari apa yang dipublikasikan. Konten multimedia diperlukan untuk materi publikasi di media. Hal ini akan membuat media digital tampil lebih beragam dan kaya akan konten, dengan memasukkan gambar, video, dan elemen multimedia lainnya. Dalam penelitian ini, elemen Konten Media akan digunakan untuk mengetahui bagaimana MQFM Bandung memanfaatkan media sosial Instagram sebagai praktik konvergensi media untuk mempertahankan eksistensinya serta menjangkau *audiens* yang lebih banyak dan luas dengan menggunakan berbagai fitur yang tersedia pada media sosial Instagram.

Pada penelitian ini, peneliti juga mengukur keberhasilan MQFM Bandung dalam memanfaatkan *Instagram* sebagai praktik konvergensi media. Indikator keberhasilan tersebut dapat diukur menggunakan website Inflact. Inflact merupakan sebuah website yang memiliki fitur *Tracker* yang berupa dasbor analitik yang dapat memberikan data tentang kinerja suatu akun *Instagram*, termasuk metrik seperti pertumbuhan *followers*, tingkat keterlibatan *audiens* (*likes*, *comment*), jumlah unggahan (konten), jumlah *stories*, serta engagement. Selain itu, *Inflact* juga dapat memberikan skor terhadap akun yang ingin dituju. Skor tersebut dihitung berdasarkan indikator perilaku akun, frekuensi unggahan, kuantitas, dan kualitas konten, serta dapat menunjukkan rasio akun asli dan akun palsu yang mengikuti *Instagram @mqfmbandung*.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *Inflact* untuk melakukan *tracking* selama 1 bulan terhadap akun *Instagram @mqfmbandung*, dimulai pada tanggal 22

Juni-22 Juli 2025. Dari proses tracking tersebut, peneliti akan mendapatkan data dalam beberapa indikator, yaitu:

1) *Pertumbuhan Followers*

Pertumbuhan *followers* merujuk pada peningkatan atau penurunan jumlah pengikut akun *Instagram* dalam suatu kurun waktu tertentu. Indikator ini digunakan untuk mengukur daya tarik dan jangkauan suatu akun terhadap pengguna baru serta efektivitas strategi konten dalam mempertahankan *audiens* yang sudah ada.

2) *Like & Comment*

Merupakan jumlah interaksi berupa tanda suka (*likes*) dan komentar (*comment*) yang diterima pada setiap unggahan konten. Indikator ini mencerminkan respon langsung dari *audiens* terhadap konten yang dibagikan.

3) *Konten*

Merupakan jumlah dan jenis unggahan yang dipublikasikan oleh akun *Instagram @mqfmbandung*, termasuk foto, video, atau *carousel* di *feeds Instagram*. Konten ini menjadi elemen utama yang dilihat dan dikonsumsi oleh *audiens*.

4) *Stories*

Merupakan fitur unggahan sementara di *Instagram* yang berlangsung selama 24 jam. *Stories* digunakan untuk berbagi konten singkat dan interaktif, seperti gambar, video, polling, atau pertanyaan.

5) *Engagement*

Merupakan tingkat keterlibatan audiens terhadap konten yang dibagikan, biasanya dihitung dari interaksi seperti *likes*, *comment*, *share*, dan *save*.

Engagement mencerminkan seberapa aktif audiens berinteraksi dengan akun tersebut.

1.5.3 Kerangka Konseptual

1) Media Sosial

Media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*), menurut Mandibergh yang dikutip dari Nasrullah, (2017: 11). Sedangkan menurut Abugaza (2013: 16), Media sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individu, kelompok atau organisasi yang terhubung dan terjadi interaksi satu sama lain dengan menggunakan perantara teknologi informasi.

Media sosial merupakan suatu media yang diakses dan digunakan oleh banyak orang yang tidak hanya digunakan saja, namun juga digunakan semaksimal mungkin dengan adanya suatu kelebihan untuk memberikan respon terhadap apa yang mereka akses melalui internet. (Abugaza, 2013: 20). Sedangkan, menurut Nasrullah dalam bukunya yang berjudul *Media Sosial* (2017: 12), berpendapat bahwa media sosial adalah medium internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun interaksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

2) Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan *twiter*, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.

Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah dan menjadi lebih bagus (Lena, 2023: 9).

Penelitian ini meneliti bagaimana MQFM Bandung menggunakan Instagram sebagai bentuk Konvergensi Media untuk tetap bersaing dan berkembang di era kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Dalam hal ini, akun @mqfmbandung memanfaatkan fitur-fitur Instagram untuk menyebarkan info, artikel, atau siaran.

3) Radio

Menurut Sugiana et.al dalam Gusna et.al (2022: 165) radio adalah salah satu jenis media massa elektronik tertua yang sampai saat ini masih tetap menjadi pilihan karena mengandung unsur musik dan kata-kata, serta memiliki jangkauan paling luas karena kemampuannya menembus jarak dan waktu.

4) Konvergensi

Menurut Henry Jenkins yang dikutip dari Tyas (2019: 628), mendefinisikan konvergensi media sebagai proses penyatuan yang terus menerus terjadi diantara berbagai bagian media, seperti teknologi, industri, konten, dan khalayak. Konvergensi media mengubah cara produksi dalam suatu media dengan membutuhkan kolaborasi untuk menggabungkan berbagai platform ke dalam suatu sistem digital yang saling terintegrasi. Selain itu, konvergensi media tidak hanya berdampak pada bagaimana audiens mengkonsumsi media, tetapi juga mempengaruhi bagaimana informasi dibagikan dan tingkat literasi media di masyarakat.

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Radio MQ 102.7 FM Bandung, yang beralamat di Jl. Gegerkalong Girang Baru No. 11, Gegerkalong, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40152. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Radio MQ 102.7 FM Bandung merupakan salah satu radio religi yang aktif dalam melakukan konvergensi media khususnya dalam menggunakan media sosial Instagram.

1.6.2 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Ronda, (2018:14) mendefinisikan paradigma konstruktivisme sebagai paradigma pengetahuan yang berpegang pada pandangan yang menyatakan bahwa pengetahuan dan kebenaran objektif merupakan hasil perspektif. Pengetahuan dan kebenaran diciptakan, tidak ditemukan oleh pikiran. Paradigma ini menekankan karakter realitas yang jamak dan lentur. Jamak dalam pengertian bahwa realitas bisa direntangkan dan dibentuk sesuai dengan tindakan-tindakan bertujuan dari pelaku manusia yang juga memiliki tujuan. Dalam konteks penelitian ini, paradigma konstruktivisme digunakan untuk mengungkapkan bagaimana Radio MQ 102.7 FM Bandung memaknai dan menerapkan konvergensi media dalam memanfaatkan media sosial Instagram berdasarkan perspektif dan interpretasi para pelaku yang terlibat di dalamnya.

1.6.3 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Menurut Saryono dalam Nasution (2023: 34) Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang

digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena secara mendalam, komprehensif, dan holistik. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami makna dan interpretasi yang melekat pada fenomena yang diteliti, serta mengungkapkan kompleksitas dan dinamika sosial yang terjadi. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada pemahaman mendalam terhadap suatu fenomena daripada generalisasi hasil penelitian.

1.6.4 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah studi deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode ini digunakan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, dan fenomena yang terjadi di lapangan. Studi deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran yang detail dan komprehensif mengenai suatu fenomena, situasi, atau kondisi tertentu. Dalam penelitian ini, studi deskriptif akan digunakan untuk mendeskripsikan pemanfaatan Instagram *@mqfmbandung* sebagai praktik konvergensi media, serta keberhasilannya dalam memanfaatkan Instagram tersebut.

1.6.5 Jenis dan Sumber Data

1) Jenis Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif berupa kata-kata, gambar, atau simbol yang menggambarkan suatu fenomena secara detail dan mendalam. Data kualitatif lebih menekankan pada

pemaknaan dan interpretasi daripada pengukuran kuantitatif. Dalam penelitian ini, data kualitatif akan diperoleh melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi.

2) Sumber Data

a) Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian. Dalam penelitian ini, sumber data primer adalah para informan yang terlibat langsung dalam proses pemanfaatan Instagram @mqfmbandung sebagai praktik konvergensi media di *Radio MQ 102.7 FM* Bandung, pemilihan informan didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan dengan fokus penelitian. Lalu sumber data primer lainnya adalah hasil data *Tracking* terhadap data kinerja akun Instagram @mqfmbandung dengan menggunakan *webiste Inflact*.

b) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung dari subjek penelitian. Sumber data sekunder berupa dokumen, arsip, laporan, dan bahan-bahan tertulis lainnya yang relevan dengan penelitian.

1.6.6 Penentuan Informan

1) Informan

Menurut Sugiyono yang dikutip dari Kholidah (2020: 19), mendefinisikan bahwa penentuan informan caranya dengan peneliti memilih orang tertentu yang dipertimbangkan akan memberikan data yang diperlukan, selanjutnya berdasarkan data atau informasi yang diperoleh dari informan sebelumnya itu, peneliti dapat

menetapkan sampel lainnya yang dipertimbangkan akan memberikan data lebih lengkap.

Adapun informan dalam penelitian ini yang berhubungan dengan Pemanfaatan Instagram *@mqfmbandung* sebagai Praktik Konvergensi Media di *Radio MQ 102.7 FM* Bandung adalah Deri Herlanda menjabat sebagai Manager Program & Multimedia di Radio MQFM sejak tahun 2015. Ia bertanggung jawab dalam merancang, mengembangkan, dan mengelola seluruh aspek program siaran, termasuk unsur multimedia yang mendukungnya serta menjadi penyiar pada program-program siaran MQFM.

Alasan pemilihan informan:

- a) Memiliki pengetahuan yang komprehensif tentang pemanfaatan Instagram sebagai praktik konvergensi media.
- b) Terlibat langsung dalam proses konvergensi media yang dilakukan di media sosial Instagram.
- c) Dapat memberikan informasi mengenai berhasil atau tidaknya MQFM Bandung dalam memanfaatkan Instagram sebagai praktik Konvergensi Media.

2) Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel non-probabilitas di mana peneliti memilih informan berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Seperti yang dijelaskan oleh Abdussamad, (2021: 137) dalam bukunya "Metode Penelitian Kualitatif", menjelaskan purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Misalnya berdasarkan karakteristik, pengetahuan, atau pengalaman tertentu yang dianggap penting dan relevan dengan fokus penelitian. Dalam penelitian ini, purposive sampling digunakan karena peneliti ingin memilih informan yang benar-benar memiliki pengetahuan dan pengalaman yang mendalam mengenai pemanfaatan Instagram @mqfmbandung sebagai praktik konvergensi media di *Radio MQ 102.7 FM Bandung*.

Adapun kriteria penentuan informan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Pengetahuan dan Pengalaman

Informan harus memiliki pengetahuan dan pengalaman yang cukup mengenai pemanfaatan Instagram @mqfmbandung sebagai praktik konvergensi media di *Radio MQ 102.7 FM Bandung*. Kriteria ini penting untuk memastikan bahwa informan dapat memberikan informasi yang relevan, akurat, dan mendalam. Informan yang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang cukup diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.

b) Keterlibatan Langsung

Informan harus terlibat secara langsung dalam proses pemanfaatan Instagram @mqfmbandung sebagai praktik konvergensi media di *Radio MQ 102.7 FM Bandung*, baik dalam perencanaan, pelaksanaan, maupun evaluasi. Keterlibatan

langsung ini diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih detail dan komprehensif mengenai fenomena yang diteliti, termasuk tantangan, kendala, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan konvergensi media.

c) **Kesediaan Berpartisipasi**

Informan harus bersedia untuk diwawancarai dan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Kesediaan ini penting untuk memastikan kelancaran proses pengumpulan data. Informan yang bersedia berpartisipasi akan memberikan informasi secara terbuka dan jujur, sehingga dapat meningkatkan kualitas data penelitian.

Dengan menerapkan teknik purposive sampling dan kriteria informan tersebut, diharapkan peneliti dapat memilih informan yang tepat dan relevan, sehingga dapat mengumpulkan data yang berkualitas dan menghasilkan temuan penelitian yang valid dan dapat dipercaya.

1.6.7 Teknik Pengumpulan Data

1) **Wawancara**

- a) Wawancara mendalam (*in-depth interview*) akan dilakukan dengan informan untuk mendapatkan informasi detail mengenai pemanfaatan Instagram *@mqfmbandung* sebagai praktik konvergensi media.
- b) Wawancara mendalam memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi secara mendalam persepsi, pengalaman, dan pandangan informan terhadap fenomena yang diteliti.
- c) Wawancara akan dilakukan secara tatap muka di lokasi penelitian dengan menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur yang telah disusun

sebelumnya. Pedoman wawancara akan berisi pertanyaan-pertanyaan umum yang akan dikembangkan sesuai dengan konteks dan arah pembicaraan. Menurut Nasution (2023: 65) menyatakan bahwa penelitian dengan wawancara terpusat (*focused interviews*) adalah penelitian yang membutuhkan proses tanya jawab tatap muka antara peneliti dengan subjek yang diteliti. Tujuannya adalah mendapatkan informasi yang diharapkan peneliti sehingga durasi dan jumlah wawancara perlu disesuaikan dengan kondisi yang ada.

- d) Hasil wawancara akan direkam dengan alat perekam dan kemudian ditranskrip untuk dianalisis lebih lanjut.
- 2) Observasi Non-Partisipan
 - a) Observasi non-partisipan akan dilakukan dengan memanfaatkan *platform* analitik *Inflact* untuk mengamati aktivitas dan performa akun *Instagram* @mqfmbandung. Observasi dilakukan terhadap metrik seperti pertumbuhan followers, engagement rate, serta jumlah konten dan stories yang dipublikasikan.
 - b) Observasi non-partisipan merupakan metode observasi di mana peneliti tidak ikut serta dalam aktivitas atau lingkungan yang diamati, melainkan mengamati objek secara pasif dari luar. Dalam konteks digital, ini dapat mencakup pengamatan terhadap perilaku akun media sosial melalui alat analitik.

3) Dokumentasi

- a) Studi dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data hasil *insight* dari akun Instagram @mqfmbandung, untuk mengetahui apakah MQFM Bandung berhasil memanfaatkan Instagram sebagai praktik konvergensi media untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan mempertahankan eksistensinya di era kemajuan teknologi informasi dan komunikasi.
- b) Dokumen merupakan sumber data yang penting dalam penelitian kualitatif karena dapat memberikan informasi mengenai sejarah, struktur, budaya suatu organisasi dan laporan *insight* akun Instagram @mqfmbandung.
- c) Dokumen-dokumen tersebut akan dianalisis untuk mendapatkan informasi mengenai latar belakang, tujuan, dan berhasil atau tidaknya MQFM Bandung dalam memanfaatkan Instagram, serta untuk melengkapi data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi.

1.6.8 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Dalam menentukan teknik keabsahan data, digunakan metode triangulasi data. Triangulasi data merupakan pendekatan yang melibatkan berbagai sumber informasi, seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, dan observasi, serta melakukan wawancara dengan lebih dari satu objek yang memiliki perspektif berbeda. Untuk menguji kredibilitas data melalui triangulasi sumber, dilakukan verifikasi terhadap data yang telah dikumpulkan dari beberapa sumber. Menurut Moleong (2011: 330), keabsahan data dapat diketahui dengan cara-cara berikut:

- 1) Membandingkan hasil data dari pengamatan dengan hasil wawancara.
- 2) Membandingkan pernyataan seseorang di depan umum dengan apa yang diungkapkan secara pribadi.
- 3) Membandingkan informasi yang diberikan dalam konteks penelitian dengan apa yang diungkapkan selama periode waktu tertentu.
- 4) Membandingkan sudut pandang individu dengan berbagai ide dan opini lainnya.
- 5) Membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen terkait.

1.6.9 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan baik selama proses pengumpulan data maupun setelah pengumpulan data selesai dalam jangka waktu tertentu. Data yang diperoleh kemudian diolah secara sistematis, dimulai dari observasi, wawancara, pengeditan, klarifikasi, reduksi, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2015: 911).

- a) Tahap reduksi data: Data yang dikumpulkan di lapangan ditulis dalam bentuk uraian atau laporan yang terperinci.
- b) Tahap penyajian data: Informasi yang telah disusun disajikan sedemikian rupa sehingga memungkinkan penarikan kesimpulan. Tahap ini sering kali digunakan untuk menyajikan data dalam format naratif.
- c) Tahap penarikan kesimpulan/verifikasi: Pada tahap ini, peneliti mencari makna dari data yang telah dikumpulkan.