

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam cara orang mengonsumsi media. Media massa yang dahulu didominasi oleh bentuk cetak, radio, dan televisi kini menghadapi persaingan dari platform digital yang menawarkan aksesibilitas lebih luas, konten yang lebih beragam, dan kemampuan interaksi langsung dengan audiens. Salah satu media yang menonjol dalam era digital ini adalah platform berbagi video seperti YouTube.

Di tengah pergeseran preferensi audiens menuju media digital, eksistensi radio sebagai media konvensional menghadapi tantangan besar. Radio tidak lagi menjadi sumber utama hiburan atau informasi bagi banyak orang, terutama generasi muda yang lebih tertarik pada konten visual dan interaktif. Namun, beberapa stasiun radio berupaya mempertahankan relevansinya dengan melakukan transformasi digital (Tugu et al., 2025). Salah satu bentuk transformasi ini adalah menghadirkan program-program mereka di platform seperti YouTube, yang memungkinkan mereka menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.

Radio MQFM Bandung, sebuah stasiun radio berbasis dakwah Islam, menjadi salah satu contoh menarik dalam upaya adaptasi ini. Sebagai radio yang memiliki segmen khusus untuk program muslimah, MQFM menyadari pentingnya menghadirkan konten mereka di platform digital agar dapat tetap relevan dan

menjangkau komunitas muslimah yang kini banyak menghabiskan waktu di media sosial dan platform berbagi video. Transformasi ini tidak hanya menjadi strategi untuk bertahan, tetapi juga cara untuk memperluas dakwah Islam di era modern.

Fenomena ini menggambarkan bagaimana media tradisional, seperti radio, mulai beradaptasi dengan dinamika era digital. Dalam beberapa tahun terakhir, perubahan perilaku media audiens di Indonesia telah terjadi secara signifikan.

Data dari laporan Digital 2024: April Global Statshot Report yang dirilis oleh We Are Social dan Meltwater menunjukkan bahwa terjadi penurunan waktu rata-rata yang dihabiskan pengguna internet untuk mengonsumsi berbagai jenis media sepanjang tahun 2023. Salah satu penurunan paling signifikan terlihat pada media tradisional seperti radio siaran (broadcast radio), yang mengalami penurunan sebesar 4,9% atau setara dengan 3 menit lebih sedikit per hari, sehingga waktu mendengarkan radio hanya tersisa 49 menit per hari secara global. Ini menunjukkan adanya penurunan relevansi dan ketertarikan masyarakat terhadap media audio konvensional di tengah era digital (Are Social, 2024).

Sementara itu, waktu yang dihabiskan untuk menggunakan media sosial masih cukup tinggi, yaitu 2 jam 20 menit per hari, dan meskipun turun 2,7%, media sosial tetap menjadi ruang potensial untuk distribusi dan konsumsi konten digital. Yang menarik, penggunaan internet secara keseluruhan tetap tidak mengalami penurunan (6 jam 35 menit per hari), menandakan bahwa platform digital seperti YouTube, streaming, dan media daring lainnya tetap menjadi pilihan utama dalam konsumsi media masyarakat saat ini (Are Social, 2024).

Seiring dengan perkembangan tersebut, preferensi terhadap berbagai jenis media juga menunjukkan pergeseran. Pada tahun 2023, survei menunjukkan bahwa meskipun 84,6% orang Indonesia masih menonton televisi, persentase penggunaan perangkat lainnya menunjukkan dominasi platform digital. Misalnya, 71% orang Indonesia mengakses layanan musik streaming, 70,7% mengonsumsi konten media online, dan 65,9% mendengarkan podcast. Namun, di sisi lain, hanya 51,1% orang yang masih mendengarkan radio (Maswar, 2024).

Perubahan ini mencerminkan adanya pergeseran preferensi dari media tradisional menuju platform digital, terutama di kalangan audiens muda yang lebih tertarik pada konten yang mudah diakses, visual, dan interaktif. YouTube, sebagai salah satu platform video terbesar, menjadi pilihan utama bagi audiens untuk mengakses berbagai konten, termasuk konten dakwah, yang sebelumnya lebih banyak disampaikan melalui radio dan televisi.

Pergeseran preferensi audiens ini menjadi tantangan bagi radio, yang selama ini menjadi media utama dalam penyebaran informasi dan hiburan. Untuk mempertahankan eksistensinya, radio harus melakukan transformasi, termasuk dengan mengadaptasi konten mereka ke platform digital, seperti YouTube, guna menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang lebih terhubung dengan teknologi dan media sosial (RG, 2025).

Di tengah arus perubahan ini, muncul sejumlah persoalan penting. Pertama, bagaimana media konvensional seperti radio mampu mempertahankan eksistensinya di era digital. Kedua, bagaimana bentuk adaptasi yang dilakukan dalam aspek produksi dan distribusi konten, terutama konten yang memiliki

segmentasi khusus seperti dakwah Muslimah. Ketiga, bagaimana tantangan dan strategi konten disesuaikan dengan karakteristik audiens digital yang lebih beragam, visual, dan interaktif. Permasalahan ini belum banyak ditelaah secara mendalam dalam konteks konten dakwah Muslimah yang berpindah dari radio ke media berbasis video seperti YouTube.

Meskipun terdapat sejumlah penelitian mengenai transformasi media konvensional ke digital, termasuk studi tentang konvergensi media, strategi dakwah digital, maupun adaptasi radio ke platform seperti YouTube, namun kajian yang secara spesifik menyoroti proses mediamorfosis konten dakwah bersegmen Muslimah dari radio ke platform digital masih terbatas. Terutama dalam konteks radio dakwah berbasis komunitas seperti MQFM Bandung, belum banyak penelitian yang menggambarkan secara mendalam bagaimana proses adaptasi, tantangan, serta strategi kreatif multimedia dilakukan untuk mempertahankan misi dakwah dalam menghadapi dinamika platform digital yang lebih kompleks, visual, dan interaktif. Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menyoroti proses perubahan menyeluruh (mediamorfosis) konten Muslimah dari Radio MQFM ke YouTube, termasuk bentuk ko-evolusi, strategi konvergensi media, hingga elemen kompleksitas dalam produksi konten dakwah di era digital.

Youtube tidak hanya menjadi saluran distribusi, tetapi juga ruang produksi dan partisipasi. Format visual dan interaktif memungkinkan MQFM menampilkan dakwah secara lebih kontekstual, misalnya dengan menghadirkan tayangan podcast, talkshow, video reflektif, atau potongan kajian yang dikemas dengan gaya ringan dan visual menarik. Dengan demikian Youtube berperan sebagai medium dakwah

baru yang menggabungkan unsur hiburan, pengetahuan, dan spiritualitas dalam satu ruang digital. Urgensi terhadap Youtube Radio MQFM Bandung terletak bagaimana lembaga dakwah lokal beradaptasi terhadap perubahan perilaku audiens di era digital, khususnya audiens Muslimah yang menjadi target utama program tersebut. Pergeseran ini tidak hanya menyangkut teknis produksi, tetapi juga menyentuh ranah ideologis dan nilai dakwah, bagaimana pesan keislaman yang bersumber dari radio tetap relevan, otentik, dan menarik di tengah karakteristik audiens digital yang lebih visual, cepat, dan emosional. Selain itu, masih sedikit penelitian yang secara mendalam meneliti transformasi konten dakwah Muslimah dari radio ke platform YouTube, terutama dalam konteks teori Mediamorfosis yang menyoroti tahap-tahap *koevolusi*, *konvergensi*, dan *kompleksitas* dalam adaptasi media.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa transformasi media tradisional ke media digital merupakan keniscayaan yang tidak dapat dihindari, termasuk bagi media dakwah seperti radio. Dalam konteks ini, Radio MQFM Bandung sebagai media dakwah berbasis keluarga Muslimah, perlu melakukan adaptasi yang relevan terhadap perubahan perilaku audiens digital melalui proses mediamorfosis. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana proses mediamorfosis konten Muslimah di Radio MQFM berlangsung dalam platform YouTube, serta bagaimana strategi konvergensi dan pengelolaan konten dilakukan oleh tim multimedia guna mempertahankan nilai-nilai dakwah dalam bentuk media digital yang sesuai dengan karakteristik audiens masa kini.

B. Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian ini mencakup beberapa aspek penting sebagai berikut:

1. Bagaimana proses koevolusi program konten muslimah di Radio MQFM dalam beradaptasi dengan platform YouTube?
2. Bagaimana strategi konvergensi yang diterapkan Radio MQFM dalam memadukan program radio tradisional dengan fitur-fitur platform YouTube?
3. Bagaimana elemen-elemen kompleksitas terwujud dalam proses mediamorfosis konten muslimah dari Radio MQFM ke platform YouTube?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini mencakup beberapa aspek penting sebagai berikut: Untuk memahami proses koevolusi program konten muslimah di Radio MQFM dalam beradaptasi dengan platform YouTube.

1. Untuk memahami proses koevolusi program konten muslimah di Radio MQFM dalam beradaptasi dengan platform YouTube.
2. Untuk memahami strategi konvergensi yang diterapkan Radio MQFM dalam memadukan program radio tradisional dengan fitur-fitur platform YouTube.
3. Untuk memahami bagaimana elemen-elemen kompleksitas terwujud dalam proses mediamorfosis konten muslimah dari Radio MQFM ke platform YouTube.

D. Kegunaan Penelitian

Manfaat dari penelitian dapat dirinci dengan manfaat secara akademis dan manfaat secara praktis sebagai berikut:

1. Manfaat secara Akademis

Penelitian ini dapat memperkaya kajian ilmiah dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) dengan menyoroti perubahan dan adaptasi konten dakwah Muslimah di platform YouTube, serta bagaimana media digital menjadi sarana efektif untuk menjangkau audiens Muslimah. Juga, hasil penelitian ini akan memberikan wawasan baru mengenai strategi pembuatan konten dakwah di platform YouTube, serta menyoroti peran mediamorfosis dalam mengadaptasi penyampaian pesan dakwah. Penelitian ini akan menjelaskan bagaimana mediamorfosis berperan dalam perubahan format dan penyampaian konten Muslimah dalam konten dakwah di media digital.

2. Manfaat secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini akan memberikan panduan bagi lembaga dakwah, dan di lembaga penyiaran seperti Radio MQFM maupun lembaga lain yang sedang berupaya mengembangkan konten digital. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai panduan dalam menyusun strategi efektif untuk mengintegrasikan program-program tradisional ke platform digital. Selain itu, penelitian ini juga memberikan gambaran mengenai strategi pengemasan konten yang sesuai dengan karakteristik audiens di YouTube, sehingga dapat membantu lembaga penyiaran dakwah dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dakwah melalui media digital.

E. Tinjauan Pustaka

1. Landasan Teoritis

Penelitian ini menggunakan Teori Mediamorfosis yang diperkenalkan oleh Roger Fidler (1997) sebagai landasan teoritis utama. Teori ini menekankan bahwa media tradisional tidak sepenuhnya punah ketika media baru muncul, melainkan beradaptasi dan berevolusi sesuai dengan perkembangan teknologi. Fidler menjelaskan bahwa media lama seperti radio mampu bertahan dengan memanfaatkan inovasi media baru untuk tetap relevan (Widodo et al., 2020). Dalam teori mediamorfosis, perubahan media terjadi sebagai respon terhadap perkembangan sosial, teknologi, dan lingkungan, sehingga media lama tetap bisa eksis bersamaan dengan media baru dengan cara yang berbeda, Fidler (Azahari, 2022).

Fidler mengidentifikasi tiga konsep dasar dalam mediamorfosis yang menjelaskan bagaimana media bertransformasi: pertama, koevolusi, yang mengacu pada proses di mana berbagai bentuk media berkembang bersama dan saling mempengaruhi. Media baru sering kali dibentuk oleh media yang lebih tua, dan pada gilirannya, media baru tersebut akan memengaruhi media lama (Azahari, 2022).

2. Kerangka Konseptual

a. Konten Muslimah

Konten dalam media merujuk pada segala bentuk informasi yang tersedia melalui berbagai platform elektronik, termasuk teks, gambar, audio, dan video (KBBI, 2024). Istilah ini sering digunakan dalam konteks

pemasaran digital dan media sosial untuk menggambarkan materi yang diciptakan dan dibagikan dengan tujuan untuk menginformasikan, mengedukasi, atau menghibur audiens. Muslimah sendiri memiliki pengertian yaitu, perempuan yang memeluk agama Islam dan menjalankan ajaran-ajarannya secara menyeluruh. Seorang muslimah tidak hanya menunjukkan identitas keislamannya secara lahiriah, tetapi juga berusaha taat dalam menjalankan kewajiban seperti shalat lima waktu, berpuasa di bulan Ramadan, melaksanakan ibadah sunnah, serta menumbuhkan keimanan dan ketakwaan yang kuat kepada Allah SWT (Al-Barik, 1997).

Konten muslimah merujuk pada bentuk penyajian informasi, edukasi, atau dakwah yang secara khusus ditujukan kepada perempuan muslim. Konten ini dapat memuat berbagai topik seperti keislaman, keluarga, kesehatan perempuan, motivasi, busana syar'i, dan nilai-nilai keperempuanan dalam perspektif Islam. Dalam konteks media, konten muslimah tidak hanya menyampaikan informasi keagamaan, tetapi juga menekankan identitas dan peran perempuan muslim di ruang publik digital.

b. Platform

Platform dalam konteks media digital merujuk pada sistem atau infrastruktur yang memungkinkan berbagai layanan dan aplikasi berfungsi dan saling terhubung. Platform digital berperan penting dalam memfasilitasi interaksi antara pengguna, serta menyediakan konten dan layanan yang dapat diakses secara online. Contoh dari platform digital termasuk media sosial, e-commerce, dan platform berbagi konten. Platform digital adalah

sistem yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi, dan mengakses konten serta layanan secara online. Ini mencakup berbagai jenis aplikasi dan situs web yang mendukung konektivitas dan kolaborasi antar pengguna (Rafi Abrar, 2024).

c. Media Sosial

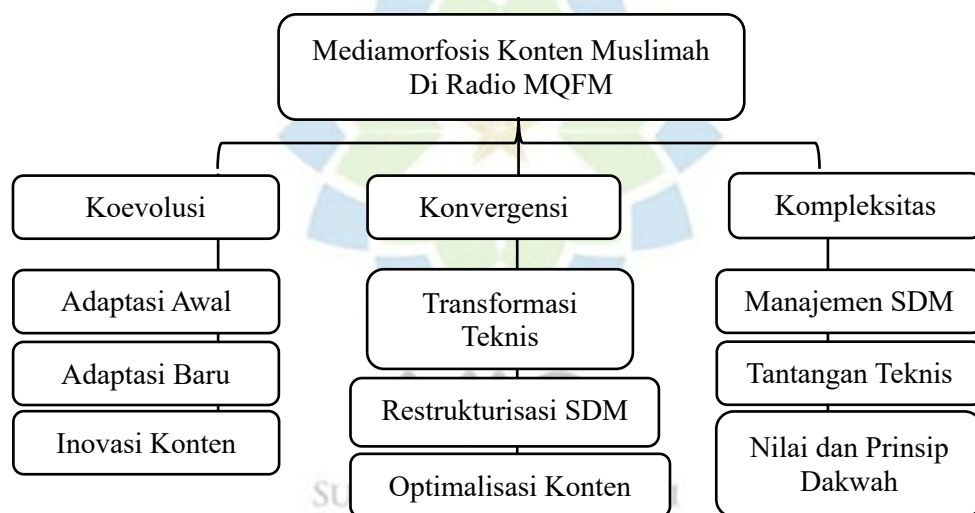
Media saat ini berfungsi sebagai alat utama dalam proses komunikasi. Secara etimologis, kata "media" berasal dari bahasa Latin *medium*, yang berarti perantara atau penghubung. Dalam konteks komunikasi, media merupakan saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dari pengirim kepada penerima pesan (Cetta & Nasionalita, 2023).

Istilah media sosial terdiri dari dua unsur, yaitu 'media' dan 'sosial', yang secara umum merujuk pada sarana yang digunakan untuk menjalin komunikasi antar individu (Cetta & Nasionalita, 2023). Jadi media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan para penggunanya untuk saling terhubung, berkomunikasi, serta bertukar informasi secara luas dan cepat (Hariyati, 2025).

YouTube salah satu contoh paling terkenal dari platform berbagi konten. YouTube adalah platform berbagi video yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berinteraksi dengan konten video (Atalia, 2019).

d. Radio

Radio merupakan teknologi komunikasi yang memanfaatkan modulasi dan radiasi gelombang elektromagnetik untuk mengirimkan sinyal. Gelombang ini dapat merambat melalui udara maupun ruang hampa tanpa memerlukan medium fisik seperti udara atau zat lainnya sebagai perantara (Oramahi, 2012). Meskipun tergolong media tradisional, radio tetap memiliki relevansi di era digital dengan melakukan transformasi konten melalui integrasi dengan platform digital.



Bagan 1. Kerangka Konseptual

F. Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di MQFM Bandung yang berlokasi di Jl Gegerkalong Girang Baru No. 11, Bandung 40154. MQFM Bandung dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan sebuah stasiun radio terestrial yang telah aktif dalam menyebarkan konten dakwah muslimah melalui media tradisional, yaitu

radio, serta aktif dalam mengadaptasi dan mengintegrasikan konten dakwah tersebut ke dalam platform digital, khususnya YouTube.

2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma yang akan digunakan oleh peneliti adalah paradigma konstruktivisme yang berfokus pada pemahaman bagaimana individu atau kelompok membangun makna dan realitas mereka sendiri melalui interaksi sosial dan pengalaman pribadi (Muslim, 2016). Menurut John Creswell (2014), paradigma konstruktivisme menekankan pentingnya perspektif individu dalam memahami fenomena sosial. Oleh karena itu, penelitian ini akan menekankan pada cara pandang individu yang terlibat dalam proses mediamorfosis di MQFM Bandung, yaitu melalui wawancara dan observasi langsung, guna mengungkap makna dan interpretasi mereka terhadap perubahan yang terjadi dalam proses tersebut.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah jenis pendekatan penelitian yang berpijak pada pandangan fenomenologis dan paradigma konstruktivisme, yang digunakan untuk mengembangkan pengetahuan secara mendalam (Muslim, 2016). Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali pemahaman yang lebih dalam tentang fenomena yang terjadi. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara detail bagaimana tim multimedia MQFM Bandung mengadaptasi konten program Muslimah ke dalam platform YouTube, serta untuk memahami proses dan kompleksitas yang dihadapi dalam mediamorfosis.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode ini dipilih karena mampu menggali informasi secara mendalam dan menyajikan data secara spesifik dan terperinci (Pianda, 2018). Penelitian kualitatif deskriptif cocok digunakan untuk mengkaji fenomena sosial yang kompleks dan sulit diukur secara kuantitatif, seperti proses mediamorfosis dan strategi konten dakwah di media digital. Fokus utamanya adalah pada proses dan makna, bukan pada angka, sehingga hasil penelitian ini merupakan interpretasi dari data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

4. Jenis Data dan Sumber Data

Data yang digunakan untuk mendukung penelitian ini diambil dari sejumlah sumber, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Sumber Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber aslinya. Data ini dianggap sebagai informasi baru dan aktual karena diperoleh secara langsung melalui keterlibatan peneliti di lapangan. Beberapa metode yang umum digunakan untuk mengumpulkan data primer antara lain adalah wawancara, observasi, diskusi kelompok terfokus (FGD), dan penyebaran kuesioner (Naamy, 2019).

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada sebelumnya dan bukan hasil pengumpulan langsung oleh peneliti. Data ini biasanya diambil dari dokumen atau arsip seperti publikasi resmi, buku,

jurnal, laporan penelitian, atau data lembaga seperti Badan Pusat Statistik (BPS) (Naamy, 2019). Sumber data sekunder dalam penelitian ini akan mencakup berbagai dokumen dan literatur yang relevan dengan mediamorfosis program Muslimah dari Radio MQFM ke platform YouTube.

5. Informan atau Unit Analisis

Individu yang memberikan data atau informasi tidak disebut sebagai responden, melainkan dikenal dengan sebutan informan, partisipan, atau narasumber. Informan adalah orang yang dipilih karena memiliki pengalaman, pengetahuan, atau keterlibatan langsung dengan topik yang diteliti, sehingga dapat memberikan keterangan yang relevan dan mendalam bagi keperluan penelitian (Naamy, 2019).

Informan ini ditentukan sesuai dengan kebutuhan data penelitian, dalam hal ini peneliti merujuk informan utama dalam penelitian ini adalah Kepala Bidang Multimedia MQFM Bandung yaitu, Kang Deri Ruslan, S.T. Dalam perannya, Kang Deri memiliki tanggung jawab penting dalam pengembangan konten multimedia dan strategi mediamorfosis program Muslimah dari radio ke platform YouTube. Dengan latar belakang dan pengalaman di bidang multimedia beliau memiliki kompeten untuk menjelaskan tentang proses mediamorfosis program Muslimah, termasuk tantangan dan peluang yang dihadapi dalam mengadaptasi program Muslimah untuk audiens di YouTube. Informasi yang diperoleh dari Kang Deri akan mencakup aspek teknis dalam produksi konten, strategi penyusunan dan pengemasan konten untuk platform digital, serta cara tim multimedia menjangkau

dan berinteraksi dengan audiens Muslimah. Wawancara dengan beliau juga akan membantu peneliti memahami dinamika internal tim multimedia dalam menghadapi perkembangan teknologi dan kebutuhan audiens di era konvergensi digital.

6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang akan digunakan terdiri dari tiga metode utama: wawancara, observasi, dan dokumentasi.

a. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang efektif untuk menggali informasi secara mendalam, terutama terkait topik yang kompleks atau bersifat pribadi. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi jawaban responden lebih lanjut dengan menyesuaikan pertanyaan secara fleksibel guna memahami perspektif responden secara lebih menyeluruh (Naamy, 2019). Wawancara dilakukan kepada tim multimedia MQFM Bandung yaitu Kepala tim, Deri Ruslan, S.T., serta anggota tim multimedia. Teknik ini bertujuan untuk menggali informasi secara utuh mengenai proses mediamorfosis program Muslimah ke YouTube, termasuk strategi yang diterapkan, tantangan yang dihadapi, dan respon audiens. Pertanyaan wawancara akan dirancang untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang pengalaman dan pandangan informan terhadap fenomena yang sedang diteliti.

b. Observasi

Observasi merupakan proses pengamatan sistematis dari aktivitas manusia dan pengaturan fisik dimana kegiatan tersebut berlangsung secara terus menerus dari lokus aktivitas bersifat alami untuk menghasilkan fakta (Hasanah, 2017). Observasi ini bertujuan untuk memahami bagaimana tim multimedia bekerja dalam menciptakan konten untuk YouTube dan bagaimana interaksi antara anggota tim selama proses tersebut. Dengan mengamati praktik langsung, peneliti dapat mengidentifikasi aspek-aspek yang mungkin tidak terlihat dalam wawancara, serta melihat dinamika kerja tim yang berkontribusi pada keberhasilan mediamorfosis di era digital.

Data hasil wawancara dan observasi didokumentasikan berupa data verbatim yaitu, merubah data mentah tersebut menjadi tulisan/transkrip (Wahid et al., 2023), dan dianalisis berdasarkan teori-teori yang relevan untuk diambil sebuah kesimpulan peneliti.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik penentuan keabsahan data menggunakan triangulasi untuk memastikan validitas dan reliabilitas hasil penelitian ini. Triangulasi adalah Teknik yang digunakan untuk menjamin keabsahan data dalam penelitian kualitatif dengan cara membandingkan hasil wawancara atau observasi dengan objek penelitian (Iswahyudi et al., 2023). Kepercayaan data akan dijaga melalui wawancara mendalam dengan informan utama, Kang Deri Ruslan, serta observasi langsung terhadap proses produksi konten dakwah di MQFM Bandung. Hal ini akan

memastikan bahwa data yang diperoleh mempunyai basis yang kuat dan dapat dipercaya sesuai dengan realitas yang diamati.

Keteralihan data akan dijaga dengan merinci konteks yang jelas dan detail mengenai pengelolaan konten dakwah di MQFM Bandung, sehingga hasil penelitian dapat diterapkan atau diadaptasi dalam konteks serupa di tempat lain. Kebergantungan data akan terjamin melalui pencatatan yang teliti dan sistematis terhadap proses pengumpulan data, serta transparansi dalam pengambilan keputusan analisis data.

8. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data akan dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pertama, setelah mengumpulkan data dari wawancara dan catatan lapangan, peneliti akan melakukan reduksi data untuk menyeleksi informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Proses ini mencakup pengorganisasian dan penyaringan data, sehingga hanya informasi yang berhubungan dengan koevolusi, konvergensi, dan kompleksitas yang dihadapi dalam mediamorfosis yang akan dipertahankan.

Akhirnya, penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan hasil analisis yang telah disajikan. Proses ini juga melibatkan verifikasi untuk memastikan keandalan dan validitas data dengan membandingkan temuan dari berbagai sumber informasi, termasuk hasil wawancara dan observasi yang dianalisis.