E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Analisis Konvergensi Media RRI Pro 1 Samarinda Dalam Meningkatkan Eksistensi Di Era Digital

Andini Zeshira Maharani[1], Kezia Arum Sary[2], Kadek Dristiana Dwivayani[3], Ziya Ibrizah[4]
[1]Universitas Mulawarman, Indonesia , andini.zeshira@gmail.com
[2]Universitas Mulawarman, Indonesia , kezia.arumsary@fisip.unmul.ac.id
[3]Universitas Mulawarman, Indonesia , kadek.dwivaya@fisip.unmul.ac.id
[4]Universitas Mulawarman, Indonesia , ziyaibr@fisip.unmul.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis upaya pemanfaatan konvergensi media yang dilakukan RRI Pro 1 Samarinda dalam meningkatkan eksistensinya di era digital. Perkembangan teknologi komunikasi menuntut lembaga penyiaran untuk beradaptasi melalui integrasi berbagai media dan platform digital guna mempertahankan relevansi serta memperluas jangkauan audiens. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap informan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa RRI Pro 1 Samarinda telah menerapkan konvergensi media melalui strategi 3M, yaitu multimedia, multichannel, dan multiplatform. Penerapan strategi tersebut dilakukan melalui pemanfaatan berbagai format konten digital, distribusi informasi melalui beragam saluran komunikasi, serta integrasi siaran radio dengan platform digital. Strategi 3M yang diterapkan mampu memperluas jangkauan audiens, meningkatkan kemudahan akses terhadap konten siaran, memperkuat interaksi dengan pendengar, serta mempertahankan eksistensi dan relevansi RRI Pro 1 Samarinda sebagai lembaga penyiaran publik di era digital.

Kata Kunci: *Konvergensi Media, Strategi 3M, Eksistensi Media, RRI Pro 1 Samarinda*.

Abstract

This study aims to analyze the efforts made by RRI Pro 1 Samarinda to leverage media convergence in order to enhance its presence in the digital age. Advances in communication technology require broadcasting institutions to adapt by integrating various media and digital platforms in order to maintain relevance and expand their audience reach. This study employs a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation of informants selected using purposive sampling. Data analysis was conducted using the Miles and Huberman model, which includes data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results indicate that RRI Pro 1 Samarinda has implemented media convergence through the 3M strategy: multimedia, multichannel, and multiplatform. This strategy is implemented through the use of various digital content formats, the distribution of information via diverse communication channels, and the integration of radio broadcasts with digital platforms. The 3M strategy has successfully expanded the audience reach, improved access to broadcast content, strengthened interaction with listeners, and maintained the existence and relevance of RRI Pro 1 Samarinda as a public broadcasting institution in the digital age.

Keywords: *Media Convergence, the 3M Strategy, Media Presence, RRI Pro 1 Samarinda.*

Corresponding Author:
Andini Zeshira Maharani
Universitas Mulawarman, andini.zeshira@gmail.com

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi informasi dan hiburan masyarakat. Kehadiran internet, media sosial, layanan streaming, dan podcast mendorong masyarakat untuk mengakses informasi secara lebih cepat, fleksibel, dan interaktif dibandingkan media penyiaran konvensional. Kondisi ini berdampak pada menurunnya minat masyarakat terhadap radio sebagai salah satu media massa tradisional. Data Hootsuite (2024) menunjukkan bahwa hanya 51,1% masyarakat Indonesia yang masih mendengarkan radio. Temuan tersebut diperkuat oleh laporan Nielsen yang mencatat penurunan jumlah pendengar radio di Indonesia dari 70% pada tahun 2015 menjadi 55% pada tahun 2020. Penurunan tersebut menunjukkan adanya pergeseran preferensi audiens menuju media digital yang menawarkan akses informasi yang lebih beragam dan mudah dijangkau.

Di sisi lain, penggunaan media digital di Indonesia terus mengalami peningkatan. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melaporkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta orang atau setara 125% dari total populasi Indonesia. Jumlah pengguna internet mencapai 212 juta orang dengan tingkat penetrasi sebesar 74,6% sedangkan pengguna media sosial mencapai 143 juta pengguna atau sekitar 50,2% dari total populasi. Data tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin terhubung dengan teknologi digital sehingga mendorong media massa untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku audiens.

Kondisi tersebut juga terlihat pada Generasi Z yang merupakan kelompok pengguna aktif media digital. Penelitian Sary (2025) menunjukkan bahwa media digital memiliki peran penting dalam membentuk pengetahuan dan memengaruhi perilaku Generasi Z di Samarinda. Temuan ini menunjukkan bahwa perubahan pola konsumsi informasi masyarakat semakin mengarah pada pemanfaatan platform digital, sehingga lembaga penyiaran konvensional perlu beradaptasi melalui penerapan konvergensi media agar tetap mampu menjangkau audiens dan mempertahankan relevansinya di era digital.

Perubahan lanskap media tersebut menuntut lembaga penyiaran untuk melakukan adaptasi agar tetap relevan. Salah satu upaya yang dilakukan adalah menerapkan konvergensi media melalui strategi 3M, yaitu multimedia, multichannel dan multiplatform. Strategi ini memungkinkan media untuk memproduksi konten dalam berbagai format, mendistribusikannya melalui beragam saluran komunikasi, serta memanfaatkan berbagai platform digital guna memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan interaksi dengan masyarakat.

Sebagai lembaga penyiaran publik, RRI memiliki tanggung jawab untuk menyediakan informasi yang kredibel, edukatif, dan bermanfaat bagi masyarakat. Dalam menghadapi perkembangan media digital, RRI Pro 1 Samarinda tidak lagi hanya mengandalkan siaran radio konvensional, tetapi juga memanfaatkan berbagai platform digital seperti Instagram, Facebook, YouTube, Tiktok, aplikasi RRI Digital, dan website RRI.co.id sebagai sarana distribusi informasi. Pemanfaatan berbagai platform tersebut menunjukkan adanya upaya konvergensi media yang dilakukan untuk mempertahankan eksistensi lembaga di tengah perubahan perilaku audiens.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji konvergensi media pada radio. Penelitian Rahayu dan Amalia (2021) menunjukkan bahwa konvergensi media diterapkan melalui *newsroom convergence, newsgathering convergence,* dan *content convergence*. Penelitian Hadi dkk. (2024) menemukan bahwa strategi multimedia, multichannel, dan multiplatform mampu membantu radio mempertahankan eksistensinya di era digital. Sementara itu, penelitian Suhariyanto dkk. (2022) menunjukkan bahwa konvergensi media pada radio tidak hanya berorientasi pada aspek ekonomi, tetapi juga berfungsi untuk menjalankan peran sosial dan edukatif media. Meskipun demikian, sebagian besar

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

penelitian tersebut berfokus pada radio swasta atau radio komunitas, sehingga kajian mengenai penerapan konvergensi media pada lembaga penyiaran publik masih relative terbatas.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan konvergensi media melalui strategi 3M (multimedia, multichannel, dan multiplatform) yang dilakukan RRI Pro 1 Samarinda dalam meningkatkan eksistensinya di era digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian konvergensi media pada lembaga penyiaran publik serta menjadi referensi bagi media penyiaran dalam menghadapi tantangan transformasi digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menurut Bogdan dan Taylor (1992), penelitian kualitatif didefinisikan sebagao prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Sementara itu, penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis fakta, karakteristik, dan fenomena yang terjadi pada objek penelitian. Pendekatan ini digunakan untuk memahami dan mendeskripsikan fenomena konvergensi media yang dilakukan RRI Pro 1 Samarinda dalam meningkatkan eksistensinya di era digital secara mendalam berdasarkan kondisi yang terjadi di lapangan. Penelitian dilaksanakan di Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) Samarinda dengan focus penerapan strategi 3M.

Subjek penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan informan berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai kebutuhan penelitian (Sugiyono, 2017). Informan yang dipilih memiliki keterlibatan langsung dalam pengelolaan media digital dan pelaksanaan konvergensi media di RRI Pro 1 Samarinda. Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Menurut Creswell (2020), data primer diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber yang telah tersedia sebelumnya, seperti laporan, jurnal, arsip, dan publikasi lainnya yang relevan dengan penelitian (Umar, 2019).

Peneliti berperan sebagai instrument utama dalam proses pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas konvergensi media yang dilakukan RRI Pro 1 Samarinda. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman (1992) yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konvergensi Media melalui Multimedia

Hasil penelitian menunjukkan bahwa RRI Pro 1 Samarinda telah menerapkan strategi multimedia melalui pemanfaatan berbagai format konten, seperti teks, foto, gambar, video, audio, dan audiovisual. Konten siaran yang sebelumnya hanya disampaikan melalui radio konvensional kemudian dikemas ulang menjadi artikel pada RRI.co.id, konten visual untuk media sosial Tiktok RRI Samarinda, Instagram dan Facebook RRI Pro 1 Samarinda, audio on demand pada aplikasi RRI Digital, serta tayangan audiovisual melalui kanal YouTube RRI Samarinda. Temuan ini menunjukkan bahwa RRI Pro 1 Samarinda tidak lagi bergantung pada satu bentuk penyampaian informasi, tetapi menyesuaikan format konten dengan karakteristik masing-masing media digital.

Penerapan multimedia tersebut menunjukkan adanya perubahan budaya produksi konten yang menyesuaikan pola konsumsi media masyarakat digital. Informasi yang sebelumnya hanya tersedia dalam bentuk siaran audio kini dapat diakses dalam berbagai

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

format sesuai kebutuhan audiens. Kondisi ini memperlihatkan bahwa multimedia tidak hanya berfungsi memperkaya bentuk penyajian pesan tetapi juga meningkatkan peluang audiens untuk menerima informasi melalui format yang lebih menarik dan mudah dipahami. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hadi dkk. (2024) yang menunjukkan bahwa strategi multimedia membantu radio mempertahankan eksistensinya melalui diversifikasi format konten. Dengan demikian, multimedis berkontribusi terhadap penguatan eksistensi RRI Pro 1 Samarinda melalui peningkatan variasi konten dan kehadiran digital yang lebih luas.

Konvergensi Media melalui Multichannel

Pada aspek multichannel, hasil penelitian menunjukkan bahwa RRI Pro 1 Samarinda mendistribusikan kontennya melalui berbagai saluran komunikasi, yaitu siaran radio 97.6 FM, website RRI.co.id, aplikasi RRI Digital, Tiktok RRI Samarinda, YouTube RRI Samarinda, Instagram RRI Pro 1 Samarinda, dan Facebook RRI Pro 1 Samarinda. Pemanfaatan berbagai aluran tersebut menunjukkan bahwa distribusi informasi tidak lagi bergantung pada frekuensi tadio konvensional, melainkan telah terintegrasi dengan berbagai kanal digital yang digunakan masyarakat.

Keberadaan berbagai saluran distribusi memungkinkan informasi menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Selain memperluas jangkauan, multichannel juga membuka ruang interaksi antara RRI Pro 1 Samarinda dan audiens melalui fitur komentar, siaran langsung, maupun respons pengguna pada media sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa konvergensi media tidak hanya berkaitan dengan penyebaran informasi, tetapi juga menciptakan hubungan yang lebih dekat antara lembaga penyiaran dan audiens. Hasil penelitian ini mendukung temuan Rahayu dan Amalia (2021) yang menjelaskan bahwa konvergensi media mendorong perubahan dalam proses distribusi dan penyebaran konten melalui berbagai saluran komunikasi. Oleh karena itu, strategi multichannel berperan dalam memperluas keterjangkauan informasi sekaligus memperkuat kehadiran RRI Pro 1 Samarinda di ruang digital.

Konvergensi Media melalui Multiplatform

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten RRI Pro 1 Samarinda dapat diakses melalui berbagai perangkat, seperti radio konvensional, smartphone, laptop atau computer, tablet, hingga smart TV yang terhubung dengan internet. Akses tersebut didukung oleh layanan streaming radio, website, media sosial, dan aplikasi RRI Digital yang menyediakan fitur audio on demand sehingga audiens dapat mengakses konten kapan saja sesuai kebutuhan.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa multiplatform tidak hanya berkaitan dengan banyaknya media yang digunakan, tetapi juga kemudahan akses yang diberikan kepada audiens. Kehadiran konten pada berbagai perangkat memungkinkan masyarakat memperoleh informasi tanpa harus bergantung pada radio konvensional. Audiens memiliki keleluasaan untuk memilih menggunakan perangkat yang sesuai dengan kebiasaan dan kondisi masing-masing. Kondisi ini menunjukkan bahwa multiplatform memperkuat relevansi RRI Pro 1 Samarinda di tengah perkembangan teknologi digital. Eksistensi radio tidak lagi ditentukan oleh kemampuan mengudara melalui frekuensi FM semata, tetapi juga oleh kemampuannya untuk hadir pada berbagai perangkat yang digunakan masyarakat sehari-hari.

Strategi 3M dalam Meningkatkan Eksistensi RRI Pro 1 Samarinda

Eksistensi merupakan keberadaan yang nyata dan bersifat dinamis, tidak kaku, serta selalu mengalami perkembangan atau kemunduran tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi yang dimiliki (Dessy Anwar 2003; Zaenal 2007; Lorens Bagus, 2005). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi 3M saling berkaitan dalam membentuk penguatan eksistensi RRI Pro 1 Samarinda di era digital. Multimedia

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

mmperkaya bentuk konten yang disajikan kepada audiens, multichannel memperluas distribusi informasi melalui berbagai saluran komunikasi, sedangkan multiplatform memperluas akses melalui berbagai perangkat digital. Ketiga strategi tersebut menunjukkan bahwa eksistensi RRI Pro 1 Samarinda tidak hanya dipertahankan melalui keberlangsungan siaran radio FM, tetapi juga melalui kemampuan untuk tetap hadir, mudah diakses, relevan, dan berinteraksi dengan audiens di ruang digital.

Temuan penelitian juga memperlihatkan adanya konvergensi teknologi, konvergensi sosial, dan konvergensi budaya dalam praktik penyiaran RRI Pro 1 Samarinda. Konvergensi teknologi terlihat dari integrase radio dengan berbagai platform digital, konvergensi sosial tercermin melalui meningkatnya interaksi audiens pada berbagai kanal digital, sedangkan konvergensi budaya tampak pada proses pengemasan ulang konten ke dalam berbagai format digital. Ketiga bentuk konvergensi tersebut menunjukkan bahwa konvergensi media tidak hanya menjadi bentuk adaptasi terhadap perkembangan teknologi, tetapi juga menjadi strategi untuk mempertahankan relevansi dan eksistensi lembaga penyiaran publik di era digital.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa RRI Pro 1 Samarinda telah memanfaatkan konvergensi media melalui strategi 3M sebagai upaya meningkatkan eksistensinya di era digital. Strategi multimedia diterapkan melalui pengemasan informasi dalam berbagai format konten digital yang lebih menarik dan sesuai dengan karakteristik media yang digunakan Strategi multichannel diwujudkan melalui distribusi informasi pada berbagai saluran komunikasi, seperti radio, website, aplikasi digital, dan media sosial, sehingga mampu memperluas jangkauan audiens serta meningkatkan interaksi dengan masyarakat. Sementara itu, strategi multiplatform dilakukan melalui penyediaan akses konten pada berbagai perangkat digital yang memberikan kemudahan bagi audiens untuk mengakses informasi kapan saja dan di mana saja.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa penerapan ketiga strategi tersebut saling mendukung dalam memperkuat eksistensi RRI Pro 1 Samarinda sebagai lembaga penyiaran publik di tengah perkembangan media digital. Konvergensi media tidak hanya berfungsi sebagai bentuk adaptasi teknologi, tetapi juga menjadi strategi untuk mempertahankan relevansi, memperluas jangkauan informasi, serta membangun keterlibatan audiens yang lebih luas. Dengan demikian, eksistensi lembaga penyiaran publik pada era digital tidak lagi ditentukan oleh keberadaan siaran konvensional semata, melainkan oleh kemampuannya mengintegrasikan berbagai media, saluran komunikasi, dan platform digital secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Journal Article

Amanda, G. T., Ginting, A. D., & Sofiyani, N. (2022). Lembaga penyiaran publik–Radio Republik Indonesia: Studi produksi dan distribusi konten dalam era integrasi media. *Publish: Basic and Applied Research Publication on Communications, 1*(2), 70–91.

Cahyani, A. M. (2020). Strategi komunikasi humas pemerintah kota Surabaya dalam melayani dan menggali potensi masyarakat melalui media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 10*(1), 1–16.

Damayanti, R., & Setiawan, T. (2024). Eksistensi radio melalui konvergensi siaran di era digital. *Jurnal Pustaka Komunikasi, 7*(1), 125–135.

Fadlilah, A. N., Shallom, J. N., Nugraini, Y. T., & Kusumaningrum, H. (2024). Strategi konvergensi media Kota FM Surabaya sebagai upaya memperluas jangkauan khalayak pendengar musik dangdut. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi, 4*(4), 21–32.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Hana, F., & Iswahyuningtyas, C. E. (2017). Konvergensi media dan mediamorfosis: Evaluasi strategi digitalisasi media cetak di Majalah Tempo. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi, 1*(1).

Ismandianto. (2021). Konvergensi radio dalam mempertahankan eksistensi di era digital dan Covid-19. *Jurnal Riset Komunikasi, 4*(1), 130–142.

Listianingrum, R., Poerana, A. F., & Arindawati, W. A. (2021). Strategi komunikasi melalui media Instagram dalam memberikan informasi kepada mahasiswa. *Jurnal Pustaka Komunikasi, 4*(1), 11–23.

Pangestu, H. B., Yusuf, D., Sutisna, S., Handayanti, A., & Yulianita, N. (2024). Konvergensi media radio dalam upaya mempertahankan eksistensi di era digital. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut, 10*(1), 39–52.

Rahayu, D. A., & Amalia, D. (2021). Konvergensi media pada Radio Kota FM (88.1 FM) sebagai radio dangdut di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO, 6*(4), 405–416.

Sari, D. P., & Prabowo, H. (2022). Transformasi media penyiaran di era digital: Studi kasus stasiun radio. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 8*(1), 78–90.

Sary, K. A. (2025). Consumer awareness and green cosmetics among Samarinda's Gen Z. *Jurnal Studi Komunikasi, 9*(2). https://doi.org/10.25139/jsk.v9i2.9675

Smith, D., Leonis, T., & Anandavalli, S. (2021). Belonging and loneliness in cyberspace: Impacts of social media on adolescents' well-being. *Australian Journal of Psychology, 73*(1), 12–23.

Suhariyanto, S., Fanani, F., & Djaya, T. R. (2022). Konvergensi Radio Kartini FM Jepara dalam menghadapi transformasi media baru. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam, 14*(2), 75–84.

Utami, N. F., & Yuliati, N. (2022). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media informasi. *Bandung Conference Series: Public Relations, 2*(2), 311–317.

Yulianti, T. (2020). Eksistensi media massa konvensional di tengah terpaan media baru (new media). *Mediasi, 1*(1).

Internet Website

Anisa Putri Haniyah. (2025). *Perbedaan saluran RRI Pro1, Pro2, Pro3, dan Pro4*. Diakses 22 November 2025, dari https://rri.co.id/nasional/1782659/perbedaan-saluran-rri-pro1-pro2-pro3-dan-pro4

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2021). *Laporan Survei Internet APJII 2021*.

Erlan, R. W. K. (2025). *Kisah perjalanan Radio Republik Indonesia hingga era digital*. Diakses 8 Oktober 2025, dari https://rri.co.id/lain-lain/1321976/kisah-perjalanan-radio-republik-indonesia-hingga-era-digital

Nielsen. (2020). *Laporan Audiens Radio Indonesia*.

PPID RRI. (n.d.). *Profil RRI*. Diakses 8 Oktober 2025, dari https://serui.ppid.rri.go.id/profil-rri

Radio Republik Indonesia Samarinda. (n.d.). *Profil RRI Samarinda*. Diakses 27 April 2026, dari https://samarinda.ppid.rri.go.id/profil-rri

We Are Social. (2023). *Statistik pengguna radio di Indonesia*. Diakses dari https://www.wearsocial.com

Book

Abidin, Z. (2007). *Analisis eksistensial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Anwar, D. (2003). *Kamus lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Amelia.

Arifin, A. (1984). *Strategi komunikasi*. Bandung: Armico.

Bagus, L. (2005). *Kamus filsafat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Bogdan, R., & Taylor, S. J. (1992). *Pengantar metoda penelitian kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional.

Castells, M. (2011). *The rise of the network society*. London: Wiley.

Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Creswell, J. W. (2020). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.

Kristiyono, J. (2022). *Konvergensi media: Transformasi media komunikasi di era digital pada masyarakat berjejaring*. Jakarta: Prenada Media.

Luik, J. (2020). *Media baru: Sebuah pengantar*. Jakarta: Kencana.

McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. London: SAGE Publications.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Moleong, L. J. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nurudin. (2007). *Pengantar komunikasi massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Romli, K. (2016). *Komunikasi massa*. Jakarta: Grasindo.

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Umar, H., & Sunarsi, D. (2019). *Metode penelitian kuantitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.