

**STUDI FENOMENOLOGI PENGGUNAAN PODCAST SEBAGAI MEDIA  
SARANA INFORMASI PADA PROKOPIM KOTA BANDUNG**

**JURNAL ILMIAH**

**Untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi dalam Bidang Ilmu Komunikasi  
pada Universitas Pasundan Bandung**



Disusun Oleh:

**SEPTARINA  
NPM: 188080006**

Dibawah Bimbingan:

**Prof. Dr. H. Soeganda Priyatna, MM  
Dr. Sutrisno, S.Sos., M.Si.**

**MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS PASUNDAN  
BANDUNG  
2021**

# STUDI FENOMENOLOGI PENGGUNAAN PODCAST SEBAGAI MEDIA SARANA INFORMASI PADA PROKOPIM KOTA BANDUNG

SEPTARINA

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Pasundan, Bandung

## Abstrak

Perkembangan media digital saat ini mendorong berbagai kemajuan untuk menikmati berbagai macam layanan digital. Podcast sebagai layanan digital media baru memberikan pilihan yang sangat berbeda dalam menikmati konten audio dan video bagi generasi milenial. Fenomena ini menjadikan adopsi Podcast menjadi lebih cepat ke segala lini termasuk ke dalam Humas pemerintahan. Strategi Prokopim Pemerintahan Kota Bandung dalam mengikuti trend perkembangan Podcast sebagai sarana media informasi memberikan respon positif dan dampak terhadap pilihan masyarakat ditengah kejenuhan akses informasi melalui media mainstream saat ini. Melihat porsi pengguna Podcast yang terus meningkat di Indonesia, hal ini mendorong Podcast Halo Bandung milik Prokopim Pemerintahan Kota Bandung yang telah dua tahun berjalan terus berinovasi terhadap konten yang disajikan agar dapat menarik minat masyarakat di Kota Bandung. Untuk itu penelitian ini dibuat bertujuan sebagai eksplorasi terhadap manfaat Podcast Halo Bandung yang dimana dilakukan juga konfirmasi ke pengguna Podcast terhadap manfaat Podcast Halo Bandung. Hasil penelitian ini menunjukkan fenomena penggunaan Podcast di Kota Bandung memberikan dampak dan respon yang cukup baik terhadap program Podcast Halo Bandung dalam menyajikan informasi resmi pemerintahan Kota Bandung yang kredibel dan akurat.

**Kata Kunci:** Podcast, Prokopim, Halo Bandung

## Abstract

*The development of digital media today encourages various advances to enjoy various kinds of digital services. Podcasts as a new digital media service provide a very different choice in enjoying audio and video content for millennials. This phenomenon makes the adoption of podcasts faster in all lines, including government public relations. The Bandung City Government's Prokopim strategy in following the trend of Podcast development as a means of information media provides a positive response and impact on people's choices amid the saturation of access to information through mainstream media today. Seeing the increasing portion of Podcast users in Indonesia, this encourages of the Halo Bandung Podcast belonging to the Bandung City Government Prokopim which has been running for two years to continue to innovate the content presented in order to attract the interest of the people in the City of Bandung. For this reason, this research is aimed at exploring the benefits of the Halo Bandung Podcast, which also confirms the Podcast users on the benefits of the Halo Bandung Podcast. The results of this study indicate that the phenomenon of using Podcasts in Bandung City has a fairly good impact and response to the Halo Bandung Podcast program in presenting credible and accurate official information on the Bandung City government.*

**Keywords:** Podcast, Prokopim, Halo Bandung

## A. Pendahuluan

Pesatnya kemajuan teknologi diiringi dengan meningkatnya kompleksitas kebutuhan manusia sehingga memunculkan berbagai jenis media baru, seperti media online, media sosial, buku elektronik hingga radio digital. Kemunculan media baru ini membuat media konvensional tak lagi menjadi pilihan utama. Masyarakat modern kini mulai menikmati layanan streaming yang dinilai lebih fleksibel dan mudah di akses. Media baru merupakan perangkat teknologi komunikasi yang berhubungan dengan digitalisasi, dengan akses yang luas sebagai pengirim dan penerima pesan interaktif dengan sifatnya yang dapat dijangkau dimana pun dan kapan pun (McQuail, 2011).

Media baru ini memberikan cara yang berbeda dalam bertemu audiens. Tidak hanya media konvensional yang bersifat satu arah, melalui media baru, audiens tidak lagi menerima pesan secara pasif dan memungkinkan mereka terhubung dengan jaringan yang lebih luas, dapat berinteraksi satu sama lain serta mengambil peran aktif dalam pemaknaan pesan. Tidak hanya itu, hadirnya internet dianggap menjadi ancaman bagi media konvensional yang mulai ditinggalkan audiensnya. Sebagian masyarakat modern kini lebih tertarik mengakses berbagai konten di internet dan lambat laun mulai berjarak dengan media konvensional.

Tumbuhnya berbagai media baru dengan spesifikasi fungsi yang berbeda seakan berhasil memfasilitasi kebutuhan audiens yang semakin kompleks. Pada awal tahun 2000, format RSS, berdasarkan XML, sekarang menjadi salah satu format yang paling populer

untuk distribusi web. Sederhana, dapat diperluas, dan fleksibel, ini memungkinkan orang mendapatkan umpan terkini tentang artikel atau komentar baru yang diposting di situs yang diminati tanpa harus mengunjunginya satu per satu secara manual. Dave Winer, penemu RSS Feed dan mantan DJ MTV Adam Curry berhasil membuat dan memanfaatkan varian RSS Feed untuk menyertakan konten audio juga. Pada tahun 2001 Apple meluncurkan iPod, yang akan segera menjadi objek keinginan untuk seluruh kategori konsumen. Ini adalah langkah kunci dalam sejarah Podcast: mulai sekarang, produser konten dapat mengandalkan alat ekspresi yang sangat ekonomis yang dapat digunakan pengguna saat diminta dan saat bepergian.

Kebangkitan media baru ini ditandai dengan adanya berbagai media alternatif, seperti live streaming di situs radio online serta program acara yang didistribusikan melalui media sosial, atau secara audio. Melihat kondisi tersebut, konten audio memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan di ranah internet. Bentuk distribusi konten audio yang akhir-akhir ini tengah diminati adalah Podcast. Podcast merupakan akronim dari iPod dan broadcasting yang merujuk pada perangkat Apple iPod sebagai platform distribusi Podcast yang pertama.

Definisi Podcast sendiri menurut Merriam Webster dalam (Meisyanti, 2020) menyebutkan bahwa Podcast adalah suatu program melalui internet berupa audio yang dilampirkan ke RSS (Really Simple Syndication), atau sebuah digital data media series yang

didistribusikan oleh internet untuk pemutar media portable dan komputer.

RSS adalah singkatan dari Really Simple Syndication atau Rich Site Summary. Terkadang disebut dengan feed atau RSS feed. RSS adalah tipe web feed yang mengizinkan user dan aplikasi untuk menerima update reguler dari website atau blog yang mereka pilih.

Secara sederhana, Podcast diartikan sebagai teknologi yang digunakan untuk mendistribusikan, menerima dan mendengarkan konten secara audio on-demand yang diproduksi oleh profesional maupun radio amatir (Bonini, 2015). Berbeda dengan radio konvensional yang melakukan siaran secara linear, Podcast hadir dengan format siaran audio on-demand, artinya pendengar dapat menentukan sendiri waktu dan topik yang ingin didengarkan.

Podcast telah muncul pada lebih dari satu dekade silam. Selama lebih dari satu dekade, Podcast pada dasarnya dianggap acara radio yang direkam dan distribusikan untuk didengarkan di iPod (atau pemutar MP3 lainnya). Akan tetapi, saat itu Podcast belum cukup diminati oleh masyarakat luas hingga akhirnya Podcast kembali berjaya pada tahun 2018. Saat itulah Podcast mulai menjadi media arus utama. Orang-orang cukup membuka ponsel mereka, mengklik Podcast, dan aplikasi akan memberi rekomendasi untuk didengarkan. Dan pada saat yang sama semua ini terjadi, YouTube juga tumbuh menjadi mesin pencari media terbesar kedua di dunia, serta salah satu situs konsumsi media teratas di internet. Dan meskipun merupakan platform video, orang tidak hanya mengonsumsi konten video di sana. Ada juga jutaan file audio di YouTube dan sangat mudah

ditemukan untuk semua pecinta audio (audiophile) di luar sana.

Kembali ke pertanyaan "apa itu Podcast?" sebenarnya sangat diperdebatkan saat ini di antara komunitas Podcasting. Karena, seperti yang kami jelaskan, Podcasting dimulai dan berkembang melalui unduhan dari umpan RSS. Dan menonton video streaming di YouTube tentu berbeda dengan cara mendengarkan Podcast, tetapi saat ini kebanyakan orang-orang mengatakan bahwa mereka mendengarkan Podcast saat mereka menonton video YouTube.

Seiring perkembangan zaman, kini batas antara YouTube dan Podcast semakin kabur. Penyiar Podcast dapat dengan mudah mengunggah video ke YouTube dan memberi judul sebagai Podcast, namun di satu sisi, penyiar juga dapat mengunggah rekaman audio mereka ke layanan Podcast seperti Apple Podcast, Spotify, atau Google Podcast.

Bahkan platform seperti Apple Podcasts sekarang bergerak lebih ke arah streaming, meskipun file aslinya dapat ditemukan melalui RSS. Lalu ada raksasa audio Spotify yang telah memasuki industri Podcast dengan cepat, dan sementara mereka menarik konten Podcast dari umpan RSS, mereka juga cukup banyak mengalirkan konten mereka sepenuhnya. Hanya sejumlah kecil pendengar Spotify yang berasal dari konten yang sepenuhnya diunduh. Sebagian besar adalah pendengar streaming. Jadi sekali lagi, Apa Itu Podcast? Dari semua penjelasan diatas, ide untuk menjelaskan Podcast secara harfiah saat ini adalah Acara yang kita dengarkan di internet. Seperti yang mungkin sudah kita ketahui di atas, ada

beberapa cara untuk mendengarkan Podcast.

Sebagian besar mendengarkan Podcast terjadi di perangkat seluler karena konsumsi bisa pasif. Saat mengemudi atau berolahraga atau membersihkan rumah. Podcast bisa diputar di mana pun kita berada. Tetapi ada lebih dari beberapa tempat di mana kita dapat menemukan Podcast.

Saat ini pendengar Podcast mengalami peningkatan di Indonesia, beberapa dari pendengarnya cukup menikmati layanan dalam format audio dan video, karena pembahasannya yang sangat beragam, dan berbagai topik variatif yang bisa kita pilih sesuai dengan genre favorit seperti berita, perbincangan, olahraga, misteri, talkshow, musik, komedi, seni, hiburan hingga pengalaman atau obrolan sehari-hari, inilah yang membuat Podcast yang menjadi pilihan alternatif.

Podcasting bisa menjadi saluran yang luar biasa untuk menjangkau audiens. Bahkan Podcast dapat membangun loyalitas dan sentimen positif terhadap merek. Pada hakikatnya, setiap media memiliki segmentasi dan penikmatnya sendiri, begitu pun dengan Podcast. Meskipun audiensnya belum sebanyak konten audio visual, tetapi Podcast mulai tumbuh dan memiliki pasarnya sendiri.

Sebagai medium yang baru mendapatkan atensi akhir-akhir ini, tumbuh kembang Podcast akan sangat bergantung pada kualitas dan variasi konten yang disajikan. Tidak hanya itu, eksistensi Podcast kedepannya juga dipengaruhi oleh aspek sosial, trend dan kesempatan untuk mengaksesnya (Allifiansyah, 2018). Salah satu pendapat yang umum terjadi saat ini,

“Podcasting telah menjadi media pendamping terhebat karena semua orang bisa mendengarkan Podcast dan bisa menjadi teman. Sekarang adalah waktu yang tepat untuk berteman dengan pendengar kami dan membuat mereka merasa seperti bagian dari komunitas, dan bukan penonton”.

Fenomena inilah yang mengilhami hadirnya media Podcast pada Humas di pemerintahan di seluruh dunia termasuk di Pemerintahan Kota Bandung yang saat ini lebih akrab dikenal dengan sebutan Podcast Halo Bandung, yang sebelumnya menggunakan nama Podcst Bandung Menjawab. Program ini meskipun tergolong baru, namun program ini cukup diminati oleh masyarakat modern, karena Podcast Halo Bandung merupakan sumber informasi yang sedang terjadi saat ini, misalnya tentang penyebaran dan pencegahan Covid-19, bagaimana mereka mengedukasi masyarakat untuk lebih memahami tentang bahayanya Covid-19 ini, dan juga tentang bahayanya mudik lebaran selama pandemi ini, dan sebagainya dan masih banyak lagi mengangkat isu positif dan negatif, serta isu kontemporer yang sedang terjadi di masyarakat khususnya kota di Bandung.

Podcast tentang kehumasan saat ini sudah banyak kita temui, baik organisasi, lembaga, perseorangan, berlomba-lomba untuk menuangkan pemikirannya melalui audio dengan Podcast. Beberapa di antaranya yaitu The Public Relations Podcast, Public Relations Review, Podcast Public Relations Talks, Ngopi (Ngobrol Public Relations), dan masih banyak lagi. Fenomena ini cukup unik, mengingat seorang Public Relations atau humas

biasanya lebih banyak tampil secara visual dalam menjalin relasi.

## B. Metodologi Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah fenomenologi pokok soal yang akan diteliti, mengandung penjelasan mengenai dimensi-dimensi apa yang menjadi pusat perhatian dan hal yang kelak dibahas secara mendalam dan tuntas (Bugin, 2012: 41). Studi fenomenologi mencari jawaban tentang makna dari usulan suatu fenomena (Ih. Denzin dan Lincoln, 1988: 64). Metode penelitian diperlukan agar topik yang dibahas dalam penelitian ini tidak melebar. Lokasi Penelitian ini terbagi di dua lokasi yaitu:

1. Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Pemerintahan Kota Bandung yang beralamat di Jl. Wastukanacana No.No.2, Babakan Ciamis, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40117.
2. Warga di Kelurahan Maleber, Kecamatan Andir, Kota Bandung. Penelitian dilakukan pada tempat tersebut karena tempat tersebut merupakan pinggiran kota yang dimana masyarakatnya sudah mulai menggunakan Podcast sebagai media informasi dan hiburan.

## C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Humas Pemerintahan Kota Bandung saat ini bertransformasi menjadi Prokopim (Protokol dan Komunikasi Pimpinan) Kota Bandung yang membidangi protokoler dan komunikasi pimpinan di pemerintahan

kota Bandung. Latar belakang berdirinya Prokopim Kota Bandung adalah atas dasar amanat dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 117/KEP/M.KOMINFO/03/2010 tentang Organisasi Pengelola Informasi dan Dokumentasi Kementerian Komunikasi dan Informatika mengatur bahwa salah satu tugas Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) adalah menyediakan akses informasi publik bagi pemohon informasi. Informasi merupakan kebutuhan pokok setiap orang.

Karenanya, hak memperoleh informasi termasuk hak asasi manusia. Bahkan, keterbukaan informasi publik merupakan salah satu ciri penting negara demokratis yang menjunjung tinggi kedaulatan rakyat untuk mewujudkan penyelenggaraan negara yang baik. Partisipan dalam penelitian ini adalah Bapak Wiwid Septiyardi, selaku pengurus Podcast di Prokopim Pemerintahan Kota Bandung dan dua partisipan dari masyarakat pengguna Podcast di Kelurahan Garuda, Kecamatan Andir, Kota Bandung.

Sebanyak tiga orang berpartisipasi dalam penelitian ini. Semua tinggal di wilayah kota Bandung. Usia partisipan bervariasi dengan usia termuda 25 tahun dan usia tertua 31 tahun. Tingkat pendidikan partisipan bervariasi dimana satu orang adalah pegawai negeri sipil, dua orang adalah pegawai swasta. Dua orang partisipan berasal dari suku Sunda, hanya satu partisipan yang berasal dari suku Minangkabau dan dua partisipan

beragama Islam sementara satu partisipan beragama Katolik.

Adapun Partisipan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Wiwid Septiyardi (Penanggungjawab Podcast di Prokopim Kota Bandung)

Beliau adalah pegawai negeri sipil yang telah bertugas selama dua tahun Prokopim Kota Bandung. Beliau adalah pengggagas dan penanggungjawab program siaran menggunakan media Podcast di Prokopim Kota Bandung. Ide terbentuknya untuk membangun siaran Podcast di Prokopim Kota Bandung adalah karena beliau melihat peluang bagus yang telah diterapkan oleh Pemerintah Kota Surabaya dalam program Podcast nya Bangga Surabaya dan perkembangan pesatnya media Podcast di Indonesia belakangan ini. Atas dasar itu beliau mengajukan kepada pimpinan Prokopim Kota Bandung untuk membuat siaran Podcast bagi Prokopim kota Bandung agar bisa mengikuti perkembangan zaman sesuai selera minat masyarakat yang sedang digandrungi saat ini.

- Faridah (Pengguna Podcast, warga kecamatan Andir)

Faridah adalah warga jl. Rajawali, Kelurahan Garuda, Kecamatan Andir. Beliau merupakan pegawai swasta yang bekerja dibidang administrasi di sebuah perusahaan manufaktur yang terletak di wilayah Gede

Bage. Beliau sudah menetap jl. Rajawali kurang lebih sekitar 20 tahun. Faridah juga merupakan seorang antusias teknologi dan fotografi. Kesukaannya pada teknologi membuatnya cepat berkembang untuk mengenal apa saja tren saat ini yang sedang digandrungi oleh banyak orang, salah satunya adalah Podcast. Menggunakan Podcast sejak dua tahun lalu melalui aplikasi Spotify dan banyak mengikuti berbagai channel Podcast nasional dan internasional. Faridah bersedia proses wawancara untuk penelitian ini sebagai dukungan untuk peneliti dalam melakukan penelitian terhadap Penggunaan Podcast di Humas Pemerintahan Kota Bandung.

- Miftahur Rizki (Pengguna Podcast, warga kecamatan Andir)

Miftahur Rizki atau yang lebih dikenal dengan nama Mifriz merupakan seorang perantauan dari kota Batam, Kepulauan Riau, yang saat ini telah menetap di Kota Bandung sebagai pegawai swasta. Latar belakang merantau dari Batam ke Bandung adalah untuk kuliah di Universitas Padjajaran pada tahun 2013 di fakultas Sastra Arab. Beliau juga termasuk antusias teknologi yang cukup aktif dan sangat memahami perkembangan Podcast. Antusiasnya terhadap perkembangan Podcast ini banyak membantu beberapa

temannya dalam mempersiapkan dan membangun siaran Podcast.

Hasil penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam dengan partisipan dan catatan lapangan yang dilakukan pada saat wawancara berlangsung. Dari hasil analisis data, peneliti mendapatkan tiga (3) tema yang menjelaskan permasalahan penelitian. Tema yang diperoleh tentang fenomena Podcast di Prokopim Kota Bandung adalah 1) Fenomena Podcast di Masyarakat; 2) Trend penggunaan Podcast di Humas Pemerintahan; 3) Dampak terhadap minat masyarakat terhadap Podcast di Humas Pemerintahan. Penentuan tema tersebut terbentuk dari proses analisis data yang berasal dari wawancara tiga partisipan.

### **Fenomena Podcast di Masyarakat**

Peneliti melakukan wawancara terhadap para Partisipan sejak tanggal 14-April-2021 sampai 18-Mei-2021. Hasil dari wawancara ini mendapatkan gambaran berbagai pendapat mengenai fenomena Podcast di masyarakat kota Bandung. Berdasarkan hasil wawancara dari ketiga Partisipan mengenai fenomena Podcast, didapatkan penjelasan sebagai berikut: *"Podcast ini kan sebuah media baru yang sedang booming, banyak orang yang menggunakannya untuk berbagi cerita dan informasi, seperti Podkesmas atau Podcast Kesehatan Masyarakat menempati Podcast nomor satu di Indonesia. Podcast yang memiliki konten menggelitik ini diisi oleh Ananda Omesh, Imam Darto, Surya Insomnia dan Angga Nggok. Boomingnya Podcast tersebut ternyata disambut juga oleh masyarakat milenial untuk menjadikan sarana informasi alternatif yang lebih*

*baik daripada yang sudah ada."* Menurut Bapak Wiwid Septiyardi.

Menurut Partisipan lainnya, fenomena Podcast saat ini adalah karena jenuhnya masyarakat terhadap pilihan media yang ada termasuk juga cara menikmatinya. *"Podcast ini beda dengan media lain karena terbilang baru dan semua serba digital buat pakainya. Ga perlu beli perangkat lain, cukup lewat hp pun sudah bisa pakai Podcast."* Menurut Faridah.

Secara prinsip memang untuk membuat dan menikmati Podcast tidak perlu menggunakan perangkat tambahan, cukup dengan smartphone pun semua orang bisa menyiarkan Podcast atau mendengarkannya.

Lain halnya dengan Miftahur Rizki, beliau menilai fenomena Podcast ini suatu perubahan teknologi, bukan merupakan perkembangan teknologi. *"Podcast ini kan sebenarnya perubahan dalam teknologi. Karena, dari yang privat menjadi komersil, dulu kalau orang mau siaran harus punya seperangkat alat untuk penyiaran dan harus menguasai banyak aturan, prosedur, dll, tapi di Podcast semua ga perlu. Asal ada niat dan koneksi internet, semua jadi."* Miftahur Rizki

Fenomena Podcast sebagai media baru di masyarakat bisa diterima dengan mudah karena eksistensinya yang berkembang begitu cepat apalagi dimana pandemi Covid-19 ini. Kebutuhan akan informasi yang berkembang begitu cepat sangat membantu masyarakat untuk menambah wawasan dan pengetahuan dari sisi yang lebih praktis dan humanis. Para Partisipan pun memberikan pendapatnya mengenai siaran apa saja yang menarik



dari Podcast yang mereka ikuti atau berlangganan.

*"...Saya lebih suka mendengarkan Podcast dengan teman komedi, musik, film, dan talkshow."* Bapak Wiwid

*"Suka ikutin Podcast dengan kategori talkshow, keagamaan, sejarah, sama musik."* Faridah. Bahkan salah satu Partisipan tidak memiliki kriteria khusus mengenai tema atau kategori apa yang harus diikuti atau berlangganan, karena baginya Podcast adalah media hiburan yang menarik untuk dinikmati di segala tema apa-pun. *"...ga ada refensi khusus soal tema mana yang mau diikuti, biasanya saya dengar apa yang lagi trending atau yang sedang top."* Miftahur Rizki.

Fenomena yang unik dari Podcast adalah, tiap siaran umumnya memiliki karakteristik masing-masing yang berbeda satu sama lain, sehingga masyarakat bisa dengan mudah menikmatinya. *"Podcast lebih enak didengar karena bisa diunduh ke hp dan didengarkan saat lagi offline atau sedang suntuk untuk beraktifitas."* Menurut Faridah. *"Manfaatnya lebih enak daripada radio karena tidak perlu headset kalau mau dengar di hp, berpindah atau bergerak kemana pun kualitas siaran tidak akan terganggu, bisa di download juga, sama yang pasti bisa didengar secara berulang-ulang. Yang pasti hanya butuh koneksi internet saja."* Menurut Miftahur Rizki.

Mayoritas partisipan sepekat bahwa manfaat Podcast adalah sebagai media baru yang sedang booming ini memiliki banyak manfaat seperti mudah digunakan, hanya menggunakan aplikasi, bisa diunduh, bisa diputar berulang, tidak terganggu oleh intervensi cuaca atau keadaan, dan

hanya membutuhkan koneksi internet saja untuk mendengarkan atau menontonnya.

Peneliti juga mewawancarai melalui aplikasi apa saja para partisipan dalam mendengarkan Podcast. *"Kalau saya lebih nyaman pakai Spotify, karena disitu aplikasinya all-in-one, musik ada, Podcast juga ada."* Bapak Wiwid.

*"... Tetap enakan pakai Spotify, channelnya lebih banyak juga."* Miftahur Rizki.

Lain halnya dengan Faridah yang sangat antusias terhadap produk Google, memiliki pandangan tersendiri terhadap aplikasi yang digunakannya untuk mendengar Podcast. *"...Google Podcast dong, sudah cukup kok.."* Faridah.

Peneliti juga menanyakan berapa lama biasanya mereka mendengarkan Podcast dan jam berapa saja waktu mereka mendengarkan Podcast. *"...Biasanya antara jam 8-9 pagi dan malam sebelum tidur."* Faridah.

*"Karena saya berkecimpung dibidang penyiaran Podcast, jadi saya biasanya hampir tiap saat mendengarkan Podcast sebagai referensi dan mengikuti perkembangan topik yang ada."* Bapak Wiwid.

*"...Malam biasanya jam 9 sampai ketiduran."* Miftahur Rizki.

Lebih lanjut peneliti juga mewawancarai para Partisipan mengenai pengetahuannya terhadap program Podcast yang disajikan oleh Pemerintahan, sejauh mana mereka mengetahui program Podcast dari instansi pemerintahan. *"Awalnya saya mendapatkan ide untuk membuat Podcast di Prokopim Kota Bandung ini karena Saya pernah lihat Podcast Bangga Surabaya yang dibuat oleh Pemerintah Kota Surabaya, dari situ*

*Saya cukup yakin jika Podcast dibuat dan dikelola oleh Prokopim di Kota Bandung ini akan menjadi sebuah penyeimbang informasi dikalangan anak muda.”* Bapak Wiwid.

*“...Kalau dari daerah belum pernah, Cuma kalau di kementerian tau, seperti di kementerian perikanan.”* Faridah

*“Banyak sih sekarang instansi yang sudah pakai Podcast buat siarin infromasinya, di Indonesia dari Pemerintah Pusat dan daerah yang cukup maju sudah ada Podcastnya.”* Miftahur Rizki.

### **Trend Penggunaan Podcast di Humas Pemerintahan**

Kemajuan Podcast sebagai media baru sangat berdampak terhadap kegiatan per-humasan di pemerintahan. Sudah banyak humas pemerintahan dibelahan dunia menggunakan Podcast sebagai media siaran informasi bagi masyarakat karena praktisnya Podcast untuk digunakan. Peluang ini memberikan ide kepada pemerintah untuk bagaimana informasi dapat diterima dengan mudah dengan mengikuti perkembangan zaman dan teknologi. Sejarah bagaimana Prokopim Pemerintah Kota Bandung muncul dijelaskan dengan baik oleh Bapak Wiwid Septiyardi sebagai berikut.

Kapan Podcast Halo Bandung diluncurkan? *“Podcast Prokopim Kota Bandung ini pertama didirikan setahun lebih lalu, episode pertamanya tayang pada tanggal 18 Oktober 2019”* Bapak Wiwid.

Dibawah bagian atau satuan kerja mana Podcast Halo Bandung ini dijalankan?

*“saat ini dipegang oleh Protokol Komunikasi dan Pimpinan (Prokopim),*

*khususnya sub-bagian Komunikasi Pimpinan”.*

Atas inisiasi siapa Podcast Halo Bandung dibentuk?

*“inisiasi dari saya, karena waktu itu masih CPNS, ada salah satu syarat untuk masuk menjadi PNS harus ada satu program yang disajikan untuk instansinya. Waktu itu saya memilih Podcast sebagai salah satu media informasi yang akan digunakan saat saya menjadi PNS nantinya.”*

Apa yang mendasari Humas Kota Bandung menyajikan informasi kegiatan pemerintahan Kota Bandung melalui media Podcast? *“jadi tahun 2019 atau bahkan sebelum tahun 2019 fenomena Podcast itu mulai booming, jadi anak-anak muda kalangan milenial mulai mengenal istilah Podcast dan ada yang menggadang gadang kalau Podcast ini adalah hadiah masa depan, karena perubahan dari konvensional ke online. Nah inilah yang mendasari kita, kenapa sih pemerintah tidak lebih mendekatkan diri ke anak muda, karena selama ini media-media yang menjalin kerjasama dengan kita seperti media cetak, tv, radio, untuk saat ini atau mungkin kedepannya kurang dinikmati oleh anak-anak muda, makannya kita mencoba inovasi lain melalui Podcast ini.”*

Dari penjelasan tersebut, sejarah terbentuknya Podcast Halo Bandung terjadi pada tahun 2019 dengan episode tayang pertama tanggal 18 Oktober 2019. Ide awalnya adalah dari syarat untuk menjadi Pegawai Negeri Sipil (PNS) sebagai program yang disajikan untuk instansinya. Setelah Bapak Wiwid Septiyardi terpilih menjadi PNS, ide program tersebut langsung dijalankan

dibawah Prokopim sub-bagian Komunikasi Pimpinan Kota Bandung Setelah mengetahui sejarah terbentuknya Podcast Halo Bandung terbentuk, peneliti mulai mendalami bagaimana struktur dan tugas pokok dari Podcast Halo Bandung ini.

Ada berapa tim yang terlibat khusus di program Podcast Halo Bandung?

*“tim khusus hanya ada dua. Bagian editor dan recording. Tapi untuk secara umum kita menyusun banyak tim untuk menyusun undangan, materi, jadwalnya juga.”*

Siapa saja target audiens Podcast Halo Bandung?

*“Target audiens kita jelas, milenial, anak muda yang sudah mulai meninggalkan media mainstream seperti tv, radio, dan media cetak.”*

Bagaimana strategi Humas Kota Bandung dalam menasar audiens Podcast Halo Bandung? *“ini yang akan masih menjadi PR kita, untuk menggiring audiens masuk ke Spotify itu akan jadi PR, maka dari itu kita punya inovasi lain yaitu share di group WhatsApp, jadi kita ada Podcast yang kita sajikan dalam bentuk audio spektrum dalam group WhatsApp, jadi itu mungkin lebih menasar target-target kita.”*

Dimana konten Podcast Halo Bandung diproduksi?

*“kalau dimananya tentu di balaikota, kalau bandung menjawab itu ada tempatnya sendiri, ada di ruang auditorium atau di taman sejarah atau jug di taman dewi sartika. Nah, kalau untuk press conference itu ada di ruang tengah. Kalau untuk buat konten sendiri rencananya ada diruang rapat ini.”*

Setiap hari apa saja dan pukul berapa biasanya program Halo Bandung dilaksanakan?

*“jadi kita lebih menasar setiap ada isu yang kita harus publikasikan secepatnya, kita publikasikan secepatnya. Tapi secara reguler konten tersebut akan kita publikasikan setiap hari selasa dan kamis karena kita mengikuti perkembangan program yang ada saat ini.”*

Apakah Podcast Halo Bandung juga menyajikan konten bilingual (multi bahasa)?

*“Untuk saat ini kita masih menggunakan bahasa Indonesia, kedepan nya rencana kita akan pakai bahasa Sunda juga agar lebih membumi dan diterima masyarakat lokal. Jadi nantinya kita akan bahas isu pemerintahan pakai bahasa Sunda.”*

Siapa saja biasanya yang menjadi Partisipan dalam Podcast Halo Bandung?

*“Sejauh ini kita masih memfasilitasi perangkat daerah, terutama di pemerintahan kota Bandung, dan juga instansi yang terkait isu-isu yang berkembang di kota Bandung.”*

Ada berapa macam episode dalam Podcast Halo Bandung?

*“Ada tiga macam saat ini, episodenya saat ini ada Bandung Menjawab, Press Conference, kemudian ada konten khusus yang kita undang langsung dinas ataupun OPD atau instansi lain atau masyarakat kita ajak ngobrol bareng untuk menyampaikan materi.”*

Melalui aplikasi apa Podcast program Halo Bandung disiarkan?

*“Untuk saat ini kita masih menggunakan aplikasi Anchor untuk menyiarkan Podcast Halo Bandung, dan*

*kita sebar ke aplikasi lain seperti Google Podcast, Noise juga. Kedepan kita akan membuat video Podcast juga di YouTube.”*

Bagaimana proses penyiaran Podcast Halo Bandung mulai dari Partisipan hingga sampai disiarkan melalui media platform?

*“Pertama kita mencari isu melalui media monitoring yang akan kita angkat, kedua kita akan hubungi landing sektor untuk menanggapi isu ini, jika siap baru kita berikan undangan dan panduan seperti pertanyaannya yang nantinya akan dijawab di program Bandung Menjawab. Setelah itu baru masuk proses editing, lalu setelah itu baru kita publish.”*

Apakah Podcast Halo Bandung menggunakan kaidah jurnalistik dalam proses menyajikan kontennya?

*“Iya, karena Podcast ini juga produk jurnalistik. Oleh karena itu apa yang kita sampaikan ini harus sesuai dengan kaidah jurnalistik.”*

Apakah ada aturan atau prosedur khusus dalam proses penyiaran Podcast Halo Bandung?

*“Kalau untuk prosedur khusus sampai saat ini yang kita terapkan itu ada bridgingnya, ada sedikit informasi dari Anchor, kemudian masuk ke paparan Partisipan.”*

Dari penjelasan Partisipan tersebut, Podcast Bandung Menjawab berusaha untuk memanfaatkan fasilitas dan sumber daya yang ada untuk menyiarkan informasi terkait dengan isu-isu yang berkembang di Kota Bandung dengan cara mengundang pihak terkait untuk menjelaskan ke masyarakat. Penyiaran Podcast kedepannya juga akan dikembangkan dalam format video untuk ditayangkan

di YouTube agar mudah mengetahui respon masyarakat dan mendapatkan pemahaman seberapa besar audiens yang menyaksikan Podcast Halo Bandung. Hal ini penting mengingat respon masyarakat terkait kebijakan pemerintah dapat dihimpun kemudian menjadi bahan evaluasi kinerja pemerintahan. Dampak tersebut saat ini belum dapat dilakukan karena keterbatasan statistik dari platform Podcast itu sendiri.

Dibanding dengan media lain, bagaimana trafik dan respons audiens Podcast Halo Bandung?

*“Ada data highlight juga dimana jika dibandingkan dengan Live Instagram, ada segmentasi sendiri yang cukup unik dibanding Podcast, di Podcast kebanyakan ternyata berasal dari pengguna Spotify, dimana tidak semua orang menggunakan Spotify, jadi trafiknyanya tentu akan berbeda dengan trafik di Instagram yang lebih tinggi.”*

Dari data yang diberikan oleh Partisipan Bapak Wiwid menunjukkan dengan statistik 477 streamers, 383 pendengar dan 47 followers, bahwa Podcast Halo Bandung memiliki potensi yang cukup menjanjikan untuk menjadi salah satu alternatif media informasi dalam menanggulangi isu – isu yang tidak relevan dengan apa yang telah di informasikan.

### **Dampak Minat Masyarakat terhadap Podcast di Prokopim Pemerintahan Kota Bandung**

Pada pembahasan selanjutnya peneliti mewawancarai dampak terhadap minat masyarakat kota Bandung khususnya warga di kecamatan Andir untuk mengetahui persepsi terhadap program Podcast Halo

Bandung yang disiarkan oleh Prokopim Pemerintahan Kota Bandung. Responden akan diminta untuk mendengarkan beberapa episode untuk mendapat pandangan dan pendapat tentang program Podcast Halo Bandung. Sebelumnya kami telah mewawancarai dua responden pendengar setia Podcast di wilayah kecamatan Andir. Menurut mereka, mereka tahu selintas mengenai program Halo Bandung melalui Instagram Humas Kota Bandung, namun mereka tidak tahu jika ternyata ada siarannya dalam platform Podcast, apa strategi Humas Kota Bandung untuk mengenalkan Podcast Halo Bandung agar target audiens tercapai dan tepat sasaran? *“Ini memang tantangan kami bagi Podcast di pemerintahan, bahwa memang konten kami tidak begitu menarik, karena apa yang kami sajikan adalah mengenai kebijakan pemerintahan, berbeda dengan Podcast entertainment yang menyajikan hiburan. Namun kedepan kita akan membuat konsep untuk lebih menarik lagi agar dapat diminati kalangan anak muda.”* Bapak Wiwid

Peneliti juga meminta responden untuk mendengarkan beberapa konten Podcast Halo Bandung yang mereka pilih sendiri. *“Podcastnya lumayan bagus, secara penyajian cukup profesional seperti adanya intro, sambutan dari penyiar, jadi ga monoton seperti konten pemerintahan biasanya.”* Menurut Faridah

Lain halnya dengan Partisipan Miftahur Rizki yang mengatakan harus ada perubahan signifikan untuk bisa diterima masyarakat. *“Harusnya, Podcastnya itu dibuat se-humanis mungkin biar pendengar tidak jenuh dengan yang didengarkan, karena ini*

*kan isinya tentang berita, jadi gimana ngemasnya biar menarik, pembawaan beritanya itu yang perlu diubah.”* Miftahur Rizki

Dari penjelasan dua Partisipan tersebut, konten Podcast Halo Bandung tidak jauh berbeda dengan siaran berita di radio pada umumnya, mereka berharap ada sesuatu yang berbeda dari penyajian konten Podcast Halo Bandung karena saat ini menurut mereka kurang bisa dinikmati oleh kalangan muda, bagaimana tanggapan Anda? *“Ini seperti yang kita sampaikan sebelumnya, bahwa kita akan mengembangkan konsep acara agar lebih menarik, seperti konten Podcast Video, iklan, hiburan musik, atau konten edukasi yang melibatkan masyarakat juga.”* Bapak Wiwid

Bagaimana tanggapan dari Bapak Walikota dan Wakil Walikota terhadap Podcast Halo Bandung?

*“Bapak Walikota dan Wakil Walikota belum memberikan tanggapan secara resmi mengenai program Podcast Halo Bandung, tapi dari atasan selalu men-share file audio Podcast ke group pimpinan dan tanggapannya cukup memuaskan dan ini harus dikembangkan lagi, ujarnya.”* Bapak Wiwid

Apa harapan Humas Kota Bandung terhadap penggunaan media Podcast sebagai sarana informasi bagi masyarakat kedepan?

*“Harapan kami kedepan adalah agar Podcast Halo Bandung ini dapat memberikan akses ke masyarakat mengenai informasi kegiatan dan kebijakan Pemerintahan kota Bandung. Karena selain Prokopim, Diskominfo (Dinas Komunikasi dan Infromasi) Kota Bandung juga telah meluncurkan program Podcast dengan nama*

*Bandung International. Kedepan juga kita (Podcast Halo Bandung) akan dipindahkan penugasannya ke Diskominfo, SK nya juga sudah turun, nantinya apakah Saya (Bapak Wiwid) akan dipindahkan ke Diskominfo atau tetap di Prokopim untuk menjalankan program Podcast Halo Bandung.”* Bapak Wiwid.

### **Interpretasi Hasil Penelitian**

Pada penelitian ini dihasilkan tiga analisis tema yang diperoleh dari penelitian yang diperoleh tentang fenomena Podcast di Prokopim Kota Bandung adalah 1) Fenomena Podcast di Masyarakat; 2) Trend penggunaan Podcast di Humas Pemerintahan; 3) Dampak terhadap minat masyarakat terhadap Podcast di Humas Pemerintahan.

### **Fenomena Podcast di Masyarakat**

Fenomena Podcast sebagai bagian dari new media tidak bisa dipungkiri dengan perkembangan pesatnya beberapa tahun belakangan ini. Podcast merupakan suatu perubahan paradigma dimana media yang ada sebelumnya lebih dikuasai oleh privat dalam mendistribusikan konten kepada masyarakat. Hadirnya Podcast merupakan wadah kepada masyarakat luas untuk berekspresi sesuai kemampuan dan keinginan dengan tetap menjadi bagian dari perubahan yang bersifat bebas dan terbuka.

Perkembangan pesat Podcast mengubah cara orang menikmati konten. Jika dahulu orang menikmati konten harus melalui media streaming yang tidak dapat ditinggalkan, saat ini, dengan Podcast, orang-orang dapat mengunduh dan mendengarkannya dimana saja dan

kapan saja. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Efi Fadilah, Pandan Yudhapramesti, Nindi Aristi (Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio, 2017) yang menyatakan perubahan perilaku pendengar, khususnya dalam mengonsumsi konten audio. Salah satu strategi adalah dengan mengembangkan Podcast audio.

Pada penelitian ini dijelaskan bahwa potensi Podcast cukup besar, karena selain dapat didengarkan di jalan oleh para komuter, sekitar 30% populasi merupakan pembelajar auditori. Sementara itu, hasil survei yang dilakukan oleh Hafied (2020) dalam Suarane.org menyebutkan bahwa pendengar Podcast masih mayoritas berada di Pulau Jawa dengan persentase 40,3% berasal dari DKI Jakarta dan 21,3% berasal dari Jawa Barat. Sementara itu, medium utama yang digunakan sebagai sumber informasi terkait Podcast diduduki oleh media sosial dengan persentase 36,4%, media sosial ini meliputi Instagram (52%), Twitter (30,5%), Facebook (10,5%), serta YouTube (7%). Medium dengan persentase tertinggi kedua yang digunakan sebagai sumber informasi terkait Podcast adalah teman dengan persentase sebesar 16,6%. Hal ini berarti popularitas Podcast juga bisa ditingkatkan dengan strategi word of mouth dimana pendengar akan tertarik mengakses karena informasi dari orang terdekatnya.

Fenomena Podcast sebagai media baru di masyarakat bisa diterima dengan mudah karena eksistensinya yang berkembang begitu cepat apalagi dimana pandemi Covid-19 ini. Kebutuhan akan informasi yang berkembang begitu cepat sangat

membantu masyarakat untuk menambah wawasan dan pengetahuan dari sisi yang lebih praktis dan humanis. Para Partisipan pun memberikan pendapatnya mengenai siaran apa saja yang menarik dari Podcast yang mereka ikuti atau berlangganan.

Akses yang mudah dan dapat dijangkau dimana pun itulah yang membuat Podcast dapat dinikmati di waktu kapan pun. Podcasting membangkitkan genre baru, lebih informal, fitur naratif audio yang berpusat pada yang kuat hubungan antara pembawa acara dan pendengar, dengan konten yang 'lebih banyak bicara' dan kurang dibuat-buat. Dalam beberapa bulan kebelakang saja, sudah banyak channel Podcast audio dan Video di Indonesia.

Salah satu yang cukup terkenal adalah Deddy Corbuzier Podcast dalam format Video. Lalu ada juga seperti Podkesmas atau Podcast Kesehatan Masyarakat menempati Podcast nomor satu di Indonesia. Podcast yang memiliki konten menggelitik ini diisi oleh Ananda Omesh, Imam Darto, Surya Insomnia dan Angga Nggok. Boomingnya Podcast tersebut ternyata disambut juga oleh masyarakat milenial untuk menjadikan sarana informasi alternatif yang lebih baik daripada yang sudah ada. Kebutuhan masyarakat akan informasi yang non-komersil ini membuat masyarakat memiliki banyak pilihan dan perbandingan terhadap paradigma yang ada. Masyarakat bisa menganalisa, mendapatkan dan memberikan masukan langsung ke saluran yang mereka dengarkan atau tonton sehingga membuat banyak para Podcaster mendapatkan ide dari pendapat atau komentar dari masyarakat. Penelitian ini

menunjukkan adanya korelasi perkembangan Podcast di Indonesia terhadap Penggunaan Podcast sebagai media informasi di Humas Pemerintahan. Humas pemerintahan perlu beradaptasi terhadap perkembangan zaman dan teknologi untuk mengetahui apa saja yang diminati masyarakat secara umum. Apa saja yang mulai disukai dan apa saja yang sudah ditinggalkan. Pada penelitian ini juga dibahas kenapa Humas di Pemerintahan Kota Bandung atau yang sudah berganti nama menjadi Prokopim Kota Bandung ini perlu membuat Podcast sebagai media siaran informasi.

Awal mula bagaimana Prokopim Kota Bandung menyediakan Podcast adalah sebagai jawaban tuntutan inovasi sebagai pegawai negeri sipil dan perkembangan yang ada. Tren ini bermula dari adanya inspirasi dari Podcast Bangsa Surabaya yang dikelola oleh Humas Pemerintahan Kota Surabaya. Antusias terhadap keberadaan Podcast di Humas Pemerintahan Kota Surabaya cukup memberikan efek yang luar biasa terhadap penyebaran informasi agenda dan kegiatan serta kebijakan yang diambil oleh pihak berwenang di Pemerintahan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Achmad Afa Anggarda (2020), dengan jurnal penelitian Peran Humas Pemerintah Kota Surabaya Dalam Membangun Citra Bangsa Surabaya. Keberhasilan PR dalam membangun citra Bangsa Surabaya di Masyarakat dalam Pengetahuan atau Pemahaman masyarakat Menuju Bangsa Surabaya dan Partisipasi atau keterlibatan masyarakat dalam memelihara Bangsa Surabaya. Sarannya adalah bahwa

humas harus terus menjaga kinerjanya yang baik dan terus meningkatkannya kinerja sebagai Communicator, Relationship, Back up Management dan Good Image Maker dan tingkatkan kualitas komunikasi dengan mensosialisasikan Bangga Surabaya melalui Organisasi Perangkat Daerah dalam program atau kegiatan di Pemerintah.

Tren ini terus berkembang sesuai dengan minat masyarakat di wilayah itu sendiri. Di Indonesia, Podcast di Pemerintahan sudah banyak digunakan oleh Kementerian dan Direktorat Jendral (Dirjen) sebagai wadah untuk memberikan informasi ke kalangan milenial sekaligus menjawab tantangan perkembangan zaman. Podcast Halo Bandung merupakan media informasi terbaru yang dimiliki oleh Prokopim Kota Bandung, dimana konten atau informasi yang disebarluaskan membahas mengenai isu-isu yang sedang berkembang di lingkungan masyarakat Kota Bandung serta program atau kebijakan pemerintahan Kota Bandung.

Podcast Halo Bandung berusaha menyajikan informasi terkini dari sumber internal yang dikurasi secara baik dengan kaidah jurnalistik dan etika penyiaran yang umum. Meskipun Podcast Halo Bandung masih minim memiliki produksi program sendiri, namun kedepan dengan makin matangnya siaran dan staff yang mumpuni, akan membuat Podcast Halo Bandung menjadi lebih menarik dan informatif serta dapat menjangkau lebih banyak pendengar dan menjadi tolak-ukur check and balance terhadap media mainstream yang sudah ada. Selain itu fungsi Podcast di Pemerintahan lainnya

adalah sebagai penyanggah informasi palsu (hoax) yang dibuat oleh oknum yang tidak bertanggungjawab dan media yang melakukan salah kutip dalam penyajian berita. Kendala terbesar dari Podcast yang dikelola oleh instansi Pemerintahan adalah bagaimana menyajikan konten tersebut dengan menarik dan mendapat antusias yang baik dari masyarakat. Penyajian konten ini hal terpenting bagaimana masyarakat mengenal suatu siaran dan menikmati konten tersebut mulai dari musik pembuka, sambutan dari penyiar, membahas topik yang diangkat, dan bagaimana masyarakat bisa mendapatkan info yang menarik seperti iklan, kuis, musik, dan lain sebagainya agar pendengar tidak jenuh mendengarkan konten dari Podcast yang dikelola oleh instansi Pemerintahan.

#### **D. Kesimpulan**

Strategi Prokopim Kota Bandung dalam menjalankan program Podcast Halo Bandung saat ini masih terbilang belum efektif dalam mengenalkan program Podcast Halo Bandung kepada masyarakat luas. Strategi untuk mendapatkan audiens masih terbatas pada penyebaran informasi melalui group WhatsApp yang dinilai cukup efektif namun kurang tepat sasaran, dikarenakan masih minimnya pengguna yang menggunakan aplikasi Spotify sebagai satu-satunya aplikasi penyiaran Podcast Halo Bandung. Respon masyarakat yang menjadi partisipan penelitian di Kecamatan Andir cukup baik terhadap keberadaan Podcast Halo Bandung. Ini dianggap sebagai bentuk tanggap Pemerintah Kota Bandung dalam melihat peluang milenial yang mulai meninggalkan media



konvensional sebagai sumber informasi dan menjadikan Podcast sebagai media alternatif masa kini yang sedang digandrungi oleh anak muda.

Dampak terhadap keberadaan Podcast di Pemerintahan Kota Bandung yang dikelola oleh Prokopim Kota Bandung cukup menarik minat masyarakat yang umumnya lebih suka mendengar daripada membaca. Informasi yang diberikan cukup ringan dan dimengerti karena durasinya tidak terlalu panjang. Penyampaian informasi yang edukatif dapat membuat minat masyarakat untuk beralih menggunakan Podcast dan juga menjadikan sebagai referensi pembandingan yang kredibel dari media arus utama.

#### Daftar Pustaka

- Allifiansyah, S. (2018). Podcast dan Teori Uses & Gratifications. *Academia.edu*.
- Ambar. (2018, 05 15). *15 Manfaat dari Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Retrieved from Pakar Komunikasi: <https://pakarkomunikasi.com/manfaat-dari-perkembangan-teknologi-komunikasi-dan-informasi>
- Anggarda, A. A. (2020). Peran Humas Pemerintah Kota Surabaya Dalam Membangun Citra Bangsa Surabaya.
- Ardianto, E. (2010). *Metode Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: PT Simbiosis Rekatama.
- Berlo, D. K. (1960). *The Process of Communication* : an *Introduction to Theory and Practice*. New York.
- Bonini, T. (2015). The Second Age of Podcasting: Reframing Podcasting as a New Digital Mass Medium. *Quaderns del CAC*, 23-32.
- Chartable. (2020, 05 23). *Podcast Chart - Indonesia Top Podcast*. Retrieved from Chartable: <https://chartable.com/charts/spotify/indonesia-top-podcast>
- Creswell. (1998). *Qualitative Inquiry: Choosing Among Five Traditions*. USA: Sage Publications Inc.
- Cutlip, M. S. (1971). *Effective Public Relations, 4th Edition*. London: Prentice-Hall International, Inc.
- Dance, F. E. (1970). The "Concept" of Communication. *Journal of Communication*.
- Deeson, E. (1991). *Dictionary of Information Technology*. Glasgow, UK: Harper Collins Publishers.
- Defito, J. A. (1997). *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: Professional Books.
- Eden Kinkaid, K. B. (2019). The Podcast-as-Method?: Critical Reflections on Using Podcasts to Produce Geographic Knowledge. *Geographical Review* 110(10).
- Effendy, O. U. (2008). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2011). Dimensi-dimensi komunikasi.
- Efi Fadilah, P. Y. (2017). Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio. *Kajian Jurnalisme*.

- Eka, R. (2018, 08 27). *Laporan DailySocial Penggunaan Layanan Podcast 2018*. Retrieved from DailySocial: <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-penggunaan-layanan-podcast-2018>
- Faradina, N. (2020). Peran Podcast dalam Membangun Knowledge Society. *Tugas Akhir*.
- FS., H. (1981). The nurse and the patient: communication skills. Introduction to communication. *Nurs Times*.
- Hafied, R. (2020, 04 08). *Survei Podcast Indonesia 2019*. Retrieved from Suarane: <https://suarane.org/surveipodcast2019/>
- Harits, A. B. (2012). *Dakwah Kontekstual, Sebuah Refleksi Pemikiran Islam Kontemporer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hasbiansyah. (2008). *Pendekatan Fenomenologi: Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi (Mediator vol 9 Nomor 1)*.
- Hunter, R. (2002). *World Without Secret*. John Wiley & Sons.
- Husserl, E. (1900). *Logical Investigations*. Germany: M. Niemeyer, Routledge & Kegan Paul Ltd.
- INFORMATIKA, K. K. (2010, 03). *KEPUTUSAN MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA NOMOR : 117/KEP/M.KOMINFO/03/2010 TENTANG ORGANISASI PENGELOLA INFORMASI DAN DOKUMENTASI KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA*. Retrieved from KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA : [https://eppid.kominfo.go.id/storage/uploads/1\\_2\\_kepmen-no-117-tahun-2010\\_ok-tentang-organisasi-pid.pdf](https://eppid.kominfo.go.id/storage/uploads/1_2_kepmen-no-117-tahun-2010_ok-tentang-organisasi-pid.pdf)
- James H. Watt, S. A. (1995). *Research Methods for Communication Science*. Boston: Allyn and Bacon.
- Kencana, W. H. (2020). Platform Digital Siaran Suara Berbasis on Demand. *Commed: Jurnal Komunikasi dan Media*, 4 (2). *Jurnal Komunikasi dan Media*, 191-207.
- Kuswarno, E. (2009). *Metedologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi; Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Levy, P. (2010). *New Media Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- McLuhan, M. (1994). *Understanding Media: The Extensions of Man Reprint Edition*. The Book Hive, LLC.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Meisyanti, W. K. (2020). Platform Digital Siaran Suara Berbasis OnDemand ( Studi Deskriptif Podcast Di Indonesia ). 191–207.
- Michelle Christie, T. (2019). Fight Cancer: Sebuah Podcast Cerita Penderita Kanker di Indonesia. (*Doctoral dissertation, Universitas Multimedia Nusantara*).

- Mulyana, D. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nielsen. (2021, 07 29). *WHAT GLOBAL AD SPENDING TELLS US ABOUT THE FUTURE OF MEDIA*. Retrieved from Nielsen: <https://www.nielsen.com/id/en/insights/article/2021/what-global-ad-spending-tells-us-about-the-future-of-media/>
- PPPA, K. (2018, 04 08). *Profil Generasi Milenial Indonesia*. Retrieved from Kementerian PPPA: <https://www.kemennppa.go.id/lib/uploads/list/9acde-bukuprofil-generasi-milenial.pdf>
- Pranata, L. F. (2020, 07 22). *Gaung Kehumasan di Podcast*. Retrieved from sindonews.com: <https://nasional.sindonews.com/read/109128/18/gaung-kehumasan-di-podcast-1595387249>
- Rane. (2018, 11 21). *5 Alasan Kenapa Podcast Adalah Masa Depan Konten*. Retrieved from suarane: <https://suarane.org/5-alasan-kenapa-podcast-adalah-masa-depan-konten/>
- RI, B. (2008). *UU No.14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik*. Retrieved from Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39047/uu-no-14-tahun-2008>
- Ruslan, R. (2008). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi, Revisi ke-*
9. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sendjaja, S. D. (2001). *Teori Komunikasi*. 23.
- Sendjaja, S. D. (2016). *Pengantar Komunikasi*. 8.
- Shinto, G. W. (2019). *Podcast Sebagai Media Distributor Audio Baru Dalam Dunia Penyiaran (Studi Kualitatif Podcast “Pojokan” Dalam Menyajikan Episode Program Siaran Untuk Pendengar)* (Skripsi). *Skripsi*.
- Sitepu, E. S. (2011). *Professional Public Relations*. Medan: USU Press.
- Solomon, M. R. (2011). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being, 9th ed.* New Jersey: Pearson Addison Wesley.
- Stacks, D. W. (2017). *Primer of Public Relations Research, Third Edition (3rd Edition ed.)*. New York: Don W. Stacks.
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: MedPress.
- Susanto, A. (2004). *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Linggar Jaya.
- Tee Morris, E. T. (2008). *Expert Podcasting Practices for Dummies*. USA: Wiley Publishing, Inc.
- Viera Krúpová, Z. H. (2016). *Podcast - New Communication Phenomenom*.
- Zenti, J. (2017). *Che cos'è un podcast?* Retrieved from Iltascabile: <https://www.iltascabile.com/linguaggi/cose-un-podcast/>