

Cite this: *J.SST*, Vol.3(1): special issue
19-25, 2024

Received Date:
8 November 2023
Accepted Date:
25 November 2023

Keywords:
Content, Podcast, New Media

Kata kunci:
Konten Podcast, New Media

Strategi Konten Rijal Djamal di Podcast “Kamu Kelas” Melalui Platform Youtube

Rijal Djamal's Content Strategy in “Kamu Kelas” Podcast Through the Youtube Platform

Hudzaifah Kadir^{1*}; Nur Alim Djalil²; Alem Febri Sonni³

- 1 Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Pascasarjana, Universitas Fajar, Kota Makassar, 90231, Indonesia
- 2 Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Pascasarjana, Universitas Fajar, Kota Makassar, 90231, Indonesia
- 3 Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Pascasarjana, Universitas Fajar, Kota Makassar, 90231, Indonesia

*Email: redaksitujub@gmail.com; (Email institusi, pascasarjana@unifa.ac.id)

Abstract. *This study aims to explore content strategies for strengthening resources persons and the feasibility of broadcasting Rijal Djamal “Kamu Kelas” podcast using the YouTube platform as a new media that presents the role of the community in the accuracy of information. The method used in this study is a qualitative method with a phenomenological approach. This research went through the process of collecting data using non participant observation methods and semi structured interviews and taking several participants to support the research data. The results of this study indicate that the content strategy uses social media assets as a foundation and commitment to presenting sources that are tailored to 3 categories, as well as broadcasting to expand the reach of YouTube viewers.*

Keywords: *Content, Podcast, New Media*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi konten pada penguatan narasumber serta kelayakan siaran podcast “Kamu Kelas” Rijal Djamal dengan menggunakan platform YouTube sebagai new media yang menghadirkan peran masyarakat atas ketepatan informasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini melalui proses pengambilan data menggunakan metode observasi non partisipan dan wawancara semi terstruktur serta mengambil beberapa partisipan sebagai pendukung data peneliti. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kontennya menggunakan aset media sosial sebagai pondasi dan komitmen menghadirkan narasumber yang disesuaikan atas 3 kategori, serta layaknya siaran itu untuk memperluas jangkauan pemirsa Youtube.

Kata kunci: Konten, Podcast, New Media

PENDAHULUAN

Perkembangan media platform di era transformasi digital kian pesat, konten dikemas dari berbagai aspek dan tentunya kita sama-sama menyimak konten podcast mulai bermunculan dari yang terkenal, viral, hingga konten podcast biasa saja. Berangkat dari kesempatan peluang itu, para pelakon konten kreator terus menggelorakan informasinya dari ruang yang didesain sesuai dengan kebutuhan atau keinginan sang podcaster. Keterbukaan informasi dengan dukungan layanan internet, pesan yang sampai ke masyarakat terus hadir dan mengalir, tak ada batasan tentang sensor bagi penonton, bahkan segelintir yang hadir sebagai narasumber pada konten podcast "Kamu Kelas" merasa ada komunikasi intim dibalik podcast, dan itu membuktikan mereka berbicara baik, walau akan dibumbui oleh cibiran netizen pada sisi kolom komentar. Aktor utama pada podcast pun sangat berpengaruh, dan Rijal Djamil memiliki karakter unik yang dikenal sebagai Bapak Pantun Sulawesi, dengan gaya kolosalnya menguntai kata per kata pada konten yang disajikan, membius dengan melibatkan ketergantungan masyarakat agar tetap menjadi penonton setianya.

Penonton media sosial Youtube, menjadi salah satu platform populer dari berbagai konten video yang diunggah di platform tersebut, hingga banyak menarik perhatian masyarakat. Hal itu membuat pengguna Youtube mencapai angka yang fantastis. Berdasarkan laporan *We Are Social*, ada 2,56 miliar pengguna platform tersebut hingga Januari 2022. India menjadi negara dengan pengguna Youtube terbesar di dunia, yakni 467 juta. Amerika Serikat menyusul dengan 240 juta pengguna. Posisi ketiga ditempati oleh Indonesia dengan 127 juta pengguna Youtube. Adapun, pangsa pasar Youtube di Indonesia mencapai 21,42% per April 2022, tertinggi kedua setelah Facebook.

Dari ulasan literatur, podcast didefinisikan sebagai program dalam bentuk digital (bisa audio maupun video) yang bisa diunduh dari internet. Hampir sama dengan radio, podcast membawakan acara dengan berbagai tema dengan bahasan atau diskusi dibawakan dalam satu episode. Keberadaan podcast dapat memberikan warna tersendiri dengan berbagai jenis konten audio dan konsep yang berbeda. Podcast berfungsi sebagai media untuk memberikan informasi dan pengetahuan yang dibutuhkan oleh para pendengarnya, termasuk pengetahuan mengenal jati diri.

Melalui strategi komunikasi yang memadai dan jitu dalam penerapan isi konten pada podcast, maka landasannya diperlukan strategi konten yang apik dan relevan pada isi karya. Selain itu, keutamaan etika komunikasi perlu berimbang, agar penonton bertahan untuk berlama-lama menyaksikan siaran tersebut hingga tuntas.

Strategi komunikasi harus didukung oleh teori, karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Menurut Harold D. Lasswell cara terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi yakni menjawab pertanyaan "*Who Says What Which Channel to Whom with What Effect?*" (Cangara, 2005). Teori Harold D. Lasswell tampaknya sederhana tetapi jika dikaji lebih jauh, pertanyaan "efek apa yang diharapkan", secara implisit mengandung pertanyaan lain yang perlu dijawab dengan seksama. Pertanyaan seperti *When* (kapan), *How* (Bagaimana), *Why* (Mengapa dilaksanakan demikian?).

Penelitian eksperimental dari Rachmawati dkk (2019) menunjukkan bahwa mahasiswa merasa lebih mudah menerima pelajaran dalam bentuk podcast dibandingkan metode ceramah dosen di kelas maupun buku kuliah. Adapun penelitian eksperimental lainnya menunjukkan bahwa konten podcast secara efektif dapat dimanfaatkan sebagai media edukasi terhadap resiliensi generasi milenial yang mengalami burn-out (Wahyudi dkk, 2020).

Platform youtube, dengan konsep podcast terus tumbuh pesat dan digunakan sebagai sarana siaran. Penyiaran media konvensional TV perlahan tak dilirik, meski telah mengarah pada sistem digital. Namun, podcast telah menjadi market jualan yang tidak tergolong baru, tapi mampu berperan secara konsensus untuk memilih atau memilah informasi.

Penelitian ini berjenis kualitatif, dengan tujuan meneliti pandangan masyarakat, penggiat atau penikmat konten podcast terhadap isu-isu moral dan beradab, termasuk rangkaian wacana viral, serta narasi diskusi yang berfaedah dengan mengutamakan uraian dalam bentuk verbal atau deskriptif. penulis berkeinginan meneliti strategi konten podcast yang memiliki pengaruh kelayakan siaran pada khalayak dan secara cepat terkoneksi dengan gempuran

konten-konten di Indonesia, khususnya di Kota Makassar. Untuk itu, penelitian berjudul Strategi Konten Rijal Djamil Di Podcast "Kamu Kelas" Melalui Platform Youtube.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan menggunakan metodologi deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan keterbukaan narasumber yang mengisi konten-konten podcast, pemanfaatan podcast sebagai new media, serta pemanfaatan podcast bagi khalayak umum, diantaranya menasar kaum milenial, hingga mendapatkan informasi secara mendalam untuk mengetahui bagaimana distribusi konten podcast sebagai siaran yang layak tonton bagi masyarakat. Berkaitan dengan penelitian ini, turut melengkapi data relevan sebagai sumber untuk melengkapi data yang diperlukan. Peneliti juga melakukan penelusuran data online.

Penelitian ini merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara terencana dan sistematis untuk mendapatkan jawaban pemecahan masalah terhadap fenomena-fenomena tertentu, dan penelitian ini telah ditetapkan, maka jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan dengan pendekatan deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang bertindak sebagai informan, dan perilaku yang dapat diamati.

Dalam melakukan penelitian kualitatif, peneliti harus mencari dan menentukan narasumber (informan) dengan tepat, karena mereka yang akan menjadi sumber data utama bagi peneliti dalam melakukan penelitian. Narasumber utama atau *key informan*, adalah mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian (Moleong, 2011), Sedangkan menurut Bungin (2011) Informan adalah orang yang diperkirakan menguasai dan memahami data, informasi, ataupun fakta dari suatu objek penelitian. Dalam penelitian ini terdapat 1 orang yang ditetapkan menjadi *key informan* dan 2 orang lainnya menjadi informan, serta 10 orang partisipan yang menjadi informan tambahan.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dikumpulkan melalui sumber data primer dan sekunder, dengan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi (*observation*) melalui tambahan kuesioner, wawancara (*interview*) dan dokumentasi. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Wawancara
Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara bertemu dan membuat skema pertanyaan yang berpola wawancara langsung dengan kreator konten Rijal Djamil sebagai aktor utama Podcast "Kamu Kelas" yang dikelolanya, bersama beberapa narasumber pendukung lainnya yang dipilih sebagai pelengkap data penelitian
2. Kuesioner
Sejumlah pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden tentang layak siarnya dan pemanfaatan konten podcast. dan kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan pada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet (Sugiyono, 2008).
3. Dokumentasi
Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal – hal atau variabel yang berupa foto, catatan, buku, surat kabar, majalah dan prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya (Arikunto, 2006:236). Pada penelitian, mengumpulkan foto atau video sebagai tambahan untuk melengkapi proses penelitian secara lengkap.

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, penulis menggunakan perbandingan data dari hasil pengamatan kuesioner dengan data hasil wawancara dengan sumber yang berbeda-beda, termasuk dari informan. Dengan demikian, pengumpulan data dan penjelasannya sebagai berikut:

1. Data dilakukan dengan mengecek seluruh hasil wawancara bersama dengan para sumber yang diteliti
2. Mengkaji perbandingan data dari wawancara dengan partisipan responden kuesioner yang menjadi proses penelitian
3. Menyesuaikan hasil data observasi dan memastikan kelayakan hasil penelitian untuk dijadikan

sebagai acuan penulisan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Podcast berlabel "Kamu Kelas" sebelumnya bernama "Time Is Yours", atau dalam bahasa daerah lokal Makassar, yakni *Wattunnami*, dan secara drastis terganti dengan alasan tidak relevan dengan situasi yang segelintir orang-orang mencibir, bahwa podcast itu hanyalah berisi orang-orang pilihan, punya jabatan atau kekuasaan hingga pengusaha. Dengan mufakat dan kebersamaan, podcast "Kamu Kelas" menjadi identitas baru bagi kreator konten Rijal Djamil yang digawangi sejumlah tim handal dan penuh kerja keras serta disiplin, dengan pola bergotong royong podcast itu diciptakan dengan perencanaan yang sesuai kajian dan pola redaksi "Kamu Kelas", untuk mengeksekusi setiap karya-karya tema yang akan dituntaskan dan siap tayang melalui media platform YouTube hingga sekarang.

Hasil Penelitian

Podcast "Kamu Kelas" salah satu akun yang dikelola oleh kreator konten bernama Rijal Djamil bersama Tim Manajemen Rijal Djamil System yang berjumlah 7 (tujuh) orang untuk bersama menyiarkan konten-konten yang telah diciptakan. Kepemilikan pamor yang mumpuni dengan jaringan relasi memadai, Rijal Djamil tak segan atau bahkan tak lengah dalam mencari narasumber untuk mengisi barisan kontennya yang mulai digencarkan sejak Kota Makassar mengalami pandemi Covid19.

Strategi konten podcast "Kamu Kelas" terhadap penguatan narasumber

Peneliti melihat akun podcast "Kamu Kelas" terhadap kehadiran narasumbernya, terdapat tiga garis besar perencanaan yang digunakan oleh kreator konten Rijal Djamil, dalam menentukan tamu (narasumber) podcastnya yakni ;

- a) Pertama, narasumber dipilih sesuai atas kehendak kreator konten yang disesuaikan tema konten yang menjadi bahan produksi
- b) Kedua, menghadirkan narasumber yang diundang langsung dan pada pemilihan ini dimaksud, untuk memastikan tamu podcast itu punya keinginan yang sama membicarakan tema konten yang akan disajikan melalui podcast "Kamu Kelas"
- c) Ketiga, pilihan opsi ini termaknai dengan kebutuhan finansial atau ada nilai jual atas narasumber, atau bisa dihadirkan jika ada seruan yang penting disampaikan dan belum terpublish oleh media pada umumnya. Namun, sisi ini kerap juga sebagai ladang komersial yang dikondisikan dan tidak semua bisa dihadirkan, kecuali bersifat by order/request atau (*off the record*).

Melalui pertimbangan pilihan diatas, tentu menjadi acuan target penonton atau *audience* yang menantikan, apakah itu bisa menjadi tujuan yang tepat dan sampai pada sasaran. Pada strategi konten, atas penguatan narasumber itulah, dibangun isu-isu atau informasi atas realita yang mesti dikabarkan secara cepat dan dibutuhkan oleh masyarakat, agar tidak terjadi kekeliruan hingga menapik informasi hoax yang beredar. Termasuk memastikan sikap narasumber atas tema konten agar tidak berbuat gaduh, dan keluar dari obrolan podcast, namun keseringan rata-rata narasumber lebih lepas menyampaikan keluh kesahnya di podcast ketimbang saat diwawancarai oleh segelintir rekan media yang tidak lihai dalam penguatan *side story*.

Selain pesan yang disampaikan Rijal Djamil, seringkali jawaban yang didapatkan dari narasumber sangat dibutuhkan oleh para Subscribe podcast "Kamu Kelas". Dan kebersamaan Tim Rijal System Manajemen tidak gegabah menghadirkan narasumber, guna memastikan konten yang disajikan dapat diterima baik oleh penontonnya, yang didominasi oleh habitat milineal.

Menghadirkan narasumber, turut menggunakan strategi konten yang membuat *audience* penasaran, tentang tema yang lebih awal disampaikan melalui potongan story Instagram atau real, serta tampilan singkat pada akun tiktok, dengan kreator konten memberi pesan narasi atau kalimat tegas kepada khalayak, untuk tidak melewatkan kehadiran narasumber yang akan hadir di podcasts "Kamu Kelas".

Penguatan narasumber melalui "strategi dibalik layar", dengan melibatkan tamu podcast atas tema konten yang viral atau memiliki sensitifitas dikalangan publik. Namun, sisi

konten ini tidak menjadi favorit bagi kaum milenial. Lantaran, kategori ini diibaratkan hanya sebagai pendongkrak sesaat dan Tim Podcast "Kamu Kelas" tidak laah dalam hal tersebut, meski beberapa konten viral tetap tersajikan tapi dikemas dengan sudut perspektif yang lebih unggul dari konten pada umumnya.

Strategi konten "Kamu Kelas" memilah dan memilih kelayakan siaran

Siaran baik yang memberi kesan serta pesan mendidik adalah harapan Rijal Djamil dalam mengelola podcast "Kamu Kelas", pada kelayakan yang ditampilkan sebelum mengupload kontennya, terdapat beberapa tahapan yang diatur, namun pada rangkaian memilah dan memilih ada beberapa tahapan yang mendasar sebelum menampilkan hasil karyanya, diantaranya;

- a) Memperlihatkan kepada narasumber hasil rekaman taping atau proses itu disebut *review* dan jika ada hal yang perlu menjadi "*off the record*", maka konten itu diolah dengan edit revisi lalu diakhiri kesepakatan bersama.
- b) Memberikan pilihan pada tampilan untuk menggunakan "*watermark time code*", sebagai alasan melindungi potongan-potongan kalimat yang bisa disalahgunakan oleh pihak tertentu.
- c) Kelayakan siaran itu dibuat atas dasar permintaan narasumber, dan tidak ada "sensor" karena pada podcast "Kamu Kelas" sebuah harapan bicara tak terbatas selama semua tidak mengandung SARA.
- d) Strategi konten agar layak ditonton, menggunakan proses waktu yang tepat di upload sebagai tujuan diwaktu itu akan mengundang banyak penonton dan reaksi atas kehadiran konten tersebut.

Pembahasan

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh penulis dengan informan kunci dan informan pendukung adalah data yang akan digunakan untuk mendukung data tentang pandangan interaksi sosial dan pandangan integrasi sosial yang merupakan teori new media yang dipaparkan oleh Pierre Levy. Maka dari itu peneliti mencoba untuk melihat bagaimana pandangan interaksi sosial dari peran new media terhadap penguatan narasumber podcast Rijal Djamil dan kelayakan konten disiarkan.

Kemudahan masyarakat dalam berinteraksi di dunia maya, menjadikan media sosial sebagai sarana untuk berbagi informasi, baik itu berupa audio, teks, video, dan gambar. Secara faktual, media merupakan perwujudan dari teknologi yang mengalih tugaskan komunikasi menjadi interaktif dan meningkatkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang kompleks. (Cahyono, 2016)

Pada pembahasan ini, strategi konten atas penguatan disertai kelayakan siaran yang diciptakan oleh Rijal Djamil, adalah keberhasilannya mendapatkan narasumber dari berbagai kalangan dan tidak membeda-bedakan layanan dan tetap memberikan kesan baik tanpa menyembunyikan pembahasan sesuai dengan alur narasi yang ditetaapkan pada perencanaannya, agar informasi yang sampai ke publik mendapatkan kepercayaan atas reputasi yang dibangunnya.

Melalui garis besarnya, podcats "Kamu Kelas" sebagai ranah transformasi ke masyarakat, dan disalurkan dengan kajian yang bermanfaat sesuatu apa yang dibutuhkan oleh khalayak, terkhusus bagi para penonton YouTube yang dikelola. Hingga konten itu sampai dan mendapatkan respon, turut dilakukan pengkajian evaluasi serta memperbanyak riset dan observasi ke suatu tujuan yang ingin dicapai.

Selain itu pemirsa juga dapat mengetahui informasi bagaimana cara mendapatkan konten layak siar dan bagaimana efeknya. Dalam hal itu khalayak menjadi tidak terlalu khawatir terhadap efek yang terjadi setelah menerima informasi secara akurat, berimbang dan mendapat umpan balik atas tema-tema yang diolah. Deretan informasi yang disampaikan Rijal Djamil, adalah bukti bahwa pendengarnya terinspirasi dan mendapat motivasi dengan baik. Hingga butuh usaha yang lebih keras untuk tercapainya konten yang sehat.

Hadirnya media platfom Youtube dan terciptanya sebagai new media, konten-konten yang lahir sebagai saluran informasi, disadari atau tidak akan memiliki dampak atas perkembangan teknologi informasi, dan memberikan banyak informasi kepada masyarakat, baik dan buruknya masyarakat tersebut tergantung pada diri masing-masing. *New Media* bisa diibaratkan sebagai sebuah pisau artinya sangat besar potensi untuk mengarah kepada

kebaikan dan juga sebaliknya, tergantung dari individu yang menjalankan.

Maka peran konten yang diibaratkan sebagai pisau, dibutuhkan strategi yang mumpuni dan itu sebagai bahan pengembangan konsep, agar bisa bersaing dan mendapatkan panggung ditengah masyarakat. Sebab, gempuran konten yang mengalir dari berbagai para podcaster lainnya, terus memberikan persaingan dengan caranya tersendiri. Keutamaan menyajikan konten, dinilai atas sikap disertai keberanian. Dan itu sebagai kunci untuk memastikan kehadiran podcast "Kamu Kelas" adalah bagian dari proses untuk mengetahui, memahami dan menindaki apa yang disaksikan pada konten-konten hasil karya Rijal Djamal.

SIMPULAN

Strategi Konten Podcast Melalui Penguatan Narasumber

Pada proses penyaringan narasumber, semua memiliki peran penting dalam tema konten yang dibahas. Beberapa episode terlihat, beberapa konten menjadi buah bibir atau perbincangan, sehingga asupan informasi tersebut secara visual masyarakat sudah bisa memilih siapa yang layak dihadirkan untuk suatu konten yang tepat dan paham permasalahan.

Strategi Konten Podcast Kelayakan Siaran

Kelayakan siar atas konten untuk memilah dan memilih, tentu menjadi perencanaan yang disusun atas hasil review narasumber, serta kesediaan ditayangkan sesuai dengan kesepakatan bersama, dibalik strategi yang dipakai, adalah terpenuhi segala pencapaian pesan yang diinginkan oleh Rijal Djamal sebagai pembawa acara pada podcast "Kamu Kelas".

REFERENSI

- Adzani, Diah Melati, and Jumino Jumino. 2020. "Pemanfaatan Podcast Dan Instagram Oleh Komunitas Literatif Sebagai Media Penyebaran Informasi Bidang Perpustakaan." *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi* 4(3): 327–42. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/anuva/article/view/9437>.
- Ahmadi, Mubarak. 2020. "Dampak Perkembangan New Media Pada Pola Komunikasi Masyarakat." *Alamtara: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 4(1): 26–37. <http://ejournal.iai-tabah.ac.id/index.php/alamtaraok/article/view/499>.
- Azzahrani, Mardhiyah. 2019. "Strategi Komunikasi Pemasaran Kementerian Pariwisata Indonesia Dalam Pesona Indonesia Melalui Youtube." *Jurnal Manajemen Komunikasi* 2(2): 144.
- Cahyono, Guntur, and Nibros Hassani. 2019. "Youtube Seni Komunikasi Dakwah Dan Media Pembelajaran." *Al-Hikmah* 13(1): 23.
- Candra, Muhammad Fazri, and Zahra Nabila Azka. 2022. "Strategi Komunikasi Box2Box Media Network Dalam Persaingan Industri Podcast Di Indonesia." *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5(1): 60–66.
- Fadilah, Efi, Pandan Yudhapramesti, and Nindi Aristi. 2017. "Podcast Sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio." *Jurnal Kajian Jurnalisme* 1(1): 90–104.
- Hasby, Muhammad Alvian, Erik Armayuda, and Bayyinah Nurrul Haq. 2020. "Strategi Konten Instagram Untuk Edukasi Pola Minum Kopi Yang Sehat Pada Usia Muda." *Jurnal IKRA-ITH Humaniora* 4(3): 194–203.
- Ilmu, Jurnal et al. 2022. "STRATEGI KOMUNIKASI KOMINFO PADA PROGRAM PODCAST DI MEDIA KOTA PADANG PANJANG Latar Belakang Pendahuluan Pesatnya Perkembangan Teknologi Saat Ini Membawa Manusia Memasuki Era Baru , Yakni Era Digital . Era Digital Terlahir Dengan Kemunculan Jaringan Intern." 2(1): 41–54.
- Imarshan, Idham. 2021. "Popularitas Podcast Sebagai Pilihan Sumber Informasi Bagi Masyarakat Sejak Pandemi Covid-19." *Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis* 5(2): 213–21.
- Lasmi, Aida, Habib Bayhaqi, Islam Negeri, and Sumatera Utara. 2022. "Dawatuna : Journal of Communication and Islamic Broadcasting Dawatuna : Journal of Communication and Islamic Broadcasting." *Dawatuna Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 1(2): 96–107.
- Lavircana, Rinda, Murdiansyah Herman, and M. Agus Humaidi. 2020. "Penggunaan Podcast Sebagai Media Hiburan Dan Informasi Di Banjarmasin." (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Maulana, R, and D S F Ali. 2021. "Peran New Media Podcast Podkesmas Dalam Menyosialisasikan Vaksin Covid-19." *eProceedings* ... 8(5): 7191–7206. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16652%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16652/16359>.
- Mendio, Devid, and Velantin Valiant. 2021. "Penyajian Konten Podcast Yang Berkualitas Pada Aplikasi Spotify (Studi Deskriptif Podcast 'Plung')." *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi* 26(3): 247–63.
- Munir, A L, and Arief Fadhil Saputra. 2022. "Pengaruh Konten Youtube Picky Picks Terhadap Sikap Mahasiswa KPI UIN Imam Bonjol Padang." 13: 69–82.
- Noorlistyo Adi, Achwan, Jenny Ratna Suminar, and Nuryah Asri Sjafrah. 2019. "Makna Subscriber Bagi Youtuber Kota Bandung." *Communication* 10(2): 142.
- Nugroho, Irwan, and Irwansyah Irwansyah. 2021. "Konvergensi Konten Audio Di Media Online (Studi Kasus Podcast Detik.Com)." *Jurnal Komunikasi* 15(1): 55–70.

17. Nuhan, F D. 2022. "Video Pada Platfom Youtube Sebagai Inspirasi Dalam Karya Cipta Musik." *Selonding* 18(1): 49–55. <https://journal.isi.ac.id/index.php/selonding/article/view/7119%0Ahttps://journal.isi.ac.id/index.php/selonding/article/download/7119/2636>.
18. Oktaviane, Annisa, Aidil Armi Muhammad, and Universitas Paramadina. 2022. "IMPLEMENTASI STRATEGI PENANGANAN KRISIS KOMUNIKASI ERA DIGITAL: STUDI KASUS KONTEN YOUTUBE PODCAST DEDDY CORBUZIER BERSAMA." 2(3): 530–42.
19. Paramita, Sinta. 2016. "Entrepreneurship Dan New Media Pada Generasi Muda." *Kaji Tindak Jurnal Pemberdayaan Masyarakat* (June). <http://lpkmv-untar.org/jurnal/index.php/kajitindak/article/view/35>.
20. Pratama F. A. 2021. "Eksistensi Digital Content Podcast Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya."