

PODCAST SEBAGAI MEDIA ALTERNATIF DENGAN PENDEKATAN DETERMINISME TEKNOLOGI

¹Iqbal Al Khazim,²Dinda Cinta Andarini

^{1,2}Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma

Jl. Margonda Raya No. 100, Depok Jawa Barat

¹iqbalalkhazim@staff.gunadarma.ac.id, ²dindacintaaa@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana podcast digunakan sebagai media alternatif bagi para podcaster dalam menarik pendengar. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah determinisme teknologi dari McLuhan, dan self-efficacy. Metode yang digunakan adalah Teknik kualitatif deskriptif dengan komunitas podcaster Indonesia sebagai subjek penelitiannya. Hasil penelitian yang diperoleh adalah pengguna memanfaatkan media baru podcast sebagai media komunikasi atau informasi. Podcast digunakan sebagai media informasi karena cukup sederhana dan sangat mudah cara penggunaannya, dan dapat menjalin komunikasi dan saling berkoneksi satu sama lain untuk saling berbagi informasi. Kemudian juga merupakan suatu inovasi baru sebagai saluran berkomunikasi yang cukup relevan, sebanding dengan perkembangan kecanggihan teknologi. Selanjutnya Subjek penelitian menjadikan podcast sebagai wadah untuk menunjang seseorang dalam pembentukan diri dan komunikasi melalui efikasi diri meliputi kemampuan secara kognitif, afektif, selektif, dan motivasional dalam keterampilan komunikasi seorang individu.

Kata kunci: Determinisme teknologi, media alternatif, podcast

ABSTRACT

This study aims to find out how podcasts are used as an alternative medium for podcasters to attract listeners. The theory used in this research is McLuhan's technological determinism, and self-efficacy. The method used is a descriptive qualitative technique with the Indonesian podcaster community as the research subject. The results of the research obtained are that users take advantage of the new media podcast as a medium of communication or information. Podcasts are used as a medium of information because it is quite simple and very easy to use, and can communicate and connect with each other to share information. Then it is also a new innovation as a communication channel that is quite relevant in proportion to the development of technological sophistication. Furthermore, research subjects make podcasts as a forum to support someone in self-formation and communication through self-efficacy including cognitive, affective, selective, and motivational abilities in an individual's communication skills.

Keywords: Alternative media, determinism technology, podcast

PENDAHULUAN

Pertumbuhan teknologi komunikasi dan informasi memberikan dampak pada seluruh aspek kehidupan. Di bidang penyiaran, perkembangan tersebut mempercepat penerapan strategi konvergensi dengan menggabungkan beberapa platform medianya. Hal ini dilakukan selain untuk efisiensi bisnis, juga

untuk menjangkau audiens yang lebih beragam. Selain berdampak bagi lembaga penyiaran, perkembangan teknologi informasi juga mengubah cara masyarakat dalam mengonsumsi informasi. Perubahan budaya terjadi seiring dengan adanya teknologi informasi, seperti yang dikemukakan oleh (McLuhan, 2006) perubahan budaya terjadi

karena keberadaan teknologi. Teknologi komunikasi pada akhirnya mempengaruhi kehidupan keluarga, lingkungan kerja, pertemanan, politik, dan sebagainya.

Salah satu faktor yang berpengaruh bagi masyarakat dalam melakukan tindakan tertentu adalah media (Febriana, 2018), hal ini bisa dilihat dari munculnya berbagai media baru yang akhirnya mempercepat perkembangan teknologi berupa media *online* dan media sosial. Media baru bisa dipahami sebagai sebuah kumpulan teknologi komunikasi yang berhubungan dengan digitalisasi serta saling berhubungan dengan akses yang luas. Sifat dari media baru adalah dapat dijangkau darimanapun dan kapanpun oleh pengirim dan penerima pesan secara interaktif (McQuail, 2011). Bagian terpenting dari media baru adalah internet yang merupakan teknologi pendukung dari industri media digital.

Salah satu media yang cukup populer saat ini adalah *podcast*. Istilah *podcast* berasal dari salah satu produk Apple yang dikenalkan oleh Steve Jobs yang disebut dengan “*iPod Broadcasting*”. *Podcast* hampir serupa dengan Youtube yang merupakan media siaran *on demand*. Sifat dari media *on-demand* ini memberikan kemudahan bagi seseorang yang ingin mendengarkan, karena pendengar tersebut bisa mengunduh seri sesuai yang diinginkan kapan saja. Sifat ini juga memungkinkan sebuah siaran bisa didengarkan berulang-ulang (Zaenudin, 2017).

Pada perkembangannya, *podcast* mengalami perkembangan yang cukup pesat. Sebagai ilustrasi, survei 2018 mengidentifikasi bahwa 44 persen populasi Amerika Serikat akrab dengan *podcast* (Edison Research, 2018). Pada tahun yang sama 2018 di Indonesia juga dilakukan survei oleh Dailysocial.id (Eka, 2018), dengan hasil menunjukkan bahwa 67,97% dari seluruh sampel yang disurvei sudah familiar dengan *podcast*. 65% dari sampel yang sudah familiar dengan *podcast* tersebut beralasan mendengarkan *podcast* karena kontennya bervariasi dan kontennya fleksibel/ *on demand* (65%).

Berdasarkan hasil publikasi dari New York Magazine, *podcast* memiliki berbagai macam jenis. Ada yang bertema politik, komedi, olahraga, hingga ada sebuah produk serial *podcast* dengan materi fiksi yang berkelanjutan. Mengutip dari Statista, 24% orang dewasa di Amerika Serikat mengonsumsi *podcast* sebagai media informasi. Sementara Business Insider mengestimasi 20 persen dari masyarakat Amerika Serikat yang berusia 18 sampai 49 tahun pernah mendengarkan setidaknya satu kali siaran *podcast* setiap bulan (Zaenudin, 2017).

Di Indonesia, perkembangan *podcast* dipengaruhi oleh generasi milenial. Hal tersebut dapat dilihat dari publikasi Namira (2020) di IDN Times yang menjelaskan bahwa pendengar *podcast* di Indonesia paling banyak berasal dari kalangan usia 20 sampai 25 tahun sebesar 42,12 persen. Kelompok kedua dengan jumlah terbanyak berasal dari

kalangan usia 26 sampai 29 tahun, diikuti kelompok usia 30 sampai 35 tahun. Munculnya *podcast* ini tentu menjadi sebuah alternatif bagi masyarakat yang ingin mengonsumsi informasi, sesuai keinginan dan kebutuhannya, melihat fleksibilitas yang ditawarkan. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini ingin melihat bagaimana *podcast* dimanfaatkan oleh para *podcaster* sebagai media alternatif untuk menarik pendengar.

Teknologi memungkinkan kehidupan manusia menjadi lebih cepat dan mudah. Hal tersebut karena kemampuan teknologi dalam membantu manusia dalam menjalankan kegiatan. Mobilitas manusia pun bisa dipercepat dengan kehadiran teknologi. Perkembangan dibidang teknologi ini dalam komunikasi bisa ditinjau dari teori determinisme teknologi. Asumsi dasar dari determinisme teknologi berdasarkan identifikasi dari Daniel Chandler (Thurlow et al., 2004) diantaranya *Reductionistic, technological determinism* menjadi pembatas antara teknologi dan budaya. Hal tersebut mengakibatkan beberapa nilai budaya mulai menghilang perlahan dikarenakan keberadaan teknologi.

Asumsi kedua adalah *Monistic*, sebuah sistem yang rumit menjadi tampak lebih mudah dan sederhana dikarenakan adanya *technological determinism* ini. Selanjutnya asumsi ketiga adalah *Neutralizing*, dimana dapat dijelaskan bahwa sifat dasar dari teknologi adalah tidak

berpihak atau netral. Siapa yang menggunakan teknologi tersebut sangat menentukan apakah akan berpengaruh baik atau buruk. Faktor keempat yaitu *technological imperative*, yang menjelaskan bahwa teknologi dalam pengembangannya tidak akan pernah bisa dibendung dan keberadaannya akan selalu mengikuti perubahan budaya dan jaman (Shodiq, 2013).

Pengikut dari aliran percaya bahwa masyarakat dapat berubah karena teknologi, bahkan sampai pada poin tertentu akan dapat menentukan masa depan. Varian dari determinisme teknologi ini adalah "*The Medium Theory*" dari McLuhan yang menyatakan bahwa media adalah pesan itu sendiri. Pendekatan ini memandang bahwa media bukan sekedar alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan, tetapi memiliki peran tertentu yang lain. Masyarakat dalam hal ini tidak hanya dipengaruhi oleh isi pesan, tetapi juga media yang digunakan (Ratmanto, 2005).

Teori determinisme teknologi ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana kehadiran media *podcast* sebagai media alternatif, dapat mengubah kebiasaan masyarakat dalam mengonsumsi informasi. Perubahan ini dimungkinkan terjadi karena perkembangan teknologi, khususnya internet yang begitu pesat. Cara berpikir dari seorang individu, bagaimana masyarakat berperilaku, sangat dipengaruhi dari teknologi yang digunakan. Dengan kata lain, bagaimana manusia bergerak akan diarahkan oleh

perkembangan dari satu teknologi ke teknologi lain (Nurudin, 2011).

Pandangan dalam determinisme teknologi ini meyakini bahwa baik secara langsung, maupun tidak langsung, perubahan sosial sangat dipengaruhi oleh teknologi. Dampak perubahan ini bisa bersifat positif maupun negatif, tergantung bagaimana masyarakat menyikapinya. Pada dasarnya tidak ada teknologi yang diciptakan dengan tidak sengaja. Teknologi diciptakan berdasarkan pemikiran dan kebutuhan manusia. Perubahan ini didorong oleh para ilmuwan yang fokus pada kebutuhan berkomunikasi manusia.

Saat ini kita hidup di era yang disebut sebagai era media massa. Pada masa ini media sudah mempengaruhi bagaimana cara manusia berpikir dan bertindak. Artinya perubahan budaya, politik, ekonomi dan sosial dilandasi perkembangan dan penyebaran teknologi. Menurut McLuhan (Baran, 2010) dalam determinisme teknologi ini media bukan hanya memperluas jangkauan individu terhadap informasi atau peristiwa, tetapi juga membuat kehidupan menjadi lebih efisien. Selain itu media juga membantu menafsirkan dan menentukan kehidupan, sehingga bisa disebut bahwa media yang digunakan itu lebih penting dari isi pesannya. Pada akhirnya kehadiran media massa berpengaruh lebih besar dalam mengubah kehidupan manusia, dibandingkan isi pesan yang disampaikan. Dalam hal ini teknologi komunikasi yang diciptakan sendiri

ini akan sangat mendominasi kehidupan manusia.

Self Efficacy menjelaskan sebuah pandangan dimana individu memiliki keyakinan terhadap kemampuannya dalam menggerakkan motivasi, yang berasal dari sumber-sumber kognitif serta tindakan lain yang diperlukan untuk menghadapi situasi lain. Dari pandangan tersebut dapat diartikan bahwa individu yang memiliki *self efficacy* yang tinggi akan mampu menerima tugas yang berat, atau individu tersebut dapat melakukan pekerjaan yang belum pernah dilakukan sebelumnya.

Teori *self-efficacy* membantu memprediksi bagaimana kemampuan seseorang dalam mengorganisasikan Tindakan-tindakan dalam berbagai situasi yang mengandung keaburan atau tidak dapat diramalkan. Teori ini mampu menjelaskan bagaimana individu mampu menghasilkan kinerja yang baik dalam berbagai situasi. Penjelasan tersebut melalui beberapa proses, dimulai dari merasa, berpikir, memotivasi, dan diakhiri dengan perilaku. Proses tersebut dikenal juga dengan istilah kognitif, motivasional, afektif, dan selektif. Teori ini menjelaskan bagaimana individu melakukan penyesuaian untuk mencapai tujuan pribadi tersebut. Dalam berbagai situasi, individu mampu membangun dan menghadirkan karakter khusus kepada pendengar agar bisa memahami pesan khusus.

Self Efficacy memiliki peran penting dalam menentukan kesuksesan individu. Pengalaman memiliki peran penting dalam

proses komunikasi yang dilakukan. Pengalaman akan sangat membantu dalam meningkatkan *self-efficacy* seorang individu melalui proses komunikasi berkelanjutan. *Self-efficacy* makin meningkat apabila dalam proses pengumpulan pengalaman terjadi hambatan dan individu tersebut berhasil mengatasinya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dimana penulis menjadi bagian yang sangat penting dari data. Peneliti ikut menafsirkan data yang dianalisis, sehingga penelitian ini bersifat subjektif dan tidak bisa digeneralisasikan. Penelitian ini berjenis deskriptif, dimana fenomena dipahami secara holistik tentang hal-hal yang dialami oleh subjek penelitian yaitu komunitas *podcaster* Indonesia. Pendekatan deskriptif ini berbentuk kata dan bahasa dengan berdasarkan pada metode ilmiah.

Teknik pengumpulan data menggunakan data primer yang diperoleh melalui observasi kepada beberapa *podcaster*. Selanjutnya data sekunder menggunakan studi literatur dari penelitian sejenis yang sudah dilakukan sebelumnya, dari buku referensi dan beberapa pemberitaan yang berkaitan dengan *podcast*. Analisis secara induktif dilakukan dalam penelitian ini. Tahapannya dimulai dengan fakta empiris. Selanjutnya peneliti mengambil data langsung ke lapangan, proses analisis data, penafsiran, dan terakhir penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunitas *Podcaster* Indonesia adalah sebagian dari para *podcaster* dan *listener* yang menggunakan *podcast* untuk kebutuhan informasi sehari-hari. Dalam komunitas ini beberapa orangnya telah memproduksi *podcast* secara komersil. Meskipun ada juga yang hanya sebagai penikmat *podcast*, namun jumlah keanggotaannya dalam komunitas ini cukup banyak sekitar 1000 orang lebih. Komunitas ini berdiri pada tahun 2016 saat *Podcast* belum mulai eksis di Indonesia. Komunitas ini hadir dengan rangkaian beberapa konten untuk mengenalkan distribusi *audio online* berbentuk *podcast* ke khalayak. Komunitas *Podcaster* Indonesia memberikan wadah untuk para *podcaster* yang ingin mulai membuat sebuah *podcast* di *platform audio online*. Selain itu, Komunitas *Podcaster* Indonesia juga menjadi tempat pengenalan media baru *podcast* pada masyarakat.

Komunitas *Podcaster* Indonesia berada di Loophaus Cilandak, Jalan Cilandak Tengah 3 No. 20, sebuah *work place* tempat komunitas ini menjalankan rangkaian acara ataupun event tentang *podcast*. Komunitas *Podcaster* Indonesia ini sering juga mengadakan *kopdar* atau biasa disebut kopi darat untuk kumpul dan *sharing* ilmu dengan *podcaster* lainnya. Banyak *podcaster-porcaster* yang berasal dari luar Jakarta dan mengadakan pertemuan dengan anggota komunitasnya di daerah setempat. Tidak hanya menjadi ajang memperkenalkan

podcast, komunitas ini juga memberikan kelas gratis kepada anggota baru yang ingin memulai kegiatan di dunia *podcast*. Mereka akan dibantu oleh *podcaster* yang sudah memiliki ratusan *listener*. Para senior tersebut membantu juniornya untuk mengonstruksikan *podcast* dan memberi kiat agar *podcast* bisa melakukan *monetize*.

Komunitas *Podcaster* Indonesia dikelola oleh beberapa *podcaster* yang juga berkecimpung di dunia industri audio yaitu *podcast*. Latar belakang dibentuknya komunitas ini berawal dari kesamaan minat dan keahlian berkomunikasi di hadapan publik. Kemudian, berkembang di dunia *podcast*, komunitas ini juga aktif memberikan sebagian dari ilmunya untuk para *podcaster* yang baru dan ingin memulai membuat *podcast*. Dengan cara *marketing*-nya, komunitas ini sering membuat beberapa *event* atau sekedar kumpul bersama *podcaster* lain sebagai ajang *sharing* ilmu, menambah relasi dan melakukan kolaborasi bersama *podcaster* lain. *Podcast* sendiri merupakan fenomena yang cukup awam di masyarakat karena kegunaannya yang belum banyak diminati, maka komunitas ini digunakan sebagai tempat promosi *podcast* yang sering *update* di sosial media seperti di LINE SQUARE. Dalam membentuk keterampilan berkomunikasi para *podcaster* dituntut untuk terlihat pandai berkomunikasi secara persuasif. Dimana *podcaster* hanya mengandalkan audio sebagai objek penyampaian informasi yang relevan.

Podcaster menjadikan *podcast* sebagai

media baru di era digital. Peneliti melihat bahwa pemanfaatan dari kehadiran sinyal teknologi yang memunculkan media baru berpotensi menggeser peran media lama secara ekstrim. Hal tersebut berakibat pada media baru yang pada akhirnya akan mengendalikan informasi sekaligus mengubah kerja manusia. Menghubungkan media baru *podcast* dengan fenomenologi sosial yang ada di kalangan masyarakat dan cukup awam ditelinga, maka hadirnya media baru *podcast* ini menjadi salah satu peran di jaman sekarang seperti yang dijelaskan dan terkait dengan Teori Determinasi tentang bagaimana Teknologi mengarahkan bagaimana individu harus berpikir, berperilaku, dan teknologi tersebut mengarahkan manusia bergerak dari satu massa teknologi ke teknologi selanjutnya.

Kehadiran media baru seperti internet memunculkan model komunikasi baru yaitu massa dan publik. Dimana yang tadinya berkomunikasi hanya kepada satu komunikan, menjadi komunikasi khalayak. Maka saat ini media baru dapat dikatakan sebagai penjelasan dari kondisi teknologi digital dan internet. Terkadang media baru juga kerap kali dikaitkan dengan istilah revolusi digital. Dewasa ini, media baru memungkinkan penggunanya untuk mengakses berbagai konten media kapan dan dimana saja melalui *gadget*. Selain memudahkan, media baru ini memiliki peranan yang sangat interaktif dan bebas. Dimana maksud dari interaktif sendiri yaitu dapat dengan langsung mengonsumsi

sumber informasi dan bebas dalam arti membuat konten-konten media tanpa terikat ruang dan waktu.

Lalu ada pula keterkaitan seorang *podcaster* dengan kemampuannya berkomunikasi secara individu seperti yang peneliti jelaskan dalam Teori *Self Efficacy* tentang suatu keyakinan individu terhadap segala aspek kelebihan yang dimiliki individu yang bertujuan menghasilkan suatu pencapaian lalu menyatakan bahwa *self-efficacy* merupakan keyakinan individu terhadap kemampuan dalam menggerakkan motivasi, sumber-sumber kognitif, dan serangkaian tindakan lain yang diperlukan untuk menghadapi tuntutan situasi. *Self-efficacy* juga berperan penting dalam menentukan peluang kita untuk sukses. Dan sumber dari kemajuan juga kemunduran kita saat berkomunikasi berdasarkan dari pengalaman. Karena tidak ada yang lebih kuat dari pengalaman langsung dari seorang komunikator untuk meningkatkan *self-efficacy* sendiri. Misal, dalam menguasai suatu tugas tertentu atau mengendalikan suatu lingkungan yang baru maka kita dituntut untuk membangun rasa kepercayaan diri dibidang tersebut sedangkan kegagalan dapat merusak dari sebuah kepercayaan itu sendiri.

Untuk memiliki rasa efikasi diri yang kuat kita membutuhkan pengalaman untuk mengatasi hambatan melalui upaya dan ketekunan. Dalam Teori *Self Efficacy* menekankan beberapa keyakinan yang membentuk 4 proses yaitu kognitif,

motivasi, afektif dan selektif dalam individu seorang *podcaster* itu sendiri: (1) Kognitif: Kognitif yang berarti pengetahuan secara umum atau kemampuan seseorang untuk meningkatkan pemahamannya tentang cara pandang dan menilai sesuatu hal yang dianggapnya benar dan menjadikan suatu kelebihan tersendiri dalam menerapkan aplikasi pada diri dan menunjang rasa kepercayaan diri seseorang akan suatu hal. Hal ini berdampak pula dengan sifat seorang *podcaster* yang dinilai harus memiliki rasa *knowledge* yang tinggi untuk memperkaya topik yang akan dibawa dalam suatu saluran media baru *podcast*, (2) Motivasi: Motivasi sendiri berarti suatu cara untuk mendefinisikan ketekunan seseorang, tujuan dan arah seseorang dalam mengambil suatu keputusan, peningkatan kemampuan emosional individual. Dan merupakan suatu dorongan dalam diri sendiri secara internal dan eksternal. Pengaplikasian motivasi pada seorang *podcaster* meliputi cara seorang individu melakukan komunikasi didepan publik melalui perantara media baru *podcast*. Konsistensi diri untuk stabil membuat suatu konten yang akan dinikmati banyak orang, (3) Afektif: Pengertian ini afektif disebabkan oleh interaksi sosial antar individu. Dalam komunikasi, afeksi menjadi cara seseorang individu dalam pembawaan sifat, atau karakter tersendiri. Jika dikaitkan dengan ciri khas seorang *podcaster* melalui media baru *podcast*, sifat afektif ini merupakan cara gaya bahasa dan keterampilannya dalam

berkomunikasi individu lalu untuk khalayak, dan yang terakhir untuk komunitas. Karena menyangkut komunikasi dan sosialisasinya kepada orang banyak, maka afektif bisa dikategorikan sebagai pendekatan sikap seorang *podcaster* itu sendiri, (4) Selektif: Selektif yaitu mempengaruhi pemilihan suatu aktivitas atau tujuan yang akan diambil oleh individu. Prilaku seorang individu ini dapat memperkuat kemampuan suatu minat dan jejaring sosialnya untuk mempengaruhi kehidupan. Seperti yang akan diterapkan oleh seorang diri *podcaster* dalam memposisikan dirinya, yaitu lebih selektif untuk memilih

topik pembicaraan dan membagikan pengalamannya sebagai tempat *sharing* ilmu untuk komunitasnya dan diri sendiri.

Self-efficacy juga melihat reaksi dalam diri untuk mencapai tujuan dan penyesuaian kembali tujuan pribadi. Dalam menghadapi orang lain, kita juga dapat menghadirkan karakter khusus kepada pendengar seperti memahami pesan khusus yang memiliki tujuan tertentu. Maka hal yang terpenting dalam percakapan adalah cara-cara pelaku komunikasi menciptakan stabilitas dan pengaturan dalam pembicaraan mereka.

Tabel. 1 Profil Informan

No.	Informan	Nama <i>Podcast</i>	Usia	Pekerjaan	<i>Listener</i>
1.	Rifqi Arrahmansyah	Petjah	23	Engineer Data	60.000
2.	Sony AK	BolaBanget	41	IT	100
3.	Kevin Rizky Fajrin	Topping	20	Mahasiswa	300
4.	Izzatil Adawiyah	Tukar Tambah	24	Ilustrator	300

Sumber: Olahan Peneliti

SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil pembahasan pada bagian sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan yaitu: (1) Pengguna memanfaatkan media baru *podcast* sebagai media komunikasi atau informasi. Pengguna *podcast* digunakan sebagai media informasi karena cukup sederhana dan sangat mudah cara penggunaannya, dan dapat menjalin komunikasi dan saling berkoneksi satu sama lain untuk saling berbagi informasi mengenai informasi. Dan juga merupakan suatu inovasi

baru sebagai saluran berkomunikasi yang cukup relevan sebanding dengan perkembangan kecanggihan teknologi, (2) Komunikasi publik sangatlah penting agar kita bisa saling mengetahui bagaimana keadaan satu khalayak. Agar dapat bertukar informasi ke sesama *podcaster* lain dan menjadi suatu kepercayaan tersendiri dalam berkomunikasi. Pemanfaatan komunikasi publik yang terjadi memiliki beberapa faktor yang sangat penting seperti keterbukaan, empati, sikap mendukung, dan sikap positif

dalam suatu interaksi komunitas di komunitas *podcaster* Indonesia, (3) Menjadikan *podcast* sebagai wadah untuk menunjang seseorang dalam pembentukan diri dan komunikasi melalui efikasi diri meliputi kemampuan secara kognitif, afektif, selektif, dan motivasional dalam keterampilan komunikasi seorang individu.

Saran yang bisa diberikan dari penelitian ini adalah agar peneliti selanjutnya mengembangkan metode menggunakan metode campuran anatar kualitatif dan kuantitatif. Dengan itu, akan dapat digambarkan lebih lengkap dari segi *podcaster* dan juga *listener* terkait dengan bagaimana *podcast* digunakan sebagai media alternatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Baran, S. J. (2010). *Pengantar Komunikasi Massa: Literasi Media dan Budaya*. Salemba Humanika.
- Edison Research. (2018). *The Podcast Consumer 2018*.
- Eka, R. (2018). *Podcast User Research in Indonesia 2018*. Dailysocial.Id.
- Febriana, A. I. D. (2018). Determinasi Teknologi Komunikasi Dan Tutupnya Media Sosial Path. *LONTAR Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 10–17.
- McLuhan, M. (2006). *The Medium is the Message*. Blackwell.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
- Namira, I. (2020). *7 Fakta Perkembangan Podcast di Indonesia, Makin Banyak Penggemarnya!* IDN Tiimes.
- Nurudin. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi Massa*. Raja Grafindo Persada.
- Ratmanto, T. (2005). Determinisme Teknologi Dalam Teknologi Komunikasi dan Informasi. *Jurnal Komunikasi: MediaTor*, 6(1).
- Shodiq, M. (2013). *GENERASI ONLINE DI IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA*.
- Thurlow, C., Lengel, L., & Tomic, A. (2004). *Computer Mediated Communication*. SAGE Publications.
- Zaenudin, A. (2017). *Hikayat Podcast*. Tirto.Id. <https://tirto.id/hikayat-podcast-cufm>