

STRATEGI PRODUKSI PODCAST “CUKO PEDES” DALAM MEMBANGUN KETERTARIKAN MINAT PENDENGAR (Studi Pada *podcast* Palembang Ekspres)

Jingga Julian Sari,¹ Sepriadi Saputra,² Gita Astrid³,

^{1,2} UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN FATAH PALEMBANG

e-mail : jingga24072004@gmail.com

ABSTRAK

Strategi produksi merupakan serangkaian perencanaan dan tindakan yang dilakukan dalam proses produksi untuk menghasilkan konten yang sesuai dengan tujuan serta kebutuhan audiens. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi produksi Podcast “Cuko Pedes” dalam membangun ketertarikan minat pendengar serta mengidentifikasi tantangan dan hambatan dalam proses produksinya. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teori Uses and Gratifications sebagai landasan untuk memahami kebutuhan, pilihan, dan pengalaman pendengar. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap sepuluh informan yang terdiri atas lima orang tim produksi dan lima orang pendengar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi produksi Podcast “Cuko Pedes” meliputi pemilihan topik aktual dan relevan, pemilihan narasumber yang memiliki nilai informasi dan edukasi, penggunaan gaya komunikasi host yang santai, perpaduan informasi dan hiburan, penggunaan teaser, distribusi melalui berbagai platform digital, evaluasi respons audiens, serta penyesuaian strategi terhadap keberagaman karakteristik audiens. Strategi tersebut memungkinkan konten disesuaikan dengan kebutuhan audiens yang berbeda, terutama kebutuhan memperoleh informasi lokal, hiburan, kemudahan akses, dan penyajian yang nyaman. Tantangan yang ditemukan meliputi keberagaman selera audiens, perubahan materi secara mendadak, kendala teknis pencahayaan dan audio, serta upaya mempertahankan ketertarikan audiens. Tim mengatasinya melalui persiapan fleksibel, koordinasi, pengecekan teknis, penggunaan perangkat cadangan, dan evaluasi respons audiens. Temuan menunjukkan bahwa strategi produksi yang adaptif dan mempertimbangkan kebutuhan audiens mendukung keberlangsungan serta ketertarikan terhadap Podcast “Cuko Pedes”

Keywords: Strategi Produksi, Podcast, Uses And Gratifications, Minat Pendengar

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan dalam industri media massa, terutama pada pola produksi dan distribusi konten komunikasi. Media konvensional tidak lagi hanya mengandalkan platform cetak maupun penyiaran tradisional, tetapi mulai bertransformasi menuju media

digital sebagai bentuk adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumsi audiens (Darayani, 2025; Muthmainnah et al., 2025). Salah satu bentuk media digital yang berkembang adalah podcast yang menawarkan fleksibilitas akses, kedekatan komunikasi, dan pengalaman konsumsi media yang lebih

personal. Dalam perspektif konvergensi media, konten dapat mengalir lintas platform dan audiens memiliki ruang yang lebih besar untuk memilih serta mengakses konten sesuai kebutuhannya (Jenkins, 2016).

Perkembangan podcast juga dimanfaatkan oleh media lokal sebagai bentuk inovasi untuk mempertahankan eksistensi di tengah persaingan media digital. Media daerah tidak hanya berhadapan dengan institusi jurnalistik lain, tetapi juga dengan kreator konten independen yang aktif di ruang digital. Kondisi tersebut mendorong media lokal melakukan diversifikasi dan produksi konten digital yang mampu menjangkau audiens dengan karakteristik konsumsi media yang berubah (Kurnia et al., 2024; Yuni et al., 2025).

Palembang Ekspres merupakan salah satu media lokal yang mengembangkan berbagai program digital, seperti Sumsel 24 Jam, Budak Lorong, Ternyata Bukan Mistis, Baseng (Bahasan Idak Penting Tapi Berfaedah), Sidak, dan Podcast “Cuko Pedes”. Podcast “Cuko Pedes” menjadi salah satu bentuk pengembangan konten digital Palembang Ekspres dengan format pembahasan yang mengangkat isu aktual dan dekat dengan kehidupan masyarakat. Berdasarkan observasi awal di lingkungan redaksi pada April 2026, tim produksi melakukan perencanaan tema berdasarkan isu yang berkembang, memilih narasumber yang relevan, serta mengemas pembahasan dengan gaya komunikasi yang santai dan komunikatif.

Data analytics Podcast “Cuko Pedes” yang tercantum dalam penelitian menunjukkan jumlah views yang mengalami fluktuasi selama 2020–2026. Pada 2020 tercatat sekitar 35.000

views, kemudian sekitar 15.000 pada 2021, 13.000 pada 2022, kurang dari 5.000 pada 2023, sekitar 7.000 pada 2024, sekitar 10.000 pada 2025, dan 10.388 pada 2026. Data tersebut memperlihatkan bahwa perhatian audiens terhadap podcast tidak selalu stabil sehingga strategi produksi dan pengelolaan konten menjadi bagian penting dalam mempertahankan ketertarikan audiens.

Keberhasilan podcast tidak hanya ditentukan oleh keberadaan platform digital, tetapi juga oleh strategi produksi yang diterapkan secara sistematis. Produksi podcast melibatkan perencanaan konten, pemilihan narasumber, pengemasan pesan, teknik penyajian, distribusi, dan evaluasi agar konten dapat diterima oleh audiens (Apriyanto et al., 2025; Febrianti & Yutanti, 2024). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa strategi komunikasi, konsistensi produksi, integrasi platform, dan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik audiens dapat mendukung keterlibatan audiens. Namun, kajian yang secara khusus membahas strategi produksi podcast jurnalistik pada media lokal masih relatif terbatas.

Penelitian ini memusatkan perhatian pada proses produksi sebagai sisi komunikator atau pengelola media, sedangkan ketertarikan pendengar digunakan sebagai hasil yang dipahami melalui pengalaman audiens. Posisi tersebut membedakan penelitian ini dari penelitian yang hanya melihat motivasi atau respons audiens. Dengan demikian, penelitian diarahkan untuk menjawab bagaimana strategi produksi Podcast “Cuko Pedes” dalam membangun ketertarikan minat pendengar serta bagaimana tantangan dan hambatan yang muncul dalam proses produksi.

Secara teoritis, penelitian menggunakan Uses and Gratifications untuk memahami audiens sebagai pihak aktif yang memilih dan menggunakan media berdasarkan kebutuhan tertentu (Humaizi, 2018; Baran & Davis, 2021). Teori ini digunakan untuk membaca alasan audiens mengakses Podcast “Cuko Pedes”, termasuk kebutuhan memperoleh informasi, hiburan, kemudahan akses, dan penyajian yang sesuai dengan preferensi mereka. Dengan demikian, teori tidak digunakan untuk menilai efektivitas media secara kausal, melainkan untuk menjelaskan keterkaitan antara keputusan produksi dan kebutuhan yang dinyatakan oleh audiens.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan tersebut digunakan untuk memahami proses, pengalaman, dan makna yang muncul dalam produksi Podcast “Cuko Pedes” secara mendalam. Penelitian kualitatif menempatkan peneliti sebagai instrumen utama dan menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2020).

Lokasi penelitian berada di lingkungan Harian Umum Palembang Ekspres. Sumber data primer diperoleh melalui wawancara dengan pihak yang terlibat dalam produksi Podcast “Cuko Pedes” serta pendengar podcast. Informan berjumlah sepuluh orang, terdiri atas lima informan internal yang terlibat dalam produksi dan lima informan audiens. Informan internal memberikan informasi mengenai perencanaan, produksi, teknis, penyuntingan, publikasi, dan promosi. Informan audiens memberikan informasi mengenai pengalaman mengakses podcast, alasan ketertarikan, kebutuhan yang

diperoleh, dan kecenderungan mengakses kembali episode.

Pemilihan audiens dilakukan secara purposive. Kriteria audiens dalam penelitian meliputi pernah mendengarkan Podcast “Cuko Pedes” minimal dua sampai tiga episode, aktif mengonsumsi podcast atau konten audio digital, dan memiliki ketertarikan terhadap konten atau isu lokal Palembang.

Teknik pengumpulan data terdiri atas observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan terhadap aktivitas perencanaan, proses rekaman, interaksi tim, penggunaan peralatan, dan lingkungan produksi. Wawancara dilakukan secara langsung dengan informan yang dipilih berdasarkan keterlibatan dan relevansinya terhadap objek penelitian. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa bahan visual dan dokumen yang berkaitan dengan proses produksi.

Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan menguraikan temuan lapangan, menginterpretasikan informasi dari informan, dan menghubungkannya dengan konsep strategi produksi serta teori Uses and Gratifications. Keabsahan temuan didukung dengan membandingkan informasi dari tim produksi, audiens, observasi, dan dokumentasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi produksi Podcast “Cuko Pedes” tidak hanya berorientasi pada penyelesaian teknis produksi, tetapi juga pada upaya menghasilkan konten yang relevan dengan kebutuhan audiens. Delapan strategi yang ditemukan meliputi pemilihan topik aktual dan relevan; pemilihan narasumber yang memiliki nilai informasi dan

edukasi; gaya komunikasi host yang santai; perpaduan informasi dan hiburan; penggunaan teaser; distribusi multiplatform; evaluasi respons audiens; serta penyesuaian strategi terhadap keberagaman selera dan konteks audiens.

3.1 Pemilihan Topik Aktual dan Relevan

Pemilihan topik menjadi tahap penting karena materi yang disajikan menentukan relevansi podcast dengan kebutuhan audiens. Tim produksi tidak menentukan tema secara sepihak, tetapi mempertimbangkan informasi yang sedang berkembang dan mendiskusikannya bersama. Alhadi Farid menjelaskan bahwa penentuan topik dilakukan dengan melihat informasi terkini atau yang sedang tren, kemudian dibahas bersama untuk menentukan konsep. Ide dapat berasal dari host maupun anggota tim lain dan selanjutnya didiskusikan.

Temuan tersebut diperkuat oleh pengalaman Tri Gustiana yang menyatakan bahwa ia tertarik memperoleh informasi mengenai kejadian atau isu di sekitar Palembang karena kesibukan bekerja membuatnya tidak selalu sempat membaca berita. Hal ini menunjukkan bahwa kedekatan topik dengan kehidupan audiens menjadi pertimbangan penting. Dalam perspektif Uses and Gratifications, kondisi tersebut mencerminkan audiens aktif memilih media berdasarkan kebutuhan informasi. Tujuan penggunaan media juga dapat diketahui melalui penjelasan langsung audiens. Dengan demikian, aktualitas dan relevansi lokal menjadi bagian dari strategi produksi yang menghubungkan isi podcast dengan kebutuhan sehari-hari audiens.

3.2 Pemilihan Narasumber yang Memiliki Nilai Informasi dan Edukasi

Tim produksi mempertimbangkan kompetensi dan nilai yang dapat diberikan narasumber. Alhadi Farid menjelaskan bahwa narasumber dipilih secara selektif dengan mempertimbangkan value, edukasi, dan exposure kepada audiens, bukan semata-mata untuk hiburan. Tri Gustiana juga menyatakan lebih tertarik ketika narasumber memahami bidang yang dibahas karena informasi menjadi lebih dapat dipercaya.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kompetensi narasumber menjadi bagian dari kualitas isi podcast. Dalam perspektif Uses and Gratifications, audiens mempertimbangkan kualitas sumber sebelum memilih konten. Pemilihan narasumber yang sesuai dengan tema memungkinkan podcast menyediakan informasi yang dianggap bermanfaat sekaligus memperkuat relevansi episode bagi audiens yang membutuhkan informasi tertentu.

3.3 Gaya Komunikasi Host yang Santai

Cara penyampaian menjadi unsur penting dalam membangun pengalaman audiens. Trisno Rusli menjelaskan bahwa ia mengonstruksikan pertanyaan dan pembahasan sebelum siaran agar dapat berkomunikasi dengan narasumber secara lebih santai dan tidak gugup. Nanda Januarti Effendi menyukai pembawaan host yang santai seperti percakapan biasa sehingga podcast tidak terasa seperti berita formal. Rintan Nadila juga menyukai gaya host yang natural dan tidak kaku.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa gaya komunikasi santai menjadi karakter penyajian Podcast “Cuko Pedes”. Informasi tetap

disampaikan, tetapi dikemas melalui percakapan yang lebih fleksibel. Dalam Uses and Gratifications, audiens memiliki kebebasan memilih bentuk penyajian yang sesuai dengan preferensi mereka. Oleh karena itu, gaya komunikasi host menjadi salah satu unsur produksi yang berkaitan dengan pengalaman nyaman dalam mengakses konten.

3.4 Perpaduan Informasi dan Hiburan

Podcast “Cuko Pedes” berupaya memadukan informasi, edukasi, dan hiburan dalam satu konten. Ade Riski Maulidia menyampaikan bahwa ia tertarik karena adanya unsur hiburan sekaligus edukasi dan biasanya menonton podcast ketika sedang santai serta ingin memperoleh tontonan yang ringan dan bermanfaat. Ia juga menyukai interaksi host dan narasumber yang tidak kaku dan memiliki unsur humor.

Temuan ini menunjukkan bahwa kebutuhan audiens tidak selalu bersifat tunggal. Audiens dapat menggunakan satu konten untuk memperoleh pengetahuan sekaligus hiburan. Kondisi tersebut sesuai dengan Uses and Gratifications yang memandang audiens sebagai pihak aktif dalam menentukan media yang dapat memenuhi kebutuhan mereka. Perpaduan informasi dan hiburan membuat podcast memiliki peluang menjadi salah satu pilihan media bagi audiens yang menginginkan pembahasan ringan tetapi tetap memberikan manfaat.

3.5 Teaser sebagai Strategi Menciptakan Perhatian

Teaser digunakan sebagai cuplikan konten yang menarik sebelum episode utama diakses. Kgs Yahya menjelaskan bahwa setelah video selesai diproduksi, tim membuat teaser untuk menarik minat pendengar. Piona Silsilia

menyampaikan bahwa ia awalnya hanya melihat cuplikan, tetapi kemudian melanjutkan ke episode lengkap karena topikny menarik. Temuan tersebut menunjukkan bahwa teaser berfungsi sebagai stimulus awal yang menghubungkan kegiatan promosi dengan konsumsi episode utama. Dalam perspektif Uses and Gratifications, audiens tetap memiliki kebebasan untuk menentukan apakah akan melanjutkan atau meninggalkan konten. Teaser tidak menjamin audiens menonton episode secara utuh, tetapi memberikan informasi awal yang dapat membantu audiens menentukan pilihan.

3.6 Distribusi Multiplatform

Podcast “Cuko Pedes” menggunakan YouTube, Facebook, Instagram, dan TikTok untuk distribusi dan promosi. Berdasarkan hasil penelitian, YouTube digunakan untuk menjangkau audiens nasional, Facebook diarahkan pada audiens Sumatera Selatan, Instagram menyasar audiens Palembang dan anak muda, sedangkan TikTok digunakan untuk menjangkau audiens nasional dan Sumatera Selatan. Penggunaan beberapa platform juga memungkinkan audiens menemukan konten melalui satu platform kemudian berpindah ke platform lain untuk mengakses episode lengkap.

Distribusi multiplatform memperlihatkan adaptasi terhadap kebiasaan konsumsi media digital. Dalam Uses and Gratifications, audiens bebas menentukan platform yang sesuai dengan kebiasaan mereka, sementara media bukan satu-satunya sumber pemenuhan kebutuhan. Oleh sebab itu, kehadiran di beberapa platform memperluas peluang podcast ditemukan dan dipilih di tengah banyaknya alternatif media.

3.7 Evaluasi Respons Audiens

Evaluasi dilakukan setelah konten dipublikasikan dengan melihat view, like, dan komentar. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa respons audiens tidak hanya terlihat melalui angka. Nanda kembali mengakses beberapa episode, Rintan memilih episode berdasarkan topik, Tri mencari episode lengkap melalui YouTube, Ade pernah membagikan potongan konten kepada teman, sedangkan Piona melanjutkan tontonan setelah melihat teaser.

Perilaku tersebut memberikan informasi tambahan bagi tim produksi untuk memahami ketertarikan audiens. Dalam Uses and Gratifications, pengalaman dan alasan audiens dapat digunakan untuk memahami tujuan penggunaan media. Karena itu, evaluasi sebaiknya tidak hanya berfokus pada metrik jumlah penonton, suka, dan komentar, tetapi juga memperhatikan perilaku mengakses kembali, mencari episode lengkap, atau membagikan konten.

3.8 Penyesuaian Strategi terhadap Keberagaman Audiens

Tim produksi menghadapi kenyataan bahwa selera penonton beragam dan tidak seluruh kebutuhan dapat dipenuhi dalam satu konten. Hasil wawancara dengan lima audiens menunjukkan alasan yang berbeda dalam mengakses Podcast “Cuko Pedes”: Nanda menyukai gaya host yang santai, Rintan menyukai penyampaian natural, Tri mencari informasi mengenai isu sekitar Palembang, Ade tertarik pada perpaduan hiburan dan edukasi, sedangkan Piona tertarik setelah melihat teaser dan karena topik atau narasumber tertentu.

Keberagaman tersebut menunjukkan bahwa strategi produksi tidak dapat dibuat berdasarkan satu ukuran ketertarikan. Tim perlu memahami konteks audiens dan menyediakan variasi topik, narasumber, gaya penyampaian, serta bentuk promosi. Dalam Uses and Gratifications, kondisi ini mencerminkan audiens aktif, kebebasan memilih media, keberadaan alternatif pemuas kebutuhan, serta pentingnya memahami tujuan penggunaan media berdasarkan keterangan audiens. Kedekatan isu lokal Palembang juga dapat menjadi konteks sosial dan kultural yang memberikan relevansi bagi sebagian audiens.

3.9 Tantangan dan Hambatan Produksi

Hasil penelitian menemukan empat kelompok tantangan dan hambatan utama, yaitu keberagaman kebutuhan dan selera audiens, perubahan materi secara mendadak, hambatan teknis, serta tantangan mempertahankan ketertarikan audiens.

Pertama, keberagaman kebutuhan dan selera membuat tim tidak mungkin memenuhi seluruh kebutuhan dalam satu episode. Perbedaan alasan audiens dalam memilih konten menunjukkan bahwa variasi menjadi bagian penting dalam strategi produksi. Tim dapat merespons kondisi tersebut melalui variasi topik, narasumber, gaya penyampaian, dan bentuk promosi.

Kedua, perubahan materi secara mendadak memengaruhi waktu persiapan dan kesiapan host. Trisno Rusli menjelaskan bahwa materi baru dapat muncul secara tiba-tiba sehingga sebelum siaran ia melakukan pencarian informasi melalui Google sekitar lima sampai sepuluh menit mengenai isu terbaru dari narasumber. Kondisi ini menjadi kendala

karena mengurangi waktu persiapan, tetapi sekaligus menunjukkan fleksibilitas tim dalam menjaga aktualitas materi.

Ketiga, hambatan teknis terutama berupa pencahayaan yang kurang dan audio yang tidak muncul. Alhadi Farid menjelaskan bahwa tim mengantisipasinya dengan menyiapkan dua sumber audio, melakukan pencadangan pada setiap kamera, dan menggunakan mikrofon eksternal. Langkah tersebut menjadi bentuk antisipasi agar gangguan teknis tidak menghilangkan kualitas informasi yang diterima audiens.

Keempat, mempertahankan ketertarikan audiens menjadi tantangan karena ketertarikan terhadap satu episode tidak otomatis membuat audiens mengikuti seluruh episode berikutnya. Audiens tetap melakukan seleksi berdasarkan topik, narasumber, gaya penyampaian, dan manfaat konten. Tim berupaya mempertahankan ketertarikan dengan melihat kebutuhan masyarakat, memilih topik yang relevan, menggunakan gaya penyampaian yang santai, serta memantau respons melalui jumlah penonton, komentar, dan interaksi di media sosial.

Secara keseluruhan, tantangan tersebut menunjukkan bahwa produksi podcast merupakan proses yang berlangsung secara berkelanjutan. Tim tidak cukup hanya menghasilkan satu episode yang menarik, tetapi perlu terus menyesuaikan produksi dengan perubahan isu, kebutuhan audiens, respons terhadap konten, dan kondisi teknis. Temuan ini sejalan dengan karakter audiens dalam Uses and Gratifications yang aktif dan selektif dalam menentukan media yang digunakan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, strategi produksi Podcast “Cuko Pedes” dalam membangun ketertarikan minat pendengar dilakukan melalui tahapan perencanaan, produksi, penyuntingan, publikasi, dan promosi. Strategi tersebut diwujudkan melalui pemilihan topik aktual dan relevan, narasumber yang memiliki nilai informasi dan edukasi, gaya komunikasi host yang santai, perpaduan informasi dan hiburan, penggunaan teaser, distribusi melalui YouTube, Instagram, Facebook, dan TikTok, evaluasi respons audiens, serta penyesuaian strategi terhadap keberagaman karakteristik pendengar. Temuan audiens menunjukkan bahwa ketertarikan dibentuk oleh kebutuhan yang berbeda, terutama kebutuhan informasi lokal, hiburan, penyajian yang nyaman, dan akses melalui platform yang sesuai.

Tantangan dan hambatan produksi meliputi keberagaman kebutuhan dan selera audiens, perubahan materi secara mendadak, kendala teknis berupa pencahayaan dan audio, serta tantangan mempertahankan ketertarikan audiens. Tim mengatasinya melalui persiapan fleksibel, koordinasi, pengecekan teknis, penyediaan perangkat cadangan, dan evaluasi respons audiens. Dengan demikian, strategi produksi yang adaptif terhadap kebutuhan audiens dan kondisi produksi mendukung keberlangsungan Podcast “Cuko Pedes” dalam menyajikan konten yang menarik dan menjangkau audiens melalui media digital.

DAFTAR PUSTAKA

Apriyanto, A. Y. N., Samariansyah, I., Tuanggoro, R. B. W. A., Siahaya, A. U. A. N., & Belekubun, S. (2025). *Dasar-Dasar Ilmu Penyiaran: Teori, Praktik, dan Etika Media*.

Submit Date: 14 September 2026 Accepted Date: 05 Oktober 2026 Published Date :14 Oktober 2026

Baran, S. J., & Davis, D. K. (2021). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. Cengage Learning.

Bratadiredja, M. F., Sambadi, H., & Amanda, N. T. (2025). Analisis motivasi ketertarikan generasi Z dalam mendengarkan podcast pada platform musik Spotify, 11(2).

Darayani, N. A. (2025). Respon penonton terhadap penampilan Felix Siauw pada Podcast Raymond Chin.

Daryanto, & Muljo, R. (2016). *Teori Komunikasi*. Gava Media.

Fadilah, E., Yudhapramesti, P., & Aristi, N. (2017). Podcast sebagai alternatif distribusi konten audio, 1, 90–104.

Febrianti, A., & Yutanti, W. (2024). Manajemen produksi program podcast “Action Nihil.” *Sospol*, 9(2), 288–307.
<https://doi.org/10.22219/jurnalsospol.v9i2.29736>

Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. USU Press.

Jenkins, H. (2016). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*.

Karunianingsih, D. A. (2021). Konvergensi media pada podcast Radar Jogja Digital dalam publikasi berita dan perluasan segmentasi audiens. 61–80.
<https://doi.org/10.31445/jskm.2021.3528>

Kurnia, A., Kharisbrossmerry, P., & Jessica, M. (2024). Optimalisasi konten podcast di aplikasi Noice sebagai preferensi Gen Z mendapatkan informasi dan hiburan, 34–45.

McQuail, D. (2016). *McQuail’s Mass Communication Theory*. Sage Publications.

Morissan. (2018). *Manajemen Media Penyiaran*. Kencana.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*.

Zellatifanny, C. M. (2020). Tren diseminasi konten audio on demand melalui podcast: Sebuah peluang dan tantangan di Indonesia. 5(2), 117–132.
<https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050202>