

## **PERSEPSI PENDENGAR TERHADAP *PODCAST* RINTIK SEDU DI SAMARINDA**

**Safriyani Mourint<sup>1</sup>, Sugandi<sup>2</sup>, Nurliah<sup>3</sup>**

### **ABSTRAK**

*Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami, menafsirkan, dan menganalisis bagaimana persepsi pendengar terhadap podcast Rintik Sedu di Samarinda. Indikator penelitian yang digunakan dalam artikel ini diambil dari indikator yang dirasakan yaitu penyerapan, pemahaman dan penilaian. Penelitian ini menggunakan teori uses and gratification. Dengan kata lain, audiens adalah massa yang aktif dan memiliki kekuatan untuk memutuskan media apa yang akan dikonsumsi. Serta teori S-O-R, mengasumsi bahwa stimulus yang diberikan akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu.*

*Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah observasi pertama, wawancara dan dokumentasi. Para informan adalah perempuan maupun laki-laki berusia 18-25 tahun pendengar podcast Rintik Sedu selama 8 bulan terakhir, dan masyarakat Samarinda yang terlihat sedang mendengarkan podcast ini pada sosial media milik mereka. Analisis data menggunakan metode Miles dan Huberman. Singkatnya, analisis data yang dimulai dengan proses mengumpulkan, reduksi atau meminimalkan, dan menyajikan data serta penarikan kesimpulan.*

*Dari hasil penelitian ini, persepsi pendengar terhadap podcast Rintik Sedu menghasilkan persepsi yaitu menyukai podcast tersebut. Secara keseluruhan persepsi pendengar cenderung positif karena audiens menganggap podcast tersebut memberikan banyak inspirasi maupun informasi. Persepsi yang muncul pun didasari oleh latar belakang, karakteristik maupun pengalaman masa lalu yang berbeda dari para informan.*

**Kata Kunci : Persepsi, Podcast, Podcast Rintik Sedu, Pendengar**

### **PENDAHULUAN**

Komunikasi, seperti halnya bernafas, merupakan bagian esensial dari kehidupan manusia. Kita membutuhkan komunikasi yang sudah kita jalani sampai sekarang. Melalui komunikasi, manusia dapat berinteraksi dan membangun hubungan dengan orang lain. Komunikasi dapat terjadi secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi tatap muka, seperti komunikasi antara dua orang atau

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: safriyani.mourint@gmail.com

<sup>2</sup> Dosen Pengajar dan Dosen Pembimbing I, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

<sup>3</sup> Dosen Pengajar dan Dosen Pembimbing II, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

lebih dan komunikasi tidak langsung melalui media pers dan media elektronik . Salah satu bentuk dari media massa adalah radio yang semakin bergeser keberadaannya karena perkembangan teknologi. Berbagai cara pengelola radio lakukan untuk menjawab kebutuhan zaman dengan membuat siaran menggunakan internet atau dikenal dengan *podcast*.

Sebutan ini sendiri berasal dari gabungan istilah *iPod* dan *broadcasting*. Bentuk media ini tidak menggunakan frekuensi AM/FM seperti radio sehingga keduanya tidak sama secara keseluruhan. Definisi *podcast* menurut Merriam Webster adalah program digital yang dapat diunduh secara otomatis dari internet dalam format file audio yang dilampirkan ke RSS. *Podcast* menyajikan rekaman audio yang telah direkam sebelumnya oleh sang pembuat, berbeda dengan radio yang disiarkan secara langsung. Istilah ini menjadi populer digunakan secara umum pada tahun 2004, ketika *iPod* sedang populer. Pada saat itu, teknologi telah dikembangkan untuk memungkinkan berlangganan, termasuk tautan ke *file* audio yang dapat diunduh. *Podcast* adalah kesempatan bagi pengembang konten audio, termasuk pengelola radio tradisional. Potensinya adalah mudah, otomatis, dapat dikontrol sepenuhnya, portabel, dan selalu tersedia jika konsumen ingin menggunakannya.

Penggunaan *podcast* di Indonesia mulai berkembang pesat pada tahun 2018. Meskipun terlambat “meledak” di masyarakat Indonesia, tetapi konten yang ditawarkan selalu mengalami perkembangan dalam berbagai aspek seperti teknologi, pemilihan konten, serta peluang monetisasi. Menurut survei Daily Social terhadap 2023 pengguna *smartphone* pada tahun 2018, 68% responden survei mengetahui keberadaan *podcast* dan 80% mengatakan telah mendengarkan *podcast* dalam 6 bulan terakhir.

*Podcast* diproduksi dalam bentuk inovatif seperti *talkshow*, monolog, *review*, hingga documenter, dan banyak digunakan untuk memberikan informasi, menghibur dengan warna tersendiri karena digarap dengan kemasan yang unik. Dilansir pada Kumparan.com pengguna *Spotify* yang mendengarkan *podcast* lebih dari 20% setiap bulan dan ini membuat pendengar *podcast* di Indonesia menjadi yang paling banyak di Asia Tenggara.

Salah satu judul *podcast* yang menduduki peringkat atas adalah Rintik Sedu yang dibawakan penulis seorang penulis Nadhifa Allya Tsana kelahiran Jakarta, yang menuangkan kecintaanya kata-kata ke dalam format audio. Nama ini diberikan sesuai dengan nama penanya dan ia ingin menjadikan *podcast* ini sebagai media yang dapat menjadi teman bagi para pendengar yang mencari tempat bertukar cerita dalam kisah cinta dan patah hati. *Podcast* yang dimulai sejak 24 mei 2019 pada platform *Spotify* ini menduduki posisi teratas selama beberapa bulan berturut-turut. Karena para pendengar lebih banyak memilih tema yang berhubungan dengan masalah hati atau permasalahan kehidupan sehari-hari. Semua episode dikemas dengan pembawaan yang santai sehingga pendengar dibawa seperti sedang mendengarkan cerita teman dekatnya.

*Podcast* dapat berperan dalam membentuk pola pikir, perilaku, dan budaya masyarakat sebagai salah satu media yang dapat dinikmati oleh banyak audiens. Hal ini memungkinkan media memanfaatkan disposisi persepsi dan kognitif kita untuk

memanipulasi gambaran kita tentang citra diri kita sendiri, orang lain, masyarakat, bahkan dunia.

### ***Rumusan Masalah***

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dianalisis dan dikemukakan oleh penulis, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana persepsi pendengar terhadap *podcast* “Rintik Sedu” di Samarinda.

### ***Tujuan Penelitian***

Dengan permasalahan yang telah diuraikan, maka secara umum tujuan dari penelitian pada skripsi ini adalah menganalisis dan mengetahui tentang persepsi pendengar terhadap *podcast* “Rintik Sedu” di Samarinda.

### ***Manfaat Penelitian***

Adapun manfaat yang penulis harapkan dari penulisan penelitian skripsi adalah:

#### 1. Manfaat Teoritik

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat digunakan untuk menambah bahan acuan dan referensi pada penelitian sejenis di masa mendatang bagaimana persepsi pendengar terhadap *podcast* “Rintik Sedu”. Selain itu, diharapkan dapat menambah acuan ilmiah pada pembahasan media *podcast*.

#### 2. Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini, peneliti dan masyarakat umum dapat memperoleh banyak pemahaman mengenai persepsi pendengar terhadap *podcast*.

## **KERANGKA DASAR TEORI**

### ***Komunikasi Massa***

Komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan melalui media massa secara serempak dan ditujukan kepada audiens yang berjumlah banyak, tersebar, dan heterogen.

Ciri-ciri dari komunikasi massa antara lain:

- a. Komunikator melembaga
- b. Komunikasikan bersifat anonim dan heterogen
- c. Pesan bersifat umum
- d. Komunikasinya berlangsung satu arah
- e. Menimbulkan keserempakan
- f. Mengandalkan peralatan teknis
- g. Dikontrol oleh *Gatekeeper*

### ***Fungsi-fungsi Komunikasi Massa***

Fungsi komunikasi massa secara umum menurut Effendy dalam buku Karlinah, dkk (2009: 18) di antaranya:

1. Fungsi Informasi
2. Fungsi Pendidikan

### 3. Fungsi Mempengaruhi

Media massa dan massa dengan jumlah yang banyak tidak bisa dipisahkan dari komunikasi massa. Oleh karena itulah, peranan media dalam menyampaikan pesan dan informasi menjadi objek kajian yang tak terelakkan.

#### ***Media Massa***

Media massa adalah media komunikasi yang menyampaikan informasi kepada khalayak secara serempak melalui berbagai media dan pesannya diperhatikan secara bersamaan. Media massa terdiri dari media elektronik, media cetak dan media online. Media elektronik sendiri terbagi dalam berbagai kategori seperti radio dan televisi, dan media cetak juga dibagi menjadi beberapa kategori. Media cetak meliputi surat kabar atau koran, majalah, buku, dan sebagainya. Media online meliputi media internet seperti website, blog, dan lainnya (Yunus, 2010:27).

Pada prinsipnya media massa adalah suatu insititusi yang dilembagakan dan bertujuan untuk menyebarkan informasi kepada khalayak sasaran. Media massa memiliki elemen penting, yaitu :

1. Terdapat sumber informasi
2. Isi pesan (informasi)
3. Saluran informasi (media)
4. Target audiens (masyarakat)
5. Pendapat audiens sasaran atau umpan balik khalayak.

Kelima komponen ini menciptakan proses komunikasi antara pemilik isi pesan (sumber informasi) dengan penerima pesan melalui saluran informasi (media). Proses komunikasi ini bertujuan agar mencapai kebersamaan terhadap isi pesan yang disampaikan (Kuswandi, 1996:98).

#### ***Teori Uses and Gratification***

Teori penggunaan dan kepuasan atau *uses and gratification* merupakan salah satu teori media yang penelitiannya berfokus pada khalayak sebagai penentu dalam pilihan media. Pemirsa dipandang aktif dan bertanggung jawab atas penggunaan media mereka dan untuk memilih media mana yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pengguna media adalah orang yang aktif dalam proses komunikasi dan pengguna media berusaha untuk mencari sumber media terbaik untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan kata lain, teori penggunaan dan kepuasan mengasumsikan bahwa pengguna dapat memilih alternatif yang dapat memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2007:181).

#### ***Teori S-O-R***

Teori SOR (Stimulus, Organism, Response) merupakan proses komunikasi yang memunculkan respons spesifik dan memprediksi serta memperkirakan korespondensi antara pesan dan respons komunikan. Unsur-unsur pada model ini adalah pesan (stimulus), pembawa pesan atau komunikan (Organism), dan efek atau umpan balik (Response) (Effendy, 2003:254).

Inti dari teori ini adalah bahwa setiap proses efek media kepada individu harus didahului oleh minat dan paparan dari beberapa pesan media. Hasilnya

memutuskan waktu dan sering membuat perbedaan bagi banyak orang. Teori tersebut menyatakan bahwa perubahan perilaku dapat terjadi ketika suatu *stimulus* (rangsang) benar-benar melebihi rangsangan aslinya. *Stimulus* yang melebihi semula ini berarti *stimulus* yang diberikan harus mampu membujuk, meyakinkan komunikasi ini, dan menghasilkan dampak yang memiliki peranan langsung.

### ***Podcast***

*Podcast* didefinisikan sebagai episode program yang tersedia di internet, biasanya merupakan rekaman audio atau video asli, tetapi juga dapat berupa rekaman siaran televisi atau program radio, kuliah, pertunjukan, atau program acara lainnya. *Podcast* mengeluarkan setiap episode dalam format file yang sama, seperti audio atau video, sehingga pelanggan selalu bisa menikmati acara tersebut dengan cara yang sama.

*Podcast* di Indonesia mulai diawali dan dikembangkan pada tahun 2015 oleh Adriano Qalbi dengan judul “Podcast Awal Minggu”. *Podcast* ini berisi cerita materi tentang kegelisahan yang dialami Adri dengan diberikan unsur humor. Sejak itu, *Podcaster* atau orang yang membuat *podcast* pun berkembang dan terdiri dari berbagai macam latar belakang, mulai dari penulis, hingga selebritas Indonesia banyak yang memanfaatkan format ini untuk berhubungan dengan penggemar mereka. Di antaranya adalah Raditya Dika, Joshua Suherman, dan masih banyak lagi. *Podcast* audio juga dimanfaatkan untuk tujuan Pendidikan dan pemberdayaan masyarakat.

### ***Persepsi***

Persepsi adalah proses pengorganisasian dan penginterpretasian terhadap stimulus atau rangsangan yang diterima oleh organisme atau individu sehingga memiliki makna dan dapat dikatakan sebagai proses aktivitas yang membawa hasil. Persepsi mungkin berbeda antara satu individu dengan yang lainnya. Menurut Bimo Walgito (2010), persepsi memiliki indikator-indikator antara lain penyerapan atau penerimaan, pengertian atau pemahaman, dan penilaian atau evaluasi.

### ***Definisi Konsepsional***

Definisi konsepsional dari penelitian ini yaitu Persepsi pendengar terhadap *podcast* Rintik Sedu, yaitu pandangan pendengar dalam menyimpulkan dan menafsirkan suatu tayangan atau pertunjukan yang disiarkan melalui media massa dalam hal ini *podcast*, yang memberikan konten dalam bentuk audio maupun video dengan berbagai macam tema. Kemudian konten tersebut diterima oleh alat indera dan gambaran stimulus yang diterima diklasifikasikan, dibandingkan, dan dipilih untuk membentuk pemahaman, lalu selanjutnya diberikan evaluasi pada *podcast* tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

### ***Jenis Penelitian***

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Menurut Mardalist (2004:26), penelitian deskriptif bertujuan untuk menjelaskan apa-apa saja yang terjadi sekarang. Dalam penelitian ini terdapat upaya mendeskripsikan, merekam, menganalisis serta menginterpretasi keadaan saat ini atau peristiwa yang ada. Penelitian ini tidak menguji hipotesis, melainkan hanya menggambarkan dan mendeskripsikan informasi yang sesuai dengan variabel-variabel yang diteliti.

### ***Fokus Penelitian***

Dalam penelitian ini, fokus penelitian adalah persepsi pendengar terhadap *podcast* Rintik Sedu, sehingga yang menjadi indikator yang diteliti terdiri dari :

- a. Penyerapan / Penerimaan, terkait dengan stimulus yang diterima informan sebelum atau selama mendengarkan *podcast* Rintik Sedu,
- b. Pengertian atau Pemahaman, mengenai seberapa jauh informan memahami konten *podcast* Rintik Sedu,
- c. Penilaian atau evaluasi, mengenai apa saja respon informan terhadap *podcast* Rintik Sedu.

### ***Lokasi Penelitian***

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Samarinda dan sekitarnya.

### ***Sumber dan Jenis Data***

Sumber data adalah benda, hal atau orang tempat peneliti mengamati, membaca atau bertanya tentang data yang dibutuhkan. Pemilihan informasi didasarkan pada subjek yang memiliki informasi yang relevan dengan permasalahan yang diteliti dan bersedia menyediakan data. Di dalam penelitian ini penunjukkan informan menggunakan teknik insidental atau *Accidental Sampling* yang dapat diartikan sebagai teknik penentuan sampel sumber data dengan berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu dianggap sebagai sumber data yang tepat (Sugiyono, 2017:67)

Agar mendapatkan data yang dibutuhkan, peneliti menggunakan beberapa jenis data. Jenis-jenis data yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut :

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh dari narasumber dengan cara melakukan wawancara yang sesuai dengan fokus penelitian yang disiapkan sebelumnya oleh peneliti.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui beberapa sumber informasi seperti dokumen-dokumen yang berkaitan dengan persepsi terhadap sebuah *podcast*.

### ***Teknik Pengumpulan Data***

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan pula melalui :

1. *Library research* atau penelitian kepustakaan, dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dari literatur dan mempelajari pedoman teknis serta teoritis yang dapat digunakan sebagai bahan penelitian skripsi ini.

2. Riset Lapangan atau survei langsung (*Field research*), penelitian dilakukan secara langsung dengan objek yang diteliti dengan cara oservasi dan wawancara sehingga terjadi pengumpulan data dan informasi.

### ***Teknik Analisis Data***

Sebagaimana dikemukakan oleh Matthew B. Miles dan Michael Huberman dalam Sugiyono (2012) bahwa data kualitatif menggunakan analisis data model interaktif yang terdiri atas empat komponen, yaitu :

1. Pengumpulan Data
2. Penyederhanaan Data
3. Penyajian Data atau representasi data
4. Penarikan Kesimpulan

### ***Hasil Penelitian dan Pembahasan***

Dari hasil penelitian penulis akan memberikan kesimpulan sesuai dengan penjabaran pada bab sebelumnya dan diharapkan dapat berguna pada pengembangan skripsi di masa yang akan datang.

Hasil dari penelitian di lapangan dengan melakukan observasi serta wawancara menunjukkan bahwa pendengar memiliki hak penuh dalam memilih media apa yang akan dia konsumsi. Pesan atau stimulus merupakan pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan atau dalam penelitian ini adalah para pendengar. Kemudian para pendengar atau orang yang menerima stimulus tersebut akan melakukan pemaknaan. Setelah semua diproses di dalam otak pendengar kemudian akan menimbulkan respon atau efek yang berupa perubahan sikap baik afektif, kognitif, dan konatif. Hal ini pun dilakukan dengan tidak meninggalkan indikator persepsi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penyerapan atau penerimaan, pengertian atau pemahaman, dan evaluasi.

Pada tahap pertama yaitu penyerapan atau penerimaan, pendengar dapat menerima informasi dengan cukup baik dengan mendapatkan terpaan informasi yang didapatkan berdasarkan kesengajaan, dari pihak lain dalam hal ini teman sepermainan, maupun melalui media lain dan mengikuti perkembangan podcaster Rintik Sedu secara keseluruhan.

Selanjutnya pada tahap pemahaman atau pengertian sebagian pendengar dapat mengerti dengan jelas isi pesan pada setiap episode yang dirilis, tetapi pada sebagian pendengar mengalami kesulitan untuk memahami isi pesan yang disampaikan pada tema tertentu karena belum mengalaminya secara langsung. Hal ini membuat mereka secara aktif memilih tema yang ingin didengarkan serta lebih mengerti akan pengalaman orang lain.

Hasil penilaian atau evaluasi pendengar yang mengetahui podcast ini karena unsur kesengajaan dalam mencari pada chart yang tersedia menilai positif, informasi yang diberikan dapat langsung dimengerti sehingga menimbulkan respon yaitu mendengarkan podcast Rintik Sedu ini secara rutin. Hal ini didukung dengan keterikatan pendengar secara emosional yang terlihat saat wawancara pada podcast ini, sehingga sesibuk apapun keseharian mereka pasti akan menyempatkan diri untuk mendengarkannya.

## **PENUTUP**

### ***Kesimpulan***

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mengenai persepsi pendengar dapat ditarik kesimpulan terhadap *podcast* Rintik Sedu yaitu menghasilkan persepsi yang cenderung positif terhadap terpaan yang didapatkan melalui panca indera yang para pendengar inderakan disesuaikan dengan rumusan masalah dan fokus penelitian maka hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pendengar baru yang mengetahui *podcast* Rintik Sedu dari informasi teman atau sumber lain seperti *podcast* lain, mempersepsikan *podcast* ini dengan kurang positif. Banyak dari audiens menganggap *podcast* Rintik Sedu hanya menawarkan konten tentang cinta sebelum mencoba mendengarkannya. Hal ini disebabkan karena perbedaan sumber informasi dan jenis kelamin informan.
2. Pendengar yang telah mengetahui karya-karya Rintik Sedu sebelum *podcast* dirilis memberikan persepsi positif karena telah mengetahui secara umum bagaimana tema yang akan diangkat oleh *podcaster* ini sehingga mereka dapat lebih mengerti isi pesan setiap episode yang diluncurkan setiap minggunya. Selain itu, pendengar juga menganggap bahwa *podcast* Rintik Sedu banyak memberikan berbagai macam pesan dan makna bagi pendengarnya baik informasi atau inspirasi
3. Keseluruhan pendengar merasakan efek yang diakibatkan setelah mendengarkan *podcast* Rintik Sedu. Antara lain mendapatkan informasi tentang pengalaman, perasaan dan banyak kosa kata baru yang belum pernah diketahui sebelumnya, keterikatan secara emosional sehingga para pendengar terbawa perasaannya saat mendengarkan. Hal ini membuat mereka terus mendengarkan *podcast* tersebut dan setia menunggu episode terbaru setiap minggunya.

### ***Saran***

Berdasarkan kesimpulan yang telah disebutkan di atas, maka peneliti menyajikan beberapa saran seperti berikut ini:

1. Diharapkan *podcaster* dapat terus mempertahankan kualitas konten dan mengembangkan tema yang dibawakan agar di masa depan dapat lebih berkembang serta diterima berbagai lapisan masyarakat,
2. Untuk *podcaster* agar dapat terus mempertahankan kualitas konten dan mengembangkan tema agar lebih diterima berbagai lapisan masyarakat, baik laki-laki maupun perempuan.

### ***Daftar Pustaka***

- Ardianto, Elvinaro & Erdiyana dkk, 2014. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Bungin, Buran, 2008. *Konstruksi sosial media massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo

- Persada.  
Effendy, Onong Uchyana. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*, Bandung : Remaja Rosdakarya.  
Klass, Dan dan Geoghegan, Michael W. 2007. *Podcast Solutions The Complete Guide to Audio and Video Podcasting*. New York: Springer-Verlag  
M. A, Morissan. 2011. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana Predama Media Group.  
Miles, Matthew B dan A. Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif* Jakarta: Universitas Indonesia.  
Nurudin, 2013. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada  
Rakhmat, Jalaluddin, 2012. *Psikologi Komunikasi*, edisi revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya  
Rosmawati H.P. 2010. *Mengenal Ilmu Komunikasi : Metacommunication Ubiquitous*. Bandung: Widya Padjadjaran  
Sulistyo-Basuki. 2006. *Metode Penelitian*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra  
Yunus, Syarifudin. 2010. *Jurnalistik Terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia  
Walgito, Bimo. 2010. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: C.V Andi Offset

### **Sumber Internet**

- Agnes, Tia. 2020 “Awalnya Sembunyikan Identitas, Apa Sih Arti Nama Rintik Sedu?” (<https://hot.detik.com/spotlight/d-4923716/awalnya-sem-bunyikan-identitas-apa-sih-arti-nama-rintik-sedu>)  
Alda, Isnaina. 2009 “Persepsi Khalayak Terhadap Iklan Politik (Studi Deskriptif Kuantitatif Mengenai Persepsi Siswa SMA Negeri 2 Solo Terhadap Iklan Politik Soetrisno Bachir Pada Televisi)” (<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/14811/Mjk2ODA=/Persepsi-khalayak-terhadap-iklan-politik-studi-deskriptif-kuantitatif-mengenai-persepsi-siswa-SMA-Negeri-2-Solo-terhadap-iklan-politik-Soetrisno-Bachir-pada-televisi-abstrak.pdf>)  
Apple. “Apa Podcast itu?” (<https://www.apple.com/id/itunes/podcasts/fanfaq.html>)  
Baso, Idil. 2017 “Persepsi Mahasiswa Tentang Berita Penistaan Agama di Media Sosial” (<http://repositori.uin-alauddin.ac.id/8123/1/Idil%20Baso.pdf>)  
Dailysocial.id. (2018). Podcast User Research. Diakses melalui : (<https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-penggunaan-layanan-podcast-2018>)  
Dapu, Silvana Monica, dkk. 2015 “Persepsi Khalayak Terhadap Iklan Aqua Botol Tanpa Segel Plastik” (<https://media.neliti.com/media/publications/94096-ID-persepsi-khalayak-terhadap-iklan-aqua-bo.pdf>)  
Fitri, Indah. “Pemetaan Sosial Sebaran Kriminalitas Di Kota Samarinda Berbasis Single Exponential Smoothing Dan Sistem Informasi Geografis” (<https://media.neliti.com/media/publications/237619-pemetaan-sosial-sebaran-kriminalitas-di-dff811f3>)  
Kumparan. 2020 “Spotify: Pendengar Podcast di Indonesia Terbanyak se-Asia Tenggara” (<https://kumparan.com/millennial/spotify-pendengar-podcast-di-indonesia-terbanyak-se-asia-tenggara-1tV7zdmCpV0/full>)  
Kusumapradja, Alex. 2020 “9 Rekomendasi Podcast Lokal Terbaru Wajib Dengar

- di Spotify” (<https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/5/2020/20219/9-rekomendasi-podcast-lokal-terbaru-wajib-dengar-di-spotify>)
- Rosa, Mila. 2020 “Kisah Tsana dibalik “Rintik Sedu” ” (<http://rdk.fidkom.uinjkt.ac.id/index.php/2020/09/30/kisah-tsana-dibalik-rintik-sedu/>)
- Zaenudin, Ahmad. 2017 “Hikayat Podcast” (<https://tirto.id/hikayat-podcast-cufm>)