

**PENGARUH AKSES *PODCAST* GERY ARDIAN PADA APLIKASI  
*SPOTIFY* TERHADAP KEPUASAN PENDENGAR DALAM  
MEMPEROLEH INFORMASI TENTANG *RELATIONSHIP* REMAJA.**

**SKRIPSI**

Oleh

*Reza Romiyansyah*

*NPM 1616031017*



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2023**

## ABSTRAK

### PENGARUH AKSES *PODCAST* GERY ARDIAN PADA APLIKASI *SPOTIFY* TERHADAP KEPUASAN PENDENGAR DALAM MEMPEROLEH INFORMASI TENTANG *RELATIONSHIP* REMAJA

Oleh

**REZA ROMIYANSYAH**

Perkembangan media pada saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, kehadiran sosial media memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk mendapatkan berbagai informasi. Seperti halnya *Spotify* selain menyediakan layanan *streaming* musik, juga menyediakan layanan untuk mendengarkan *podcast* yang memiliki berbagai informasi yang dibutuhkan oleh banyak orang. Gery Ardian merupakan salah satu *podcaster* di *Spotify* yang memiliki popularitas yang tinggi, konten *podcast*-nya yang bertema percintaan atau *relationship* remaja menjadi pemikat tersendiri bagi kaum remaja khususnya.

Berdasarkan pernyataan diatas tujuan dari penelitian ini untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu, seberapa besar pengaruh *podcast* Gery Ardian di aplikasi *Spotify* terhadap kepuasan pendengar yang mendengarkan dalam memperoleh informasi tentang *relationship* remaja? Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Podcast* Gery Ardian pada aplikasi *Spotify* terhadap tingkat kepuasan pendengar untuk memperoleh informasi tentang *relationship* remaja.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pengikut *podcast* Gery Ardian di *Spotify*. Penentuan sampel dengan teknik *simple random sampling* dengan jumlah responden 100 orang. Jenis data yang digunakan menggunakan data primer dan sekunder. Data dikumpulkan melalui penyebaran instrumen berupa kuesioner.

Hasil menunjukkan bahwa terdapat konstanta skor koefisien regresi dengan nilai 78%. Skor ini bermakna bahwa tiap-tiap orang mendengarkan *podcast* Gery Ardian di *Spotify*, maka kepuasan mendapatkan informasi meliputi indikator dan aspek – aspek definisi operasional akan meningkat sebesar 78%.. Oleh karena itu terdapat pengaruh antara mendengarkan *podcast* Gery Ardian di *Spotify* terhadap kepuasan informasi tentang *relationship* remaja.

**Kata Kunci:** Akses *Podcast* Aplikasi *Spotify*, Kepuasan Pendengar, Informasi *Relationship*

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF GERY ARDIAN'S PODCAST ACCESS ON THE SPOTIFY APPLICATION ON VISITOR SATISFACTION IN OBTAINING INFORMATION ABOUT TEENAGE RELATIONSHIPS**

*By*

**REZA ROMIYANSYAH**

*The development of the media is currently experiencing very rapid development, the presence of social media makes it easy for users to get various information. Just like Spotify, apart from providing a music streaming service, it also provides a service for listening to podcasts which have various information needed by many people. Gery Ardian is one of the podcasters on Spotify who has high popularity, his podcast content with the theme of romance or teenage relationships is a special charm for teenagers in particular.*

*Based on the statement above, the purpose of this study is to answer the research question, namely, how much influence does Gery Ardian's podcast have on the Spotify application on listener satisfaction in obtaining information about adolescent relationships? Thus, the purpose of this study was to determine the effect of Gery Ardian's Podcast on the Spotify application on listener satisfaction levels to obtain information about adolescent relationships.*

*This study uses a quantitative approach using simple linear regression analysis. The population used in this research is Gery Ardian's podcast followers on Spotify. Determination of the sample by simple random sampling technique for 100 people. The type of data used uses primary and secondary data. Data was collected through the distribution of instruments in the form of questionnaires.*

*The results show that there is a constant regression coefficient score with a value of 78%. This score means that everyone listens to Gery Ardian's podcast on Spotify, so information satisfaction will increase by 78%. Therefore there is an influence between listening to Gery Ardian's podcast on Spotify on information satisfaction about adolescent relationships.*

**Keywords:** *Access to the Spotify Podcast Application, Listener Satisfaction, Relationship Information*

**PENGARUH AKSES *PODCAST* GERY ARDIAN PADA APLIKASI  
*SPOTIFY* TERHADAP KEPUASAN PENDENGAR DALAM  
MEMPEROLEH INFORMASI TENTANG *RELATIONSHIP* REMAJA.**

Oleh

*Reza Romiyansyah*

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
**SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2023**

Judul Skripsi

: **PENGARUH AKSES *PODCAST* GERY  
ARDIAN PADA APLIKASI *SPOTIFY*  
TERHADAP KEPUASAN PENDENGAR  
DALAM MEMPEROLEH INFORMASI  
TENTANG *RELATIONSHIP* REMAJA.**

Nama Mahasiswa

: **Reza Romiyansyah**

Nomor Pokok Mahasiswa

: **1616031017**

Jurusan

: **Ilmu Komunikasi**

Fakultas

: **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



2. **Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.**  
NIP. 19800728 200501 2 001

**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

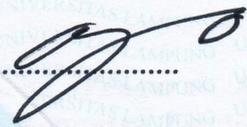
**Ketua**

**: Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si.** .....



**Penguji Utama**

**: Agung Wibawa S.Sos., M.Si.** .....



**2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Dra. Ida Nurhaida, M.Si.**  
**NIP. 196108071987032001**



**Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 April 2023**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reza Romiyansyah  
NPM : 1616031017  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Alamat : Jl. Sukardi Hamdani Gg. Palapa 10 J, Gunung Terang,  
Bandarlampung

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul (**Pengaruh Akses Podcast Gery Ardian Pada Aplikasi Spotify Terhadap Kepuasan Pendengar Dalam Memperoleh Informasi Tentang Relationship Remaja**) adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila di kemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, 11 April 2023

Yang membuat pernyataan,



**Reza Romiyansyah**

NPM. 1616031017

## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Reza Romiyansyah. Penulis dilahirkan di Bandar Lampung pada 19 Februari 1998. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara, buah hati dari orang tua yang luar biasa Miswan dan Rosmiati. Penulis menyelesaikan pendidikan di SDN 02 Labuhan Ratu pada tahun 2010, SMP Muhammadiyah 3 Bandar Lampung pada tahun 2013, dan SMAN 9 Bandar Lampung pada tahun 2016. Pada tahun 2016 penulis terdaftar di Universitas Lampung, fakultas ilmu sosial dan ilmu politik sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi.

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif dalam kegiatan organisasi yaitu menjadi anggota *broadcasting* di Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, dan pengurus bidang Humas di Paduan Suara Mahasiswa Universitas Lampung yang ada di kampus. Pada Tahun 2017 Penulis mengikuti kompetisi internasional paduan suara di Bali. Pada tahun 2018 penulis menjalani Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Way Ngison, Batu Ketulis, Lampung Barat. Pada tahun 2019 penulis mengikuti kompetisi Paduan Suara di Kota Semarang dan juga Lampung. Pada tahun 2020 penulis menjalani Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Polda Lampung selama kurang lebih 30 hari. Pada tahun 2020 penulis menjadi penyiar radio Sonora Lampung dan Rajawali Fm. Pada tahun 2021 penulis menjadi host dan juga admin di suatu aplikasi layanan *live streaming*, sampai sekarang penulis masih aktif menjadi host, konten kreator dan juga admin di suatu aplikasi layanan *live streaming*.

# **MOTTO**

*“Dream, believe and make it happen”*

**[Agnéz Mo]**

*“if you are broken, you don't have to stay broken”*

**[Selena Gomez]**

## **PERSEMBAHAN**

Penulis persembahkan skripsi ini untuk:Diri saya sendiri,  
Terimakasih sudah mau berjuang, dan tidak menyerah  
walaupun banyak mengeluhnya.

Kedua orang tua saya.  
Kakak-adik dan keluarga tersayang.

## SANWACANA

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penelitian dengan judul **PENGARUH AKSES *PODCAST* GERY ARDIAN PADA APLIKASI *SPOTIFY* TERHADAP KEPUASAN PENDENGAR DALAM MEMPEROLEH INFORMASI TENTANG *RELATIONSHIP* REMAJA** ini dapat selesai, sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Lampung. Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang banyak berjasa dalam memberikan doa, bantuan dan semangat kepada penulis, yaitu:

1. Allah SWT atas segala berkat, rahmat, hidayah-Nya serta kesehatan dan petunjuk yang selalu Engkau berikan.
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung.
3. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
4. Bapak Toni Wijaya, S.Sos., M.A., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi.
5. Ibu Hestin Oktiani, S. Sos., M. Si., selaku pembimbing penelitian skripsi yang penulis lakukan. Terimakasih untuk bu Hestin karena telah membimbing peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini. Terimakasih atas kesabaran ibu dalam mengedukasi peneliti mengenai penelitian ini.
6. Bapak Agung Wibawa, S. Sos., M. Si., selaku dosen penguji dalam penelitian ini. Terimakasih atas kritik dan saran yang telah bapak berikan kepada saya selama melaksanakan penelitian ini.
7. Ibu Tina Kartika, M.Si., selaku dosen pembimbing akademik bagi peneliti selama menjalani masa perkuliahannya di jurusan Ilmu Komunikasi.
8. Bapak Dr. Ibrahim Besar, M. Si., selaku dosen pembimbing pada saat peneliti

melakukan praktik kerja lapangan, terimakasih dukungan dan pengertian ibu selama peneliti menjalankan PKL dan seterusnya.

9. Seluruh dosen, staff, administrasi, dan karyawan FISIP Universitas Lampung, khususnya staff Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah membantupenulis demi kelancaran skripsi ini.
10. Untuk diri sendiri, terimakasih sudah mau berjuang untuk menyelesaikan penelitian ini, terimakasih karena tidak menyerah walaupun kadang masih banyak gagalnya. Terimakasih untuk terus mencoba melakukan hal terbaik demi masa depan yang cerah.
11. Kedua orang tua penulis: Ayah dan Ibu yang selalu memberi dukungan kepada peneliti selama melaksanakan perkuliahan. Terima kasih telah sabar mendidiku dan sabar menungguku menyelesaikan penelitian ini tanpa memaksa. Terimakasih juga sudah membimbing dan memenuhi kebutuhan penulis selama ini. Terimakasih untuk ibu dan ayah yang selalu sabar dan tidak lelah untuk membantuku menyelesaikan penelitian ini.
12. Kedua saudara penulis: Beni dan Ridho yang selalu menyemangatiku untuk menyelesaikan penelitian ini.
13. Keluarga besar yang selalu memberi semangat kepada penulis selama penulis berkuliah hingga menyelesaikan penelitian ini.
14. Kak Gery Ardian, S.I.Kom., selaku yang mempunyai *podcast* di dalam penelitian penulis. Terimakasih kak gery, yang sudah mengizinkan *podcast* nya untuk diolah peneliti di dalam penelitian ini. Terimakasih juga sudah membantu, memberikan saran dan juga solusi di dalam sepanjang penelitian ini.
15. Teman penulis : Benchmark, terimakasih sudah mau mengantar jemput, menemanimengambil dan menaruh berkas, menemani menunggu dosen dan masih banyak lagi. Bantuanmu sangat berharga karena penelitian ini telah selesai.
16. Teman-teman seperjuangan penulis : Nca, Laras, Annisa, Sinta, Azizah, Febrina, Nesi, Feby, Kibo, Agung, Afdal, terimakasih telah menemani, membantu, mendukung dan memberikan kenangan indah bagi penulis selama melakukan perkuliahan. Berkumpul dan bermain bersama kalian akan menjadi

hal yang paling penulis rindukan. Semoga kita sukses di jalan yang kita pilih.

17. Sahabatku : Riko, terimakasih karena telah membantu penulis mengerjakan penelitian ini, sabar selalu membantu disaat penulis bingung, dan selalu menyemangati penulis hingga penelitian ini selesai.
18. Untuk mas Redy staff jurusan Ilmu Komunikasi, terimakasih karena sudah sabar dan sangat membantu penulis untuk mengurus berkas – berkas.
19. Ilmu Komunikasi angkatan 2016 reguler, terimakasih karena kalian masa – masa kuliah penulis menjadi lebih bewarna, menjadi banyak kenangan yang akan penulis rindukan. Semoga kita semua akan sukses!
20. Teman – teman penulis diluar kampus : Ferdi, Syifa, Kynda, Ryan, Abdi terimakasih karena sudah menemani penulis selama penelitian ini berlangsung hingga selesai, hari – hari penulis jadi tidak membosankan berkat kalian.
21. Teman teman angkatan 2016 yang berjuang bersama peneliti sejak masuk kuliah hingga sekarang. Semangat dan sukses ya guys!
22. Untuk kamu, seseorang yang tidak bisa penulis sebutkan namanya, penulis sangat berterimakasih untuk semua kenangannya, kamu juga menjadi penyemangatku untukku mengerjakan skripsi ini. Berkat mu penulis memiliki teman bicara untuk berkeluh kesan mengenai hari – hari penulis, entah itu hari buruk ataupun hari indah. Kamu akan selalu penulis kenang.

Bandar Lampung, 07 Juni 2023

Penulis,

**Reza Romiyansyah**

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
1.5 Kerangka Pikir .....	13
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>16</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
2.2 Unsur-Unsur dalam Penelitian .....	22
2.2.1 Internet .....	22
2.2.2 <i>Spotify</i> .....	24
2.2.3 <i>Podcast</i> .....	26
2.2.4 Kepuasan Informasi Remaja .....	33
2.2.5 Faktor-Faktor yang Berpengaruh pada Kepuasan Khalayak terhadap Konten Media .....	36
2.2.6 Komunikasi Antar Pribadi .....	37
2.2.7 <i>Relationship</i> .....	40
2.3 Landasan Teori.....	41
<b>III. METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>44</b>
3.1 Tipe Penelitian .....	44
3.2 Pendekatan Penelitian .....	45
3.3 Definisi Konseptual.....	46
3.4 Definisi Operasional.....	46
3.5 Populasi dan Sampel .....	54

3.5.1	Populasi.....	54
3.5.2	Sampel.....	55
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.7	Teknik Pemberian Skor.....	58
3.8	Pengujian Instrumen Penelitian.....	59
3.8.1	Uji Validitas.....	59
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	60
3.9	Teknik Analisa Data.....	61
3.10	Pengujian Hipotesis.....	62
<b>IV.</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>64</b>
4.1	Gambaran Umum.....	64
4.1.1	Gambaran Umum Profil Gery Ardian.....	64
4.1.2	Gambaran Umum <i>Podcast</i> Gery Ardian di <i>Spotify</i> .....	65
4.2	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	67
4.2.1	Uji Validitas.....	67
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	70
4.3	Hasil Penelitian.....	70
4.3.1	Karakteristik Responden.....	70
4.3.2	Deskripsi Variabel X <i>Podcast</i> Gery Ardian di <i>Spotify</i> .....	72
4.3.3	Deskripsi Variabel Y Kepuasan Informasi tentang <i>Relationship</i> Remaja.....	90
4.3.4	Persentase Nilai Kumulatif Variabel X dan Y.....	102
4.3.5	Analisis Data.....	105
4.3.6	Pembahasan Penelitian.....	109
<b>V.</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>118</b>
5.1	Simpulan.....	118
5.2	Saran.....	119

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 <i>Podcast</i> Gery Ardian di Aplikasi <i>Spotify</i> Agustus-Desember 2021 .....	7
1.2 <i>Podcast</i> Gery Ardian di Aplikasi <i>Spotify</i> Januari-Juli 2022 .....	8
2.1 Penelitian Terdahulu .....	20
3.1 Tabel Definisi Operasional .....	50
3.2 Tabel Rata-Rata Pendengar <i>Podcast Relationship</i> Remaja Gery Ardian .	55
3.3 Kriteria Realibilitas .....	60
4.1 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel (X) <i>Podcast</i> Gery Ardian di <i>Spotify</i> .....	68
4.2 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel (Y) Kepuasan Informasi tentang <i>Relationship</i> Remaja .....	69
4.3 Hasil Uji Reliabilitas .....	70
4.4 Data Frekuensi Jenis Kelamin.....	71
4.5 Data Frekuensi Usia .....	71
4.6 Dimensi Instrumen Variabel X .....	72
4.7 Frekuensi Lama Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> di <i>Spotify</i> .....	73
4.8 Frekuensi Lama Mendengarkan Konten <i>podcast</i> Gery Ardian di <i>Spotify</i>	73
4.9 Frekuensi Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian di <i>Spotify</i> dalam 1 Hari .....	74
4.10 Frekuensi Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian di <i>Spotify</i> dalam 1 Pekan .....	74
4.11 Frekuensi Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian di <i>Spotify</i> dalam 1 Bulan .....	75
4.12 Durasi Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> di <i>Spotify</i> .....	75
4.13 Durasi Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian di <i>Spotify</i> .....	76
4.14 Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian untuk dapat Mendapatkan Informasi tentang Cara Membangun Hubungan.....	76
4.15 Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian untuk dapat Mengetahui Informasi tentang Cara Memulai Hubungan .....	77

4.16 Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian untuk Mengetahui Informasi tentang Cara Meningkatkan Hubungan.....	77
4.17 Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian untuk Mengetahui Informasi Cara Membuat Hubungan Semakin Dekat.....	78
4.18 Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian untuk Mengetahui Informasi Cara Mempertahankan Hubungan .....	78
4.19 Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian untuk Mengetahui Informasi Cara Membuat Langgeng Hubungan .....	79
4.20 Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian untuk Mengetahui Informasi Cara Mengatasi Konflik Hubungan .....	80
4.21 Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian untuk Mengetahui Informasi Cara Menghadapi Perseteruan Hubungan.....	80
4.22 Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian untuk Mengetahui Informasi Cara Menghadapi Pemutusan Hubungan.....	81
4.23 Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian untuk Mengetahui Informasi Cara Menghadapi Berakhirnya Hubungan.....	81
4.24 Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian untuk Lebih Percaya Diri dalam Memulai Hubungan .....	82
4.25 Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian untuk Lebih Berani dalam Memulai Hubungan .....	83
4.26 Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian untuk Lebih dapat Mengontrol agar Tidak Egois dalam Hubungan.....	83
4.27 Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian untuk dapat Lebih Saling Mengerti dalam Hubungan .....	84
4.28 Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian untuk dapat Berinteraksi dengan Gery Ardian.....	85
4.29 Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian untuk dapat Bertanya Gery Ardian tentang Hubungan.....	85
4.30 Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian untuk dapat Berinteraksi dengan Sesama Pendengar.....	86
4.31 Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian untuk dapat Berdiskusi dengan Sesama Pendengar.....	87

4.32 Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian untuk Melepaskan Ketegangan .....	87
4.33 Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian untuk Meringankan Rasa Lelah, Stres dan Bosan .....	88
4.34 Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian untuk Menemani Waktu Aktivitas.....	88
4.35 Mendengarkan Konten <i>Podcast</i> Gery Ardian untuk Menemani Waktu Makan .....	89
4.36 Dimensi Instrumen Variabel X .....	90
4.37 Kepuasan Informasi dalam Membangun Hubungan.....	90
4.38 Kepuasan Informasi dalam Memulai Hubungan.....	91
4.39 Kepuasan Informasi dalam Meningkatkan Hubungan .....	91
4.40 Kepuasan Informasi dalam Membuat Hubungan Semakin Dekat .....	92
4.41 Kepuasan Informasi dalam Mempertahankan Hubungan .....	92
4.42 Kepuasan Informasi dalam Membuat Langgeng Hubungan.....	93
4.43 Kepuasan Informasi dalam Menghadapi Konflik dalam Hubungan .....	93
4.44 Kepuasan Informasi dalam Menghadapi Perseteruan dalam Hubungan.	94
4.45 Kepuasan Informasi dalam Menghadapi Pemutusan Hubungan.....	94
4.46 Kepuasan Informasi dalam Menghadapi Berakhirnya Hubungan.....	95
4.47 Kepuasan Informasi Menjadi Percaya Diri dalam Membangun Hubungan.....	95
4.48 Kepuasan Informasi Menjadi Lebih Berani dalam Membangun Hubungan.....	96
4.49 Kepuasan Informasi Menjadi dapat Lebih Mengontrol untuk Tidak Egois dalam Hubungan.....	96
4.50 Kepuasan Informasi Menjadi Saling Mengerti dalam Hubungan .....	97
4.51 Kepuasan Informasi dapat Berinteraksi dengan Gery Ardian .....	98
4.52 Kepuasan Informasi dapat Bertanya dengan Gery Ardian .....	98
4.53 Kepuasan Informasi dapat Berinteraksi dengan Sesama Pendengar .....	99
4.54 Kepuasan Informasi dapat Berdiskusi dengan Sesama Pendengar .....	100
4.55 Kepuasan Informasi dapat Melepaskan Ketegangan.....	100
4.56 Kepuasan Informasi dapat Meringankan Rasa Lelah, Stres, dan Bosan	101

4.57 Kepuasan Informasi dapat Menemani Waktu Aktivitas .....	101
4.58 Kepuasan Informasi dapat Menemani Waktu Makan .....	102
4.59 Kategori Persentase Nilai Setiap Pernyataan .....	103
4.60 Kategori Item pada Variabel X .....	103
4.61 Kategori Item pada Variabel Y .....	104
4.62 Kategori Nilai Korelasi .....	105
4.63 Rekapitulasi Nilai Pengujian.....	115

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar	Halaman
1.1 Survei Mengenai Penggunaan <i>Podcast</i> di Indonesia .....	3
1.2 <i>Podcast</i> Gery Ardian di Aplikasi <i>Spotify</i> .....	6
1.3 Diagram Proposi Platform untuk Mendengarkan <i>Podcast</i> .....	10
1.4 Kerangka Berfikir.....	14
4.1 Contoh Judul <i>Podcast</i> Gery Ardian di <i>Spotify</i> .....	66
4.2 Pengujian Korelasi Variabel X terhadap Y .....	107
4.3 Pengujian Regresi Linear Sederhana .....	107
4.4 Pengujian Hipotesis.....	108

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kehadiran internet telah memberikan kontribusi yang besar bagi perkembangan dunia teknologi saat ini. Tidak hanya mempengaruhi pola hidup dan kebiasaan, tetapi juga mendominasi ruang interaksi manusia. Internet membuat media konvensional tak lagi menjadi pilihan utama. Masyarakat kini mulai menikmati layanan *streaming* yang dinilai lebih fleksibel dan mudah diakses. Canggihnya perangkat digital di era modern ini seakan menghadirkan dunia dalam genggaman. Sebagaimana dibahas Richard Hunter (2002) dengan *world without secrets* bahwa kehadiran media digital menjadikan sesuatu yang mudah dicari dan terbuka.

Pesatnya kemajuan teknologi internet diiringi dengan meningkatnya kompleksitas kebutuhan manusia sehingga memunculkan berbagai jenis media digital seperti media *online*, media sosial, buku elektronik hingga radio digital. Media digital ini memberikan cara yang berbeda dalam bertemu *audiens*. Tidak seperti media konvensional yang bersifat satu arah, melalui media baru, audiens tidak lagi menerima pesan secara pasif dan memungkinkan mereka terhubung dengan jaringan yang lebih luas, dapat berinteraksi satu sama lain serta mengambil peran aktif dalam pemaknaan pesan.

Dampak yang ditimbulkan internet diduga akan mematikan potensi radio pada awalnya, akan tetapi seiring dengan berjalannya waktu, kemunculan internet merupakan suatu peluang untuk memunculkan kembali konten audio yang mulai tergeser. Kebangkitan ini kemudian ditandai dengan adanya media alternatif, seperti *live streaming* di situs radio *online* serta

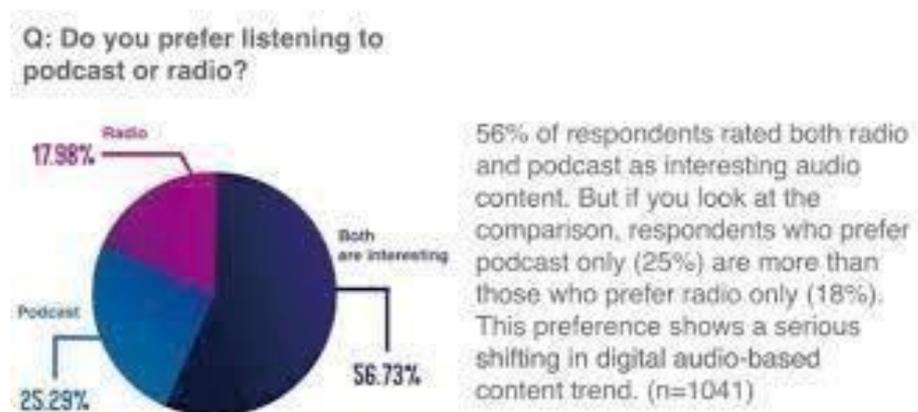
program radio yang didistribusikan melalui media sosial seperti *Youtube*, *Instagram*, dst atau aplikasi khusus *streaming* audio seperti *Spotify*. Melihat kondisi tersebut, konten audio memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan di ranah internet.

Komunikasi dengan menggunakan internet sebagai komunikasi sekunder, proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang (bahasa) sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi merupakan media kedua yang sering digunakan dalam berkomunikasi.

*Podcast* merupakan salah satu contoh media komunikasi yang kini mulai populer di Indonesia. *Podcast* berasal dari gabungan kata-kata “*iPod*” dan “*Broadcasting*”, hal ini dikarenakan *Apple* yang meluncurkan *iPod* dan yang pertama kali memperkenalkan *podcast* (Sheldon, 2017). Titik awal munculnya istilah *podcast* antara tahun 2004 – 2005. Secara sederhana, *podcast* diartikan materi audio atau video yang tersedia di internet yang dapat secara otomatis dipindahkan ke komputer atau media pemutar *portable* baik secara gratis maupun berlangganan. *Podcast* dapat didengarkan sambil melakukan aktivitas. Karakteristik manusia di era modern ini cenderung menyukai hal-hal yang instan dan fleksibel. Saat ini *podcast* sudah bisa didengarkan di berbagai *platform*, tidak hanya dari produk-produk *Apple* saja. *Podcast* merupakan episode program yang tersedia di internet dan biasanya merupakan rekaman asli audio. *Podcast* biasanya menawarkan tiap episode dalam format *file* yang sama sehingga pendengar selalu bisa menikmati program tersebut dengan cara yang sama.

*Podcast* berbeda dengan radio yang kebanyakan kontennya merupakan siaran langsung. Bagi pendengar, *podcast* adalah sebuah sajian untuk menikmati konten menarik baik hiburan maupun berbagai macam informasi dari seluruh dunia secara gratis. Sedangkan bagi *podcaster* (orang yang membuat konten di *podcast*), *podcast* adalah cara yang sangat efektif untuk menjangkau banyak pendengar sesuai dengan tema konten masing-masing *podcaster*. Walaupun *podcast* tergolong hal baru, akan tetapi pada tahun 2018 *podcast* berhasil mengalahkan media audio tradisional yaitu radio dilansir dari [dailysocial.id](http://dailysocial.id) sebagai berikut.

**Gambar 1.1** Survei Mengenai Penggunaan *Podcast* di Indonesia



Sumber : *Daily Social* (2018), diakses pada tanggal 04 Oktober 2021

Seperti melihat dari survei yang dilakukan *Daily Social* di tahun 2018 (*DailySocial.Id*, 2018) mengenai pertumbuhan *podcast* di Indonesia dari total responden 2.023 pengguna ponsel pintar, menyatakan bahwa mereka lebih banyak mendengarkan siaran *podcast* dengan persentase 25,29% jika dibandingkan dengan mendengarkan siaran radio yang hanya sebesar 17,98%.

Pada hakikatnya, setiap media memiliki segmentasi dan penikmatnya sendiri, begitupun dengan *podcast*. Meskipun audiens-nya belum sebanyak konten audio visual, tetapi *podcast* mulai tumbuh dan memiliki pasarnya sendiri. Sebagai medium yang baru lahir, tumbuh kembang *podcast* akan sangat bergantung pada kualitas dan variasi konten yang disajikan. Tidak

hanya itu, eksistensi *podcast* ke depannya juga dipengaruhi oleh aspek sosial, tren, dan kesempatan untuk mengaksesnya (Allifiansyah, 2018).

Perkembangan *podcast* juga tidak terlepas dari berbagai tantangan, salah satunya adalah bersaing dengan konten audio visual. Kehadiran *podcast* memunculkan berbagai jenis platform baru sebagai media publikasinya. Beberapa platform tersebut, antara lain *Apple Podcast*, *Anchor*, *Overcast*, *Player.fm*, *Inspigo*, *Soundcloud*, *Google Podcast* serta *Spotify*. Hal menarik lainnya, bahkan platformseperti *Anchor* dapat secara otomatis menyebarkan konten ke berbagai layanan distribusi lainnya, yaitu *Spotify*, *Castbox*, dan *Google Podcast*. Hal ini menunjukkan bahwa ruang publikasi *podcast* tidak terbatas hanya pada satu platform dan memberikan kemudahan bagi kreator untuk mempublikasikan kontennya (Fauzi, 2020).

*Podcast* juga merupakan bagian dari medium interaktif dimana *audiens* dapat memberikan respon secara langsung melalui kolom komentar. Selain itu, keberadaan *podcast* juga memberikan warna tersendiri karena digarap dengankemasan yang kreatif berupa drama, *talkshow*, monolog, *review*, hingga dokumenter. *Podcast* tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga dapat memberikan literasi dan wawasan melalui topik yang beragam dan dibutuhkan oleh para pendengarnya. Meskipun *podcast* memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas dan variasi konten dibanding radio siaran, bukan berarti *podcast* terbebas dari tantangan (Fauzi, 2020).

Padatnya aktivitas membuat mereka seakan tidak memiliki banyak waktu untuk mengonsumsi media yang tergolong repot dan menyita waktu seperti televisi maupun radio yang kini mulai kurang menarik terkesan jadul. Hadirnya *podcast* yang bersifat *on-demand* yang diproduksi oleh profesional maupun radio amatir (Bonini, 2015: 21-30) merupakan sebuah alternatif agar audiens dapat tetap menikmati konten bahkan saat sedang menjalani aktivitas.

Pada media konvensional, seperti televisi dan radio, orang yang berhak memproduksi konten adalah orang yang telah ditunjuk atau memiliki kredibilitas sesuai dengan kebidangannya. Akan tetapi, pada fenomena *podcast* ini, semua orang dapat memproduksi konten sesuai dengan keinginannya sendiri (Adnan, 2021). Selain itu, konten yang diproduksi juga dapat dipublikasikan secara bebas tanpa perlu khawatir adanya sensor dari lembaga penyiaran. Kemudahan dalam memproduksi konten *podcast* ternyata mendorong khalayak untuk membuat berbagai jenis konten. Variasi konten audio di situs *online* kini menjadi sangat beragam. Sejumlah materi *podcast* audio dapat ditemukan di kanal media online, antara lain *podcast* bertajuk *Subjective* milik Iqbal Hariadi, *Podcast Awal Minggu* milik Adriano Qalbi sekaligus pelopor *podcast* di Indonesia, *Thirty Days of Lunch*, *Rapot*, *BagiSuara*, *Do You See What I See* dan sederet kanal lainnya yang masing-masing memiliki penikmatnya sendiri.

Fenomena yang menarik adalah kehadiran *podcast* memberikan ruang bagi audiens untuk memproduksi konten yang diinginkan. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pergeseran standar dalam memproduksi sebuah konten. Topik konten atau genre yang ditawarkan *podcast* hampir sama dengan konten-konten yang ada pada platform *Youtube*.

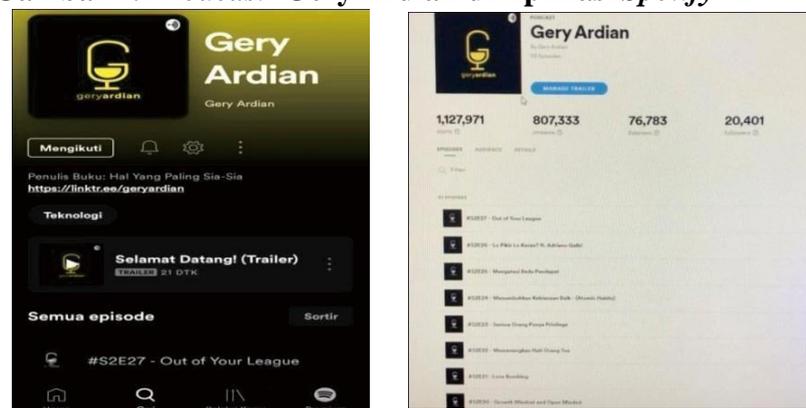
Dilansir dari [indovoiceover.com](http://indovoiceover.com) fenomena dan kendala yang sering terjadi di *podcast* yang pertama adalah konten, *podcaster* terkadang tidak bisa kebal dari namanya *write block* atau kebuntuan. Kenyataannya bekerja di industri kreatif akan selalu terbentur dengan ide, tema atau konten, termasuk yang nantinya diunggah menjadi audio dalam bentuk *podcast*. Kedua, butuh waktu produksi yang lama, proses dalam pembuatan *podcast* memang sangat panjang dari mulai mencari pembicara yang sesuai, melakukan perekaman, dan pengeditan. Kendala ketiga teknik penyampaian yang tidak menarik, tidak semua orang bisa berbicara lancar meskipun berupa suara saja. Ada yang mempunyai bawaan lahir bisa lancar berbicara, sedangkan ada yang tidak. Yang keempat yaitu teknis, hasil konten produksi *podcast*

bisa dinikmati semua kalangan, apabila *podcaster* membuat desain web yang menyegarkan mata dan juga mempunyai *microfon* agar suara enak didengar. Dengan adanya fenomena yang di atas, apabila terjadi di dalam kanal *podcast* ini akan menjadi tidak adanya kepuasan dalam diri seseorang yang mendengarkannya.

Hingga kini, *podcast* menawarkan berbagai genre atau topik konten yaitu seperti berita dan politik, kisah, horror atau kriminal, pendidikan, pengetahuan, seni, hiburan, masyarakat dan budaya, anak anak dan keluarga, olahraga, gaya hidup, hingga bisnis dan teknologi. Semakin beragam konten yang dibuat oleh para *podcaster* (para pembuat siaran *podcast*) maka membuat pendengar *podcast* terus bertambah. Karena dengan kemudahan mengakses internet, khalayak akan lebih mudah memilih siaran *podcast* sesuai dengan kebutuhannya. Seperti saat ini banyak pembuat konten lokal yang secara teratur memproduksi *podcast* -nya.

Jenis konten *podcast* yang bersifat personal kalanya mampu membangkitkan emosi pendengarnya. Hal ini membuat seakan pesan yang disampaikan melalui audio ditujukan kepada diri sendiri, seolah kreator sedang bicara langsung kepada pendengarnya. Kelebihan ini dinilai mampu memenuhi kebutuhan *audiens*, bukan hanya dari segi hiburan dan wawasan, tetapi sebagai teman bercerita, contohnya seperti *podcast* milik Gery Ardian sebagai berikut.

**Gambar 1.2 Podcast Gery Ardian di Aplikasi Spotify**



Sumber: Aplikasi Spotify, diakses pada tanggal 10 November 2021

*Podcast* Gery Ardian adalah salah satu *podcast* terkenal di daerah Bandar Lampung, dan peneliti tertarik untuk meneliti *podcast* tersebut. *Podcast* Gery Ardian merupakan media baru yang sangat berkembang signifikan, mulai dari pengikutnya, episode yang sangat bervariasi, dan memberikan informasi yang baik, bermanfaat dan sangat mendukung untuk pendengarnya. *Podcast* Gery Ardian terbentuk pada tahun 2019, yang dimana alasan *podcast* ini terbentuk dikarenakan latar belakang *podcaster* yaitu Gery Ardian dulunya adalah seorang penyiar radio di salah satu radio kota BandarLampung dan sudah menjadi penyiar selama 5 tahun. Lalu setelahia sudah tidak siaran di radio, ia menemukan media baru *podcast* ini dan ingin sekaliterjun di dunia *podcast*. Menurutnya dikarenakan *podcast* sangat terkenal awalnya di Amerika dan sekarang di Indonesia pun sedang banyak digandrungi oleh anak –anak muda. Masa muda adalah masa dengan rasa ingin tau yang tinggi sehingga *podcaster* ingin sekali memberikan konten dengan ilmu yang bermanfaat, supaya pendengar mendapatkan informasi yang baik dari wawasan dan juga pengalaman *podcaster* supaya memacu serta memotivasi pendengar. Oleh karena itu alasan Gery Ardian membuat *podcast* ini sampai sekarang dengan berbagai episode dan konten yang telah hadir di aplikasi *Spotify* (Novilia, 2020). Berikut ini merupakan data *podcast* yang sudah di rilis oleh Gery Ardian pada Agustus sampai Desember 2021.

**Tabel 1.1 *Podcast* Gery Ardian di Aplikasi *Spotify* Agustus-Desember 2021**

Agustus	September	Oktober	Desember
<b>16 Agustus</b> <i>Love Bombing</i> , 4.731 pendengar	<b>12 September</b> Menumbuhkan Kebiasaan Baik - ( <i>Atomic Habbit</i> ), 4.647 pendengar	<b>4 Oktober</b> Lo Pikir Lo Keren? ft. Adriano Qalbi, 5.294 pendengar	<b>13 Desember</b> Jadi <i>Support System</i> Yang Baik ft. Chita, 3.876 pendengar
<b>17 Agustus</b> Memenangkan Hati Orang Tua, 4.071 pendengar	<b>26 September</b> Mengatasi Beda Pendapat, 4.627 pendengar	<b>11 Oktober</b> <i>Out of Your League</i> , 4.196 pendengar	<b>29 Desember</b> <i>Love Aja Nggak Cukup!</i> , 3.423 pendengar

**Tabel 1.1 (Lanjutan)**

Agustus	September	Oktober	Desember
<b>22 Agustus</b> Semua Orang Punya <i>Previllege</i> , 4.321 pendengar			<b>31 Desember</b> Resolusi dan Kepercayaan Diri, 3.368 pendengar

Sumber : Akun Spotify Gery Ardian, diakses pada 7 Oktober 2022

Pada *podcast* Gery Ardian mengangkat permasalahan-permasalahan *relationship* pada remaja seperti percintaan, hubungan antar teman dan juga hubungan dengan orangtua. Memiliki rentang 3.000 sampai 5.000 pendengar. Begitu pula dengan tahun 2022, *podcast series* Gery Ardian juga masih dengan permasalahan *relationship* remaja yang memiliki 2.000 sampai 5.000 pendengar.

**Tabel 1.2 Podcast Gery Ardian di Aplikasi Spotify Januari-Juli 2022**

Januari	April	Mei	Juli
<b>13 Januari</b> Keberuntungan dan Keseimbangan ft. Andre Banyu, 2.844 pendengar	<b>20 April</b> Novelty dan Ruang Sendiri, 2.697 pendengar	<b>3 Mei</b> Disakitin Malah Makin Cinta, 3.341 pendengar	<b>31 Juli</b> Salah Kaprah Tentang Manusia, 2.126 pendengar
<b>20 Januari</b> <i>Flirty VS Friendly</i> , 5.134 pendengar			

Sumber : Akun Spotify Gery Ardian, diakses pada 7 Oktober 2022

Dari sepanjang berkarir Gery Ardian memberikan kejutan yang sangat luar biasa dari mulai *followers* atau pengikut *podcast* sangat meningkat dan juga tidak disangka sangka pun selama *podcast* ini berjalan hingga memiliki 90.000 lebih pendengar. *Podcast er* Gery Ardian juga menulis sebuah buku yang berjudul “Hal Yang Paling Sia – Sia”.

*Relationship* merupakan konsep umum yang banyak dibicarakan dalam ilmu psikologi, seperti relasi manusia, relasi sosial, atau pun relasi interpersonal. Jenisnya beragam, antara lain relasi orang tua dengan anak, relasi pasangan, relasi antar rekan kerja, relasi pertemanan, relasi tetangga, dan lain sebagainya. Manusia sebagai makhluk sosial tentu tidak lepas dari interaksi dan komunikasi. Interaksi dan komunikasi yang terjalin dapat

dilakukan secara langsung ataupun tidak langsung dengan perantara berbagai macam media. Dengan interaksi dan komunikasi manusia dapat saling terhubung dan terjadi kontak yang berlanjut.

Hubungan atau *relationship* sangat penting bagi manusia khususnya usia remaja. Usia remaja memang menjadi usia yang rawan karena pengendalian diri yang masih rendah, emosi yang belum terkendali serta belum tumbuhnya kemandirian dan kedewasaan yang belum terbentuk secara matang. Remaja akan mengalami berbagai perubahan yang dapat memberikan transformasi dan re-organisasi dalam relasi keluarga (Steinberg, 2016). Jika ada salah dalam komunikasi atau suatu hubungan contohnya seperti tindak *bullying* dan *toxic relationship*, maka hal itu tidak menutup kemungkinan akan berdampak pada kondisi mental seseorang. Oleh karena itu peneliti ingin mengkaji lebih mendalam peran *podcast* Gery Ardian terhadap *relationship* remaja.

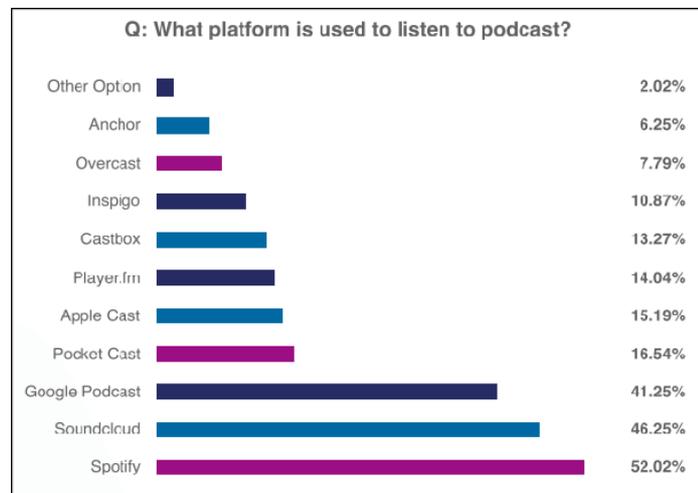
Keterkaitan kepuasan pendengar *podcast* Gery Ardian terhadap informasi adalah pengikutnya sekarang akan menjadi kurang suka membaca secara konvensional. Bagi generasi sekarang, khususnya remaja, tulisan dinilai sangat memusingkan dan membosankan. Mereka dapat dikatakan lebih menyukai melihat gambar yang menarik, berwarna dan juga mendengarkan. Selain itu juga tidak membeli buku di toko buku, mereka lebih memilih untuk membaca buku online (*e-book*) sebagai salah satu solusi yang mempermudah bagi mereka.

Dalam mengonsumsi berita atau informasi, generasi sekarang ternyata tidak *newsless* (Moerwanto, 2017). Mereka tetap butuh dan mengandalkan berita media, hanya dalam cara mereka menggunakan, memanfaatkan, dan mendapatkan konten berita, kini berbeda. Misalnya, dengan cara tidak langsung mendatangi sumber penyedia berita, melainkan memilih cara yang lebih praktis, mudah, dan murah. Yaitu dengan mengakses internet untuk mendapatkan berita yang akan di akses.

Selain itu, masyarakat Indonesia yang lebih menyenangi budaya tutur dari pada budaya membaca, juga berdampak terhadap generasi muda saat ini. Hal tersebut dapat dilihat, dari riset yang dilakukan oleh *PEW Research Center* mengenai salahsatu karakteristik generasi muda, bahwa generasi muda kurang suka membaca secara konvensional.

Hal tersebut, tentu saja membuat media *podcast* mencoba untuk menjadi media baru yang menyediakan informasi beragam dan pengetahuan yang baik kepada pendengarnya agar tidak mengalami kejenuhan. Salah satunya adalah media *podcast* Gery Ardian yang ada di aplikasi *Spotify*.

**Gambar 1.3 Diagram Proposi Platform untuk Mendengarkan Podcast**



Sumber: *Daily Social 2018*, diakses pada 17 Agustus 2021

Berdasarkan gambar di atas, *Spotify* merupakan platform distribusi *podcast* yang paling banyak didengarkan. Keberagaman konten dan fitur yang tersedia juga menambah keunikan *Spotify* sebagai platform distribusi *podcast*. Hal inilah yang kemudian menjadi alasan *Spotify* sebagai objek penelitian. Hal menarik lainnya darimenjamurnya kanal *podcast* di dunia digital saat ini adalah beragamnya konten *podcast* yang disajikan menunjukkan bahwa perkembangan teknologi komunikasi juga didukung dengan demokratisasi, yaitu kebebasan berpendapat.

Hal ini dapat berdampak positif karena masyarakat dapat menyuarakan ide, gagasan dan pemikirannya serta memberikan wawasan bagi pendengarnya.

Akan tetapi, masalah yang kemudian muncul adalah semakin banyaknya konten yang tersedia, maka *audiens* dihadapkan pada banyak pilihan. Apabila audiens tidak dapat melakukan filter yang tepat, alih-alih menambah wawasan, justru akan berimplikasi pada sesatnya informasi karena tidak didasarkan atas fakta dan data yang diyakini kebenarannya.

Sebagai teknologi yang dikonsumsi secara massa, *podcast* berperan dalam membentuk cara berpikir, perilaku, dan budaya masyarakat. Mengacu pada kalimat yang dikemukakan oleh Marshall McLuhan (1964), *the medium is the message* yang mengimplikasikan bahwa media juga memanipulasi gambaran kita mengenai diri kita, orang lain, masyarakat, bahkan dunia dengan memanfaatkan kesadaran dan mengarahkan persepsi kita. Hal ini terefleksi pada perubahan-perubahan yang terjadi seiring dengan penemuan media baru yang memegang peranan penting dalam kehidupan manusia.

Manusia melakukan adaptasi terhadap lingkungannya dengan mengembangkan kemampuan inderawi yang dimiliki sekaligus meningkatkan fungsi dan kemampuan untuk bertahan hidup. Ketika mendengarkan dan berbicara menjadi satu-satunya cara untuk bertukar informasi, otomatis kita berusaha untuk mengasah kemampuan sensorik, memori dan juga wawasan.

Dari fenomena-fenomena yang ada di atas, peneliti ingin mengetahui seberapa berpengaruh *podcast* Gery Ardian terhadap pendengar dalam memperoleh informasi tentang *relationship* remaja yang dikaitkan dengan menggunakan Teori *Uses and Gratification*, dengan pendengar yaitu *followers* (pengikut) *podcast* Gery Ardian di aplikasi *Spotify*. Oleh karena itu, penelitian ini mengusung tema "Pengaruh Akses *Podcast* Gery Ardian Pada Aplikasi *Spotify* Terhadap Kepuasan Pendengar dalam Memperoleh Informasi tentang *Relationship* Remaja" melalui penyebaran kuesioner dengan *followers* atau pengikut yang mendengarkan *podcast* Gery Ardian di aplikasi *Spotify*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Seberapa besar pengaruh *podcast* Gery Ardian di aplikasi *Spotify* terhadap kepuasan pendengar yang mendengarkan dalam memperoleh informasi tentang *relationship* remaja?”.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Podcast* Gery Ardian pada aplikasi *Spotify* terhadap tingkat kepuasan pendengar untuk memperoleh informasi tentang *relationship* remaja.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan di atas, maka manfaat dari penelitian ini adalah:

### 1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang lebih mendalam mengenai Teori *Uses and Gratification*, khususnya yang berkaitan dengan tingkat kepuasan dan penggunaan *podcast* di era masyarakat virtual. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan ilmiah ataupun sebagai referensi bagi mahasiswa dalam pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya pada tataran kajian media *podcast*.

### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terkait penggunaan dan pengembangan *podcast* dan dijadikan sebagai masukan demi kemajuan *podcast* di masa depan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang mengambil topik yang sama untuk melengkapi hal-hal yang menjadi kekurangan dalam penelitian ini.

### 3. Manfaat Sosial

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai pemanfaatan dan pengembangan *podcast* sebagai media

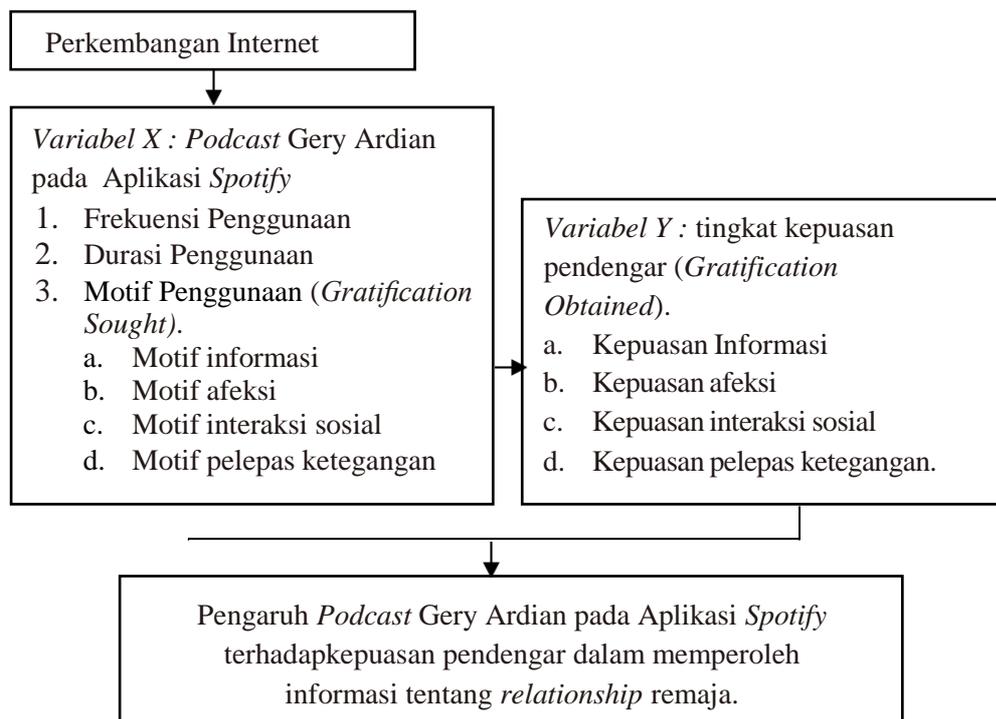
interaktif agar dapat digunakan sesuai dengan koridor – koridor aturan yang seharusnya dalam kegiatan komunikasi.

### 1.5 Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan sebuah rangkaian atau alur pemikiran peneliti terkait dengan judul penelitian yang akan diteliti. Menurut Nigrum (2017:148) menyatakan bahwa kerangka pikir merupakan jalur pemikiran yang dirancang berdasarkan kegiatan peneliti yang dilakukan. Maka dari itu kerangka pikir dapat diartikan sebagai konsep berisikan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dalam rangka memberikan jawaban sementara.

Kerangka pikir ini dibuat oleh peneliti sebagai konsep awal penelitian. Kerangka pikir dapat menggambarkan atau menjelaskan proses pemikiran dari peneliti sehingga dapat dijadikan acuan agar penelitian yang dilakukan tidak keluar dari konsep yang sudah dibuat. Berikut ini adalah kerangka pikir yang ada pada penelitian ini:

**Gambar 1.4 Kerangka Berfikir**



Sumber : Olahan peneliti, 2021

Berdasarkan kerangka pikir tersebut penelitian ini berguna untuk memaparkan jawaban yang ada di rumusan masalah yang dapat memenuhi tujuan penelitian. Bagaimana tingkat kepuasan pendengar *podcast* Gery Ardian sebagai sumber informasi.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan, peneliti menggunakan teori *uses and gratification* yang mengukur *Gratification Sought* dengan *Gratification Obtained*. Selain itu peneliti menggunakan motif penggunaan media (GO) dan tingkat kepuasan (GS) mengkonsumsi media menurut Dennis McQuil, yang meliputi:

#### 1. *Gratification Sought*

Terdapat 4 motif yang disebutkan dalam teori McQuil yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan.

- a) Motif informasi berisi tentang bagaimana seseorang itu memicu dirinya untuk mendengarkan *podcast* adalah untuk mendapatkan informasi tentang *relationship* remaja. Misalnya seperti informasi cara membangun hubungan, cara meningkatkan hubungan, cara mempertahankan kedekatan dalam hubungan, cara menghadapi masalah dalam hubungan, dan cara menghadapi pemutusan hubungan.
- b) Motif afeksi menggambarkan tindakan mendengarkan *podcast* dengan tujuan untuk memperkuat nilai-nilai pribadi misalkan pada usia remaja yang merupakan masa pertumbuhan, masa ini remaja sedang mencari nilai-nilai dan jati diri.
- c) Motif interaksi sosial memfokuskan tujuan seseorang mendengarkan *podcast* adalah untuk mendapatkan teman atau sahabat. Konten yang dimuat dalam *podcast* dapat membantu memberikan rasa senang dan nyaman.
- d) Motif melepas ketegangan, tak sedikit orang mengalami *badmood* dikarenakan banyak masalah dilaluinya ataupun misalnya rasa penat sehabis bekerja. Hal ini memotivasi orang untuk mencari hiburan

untuk menghilangkan *badmood* dan juga melepas penat. *Podcast* merupakan salah satu media yang dapat dijadikan hiburan.

## 2. *Gratification Obtained*

Kepuasan informasi yang di maksud yaitu terpenuhinya kebutuhan informasi pendengar seperti cara membangun hubungan, cara meningkatkan hubungan, cara mempertahankan kedekatan dalam hubungan, menghadapi masalah dalam hubungan dan menghadapi pemutusan hubungan. Sehingga ketika motivasi sudah terpenuhi, maka terdapat respon-respon sebagai berikut :

- a) Saya mengetahui cara membangun hubungan
- b) Saya mengetahui cara meningkatkan hubungan
- c) Saya mengetahui cara mempertahankan kedekatan dalam hubungan
- d) Saya mengetahui menghadapi masalah dalam hubungan
- e) Saya mengetahui menghadapi pemutusan hubungan
- f) Saya terbantu dengan adanya *podcast* tersebut
- g) Saya nyaman dan senang dengan *podcast* tersebut
- h) Saya terhibur dengan *podcast* tersebut

Setelah GS dan GO dibandingkan, maka akan terjawab rumusan masalah yangtelah dipaparkan oleh peneliti yaitu, seberapa besar pengaruh akses *podcast* Gery Ardian di aplikasi *Spotify* terhadap kepuasan pendengar dalammemperoleh informasi tentang hubungan *relationship* remaja.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan penelitian terdahulu sebagai perbandingan dan tolak ukur serta mempermudah penulis dalam menyusun penelitian ini. Tinjauan pustaka harus mengemukakan hasil penelitian lain yang relevan dalam pendekatan permasalahan penelitian : teori, konsep – konsep, analisis, kesimpulan, kelemahan, dan keunggulan pendekatan yang dilakukan orang lain. Peneliti harus belajar dari peniliti lain, untuk menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian atau kesalahan yang sama seperti yang dibuat oleh peneliti sebelumnya (Zainudin, 2008:100).

Penelitian terdahulu dalam tinjauan pustaka memudahkan peneliti menentukan langkah – langkah yang sistematis. Penelitian terdahulu menjadi acuan atau gambaran untuk menunjang dan membantu proses penelitian yang akan dilakukan. Peneliti harus belajar dari penelitian lain, untuk menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian atau kesalahan yang sama seperti yang dibuat oleh peneliti sebelumnya.

Untuk menunjang penelitian, peneliti memaparkan berapa penelitian terdahulusebagai studi referensi peneliti. Penelitian terdahulu ini berupa jurnal dan skripsi yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti tentang analisis resepsi. Dengan adanya jurnal tersebut, diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai penelitian yang akan dilakukan. Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut.

**1. Skripsi yang berjudul “Tingkat Kepuasan Pendengar Radio MadamaFM di Makassar” yang ditulis oleh Erbon Saputra, Tahun 2013**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, adapun yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah seluruh penduduk kota Makassar yang mendengarkan radio Madama FM. Responden penelitian ditentukan secara random sampling. Adapun teknik penentuan sampel menggunakan tabel Stephen Issac dan Wilian B. Michael data primer dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang berisi pertanyaan dan pertanyaan –pertanyaan untuk mengukur kepuasan pendengar radio Mandama Fm terhadap radio terhadap radio Mandama Fm. Data sekunder diperoleh dengan observasi, studi pustaka baik buku serta dari situs internet yang relevan dengan 8 tali permasalahan. Data yang berhasil dikumpulkanselanjutnya dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik paired sampel test pada *software* SPSS17.

Hasil penelitian ini menunjukkan pendengar radio Mandama Fm puas apayang disajikan oleh radio Mandama Fm selama ini. Hal ini terlihat dari hasilperbandingan nilai mean (rata – rata) skor dari *Grafication Sought* dan *Grafication Obtained* yang menunjukkan bahwa nilai mean *Grafication Sought* lebih kecil dari nilai mean *Grafication Obtained*, yang berartiharapan responden terpuaskan oleh pengalaman. Perbedaan dari penelitian ini adalah teletak pada subjek dan objek yang ingin diteliti. Sedangkan persamaannya yaitu sama – sama memakai teori *uses and gratification*.

**2. Skripsi yang berjudul “Motif dan kepuasan Penggunaan *Messaging Application* sebagai Media Berita (Survei dan *focus group discussion* terhadap siswa SMAN 2 Tangerang)”. Yang ditulis oleh Aldo, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara Tangerang 2017**

Penelitian ini berpacuan teori yang digunakan yaitu teori *uses and gratification*, untuk tujuan penelitian untuk mengatur motif, faktor – faktor, dan kepuasan terhadap pengakses Line Today sebagai media baru. Populasi dari penelitian ini adalah siswa SMA Negeri 2 Tangerang yang berjumlah 1198 siswa.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa siswa SMA Negeri 2 Tangerang puas dalam menggunakan *massaging application* sebagai media berita. Walau SMA Negeri 2 Tangerang tidak bisa menggeneralisir keseluruhan generasi Y maupun populasi pengguna *Line Today*, tetapi sampel dapat mencerminkan karakteristik generasi muda dan berguna untuk pengujian penelitian awal. Kesamaan dari skripsi ini adalah meneliti mengenai kepuasan penggunaan media oleh kalangan generasi muda atau remaja dengan kesamaan teori yaitu menggunakan *teori uses and gratification*. Perbedaannya terletak dari jenis media baru yang diteliti, penelitian ini media baru berbasis *messaging application* sedangkan penelitian peneliti ingin meneliti media baru berbasis *podcast*.

**3. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Motif Terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada Program Khazanah Trans 7”. Yang ditulis oleh Umi Arifiyani, Tahun 2015**

Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification* yang menganggap khalayak aktif dan selektif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, tipe penelitian eksplanatif, metode survey dan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Pengambilan sampel dilakukan dengan insidental kepada 94 mahasiswa aktif fakultas dakwah dan komunikasi UIN Jakarta angkatan 2012-2014 yang pernah menonton Khazanah Trans 7 sebagai responden. Data hasil kuesioner kemudian diolah menggunakan statistik uji F, uji regresi linear berganda, uji hipotesis (uji t), uji koefisien korelasi dan uji koefisien

determinasi. Terdapat pengaruh motif dan kepuasan yang signifikan pada program khazanah Trans 7. Secara simultan motif berpengaruh terhadap kepuasan program khazanah trans 7. Sedangkan secara parsial hanya motif identitas pribadi dan hiburan yang berpengaruh terhadap kepuasan program khazanah Trans 7. Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama memakai teori *Uses and Gratification*, sedangkan perbedaannya adalah terletak pada objek penelitiannya.

**4. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Terpaan Acara (*The Dandees*) terhadap Kepuasan Pendengar Radio Prambors Dikec. Umbulharjo Yogyakarta. Ditulis Oleh Karya Sakti Kuncoro, Tahun 2018**

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *simple random sampling*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa terpaan informasi dan hiburan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pendengar dan hipotesis diterima. Hal inimenunjukkan bahwa semakin tinggi terpaan informasi dan hiburan akan meningkatkan kepuasan pendengar demikian pula sebaliknya. Hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,704% maka dapat diartikan bahwa 70,4 % terpaan informasi dan hiburan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan sisanya sebesar 29,65% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama memakai teori *Uses And Gratification*, memakai survey dan sebar kuesioner, memakai teknik *random sampling* dan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

1.	Nama Peneliti	Erbon Sahputra, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Hasanuddin, 2013
	Judul Penelitian	Tingkat Kepuasan Pendengar Radio Madama FM di Makassar
	Persamaan Penelitian	Penelitian ini sama sama menggunakan teori <i>uses and gratification</i>
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini berbeda dari segi subjek dan objek penelitian yang ingin di teliti
	Kontribusi	Menjadi referensi bagi peneliti mengenai tingkat kepuasan seseorang
2.	Nama Peneliti	Aldo, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara Tangerang, 2017.
	Judul Penelitian	Motif dan kepuasan Penggunaan <i>Messaging Application</i> sebagai Media Berita (Survei dan <i>focus group discussion</i> terhadap siswa SMAN2 Tangerang)
	Persamaan	Penelitian ini sama sama meneliti mengenai kepuasan penggunaan media, dan kesamaan teori yaitu menggunakan teori <i>uses and gratification</i> .
	Perbedaan	Penelitian ini meneliti media baru berbasis <i>messaging aplication</i> sedangkan penelitian peneliti ingin meneliti media baru berbasis <i>podcast</i> .

**Tabel 2.1 (Lanjutan)**

	Kontribusi	Menjadi referensi bagi peneliti mengenai kepuasan seseorang
	Nama Peneliti	Umi Arifiyani, Program Studi Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015
	Judul Penelitian	Pengaruh Motif Terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada Program Khazanah Trans 7
	Persamaan	Penelitian ini sama-sama memakai teori <i>Uses and Gratification</i>
	Perbedaan	Terletak pada objek penelitiannya
	Kontribusi	Menjadi referensi bagi peneliti mengenai kepuasan seseorang
4.	Nama Peneliti	Kuncoro Sakti, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, 2017
	Judul Penelitian	Pengaruh Terpaan Acara ( <i>The Dandees</i> ) terhadap Kepuasan Pendengar Radio Prambors Dikec. Umbulharjo Yogyakarta
	Persamaan	Penelitian ini adalah sama-sama memakai teori <i>Uses And Gratification</i> , memakai teknik random sampling, sebar kuesioner.
	Perbedaan	Terletak pada lokasi penelitian
	Kontribusi	Menjadi referensi bagi peneliti mengenai kepuasan seseorang

Sumber: Hasil Kajian Penulis, 2021

## 2.2 Unsur-Unsur dalam Penelitian

Penelitian ini melibatkan unsur-unsur meliputi: *podcast* , *Spotify*, hubungan atau komunikasi antar pribadi, dan kepuasan informasi remaja. Berikut ini adalah pembahasan unsur-unsur tersebut.

### 2.2.1 Internet

Internet adalah salah satu interkoneksi sebuah jaringan komputer yang dapat memberikan layanan informasi secara lengkap. Dan, terbukti bahwa internet dilihat sebagai media maya yang dapat menjadi rekan bisnis, politik, sampai hiburan. Semuanya tersaji lengkap di dalam media ini. (Lani Sidharta, 1996). Internet adalah jaringan yang satelit komunikasi yang fungsinya sangat beragam dan tentu merupakan pendukung internet diseluruh dunia (Khoe Yao Tung, 1997). Sedangkan pengertian internet menurut segi ilmu pengetahuan, internet adalah sebuah perpustakaan besar yang didalamnya terdapat jutaan (bahkan milyaran) informasi atau data yang dapat berupa teks, grafik, audio maupun animasi dan lain lain dalam bentuk media elektronik. Semua orang bisa berkunjung ke perpustakaan tersebut kapan saja serta dari mana saja, jika dilihat dari segi komunikasi, internet adalah sarana yang sangat efektif dan efisien untuk melakukan pertukaran informasi jarak jauh maupun jarak dekat, seperti di dalam lingkungan perkantoran, tempat pendidikan, ataupun instansi terkait.

Jadi internet adalah suatu jaringan komputer yang satu dengan yang lain saling terhubung untuk keperluan komunikasi dan informasi. Sebuah komputer dalam satu jaringan internet dapat berada di mana saja atau bahkan di seluruh Indonesia. Sering juga internet diartikan sebagai jaringankomputer di seluruh dunia yang berisikan informasi dan sebagai sarana komunikasi data yang berupa suara, gambar, video dan juga teks.

Informasi ini dibuat oleh penyelenggara atau pemilik jaringan komputer atau dibuat pemilik informasi yang menitipkan informasinya kepada penyedia layanan internet. Bisa dikatakan bahwa internet tidak hanya untuk berkomunikasi, akan tetapi juga dapat membantu mencari referensi dan informasi dari belahan dunia manapun. Internet digunakan karena dianggap dapat memudahkan manusia untuk mengakses sesuatu apapun yang diperlukan manusia. Internet dapat menghubungkan antara dunia nyata dan dunia maya. Hampir seluruh negara yang ada di dunia ini menggunakan internet termasuk Indonesia.

*New media* atau media baru adalah perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Media elektronik baru ini mencakup beberapa sistem teknologi seperti: sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi, sistem penyajian gambar (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur), dan sistem pengendalian atau oleh komputer (Denis McQuail, 1987: 16).

Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan era digital, komputer, atau jaringan teknologi dan komunikasi pada abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru era digital yang mempunyai karakteristik dapat memanipulasi, bersifat jaringan, padat, mapat, interaktif, dan memikat. Kehadiran media baru dipahami sematamata sebagai konsekuensi teknologi komunikasi yang membuat batas platform media yang sebelumnya ada menjadi kabur (Widjayanti, 2016 : 348).

Jadi Internet sebagai media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi baru yang berbagi ciri khas yang sama yaitu,

selain baru, dimungkinkan pemakaian teknologi tersebut dapat digunakan dengan proses digitalisasi dan didukung adanya ketersediaan internet yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Hal ini yang membuat setiap individu dapat mengirimkan pesan secara jarak jauh dan nirkabel dan dapat mengirimkannya ke semua orang.

Ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana. Klaim status paling utama sebagai media baru dan mungkin juga sebagai media massa adalah internet (Denis McQuil, 2011).

Internet di era digital saat ini sangat erat kaitannya dalam kehidupan sehari-hari. Mulai dari kalangan muda hingga kalangan dewasa, mayoritas menggunakan internet sebagai media bantu dalam mengerjakan dan menghubungkan berbagai aktivitas manusia secara efektif, akurat dan efisien. Bagi individu generasi millennial mungkin sangat erat kaitannya dengan penggunaan internet. Akan tetapi, untuk kalangan diluar generasi tersebut sebagian besar masih ada yang kesulitan untuk mengakses jaringan internet melalui perangkat media yang dimiliki.

### **2.2.2 Spotify**

*Spotify* merupakan salah satu layanan *music streaming* yang sangat populer saat ini. *Spotify* adalah layanan *streaming music digital* yang memberikan akses ke jutaan lagu, *podcast*, dan video dari artis yang ada di seluruh dunia (*Spotify.com*, 2017). Seiring dengan semakin cepatnya perkembangan teknologi internet, maka audio streaming menjadi populer. Secara singkat, media streaming adalah sebuah proses pengiriman audio, video, atau teks secara terus menerus

melalui internet (Illinois Online Network dalam Cox, 2005). Keuntungan dari *music streaming* yang gratis dan berbayar adalah memberikan layanan yang terus menerus untuk mendengarkan musik dan *podcast* yang diinginkan kapan saja, dimana saja dengan cara yang mudah (American University, 2016).

Pada tahun 2005 untuk pertama kalinya ide tentang *Spotify* dikemukakan oleh pendirinya Daniel Ek dan Martin Lorentzon. Keduanya mengemukakan gagasan tentang layanan *Spotify*, sambil berbagi musik diantara mereka di sebuah apartemen di Swedia, dan meluncurkan versi beta kepada publik di tahun 2007 (Crook & Tepper, 2015).

Aplikasi resminya diluncurkan pertama kalinya pada tanggal 7 Oktober 2008. *Spotify* terus berkembang, dan sejak itu berekspansi di lebih dari 56 negara termasuk Amerika Serikat dan Filipina. Dalam perkembangan kemudian, *Spotify* mendapatkan perjanjian kerjasama dengan *Universal Music Group*, *Warner Music*, *EMI Group*, *Sony Music Entertainment*, dan *Merlin* (Kiendl, 2014).

Sebagai sebuah platform musik streaming, aplikasi *Spotify* dapat dijalankan pada perangkat digital seperti ponsel pintar, *desktop*, *tablet*, *playstation*, *xbox*, *smart tv*, hingga perangkat audio berbasis *bluetooth*. Untuk menjalankan aplikasi *Spotify*, maka harus mengunduh aplikasi *Spotify* terlebih dahulu di perangkat yang dimilikinya. Selanjutnya pengguna bebas memilih layanan berbayar (*premium*) atau layanan gratis. Dengan membayar Rp. 49.900,-/perbulan, maka pengguna dapat mendengarkan musik dan *podcast* secara *offline*, tanpa iklan, memainkan lagu apa saja, mendengarkan *podcast* apa saja, dan mendapatkan kualitas audio yang jauh lebih bagus dari layanan versi gratis. (*Spotify.com*, 2017).

*Spotify* memiliki kelenturan bentuk, isi, dan penggunaannya, sehingga pengguna bebas menggunakan konten sesuai dengan

keinginan pengguna dan akhirnya akan menemukan mood atau kesenangan(kepuasan) pribadi. Setelah itu di dalam aplikasi terdapat motif yang ada yaitu informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi Sosial dan juga hiburan.

Sebagai sebuah aplikasi tentang musik, informasi dan *podcast* yang berbasis audio, *Spotify* memberikan musik dan informasi yang baik untuk pendengarnya, lewat internet pengguna akan disarankan untuk mengunduh aplikasi di *handphone* ataupun *dekstop* agar lebih mudah mendengarkannya. Tujuannya akan makin berkembang dan juga banyak pengguna yang ada di aplikasi *Spotify*. Semakin berkembang dan banyak pengguna yang ada di *Spotify* akan semakin sukses aplikasi *Spotify* di tahun tahun berikutnya.

*Spotify* hanya alat atau media bantu seseorang mendapatkan informasi *podcast* lebih cepat. *Podcaster* ialah seseorang yang mempunyai kanal *podcast* dan ia tuangkan pengalamannya terhadap *podcast*. Pendengar akan tau sukses atau tidaknya informasi tersebut melalui aplikasi *Spotify*. Dengan berbagai konten *podcast* yang ada di aplikasi *Spotify*, peneliti akan melihat kepuasan pendengar *podcast* Gery Ardian, apakah sumber informasi yang ada di aplikasi ini membuat seseorang mendapatkan kepuasan dan termotivasi atau tidak.

### 2.2.3 *Podcast*

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi yang semakin canggih, munculnya media baru atau *new media* telah memudahkan manusia dalam mengakses informasi, mendapatkan edukasi serta mencari hiburan. Media baru itu sendiri merupakan berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama di mana selain baru, yang dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail, 2011, p. 148).

Ciri utama dari media baru itu sendiri adalah kesalinghubungan aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaannya yang beragam sebagai karakter yang terbukadan sifatnya yang ada di mana-mana (McQuail, 2011, p.43). Contoh dari media yang merepresentasikan media baru adalah internet. Teknologi informasi dan komunikasi pun kian berkembang pesat seiring dengan banyaknya penggunaan internet. Salah satunya adalah dengan adanya *podcast* .

Tirto.id menjelaskan bahwa *podcast* lahir seiring dengan kelahiran *ipod* milik *Apple* yang diperkenalkan oleh Steve Jobs pada 2001. *Podcast* sendiri, dapat dibilang sebagai “*ipod broadcasting*” yaitu siaran dengan menggunakan *ipod*, yang berbeda dengan radio FM (*Frequency Modulation*) atau AM (*Amplitudo Modulation*) konvensional. *Podcast* sendiri tidak menyiarkan siarannya secara linear, melainkan *podcast* serupadengan youtube yang merupakan salah satu platform siaran suara *on demand* (Tirto.id, Zaenudin, 2017). *New York Magazine*, mengatakan bahwa *podcast* hadir dalam beragam jenis.

Ada *podcast* mengenai politik, olahraga, komedi, hingga serial *podcast* yang menyajikan materi fiksi secara berkelanjutan (dikutip dalam Tirto.id, 2017). Beberapa hal yang menyebabkan *podcast* kian populer adalah semakin banyaknya jenis siaran yang diusung serta kemampuan para pembawa acara yang semakin baik dan menarik. *Podcast* hadir di internet yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, opini, melakukan tanya jawab dengan narasumber yang berbasis audio.

Program-program *podcast* yang direkomendasikan (dikutip dalam Fadilah, Yudhapramesti, & Aristi, 2017, p. 12), memiliki kriteria meliputi, ragam topik relevan, dikemas santai dengan nuansa rumor,

menggunakan pendekatan bintang atau orang terkenal, menghibur, menggelitik, dan akrab, unik atau tidak biasa, sederhana, dan berupa percakapan.

Seiring waktu, materi *podcast* semakin berkembang dan beragam. Kemasannya dapat berupa sandiwara atau drama, dialog ataupun *talkshow*, monolog dan *feature*, ataupun dokumenter. Pembahasan mengenai topiknyasangat luas, mulai dari sejarah, ilmu pengetahuan, politik, ekonomi, filsafat, *news*, dan masih banyak lagi. Bahkan menurut *www.time.com*, beberapa program *podcast* dapat menyamai popularitas serial drama televisi (dikutip dalam Fadilah, Yudhapramesti, & Aristi, 2017, p. 96). *Podcast* sendiri, mulai dikenal pada 2004-2005.

*Podcast* audio juga dapat menjadi suatu peluang bagi para pengembang konten audio termasuk para pengelola radio siaran konvensional di Indonesia (Dikutip dalam Fadilah, Yudhapramesti, & Aristi, 2017, p. 94). Namun, seiring berjalannya waktu, media online di Indonesia, memberikan konten dalam menyampaikan informasi dan pemberitaannya melalui kanal *podcast*. *Podcast* Gery Ardian merupakan media baru yang sangat berkembang signifikan, mulai dari pengikutnya, episode yang sangat bervariasi, dan memberikan informasi yang baik, bermanfaat dan sangat mengedukasi untuk pendengarnya.

*Podcast* Gery Ardian terbentuk pada tahun 2019, yang dimana alasan *podcast* ini terbentuk dikarenakan latar belakang *podcaster* yaitu Gery Ardian dulunya adalah seorang penyiar radio. Ada tiga karakteristik utama dari *podcast*, yaitu, episodik, *download*, dan program yang didorong dengan tema tertentu dengan tiga jenis *podcast*, yakni: (1) Audio *podcast*, *podcast* bentuk ini biasanya yang paling umum dan biasanya dapat ditemukan di file MP3, (2)

Peningkatan *podcast*, *podcast* ini biasanya yang berbentuk gambar dengan disertai audio, (3) *Video podcast*, ini merupakan film yang dilengkapi dengan suara serta biasanya dalam format MP4 (Dikutip dari Thoyib, Syafiq, & Muzakka, 2012, p. 52).

Dari ketiga tersebut *podcast* Gery Ardian adalah ketiga tiganya dikarenakan *podcaster* memiliki akun *podcast* di aplikasi *Spotify* dan juga *Youtube*, akan tetapi peneliti hanya memilih audio *podcast* dan juga peningkatan *podcast* saja dikarenakan aplikasi yang diteliti tidak adanya video hanya audio saja yaitu aplikasi *Spotify*.

Menurut Geoghegan & Klass, potensi *podcast* terletak pada keunggulannya yaitu, dapat diakses secara otomatis, mudah digunakan, dapat dibawa kemana-mana, selalu tersedia, serta kontrol yang ada di tangan konsumen itu sendiri. Seperti pada bentuk media yang lain, *podcast* dapat memainkan peran sebagai sumber informasi, edukasi, dan hiburan bagi masyarakat tertentu (Dikutip dalam Fadilah, Yudhapramesti, & Aristi, 2017, p. 12). Hal ini yang diberikan oleh *podcast* Gery Ardian, dikarenakan peneliti pun sudah sering mendengarkan *podcast* nya yang memberikan sebuah informasi dan mengedukasi bagi diri peneliti. Dan hal ini yang akan nanti diteliti.

Potensi pendengar lain adalah masyarakat yang karena faktor tertentu hanya dapat mengandalkan indera pendengaran untuk mengakses pesan. Masyarakat juga dapat diperhitungkan sebagai khalayak potensial mengingat jumlahnya yang semakin meningkat.

Hal ini yang membuat masyarakat, dalam perjalanan pulang dan pergi beraktivitas, biasanya cenderung untuk memilih melewati waktunya dengan mendengarkan konten audio. Pada dasarnya *podcast* memiliki kesamaan dengan radio siaran, seperti misalnya

dengan memberikan informasi atau hiburan melalui audio. Menurut Rony Agustino Siahaan (2015, p. 35), dasar karakteristik radio siaran terbagi menjadi empat elemen, yakni :

1. *Radio is Personal*

Radio berhubungan dengan suara manusia, berarti berurusan dengan kepribadian individu yang mengeluarkan suara tersebut. Secara umum suara bisa menunjukkan kepribadian orang yang menggunakannya dan suara juga dapat menyentuh perasaan dari pribadi yang lain, sehingga memunculkan kesan personal.

2. *Radio is Also Social*

Radio berkemampuan dalam memberi rasa sosial, yaitu kesadaran bahw kita berada dalam suatu kumpulan orang yang disebut masyarakat atas komunitas. Sewaktu mendengarkan radio, kita dapat terhubung dengan banyak orang yang memiliki kesamaan dengan kita, dan saat itu juga dalam siaran radio memungkinkan terjadinya interaksi satu sama lain yang memiliki potensi dalam mendorong sebuah koneksi atau ikatan sosial yang lebih kuat.

3. *Radio Creates "Theater Of The Mind"*

Walau hanya berbentuk suara, namun radio senantiasa membuat kita bervisualisasi. Saat kita mendengarkan radio, kita pun membentuk gambaran – gambaran di dalam benak dari hal-hal yang kita dengar. Radio juga mampu merangsang daya imajinasi lebih cepat daripada media lain.

4. *Radio Can Be a Social Service*

Radio juga dapat membantu dengan mengembangkan diri, adalah salah satunya dengan baik membentuk kepribadian yang lebih peduli. Seperti pelayanan sosial dalam program mobilisasi massa dan forum diskusi, aksi ini ditunjang secara bersamaan dengan program *on-air* dan *off-air*.

Meskipun karakteristik *podcast* memiliki gambaran seperti karakteristik pada radio siaran, seperti misalnya mengenai sifatnya

yang auditif sehingga secara tidak langsung dapat membangun imajinasi seseorang yang mendengarkannya.

Namun, *podcast* yang dimuat oleh media online itu sendiri adalah bagian dari medium interaktif yang berbeda dengan materi siaran radio online pada umumnya. Kesamaan dan perbedaan tersebutlah menjadikan perbedaan dalam konsep mengenai pemrograman atau pengemasan untuk *podcast* dan radio siaran (Dikutip dalam Fadilah, Yudhapramesti, & Aristi, 2017, p).

Berdasarkan karakteristik yang ada, ternyata *podcast* sendiri memiliki 3 jenis, mungkin dari kita banyak yang tidak tahu akan hal ini. Namunnyatanya *podcast* sendiri memiliki 3 jenis. Dan berikut ini beberapa jenis *podcast* yang bisa kalian ketahui:

1. *Interview podcast*

Untuk jenis *podcast* yang pertama yaitu ada, *interview podcast*. *Podcast* jenis ini merupakan *podcast* dimana host akan melakukan sesi wawancara kepada tamu atau narasumber yang berbeda setiap episodenya.

2. *Solo podcast*

Kemudian yang kedua yaitu ada *solo podcast*. *Podcast* jenis ini merupakan *podcast* yang dilakukan oleh host sendiri atau monolog. Tujuan dari *solo podcast* sendiri adalah untuk menyampaikan sebuah opini, berbagi informasi, atau melakukan sesi tanya jawab. Dimana, dilakukan oleh host dan pendengar.

3. *Multi host podcast*

Terakhir yaitu ada *multi host podcast*. *Podcast* jenis ini merupakan *podcast* yang memiliki host lebih lebih dari satu orang. Tujuan dari *multi host podcast* sendiri adalah untuk menawarkan diskusidan mempunyai pendapat serta perspektif yang berbeda, untuk mengembangkan diskusi yang lebih menarik.

Hal ini pun yang diberikan di *podcast* Gery Ardian yang bisa membuat seseorang memberikan pengalamannya, berbincang bersama untuk mendapatkan diskusi yang baik dan memberikan tanggapan, maupun *podcaster* berbincang sendiri dan memberikan wawasan atau pengetahuan untuk para pendengar.

Bukan hanya menjadi sebuah hiburan semata, nyatanya manfaat *podcast* adabanyak. Selain dapat dengan mudah diakses kapanpun, *podcast Gery Ardian* juga dapat mengatur topik dari tayangan audio yang diinginkan. Bisa mulai dari topik ringan, tentang pendidikan, pengalaman pribadi, *lifestyle* musik, diskusi, dan sebagainya. Berikut beberapa manfaat dari *podcast* tersebut:

1. Banyak pilihan topik

Manfaat yang pertama yaitu, *podcast* Gery Ardian memiliki banyak sekali topik bahasa yang digunakan, mulai dari kategori edukasi, *lifestyle*, percintaan, film. Ada banyak kategori supaya pendengar tidak jenuh akan hal yang itu itu saja. Tentu ini bisa menjadi hiburan sekaligus sumber informasi yang baik, bahkan dapat menjadi sebuah ilmu baru.

2. Tidak menayangkan iklan

Berbeda dengan radio yang selalu menyelipkan iklan, *podcast* Gery Ardian tidak memiliki iklan. Sehingga hal ini tentu akan membuat kita sebagai pendengarnya akan terasa lebih nyaman dan fokus dalam pembahasan di *podcast* tersebut.

3. Fleksibel dan bisa didengarkan di mana saja

Dan yang terakhir yaitu, *podcast Gery Ardian* dapat didengar tanpa batasan waktu dan tempat. *Podcast* ini juga dapat diakses ketika berangkat atau pulang kerja, sebelum tidur, atau ketika merasa bosan. Jadi kalian bisa memilih waktu yang nyaman saat ingin mendengarkan *podcast* ini.

#### 2.2.4 Kepuasan Informasi Remaja

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kepuasan adalah puas, merasa senang, kelegaan dan sebagainya. Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa, telah mendapatkan pelayanan suatu jasa dengan baik. Kepuasan sebagai akibat timbulnya perasaan seseorang setelah membandingkan antara hasil kinerja dengan keinginannya. Kepuasan merupakan penilaian dari khalayak bahwa media massa telah memberikan informasi yang dibutuhkan. Kita bisa memahami interaksi seseorang dengan media melalui pemanfaatan media oleh itu (*use*) dan kepuasan yang diperoleh (*gratification*). Gratifikasi sifatnya umum antara lain pelarian dari rasa khawatir, dukungan emosional, perolehan informasi dan kontak sosial (Narudin, 2004,p.183).

Remaja adalah mereka yang mengalami masa transisi (peralihan) dari masa kanak – kanak menuju masa dewasa, yaitu antara usia 12 – 13 tahun hingga usia 20-an, perubahan yang terjadi termasuk drastis pada semua aspek perkembangannya yaitu meliputi perkembangan fisik,kognitif, kepribadian, dan sosial (Gunarsa, 2006 : 196).

Menurut Pieget (dalam Hurlock) mengatakan secara psikologis remaja adalah usia dimana individu berinteraksi dengan masyarakat dewasa, usia yang dimana anak tidak lagi merasa dibawah ikatan orang – orang yang lebih tua melainkan dalam tingkatan yang sama sekarang – kurangnya dalam masalah hak. (Hurlock, 2001 : 206).

Beberapa definisi diatas bisa disimpulkan bahwa kepuasan remaja adalah perasaan puas seorang remaja yang meliputi aspek-aspek perkembangan fisik, kognitif, kepribadian dan juga sosial dengan memilih informasi untuk kebutuhan dririnya yang lebih baik dan tidak tergantung oleh orang lain. Dengan adanya kepuasan remaja

terhadap aplikasi *Spotify* mereka bisa memilih mana informasi yang baik diterima, dan *Spotify* menjadi alat bantu untuk mencari *podcast*.

Adapun Katz, Gurevitch dan Hass (dalam Hutapea A.F. dkk, 2021). Mendefinisikan jenis kebutuhan dalam kaitannya dengan pengguna media massa dan kepuasan, sebagai berikut :

- 1) Kebutuhan kognitif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan usaha usaha untuk memperkuat informasi, pengetahuan, serta pengertian tentang lingkungan kita. Kebutuhan ini didasarkan pada keinginan untuk mengerti dan menguasai lingkungan. Kebutuhan kognitif jugadapat terpenuhi oleh adanya dorongan – dorongan seperti keinginan (*criousity*) dan menjelajahi (*exploratory*) pada diri kita.
- 2) Kebutuhan afektif adalah kebutuhan – kebutuhan yang berhubungan dengan usaha untuk memperkuat pengalaman – pengalaman yang bersifat keindahan, kesenangan dan emosional. Mencari kesenangan dan hiburan merupakan motivasi yang pada umumnya dapat dipengaruhi oleh media.
- 3) Kebutuhan Integratif Personal adalah kebutuhan yang berhubungan dengan usaha – usaha untuk memperkuat kepercayaan, kesetiaan, status pribadi. Kebutuhan seperti ini dapat diperoleh dari adanya keinginan setiap individu untuk meningkatkan harga diri.
- 4) Kebutuhan Integratif Sosial adalah kebutuhan yang berkaitan dengan usaha – usaha untuk memperkuat kontak dengan keluarga, teman – teman, dan dengan alam sekelilingnya. Kebutuhan – kebutuhan tersebut didasarka oleh adanya keinginan setiap individuuntuk berafilasi.
- 5) Kebutuhan akan pelarian adalah kebutuhan yang berkaitan dengan hasrat untuk melarikan diri dari kenyataan, melepaskan ketegangan,dan kebutuhan akan hiburan.

Kebutuhan-kebutuhan inilah yang kemudian menyebabkan timbulnya *gratification sought*, yaitu motif atau dorongan individu menggunakan media sesuai dengan kebutuhannya atau dalam arti lain adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika menggunakan suatu jenis media tertentu. Artinya, individu mencari pemuasan sejumlah kebutuhan dari penggunaan media, karena didorong oleh sejumlah kepuasan yang ingin dicari.

Klasifikasi motif menggunakan media menurut McQuail, dkk (McQuail, 1987, dalam Ramadhaningtyas, 2008, p. 18) adalah sebagai berikut:

1) *Surveillance* (Informasi)

Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat, dan dunia; mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan; memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum; belajar, pendidikan diri sendiri; memperoleh rasadamai melalui penambahan pengetahuan.

2) *Personal Identity* (Identitas Diri)

Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, menemukan model perilaku, mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain, meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

3) *Integration and Social Interaction* (Integrasi dan Interaksi

Sosial) Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain; empati sosial; mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki; menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial; memperoleh tema selai manusia; membantu menjalankan peran sosial; memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman, dan masyarakat.

4) *Diversion* (Hiburan)

Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan; bersantai;

memperoleh kenikmatan jiwa estetik; mengisi waktu; penyaluran emosi. Motif atau *grafication sought* inilah yang akan kemudian mengarahkan perilaku individu dalam mengkonsumsi media dan juga mempengaruhi selektifan individu dalam memilih jenis media.

Dari segala aspek yang ada di atas, bisa ditarik kesimpulan bahwa kepuasan remaja pada aplikasi *Spotify* di internet tidak terlepas dari aspek kebutuhan seseorang dan juga motif menggunakan medianya. Dengan adanya aspek dari semua ini pastiya nanti akan mendapatkan tingkat kepuasan seseorang.

#### **2.2.5 Faktor-Faktor yang Berpengaruh pada Kepuasan Khalayak terhadap Konten Media**

Kepuasan (*Satisfaction*) merupakan sebuah konsep yang memiliki asal kata dari Bahasa Latin yaitu *statis* yang memiliki arti cukup yang berarti kepuasan atau sebagai persepsi terhadap sesuatu yang telah memenuhi harapannya. Oleh karena itu seseorang tidak akan merasa puas apabila mempunyai persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi. Oleh karena itu dapat dipahami bahwa kepuasan dapat terpenuhi jika hal yang didapatkan lebih dari standar yang dimiliki pengguna.

Kepuasan khalayak sebagai pengguna media merupakan hal yang harus diperhatikan media dalam penggunaan media massa. Kepuasan dengan media dapat diartikan sebagai perasaan terpenuhi secara umum sebagai akibat dari adanya konsumsi media (Palmgreen & Rayburn, 1985 : 339). Fandy Tjiptono (1999) menyatakan faktor-faktor yang berpengaruh dan sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan pengguna terhadap suatu konten media diantaranya :

##### **1. Kinerja (*Performance*)**

Kinerja atau *Performance* dari konten *podcast* Gery Ardian yaitu memberikan manfaat bagi pendengar untuk memperoleh

informasi tentang hubungan *relationship* remaja.

2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Feature*)  
Keistimewaan yang dimiliki oleh konten *Podcast* Gery Ardian menjadi nilai tambahan juga dan dapat dijadikan ciri khas *podcast* Gery Ardian yang membedakan dengan pesaing yang sejenis. Ciri khas yang ditawarkan juga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pendengar.
3. Keandalan (*Reliability*)  
Meliputi komponen followers dalam *podcast* , kualitas, dan wawasan *podcast* er terhadap isi *podcast* nya.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance To Specification*)  
Sejauh mana karakteristik isi konten memenuhi standar-standar yang telah pendengar harapkan.
5. Daya tahan (*Durability*)  
Berkaitan dengan berapa lama durasi yang adaa serta waktu penggunaan pendengar terhadap *podcast* .
6. Kegunaan (*Serviceability*)  
Meliputi hal terkait diperolehnya informasi mengenai *relationship* pada remaja.
7. Estetika (*Aesthetic*)  
Daya tarik *podcast* terhadap panca indera pendengaran. Pendengar akan tertarik terhadap suatu konten *podcast* ketika pendengar memperoleh informasi yang susai dengan permasalahan dalam diri pendengar.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*)  
Meliputi kejernihan dan kejelasan suara dalam *podcast* , informasi yang disampaikan serta bahasa yang digunakan.

### 2.2.6 Komunikasi Antar Pribadi

Menurut Rakhmat (2001), komunikasi sebagai penyampaian energi, gelombang suara dan tanda di antara tempat sebagai proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai

paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan, dan sebagainya, yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tidak langsung melalui media dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku. Kata komunikasi ini sendiri berasal dari bahasa Latin “*communicatio*” yang berarti pergaulan, persatuan, peran serta, dan kerjasama. Kata komunikasi bersumber dari istilah “*communis*” yang berarti sama makna.

Komunikasi adalah penyampaian pengertian antar individu. Komunikasi dilakukan dengan sengaja oleh seseorang untuk menyampaikan pesan kepada orang lain demi memenuhi kebutuhannya, seperti membujuk atau menjelaskan sesuatu. Dengan demikian, pemahaman komunikasi sebagai proses satu arah tersebut mengabaikan komunikasi yang tidak sengaja atau direncanakan, seperti mimik muka, nada suara, gerakan tubuh dan sebagainya yang dilakukan secara spontan (Moor, 1993). Jadi dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian suatu informasi atau pesan dari individu satu ke individu lainnya baik langsung secara maupun tidak langsung dengan tujuan memenuhi kebutuhan seperti mengubah sikap, pandangan atau perilaku.

Komunikasi antar pribadi didefinisikan sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau lebih, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika (Devito, 1989). Menurut Wiryanto (2004) komunikasi antar pribadi adalah komunikasi yang berlangsung dalam situasi tatap muka antara dua orang atau lebih, baik secara terorganisasi maupun pada kerumunan orang. Tujuan dari komunikasi antar pribadi adalah sebagai berikut (Wiryanto, 2004):

- a. Mengenal diri sendiri dan orang lain

Komunikasi antar pribadi memberikan kesempatan untuk

memperbincangkan diri sendiri, belajar bagaimana dan sejauh manaterbuka pada orang lain serta mengetahui nilai, sikap dan perilaku orang lain sehingga kita dapat menanggapi dan memprediksi tindakan orang lain.

- b. Mengetahui dunia luar  
Komunikasi antar pribadi memungkinkan kita untuk memahami lingkungan kita baik objek, kejadian dan orang lain. Nilai, sikap keyakinan dan perilaku kita banyak dipengaruhi dari komunikasi antar pribadi.
- c. Menciptakan dan memelihara hubungan menjadi bermakna  
Komunikasi antar pribadi yang kita lakukan banyak bertujuan untukmenciptakan dan memelihara hubungan yg baik dengan orang lain.Hubungan tersebut membantu mengurangi kesepian dan keteganganserta membuat kita lebih positif tentang diri kita sendiri.
- d. Mengubah sikap dan perilaku  
Banyak waktu yang kita pergunakan untuk mengubah/mempersuasi orang lain melalui komunikasi antarpribadi.
- e. Bermain dan mencari hiburan  
Kejadian lucu merupakan kegiatan untuk memperoleh hiburan. Hal ini bisa memberi suasana yang lepas dari keseriusan, ketegangan, kejenuhan, dsb.
- f. Membantu orang lain  
Mengkomunikasikan suatu permasalahan kepada orang yang tepat terkadang mampu mengurangi permasalahan, hal ini sesuai dengan tujuan meringankan atau membantu orang lain.

Komunikasi antar pribadi yang efektif menurut Devito (1989) adalah yang memiliki keterbukaan, terdapat empati, saling mendukung, penguatan positif serta kesetaraan atau saling menghargai. Fungsi komunikasi antarpribadi itu sendiri yaitu meningkatkan hubungan insan (*human relations*), menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian

sesuatu, serta berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain. Melalui komunikasi antarpribadi, individu dapat berusaha membina hubungan yang baik dengan individulainnya, sehingga menghindari dan mengatasi terjadinya konflik-konflik di antara individu-individu tersebut (Cangara, 2005).

### **2.2.7 Relationship**

*Relationship* atau hubungan interpersonal adalah hubungan yang berdasarkan pada pengolahan pesan yang timbal-balik. Sebuah hubungan dibentuk ketika terjadinya pengolahan pesan yang timbal balik (Ruben dan Stewart, 2006). Hubungan antar sesama dalam istilah sosiologi disebut relasi atau *relation*. Relasi juga disebut sebagai hubungan sosial merupakan hasil dari interaksi (rangkaiannya tingkah laku) yang sistematis antara dua orang atau lebih. Relasi merupakan hubungan timbal balik antar individu yang satu dengan individu yang lain dan saling mempengaruhi. Disebut sistematis karena terjadinya secara teratur dan berulang kali dengan pola yang sama.

Manusia merupakan makhluk pribadi dan sekaligus sebagaimakhluk sosial. Sebagai makhluk pribadi, manusia berusaha mencukupi semua kebutuhannya untuk kelangsungan hidupnya. Dalam memenuhi kebutuhannya, manusia tidak dapat memenuhi kebutuhannya sendiri. Itulah sebabnya manusia perlu berelasi atau berhubungan dengan orang lain sebagai makhluk sosial. Sebagai makhluk sosial dalam rangka menjalani kehidupannya selalu melakukan relasi yang melibatkan dua orang atau lebih dengan tujuan tertentu. Hubungan sosial merupakan interaksi sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antar individu, antar kelompok atau antar individu dengan kelompok. Hubungan sosial atau relasi sosial merupakan hubungan timbal balik antar individu yang satu dengan individu yang lain, saling mempengaruhi dan di dasarkan

pada kesadaran untuk saling menolong, relasi sosial merupakan proses mempengaruhi di antara dua orang.

Dalam mencapai suatu *relationship* maka diperlukan adanya proses atau tahapan-tahapan sebagai berikut (Al-Faruqi, 2013).

1. Pembentukan hubungan. Tahap ini sering disebut sebagai tahap pengenalan. Fokus pada tahap ini adalah proses penyampaian dan penerimaan informasi dalam pembentukan hubungan. Informasi yang diperoleh tidak selalu melalui komunikasi verbal melainkan juga melalui komunikasi nonverbal.
2. Peneguhan hubungan.. Hubungan interpersonal tidak bersifat statis tetapi selalu berubah. Untuk memelihara dan memperteguh hubungan interpersonal diperlukan tindakan-tindakan tertentu. Untuk mengembalikan keseimbangan. Ada empat faktor penting untuk memelihara keseimbangan, yaitu keakraban, control, respon yang tepat dan nada emosi yang tepat.
3. Pemutusan hubungan. Suatu hubungan interpersonal yang paling harmonis sekalipun dapat mengalami pemutusan hubungan, mungkin karena kematian, konflik yang tidak terselesaikan atau sebagainya.

### 2.3 Landasan Teori

Teori *Uses and Gratification* merupakan perpanjangan teori kebutuhan dan motivasi yang dikembangkan Abraham Maslow (1970). Hirerarki Maslow menyatakan bahwa manusia secara aktif mencari pemuasan kebutuhannya mulai konkret sampai ke hal-hal yang bersifat abstrak seperti kebutuhan untuk melakukan aktualisasi diri.

Jika dikaitkan dengan media massa, maka konsep kebutuhan akan manusia sebagai makhluk yang aktif mencari kepuasan sesuai dengan pemikiran Katz, Blumer dan Gurevitch dengan studi mereka tentang bagaimana manusia mengkonsumsi media masa. Lebih membahas kebutuhan:

1. Kebutuhan kognitif berkaitan dengan usaha memperkuat informasi, pengetahuan serta pengertian tentang lingkungan.
2. Kebutuhan afektif, kebutuhan yang berhubungan dengan usaha untuk memperkuat pengalaman-pengalaman bersifat keindahan, kesenangan dan emosional.
3. Kebutuhan integrasi personal, kebutuhan yang berhubungan dengan usaha memperkuat kepercayaan, kesetiaan dan status pribadi.
4. Kebutuhan integrasi sosial, kebutuhan yang terkait dengan usaha memperkuat kontak dengan keluarga, teman dan alam sekitarnya.
5. Kebutuhan akan pelarian, kebutuhan yang terkait dengan usaha atau hasrat untuk melarikan diri dari kenyataan, melepaskan ketegangan dan kebutuhan akan hiburan.

Teori *uses and gratification* memberikan kerangka fikir untuk memahami kapan dan bagaimana individu mengkonsumsi media menjadi lebih atau kurang aktif dan berdampak pada meningkatnya atau menurunnya keterlibatan. Beberapa asumsi teori *uses and gratification* dikemukakan oleh penemu dari pendekatan ini (Katz, Blumer and Gurevitch. 1974) terdapat 5 asumsi dasar yaitu:

1. Khalayak adalah aktif dan menggunakan media adalah tujuan.
2. Inisiatif atas keterlibatan pemuasan kebutuhan terhadap pemilihan media tertentu berada di tangan khalayak.
3. Media dan sumber-sumber lain bersama-sama memenuhi kebutuhan khalayak.
4. Orang-orang mempunyai cukup kesadaran atas penggunaan media, ketertarikan, dan motif. Hal ini yang membuat para peneliti mendapatkan gambar lebih akurat atas penggunaan media tersebut.
5. Penilaian terhadap isi media hanya dapat dilakukan oleh khalayak itu sendiri.

Menurut Littlejohn, S. W., Foss, K. A, dan Oetzel (2017), Pendekatan *uses and gratification* digunakan untuk melihat fenomena media dikalangan masyarakat yang selalu berubah menyesuaikan perkembangan zaman.

Media termotivasi oleh kebutuhan mereka dan mereka memilih jenis media tertentu untuk memuaskan kebutuhannya.

Menurut Rosengren, K.E., Wenner, L.A, dan Palmgreen (1985), penelitian dengan pendekatan *uses and gratification* harus mencermati motif penggunaan media dalam konteks sosial, bagaimana teks media membentuk motif, penggunaan dan konsekuensi kebutuhan diri sendiri untuk penerimaan atau penolakan status sosial. Menurut Dennis McQuil (1991), motif penggunaan media dibagi menjadi 4 kelompok yaitu : motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan. Akan tetapi dalam penelitian ini hanya berfokus di salah satunya yaitu motif pendengar dalam mencari informasi tentang *relationship* remaja.

Untuk pengujian teori *uses and gratification* ini akan menghasilkan 2 items penting, yaitu *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO). *Gratification Sought* adalah motif yang mendorong seseorang mengkonsumsi media. Sedangkan *Gratification obtained* adalah kepuasan yang didapatkan oleh seseorang telah menggunakan media. Dari kedua items ini akan diukur perbedaan skor antara *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*.

### III. METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Tipe Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu kegiatan atau proses yang dilakukan secara sistematis untuk dapat memecahkan sebuah masalah yang dilakukan dengan menerapkan metode ilmiah atau metode penelitian, kegiatan ini bertujuan untuk dapat menjelaskan, memprediksi, serta melakukan kontrol terhadap suatu fenomena. Wiratha (2006) menyatakan bahwa Metode penelitian merupakan suatu prosedur atau cara untuk dapat mengetahui sesuatu yang dengan langkah-langkah sistematis, sedangkan metodologi adalah suatu pengkajian dalam mempelajari peraturan-peraturan suatu metode. Sugiyono (2002) yang menyatakan bahwa metode penelitian merupakan sebuah cara ilmiah yang dilakukan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan pemahaman tersebut, maka dapat digaris bawahi bahwa metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu dalam memecahkan masalah penelitian.

Penelitian ini menggunakan tipe metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2011) menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik atau dinyatakan dalam angka, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Berdasarkan hal tersebut maka dapat dinyatakan bahwa Metode Penelitian Kuantitatif merupakan jenis penelitian yang spesifikasinya dan sistematis, terencana serta terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan akhir

penelitiannya. Dalam penelitian ini data-data dilakukan dengan memakai suatu instrumen penelitian, ketika menganalisis data harus bersifat kuantitatif atau menggunakan rumus statistik.

### 3.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian adalah sebuah hal yang sangat penting dan esensial yang harus dipahami oleh seorang peneliti sebelum lebih jauh melaksanakan sebuah penelitian. Adapun jenis pendekatan penelitian dalam kegiatan penelitian ini menggunakan Pendekatan Penelitian Kuantitatif Deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data. Menurut Sugiyono (2011). Penelitian Deskriptif adalah sebuah pendekatan yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul, jenis penelitian deskriptif kuantitatif yang digunakan pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai pengaruh akses *Podcast* Gery Ardian pada Aplikasi *Spotify* terhadap kepuasan pendengar dalam memperoleh informasi tentang *relationship* remaja. Secara lebih spesifik, Pendekatan Penelitian Kuantitatif Deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Studi Kasus (*Case Study*) untuk melihat pengaruh sifat kausalitas antara dua variabel. Menurut Faisal (1999) menyatakan bahwa studi kasus adalah penelitian yang penelaahannya kepada suatu kasus yang dilakukan secara intensif, mendalam, mendetail dan komprehensif. Sejalan dengan pendapat tersebut Basuki (2006) menyatakan bahwa studi kasus adalah suatu bentuk penelitian atau studi suatu masalah yang memiliki sifat kekhususan, dapat dilakukan baik dengan pendekatan kualitatif maupun kuantitatif, dengan sasaran perorangan ataupun kelompok, bahkan masyarakat luas.

Denzin dan Lincoln (1994) merinci ciri-ciri dari Studi Kasus yaitu suatu bentuk penelitian atau studi tentang masalah yang memiliki kekhususan (*Particularity*), dapat dilakukan pada pendekatan Kualitatif maupun Kuantitatif, sasaran studi kasus dapat berupa perorangan, kelompok maupun

masyarakat luas. Pelaksanaan studi Kasus yang ada dalam penelitian ini difokuskan dalam studi kasus mengenai pengaruh akses *Podcast* Gery Ardian pada Aplikasi *Spotify* terhadap kepuasan pendengar dalam memperoleh informasi tentang *relationship* remaja.

### 3.3 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah sebuah bentuk pemaknaan dalam sebuah konsep dalam penelitian. Menurut Silalahi (2009 : 118), definisi konseptual adalah definisi yang menggambarkan konsep dengan penggunaan konsep-konsep lain. Hal ini sejalan dengan pendapat Azwar (2007:72) menyatakan bahwa definisi konseptual yaitu suatu definisi yang masih berupa konsep dan maknanya masih sangat abstrak walaupun secara intuitif masih bisa dipahami maksudnya. Oleh karena itu, definisi konseptual akan memberikan kemudahan untuk peneliti dalam mengaplikasikan konsep ketika melakukan turun lapang guna penelitian yang akan dilaksanakan. Definisi Konsep dalam penelitian ini, sebagai berikut.

#### 1. Akses *Podcast* Gery Ardian pada Aplikasi *Spotify*

Akses *podcast* Gery Ardian dalam hal ini merujuk pada sebuah aktivitas seseorang dalam mendengarkan *podcast* Gery Ardian pada aplikasi *Spotify*, akses media ini dilakukan oleh user atau pengguna dalam bentuk audio untuk mencari informasi yang dibutuhkan.

#### 2. Kepuasan informasi tentang *relationship* remaja

Merujuk kepada tindakan tingkat kepuasan pendengar *podcast* Gery Ardian pada aplikasi *Spotify* sebagai sarana memperoleh informasi tentang *relationship* remaja dalam bentuk audio. Hal ini dikarenakan *podcast* merupakan sebuah media yang hanya berisikan informasi yang disampaikan melalui audio tanpa disertai bentuk visual.

### 3.4 Definisi Operasional

Definisi Operasional Variabel adalah seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep untuk menguji kesempurnaan. Definisi operasional variabel ditemukan item-item yang dituangkan dalam instrumen penelitian (Sugiyono, 2014:3). Oleh

karenaitu, berdasarkan pemahaman diatas, maka dapat dipahami bahwa definisi ini dimaksudkan untuk dapat menghindari kesalahan pemahaman dan perbedaan penafsiran yang berkaitan dengan istilah-istilah dalam penelitian. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti menentukan definisi operasional variabel penelitian sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel Bebas adalah variabel yang tidak dapat di pengaruhi atau dengan kata lain merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lainnya, oleh variabel lainnya dan ditandai dengan huruf X untuk memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi. Variabel bebas yang di maksud yaitu penggunaan atau akses *podcast* gery ardian pada aplikasi *Spotify* untuk mencari informasi tentang *relationship* remaja. Aspek-aspek yang dinilai seperti durasi pengguna dalam mendengarkan *podcast* , frekuensi/seberapa sering pengguna mengakses *podcast* , dan motif apa yang memicu pengguna dalam mengakses *podcast* Gery Ardian.

Menurut McQuail (Rakhmat, 2001:16) motif penggunaan media, yaitu : motif hiburan, yang menetapkan sebagai pelarian dari rutinitas atau masalah sehari-hari; motif integrasi, terjadi ketika mereka menggantikan media sebagai sahabat mereka; motif identitas pribadi, cara untuk memperkuat nilai-nilai pribadi; dan motif informasi, tentang bagaimana media akan membantu seseorang untuk mendapatkan informasi. Namun pada penelitian ini, peneliti ingin lebih dalam menguji motif pengguna dalam menggali informasi tentang *relationship* Remaja. Dengan adanya motif dalam mencari informasi, muncul respon-respon sebagai berikut :

- a. Kepuasan mendapatkan informasi tentang cara membangun hubungan  
Membangun hubungan adalah langkah awal dalam menjalin relasi. Dalam *podcast* Gery Ardian, terdapat silkus seperti diawali dengan senyum sapa, perkenalan nama, bertanya tempat asal/tempat tinggal, bercerita hal kesukaan dan ke hal hal yang lebih intim lagi selang lama jangka waktunya.

- b. Kepuasan mendapatkan informasi tentang cara meningkatkan hubungan  
*Podcast* Gery Ardian sering kali memberikan konten tips supaya *relationship* lebih meningkat yaitu dengan cara meningkatkan komunikasi terlebih dahulu, bisa dengan bertanya kabar, apa yang sedang dilakukan dan juga jadwalkan tentang pertemuan secara langsung untuk mengobrol rutin atau semestinya.
- c. Kepuasan mendapatkan informasi tentang cara mempertahankan kedekatan dalam hubungan  
Semakin lama suatu relasi akan memiliki lika-liku yang dapat menimbulkan masalah. Dalam mempertahankan hubungan menurut *podcast* Gery Ardian yaitu seperti menghargai waktu bersama dan melakukan hal menyenangkan bersama seperti pergi ke tempat cafe favorit, destinasi wisata yang indah, ataupun berkeliling mall, belanja, dll.
- d. Kepuasan mendapatkan informasi tentang menghadapi masalah dalam hubungan  
Bagaimanapun masalah tidak bisa dihindarkan dalam suatu relasi, tak jarang Gery Ardian memberikan tips dalam menghadapi permasalahan relasi interpersonal seperti halnya menurunkan ego masing-masing, membicarakan masalah dengan tenang, luapkan perasaan masing-masing, saling mengerti yang kemudian meminta maaf.
- e. Kepuasan mendapatkan informasi tentang menghadapi pemutusan hubungan  
Apabila permasalahan berlanjut maka akan mengakibatkan suatu pemutusan hubungan. Fase ini antar individu akan merasakan sakit hati yang dapat berlarut-larut, parahnyanya bisa menyebabkan trauma. Gery Ardian dalam *poscast*-nya menyarankan untuk ambil waktu sendiri pastinya untuk menenangkan diri, belajar memaafkan walau berat hati, serta menjadikannya suatu pelajaran yang berharga.

f. Kepuasan terhadap *podcast* karena telah memberikan nilai-nilai yang bisa dipetik untuk perkembangan diri remaja

Masa remaja adalah masa dimana banyak bertanya, khususnya mengenai jati diri. Apabila pengguna mendapatkan nilai-nilai yang dapat diambil adalah bentuk kepuasan dari respon motif identitas pribadi.

g. Kepuasan terhadap *podcast* yang telah memberikan rasa nyaman dan senang

Seringkali dijumpai misalkan menonton sebuah tayangan yang asik dan menarik tidak menutup kemungkinan akan menonton lagi di kemudian hari, begitu juga *podcast* dapat menjadikan tempat yang nyaman layaknya seorang sahabat. Kepuasan ini didapat sebagai respon dari motif integrasi.

h. Kepuasan terhadap *podcast* telah membantu meringankan beban pikiran dan rasa penat

Pada dasarnya manusia tak terlepas dari hal-hal yang membuat lelah, letih, bosan dll. Maka dari itu hiburan sangat diperlukan oleh manusia, salah satunya seperti *podcast*. Bentuk kepuasannya bisa berupa meringankan beban pikiran, relaks/santai, dan masih banyak lagi.

## 2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lainnya atau dapat diartikan variabel tersebut memiliki ketergantungan dari variabel lainnya dan ditandai dengan huruf (Y) untuk memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi. Variabel terikat yang dimaksud yaitu variabel kepuasan pendengar *Podcast* Gery Ardian pada Aplikasi *Spotify* dalam memperoleh informasi tentang *relationship* remaja.

Tabel. 3.1 Tabel Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Indikator	Aspek-Aspek	Skala
Variabel Bebas ( <i>Independent Variable</i> ) : Penggunaan Podcast Gery Ardian	1. Frekuensi Penggunaan 2. Durasi Penggunaan 3. Motif Penggunaan ( <i>Gratification Sought</i> ) a. Motif informasi b. Motif afeksi c. Motif interaksi sosial d. Motif melepas ketegangan	1. Aspek Frekuensi a. Setiap hari b. 5 kali dalam seminggu c. 3 kali dalam seminggu d. 1 kali dalam seminggu e. Tidak pernah 2. Aspek Durasi a. > 2 tahun b. 1 – 2 tahun c. < 1 tahun d. 5 bulan e. < 5 bulan, Selalu 3. Aspek Motif 1) Motif informasi a) Informasi tentang membangun hubungan b) Informasi tentang meningkatkan hubungan c) Informasi tentang mempertahankan suatu hubungan d) Informasi tentang	Skala Likert

Tabel. 3.1 (Lanjutan)

Variabel Penelitian	Indikator	Aspek-Aspek	Skala
		<p>e) menyelesaikan konflik</p> <p>f) Informasi tentang menghadapi pemutusan hubungan</p> <p>2) Motif afeksi</p> <p>a) Meningkatkan kepercayaan diri dalam memulai hubungan</p> <p>b) Pembelajaran diri untuk tidak egois dalam hubungan</p> <p>3) Motif interaksi social</p> <p>a) Berinteraksi dengan Gery Ardian melalui <i>podcast</i></p> <p>b) Berinteraksi dengan sesama pendengar</p> <p>4) Motif melepas ketegangan</p> <p>a) <i>Podcast</i> sebagai Pelepas stress, tegang dan bosan</p>	

Tabel. 3.1 (Lanjutan)

Variabel Penelitian	Indikator	Aspek-Aspek	Skala
		b) <i>Podcast</i> sebagai hiburan untuk menemani aktivitas	
Variabel Terikat ( <i>Dependent Variabel</i> ): Kepuasan Informasi Pendengar	<i>Gratification Obtained</i> a. Kepuasan informasi b. Kepuasan afeksi c. Kepuasan interaksi sosial d. Motif pelepas ketegangan	1. Respon terhadap motif informasi a) Kepuasan Informasi tentang membangun hubungan b) Kepuasan Informasi tentang meningkatkan hubungan c) Kepuasan Informasi tentang mempertahankan suatu hubungan d) Kepuasan Informasi tentang menyelesaikan konflik e) Kepuasan Informasi tentang	Skala Likert

Tabel. 3.1 (Lanjutan)

Variabel Penelitian	Indikator	Aspek-Aspek	Skala
		<p>menghadapi pemutusan hubungan</p> <p>2. Respon terhadap motif afeksi</p> <p>a) Kepuasan dan dapat meningkatkan kepercayaan diri dalam memulai hubungan</p> <p>b) Kepuasan dan dapat menahan diri untuk tidak egois dalam hubungan</p> <p>3. Respon terhadap motif interaksi sosial</p> <p>a) Kepuasan dapat berinteraksi dengan Gery Ardian melalui <i>podcast</i></p> <p>b) Kepuasan dapat berinteraksi dengan sesama pendengar</p> <p>4. Motif pelepas ketegangan</p> <p>a) Kepuasan dapat</p>	

Tabel. 3.1 (Lanjutan)

Variabel Penelitian	Indikator	Aspek-Aspek	Skala
		<p>menghilangkan stres, tegang dan bosan setelah mendengarkan <i>podcast</i></p> <p>b) Kepuasan aktivitas dapat terhibur dengan ditemani <i>podcast</i></p>	

Sumber: Hasil Kajian Penulis, 2021

### 3.5 Populasi dan Sampel

#### 3.5.1 Populasi

Menurut Kasmidi, Nia (2014), menyatakan bahwa populasi merupakan seluruh data yang menjadi perhatian peneliti dalam suatu ruang lingkup, dan waktu yang sudah ditentukan. Menurut Sukardi (2009) menjelaskan bahwa populasi adalah elemen penelitian yang hidup dan tinggal bersama-sama dan secara teoritis menjadi target penelitian. Berdasarkan pendapat beberapa ahli di atas, dapat digaris bawahi bahwa populasi adalah keseluruhan obyek yang menjadi sasaran penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah para *followers* atau pengikut dari akun *podcast* Gery Ardian pada aplikasi *Spotify* pendengar *relationship* remaja pada tahun 2022 rata-rata sebanyak 3.228 pendengar.

**Tabel. 3.2 Tabel Rata-Rata Pendengar *Podcast Relationship* Remaja Gery Ardian**

<b>Tanggal</b>	<b>Pendengar</b>
13 Januari 2022	2.844
20 Januari 2022	5.134
20 April 2022	2.697
3 Mei 2022	3.341
31 Juli 2022	2.126
<b>Rata-rata</b>	<b>3.228</b>

*Sumber: Akun Spotify Gery Ardian, 2022*

### 3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). *Sampling* merupakan cara yang digunakan untuk mengambil sampel. *Sampling* bertujuan untuk menentukan sampel dalam suatu penelitian agar sampel yang didapatkan representatif atau mewakili anggota populasi yang menjadi objek penelitian. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah pengambilan sampel dengan *Simple Random Sampling* (sampel acak berkelompok) karena pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen. Menurut Sugiyono (2017) *Simple Random Sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Berdasarkan hal tersebut maka setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel penelitian. Oleh dari itu, pada saat melakukan pengambilan sampel dari suatu populasi harus benar benar dapat mewakili populasi tersebut atau bersifat representatif (Sugiyono, 2015). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan pengambilan sampel ini adalah :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sample/responden

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan

pengambilan sampel, dalam Rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

- a) Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar
- b) Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Berdasarkan hal tersebut, maka dalam penelitian ini memerlukan sampel sebanyak :

Diketahui :

N : 3.228

e : 0,1

maka sampel :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{3.228}{1 + 3.228(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3.228}{1 + 32,3}$$

$$n = \frac{3.228}{33,3}$$

n = 99,9 sampel (*Dibulatkan menjadi 100*)

Berdasarkan hasil perhitungan sampel diatas, maka sampel yang diperlukandalam penelitian ini sebanyak 100 orang.

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan sebuah cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan informasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Survei. Menurut Sugiyono (2013:11)

pengertian metode survey adalah : “Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis”. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dipahami bahwa Metode survei dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data dari suatu tempat penelitian yang alamiah artinya bukan buatan, namun peneliti melakukan suatu perlakuan dalam mengumpulkan data. Perlakuan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner atau angket yang berisikan pertanyaan. Penelitian ini menggunakan angket untuk mendapatkan data pengaruh akses *Podcast* Gery Ardian pada Aplikasi *Spotify* terhadap kepuasan pendengardalam memperoleh informasi tentang relationship remaja.. Terdapat dua jenis data yang dapat dipakai untuk melakukan penelitian, data-data tersebut antara lain:

1) Data Primer

Data ini didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada 100 orang sampel penelitian. Pada penelitian ini, 100 orang sampel tersebut adalah followers *Podcast* Gery Ardian yang merupakan pendengar *podcast* tersebut pada aplikasi *Spotify*. Kuesioner dianggap sangat pas untuk digunakan jika jumlah responden atau sampel cukup besar dengan wilayahsebaran yang cukup besar juga (Sugiyono, 2015:199).

Penelitian ini mendapatkan seluruh responden penelitian dengan cara membagikan kuesioner yang berisi pertanyaan tanpa bertemu secara langsung dengan responden, tetapi meminta para responden untuk dapat mengisi kuesioner melalui link *Google Forms* yang disebarkan atau yang adapada *podcast* Gery Ardian nantinya.

2) Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder yang peneliti gunakan pada pelaksanaan penelitian adalah Studi Pustaka. Menurut Nawawi (1991:133)

menyatakan bahwa kepustakaan dapat diartikan sebagai studi penelitian yang dilaksanakan dengan cara mendapatkan sumber-sumber data yang diperoleh di perpustakaan yang melalui buku-buku literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Teknik ini untuk memperoleh data-data yang berhubungan dengan penulisan dalam penelitian ini, seperti konsep dalam penelitian, teori yang mendukung, serta pendukung yang diambil dari berbagai referensi atau dengan kata lain merupakan kegiatan mengumpulkan data-data dari bermacam-macam sumber literatur seperti ebook, e-journal, buku, internet dan literatur lainnya yang berhubungan dengan pembahasan penelitian ini yakni mengenai pengaruh akses *Podcast* Gery Ardian pada Aplikasi *Spotify* terhadap kepuasan pendengar dalam memperoleh informasi tentang relationship remaja.

### 3.7 Teknik Pemberian Skor

Pemberian skor dalam penelitian ini dilakukan untuk menunjukkan hasil penyebaran kuesioner pada masing-masing sampel. Pada kuesioner penelitian ini, peneliti menggunakan Skala Pengukuran Likert. Menurut Sugiyono (2015:134) menyatakan bahwa Skala Pengukuran Likert merupakan suatu skala pengukuran yang dipergunakan ketika peneliti ingin mengukur suatu sikap, pendapat, dan juga pandangan atau persepsi penelitian). Sejalan dengan hal tersebut, menurut Kharisman (2015:48) menyatakan bahwa dengan skala Likert, variabel yang akan diukur diuraikan menjadi indikator-indikator variabel tersebut.

Indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang nantinya akan dijawab oleh responden. Pada penelitian ini yang menggunakan skala pengukuran Likert, maka setiap jawaban dalam penelitian ini akan mendapatkan skor sesuai dengan yang telah ditetapkan peneliti, sebagai berikut:

- 1) Untuk jawaban sangat puas diberi nilai 5, yang menunjukkan kategori sangat tinggi
- 2) Untuk jawaban puas diberi nilai 4, yang menunjukkan kategori tinggi
- 3) Untuk jawaban cukup puas biasa saja diberi nilai 3, yang menunjukkan kategori sedang
- 4) Untuk jawaban kurang puas diberi nilai 2, yang menunjukkan kategori rendah
- 5) Untuk jawaban sangat tidak puas diberi nilai 1, yang menunjukkan kategori sangat rendah

### 3.8 Pengujian Instrumen Penelitian

#### 3.8.1 Uji Validitas

Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program komputer *SPSS 23.0 for windows* yang akan dilakukan uji validitas diluar sampel. Instrumen penelitian dapat dikatakan baik jika telah memenuhi persyaratan-persyaratan tertentu, yaitu *valid* atau *reliable* instrumen yang digunakan. Menurut Riduwan (2004:128), instrumen penelitian yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting, yaitu *valid* dan *reliable*. Sebuah instrumen dapat di katakan *valid* jika instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya di ukur menurut situasi dan tujuan tertentu, pengujian validitas instrumen dalam penelitian ini akan menggunakan rumus *Korelasi Product Moment Pearson* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma x \cdot \Sigma y)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi antara

X dan Y N : Jumlah responden

$\Sigma X^2$  : Jumlah skor item

$\Sigma Y^2$  : Jumlah skor total (seluruh item)

Distribusi (tabel t) untuk  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan (dk = n).

Distribusi (tabel t) untuk  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan (dk = n).

Kriteria pengujian: jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka alat ukur tersebut dinyatakan valid dan sebaliknya apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka alat ukur tersebut dinyatakan tidak valid.

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017: 121), reliabilitas adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Menurut Arikunto (2006: 196) pengukuran reliabilitas menggunakan rumus *cronbach' alpha* ( $\alpha$ ) adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t} \right\}$$

Keterangan :

- $r_{11}$  = Nilai reliabilitas
- $k$  = Banyaknya butir pertanyaan
- $\sum S_j^2$  = Jumlah varians butir
- $S_t$  = Jumlah varians total

Penelitian ini dibantu menggunakan program komputer *SPSS 23.0 for windows* Jika koefisien reliabilitas telah dihitung maka untuk menentukan kriteria reliabilitas yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Kriteria Realibilitas**

Koefisien relibilitas ( $r_{11}$ )	Kriteria
$0,80 < r_{11} \leq 1,00$	Sangat tinggi
$0,60 < r_{11} \leq 0,80$	Tinggi
$0,40 < r_{11} \leq 0,60$	Cukup
$0,20 < r_{11} \leq 0,40$	Rendah
$0,00 < r_{11} \leq 0,20$	Sangat rendah

Sumber: Arikunto (2013)

Instrumen dapat dikatakan memiliki reliabilitas tinggi dan sangat tinggi apabila nilai kriteria soal yang digunakan dalam instrumen 0,60 sampai dengan 1,00. Menurut Imam Ghozali, suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha  $> 0,70$ .

### 3.9 Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teknik Analisis data Penelitian Kuantitatif. Tujuan analisis data yaitu untuk memberikan arti guna menarik kesimpulan dari suatu masalah yang ada. Analisis data merupakan sebuah kegiatan untuk membuat kelompok data berdasar pada variabel atau dapat dipahami bahwa analisis data merupakan salah satu proses penelitian yang dilakukan setelah semua data yang diperlukan guna memecahkan permasalahan yang diteliti sudah diperoleh secara lengkap. Kegiatan dalam analisis data adalah dengan membuat kelompok data yang didasarkan pada variabel dan jenis responden, membuat tabulasi data yang berdasar pada variabel dari seluruh responden, membuat sajian data dari tiap variabel yang sedang diteliti, serta melakukan suatu perhitungan ketika akan menguji hipotesis atau dugaan yang telah ditentukan sebelumnya (Sugiyono, 2015:207). Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah untuk melihat besarnya pengaruh *Podcast* Gery Ardian pada Aplikasi *Spotify* terhadap tingkat kepuasan pendengar dalam memperoleh informasi tentang *relationship* remaja.

Analisis terhadap hal tersebut dilakukan dengan menggunakan rumus statistik yakni Regresi Linear Sederhana. Pengujian Regresi Linier Sederhana adalah untuk melihat pengaruh secara linear antara satu Variabel Independen (X) dengan Variabel Dependen (Y). Adapun Rumus regresi linear sederhana tersebut menurut Sugiyono (2011:261) adalah sebagai berikut:

$$Y' = a + b X$$

Keterangan:

- Y' = Nilai yang diprediksikan
- a = Konstanta atau bila harga X = 0
- b = Koefisien regresi
- X = Nilai variabel independen

Uji Regresi Linier Sederhana digunakan untuk mencari rumusan masalah dalam penelitian. Pada analisis data hasil penelitian ini menggunakan program komputer SPSS 23.0 for windows dengan Tingkat signifikansi ditentukan sebesar 0,05%

- a) Terima  $H_a$ , apabila nilai  $\text{sig} \leq 0,05$ . Berarti terdapat pengaruh signifikansi dari *Podcast* Gery Ardian pada Aplikasi *Spotify* (X) terhadap kepuasan pendengar dalam memperoleh informasi tentang *relationship* remaja (Y)
- b) Tolak  $H_a$ , apabila nilai  $\text{sig} \geq 0,05$ . Berarti tidak terdapat pengaruh signifikansi dari *Podcast* Gery Ardian pada Aplikasi *Spotify* (X) terhadap kepuasan pendengar dalam memperoleh informasi tentang *relationship* remaja (Y).

### 3.10 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan guna mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Pengujian dilakukan pada hipotesis nol ( $H_0$ ), yaitu pernyataan tidak adanya perbedaan parameter dengan statistik data sampel lawan dari hipotesis nol adalah hipotesis alternatif ( $H_a$ ), yaitu menyatakan adanya perbedaan antara parameter dan statistik data sampel. Pada penelitian ini, peneliti memakai Uji T untuk mengetahui bagaimana taraf signifikansi dari hasil koefisien korelasi. Pengujian hipotesis dengan Uji T yakni *Paired Sampel T-Test* yang digunakan untuk mencari tahu jawaban terkait pertanyaan apakah variabel bebas (X) yakni pengaruh akses *Podcast* Gery Ardian pada Aplikasi *Spotify* terhadap variabel terikat (Y) yakni kepuasan

pendengar dalam memperoleh informasi tentang relationship remaja.

Rumus Uji *Paired Sampel T-Test* adalah sebagai berikut:

$$t_{hit} = \frac{\bar{D}}{\frac{SD}{\sqrt{n}}}$$

Keterangan :

t = koefisien t

$\bar{D}$  = rata-rata selisih pengukuran 1 dan 2

SD = standar deviasi selisih pengukuran 1 dan 2

n = jumlah sample.

Dasar Pengambilan keputusan:

1. Nilai signifikansi (*2-tailed*) < 0.05 menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara variabel awal dengan variabel akhir. Ini menunjukkan terdapat pengaruh yang bermakna terhadap perbedaan perlakuan yang diberikan pada masing-masing variabel.
2. Nilai signifikansi (*2-tailed*) > 0.05 menunjukkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara variabel awal dengan variabel akhir. Ini menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang bermakna terhadap perbedaan perlakuan yang diberikan pada masing-masing variabel.

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini peneliti memakai metode pengumpulan data melalui penyebaran kuisisioner. Dan kelemahan pada aplikasi *spotify*, orang lain tidak dapat melihat detail pengikut *podcast* dari Gery Ardian. Maka dari itu peneliti juga di bantu oleh Gery Ardian di dalam penelitian ini.
2. Berdasarkan data hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *podcast* Gery Ardian di *Spotify* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan informasi tentang *relationship* remaja 78% yang dalam hal ini dikategorikan sebagai tingkat hubungan yang sangat kuat. Hasil pengujian menunjukkan bahwa  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $14,358 > 1,984$ ), maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel *podcast* Gery Ardian di *Spotify* terhadap kepuasan informasi tentang *relationship* remaja. Maka dari itu,  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak serta variabel *podcast* Gery Ardian di Aplikasi *Spotify* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pendengar dalam memperoleh informasi tentang *relationship* remaja. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel keduanya dengan korelasi yang kuat.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator variabel *podcast* Gery Ardian di *Spotify* memiliki pengaruh terhadap kepuasan informasi tentang *relationship* remaja adalah motivasi dalam mendapatkan informasi tentang *relationship* remaja di konten *podcast*. Nilai koefisien regresi sebesar 0,676. Skor ini bermakna bahwa tiap-tiap orang mendengarkan *podcast* Gery Ardian di *Spotify*, maka kepuasan informasi akan meningkat sebesar 0,676. Mayoritas responden menyatakan puas dan sangat setuju dengan pernyataan-pernyataan terkait motif yang telah disajikan. Kebiasaan

mendengarkan *podcast* juga dapat dipicu oleh adanya pandemi *covid-19* yang mana diberlakukan pembatasan komunikasi secara langsung.

Hal yang dapat mengganggu kualitas hubungan. Maka dari itu mereka membutuhkan informasi untuk tetap menjalankan hubungannya. Disisi lain *podcast* dapat dijadikan sebagai hiburan kala suntuknya beraktivitas dirumah masing-masing dikarenakan kebijakan PPKM.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan kepada penelitian-penelitian selanjutnya, supaya dapat lebih mengembangkan variabel terikat, tidak hanya memfokuskan pada kepuasan informasi saja, tetapi dapat menggunakan variabel bebas lainnya sebagai perbandingan.
2. Kepada akun *podcast* Gery Ardian di *Spotify* agar lebih meningkatkan kualitas baik secara kualitas audio juga dengan kualitas materi yang dibawakan, supaya dapat lebih bermanfaat dan membuat semakin berkembang *podcast*-nya.
3. Kepada para *followers podcast* Gery Ardian di *Spotify* khususnya, agar dapat membantu mendukung lagi dengan *podcast* Gery akan tetapi jangan terlalu mencukupkan diri mencari ilmu hanya di *podcast* Gery Ardian. Banyak hal dari luar yang dapat dijadikan sebagai pembelajaran terkait dengan *relationship* remaja seperti jurnal, artikel, dll.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agusli, Rachmat. Panduan Praktis Koneksi Internet dengan Handphone. Media Kita
- Allifiansyah, Sandy. *Podcast* dan Teori Uses & Gratifications : 13.
- Andi, Wiryanto. 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Grasindo.
- Anshori, Muslich, dan Sri Iswati. Metodologi Penelitian Kuantitatif : Edisi 1. Airlangga University Press, 2019.
- Ario, D. 2019. Kebangkitan *Podcast* di Indonesia dan Kurangnya *Podcast* Musik Lokal. Retrieved from <https://billboardid.com/kebangkitan-podcast-diindonesia-dankurangnya-podcast-musik-lokal/> on April 8 th 2020
- Asosiasi Digital Marketing Indonesia. (2020). 9 Tren *Podcast* Tahun 2020 Yang Wajib Kamu Ketahui . Retrieved from <https://digimind.id/9-tren-podcast-tahun-2020-yang-wajib-kamu-ketahui/> on April 5th 2020
- Beyond Borders: Communication Modernity & History. London School
- Bonini, T.(2015). *The Second Age Of Podcast ing: Reframing Podcast ing as A New Digital Mass Medium*. Quaderns del CAC 41 18(July): 21–30
- Daily Social. (2018). *Podcast User Research in Indonesia 2018*
- Denzin and Y. Lincoln. 1994. *Handbook of Qualitative Research*. London. Sage.
- Devito, Joseph, 1989, *The Nonverbal Communication Workbook* (Prospect Heights), illinois: Waveland Press.
- Duli, Nikolaus. Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS. Deepublish, 2019.
- Fauzi, Rifqi. (2020). Implikasi *Podcast* di Era New Media. Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah. Vol.1 No.2

- Hakim R.M. 2020. Pengaruh Terpaan Media Sosial Youtube dan Interaksi Antarsosial Terhadap Perilaku Imitasi Remaja Putri (Studi Kasus Video Clip Blackpink-Ddu Du Ddu Du). Jurnal SCRIPTURA. Vol. 10, No. 1, Juli 2020, 15-23
- Hamdi, Asep Saepul, dan E. Bahruddin. Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasidalam Pendidikan. Deepublish, 2015
- Hutapea A.F., dkk. 2021. Perilaku Pencarian Informasi melalui Jurnal Elektronik oleh Mahasiswa Prodi Ilmu Perpustakaan Menggunakan Model Ellis. Jurnal Adabiya Volume 23 No. 1 Februari 2021.
- Jalaluddin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*, Bandung : RemajaRosdakarya, 2001,p. 121–124.
- Kencana, W. H. (2020). Platform Digital Siaran Suara Berbasis *on Demand*. *Commed: Jurnal Komunikasi dan Media*, 4 (2), 191-207.
- Kharisman, indra. 2015. *Pengaruh Aktivitas Outdoor Education Terhadap Kepercayaan Diri Siswa*. Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Knowledge Agency, The. (2004). *The iPod Generation*. Ofcom:London
- M.Pd, Prof Dr A. Muri Yusuf. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan. Prenada Media, 2016.
- Moor, 2004, “Humas, Membangun Citra Dengan Komunikasi”, Bandung: Rosda Karya.
- Nigrum. 2017. *Pengaruh Penggunaan Metode Berbasis Pemecahan Masalah (Problem Solving) Terhadap Hasil Belajar Ekonomi Siswa Kelas X Semester Genap Man 1 Metro Tahun Pelajaran 2016/2017*. Metro. Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Muhammadiyah Metro. e-ISSN 2442-9449 Vol.5. No.1 (2017) 145 -151
- Novilia. (2020). Gery Dwi Septa Ardian. <https://tribunlampungwiki.tribunnews.com/2020/01/10/gery-dwi-septa-ardian?page=all>

- Rafiza, R. N. (2020). *Podcast : Potensi dan Pertumbuhannya di Indonesia*.  
*Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 11(1), 1-12
- Riswandi, 2013: 64
- Sanapian, Faisol. (1999). *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar Aplikasi*.  
Malang.IKIP.
- Sheldon, M.P. (2017). *Podcast Science*(NewYork, N.Y.).  
<https://doi.org/10.1126/science.aam7391>
- Spotify & The Nielsen Company. (2017). *Spotify Indonesia Consumer  
Insight:Reach The Audience That Matters to Your Brand. Spotify  
For Brand*
- Steinberg, L. (2016). *Adolescence* (Eleventh edition). New York: McGraw  
-Hill.
- Suherman, Ansar. *Buku Ajar Teori -Teori Komunikasi*. Deepublish, 2020.
- William D Brooks , Jalaludin Rakhmat (2015: 98).
- Wiratha, I Made. 2006. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: