

Sosio-demografi dan Kepuasan Pengguna Podcast di Indonesia

Socio-demographics and Podcast User Satisfaction in Indonesia

Jenica Elisabeth Rotua Panjaitan

Universitas Diponegoro

Email : panjaitanjenica@gmail.com

ABSTRACT

Podcasts are an audio-based information facility that is in demand from various countries in the world, including Indonesia, where podcast enthusiasts have experienced a significant increase. This study aims to see how the social-demographic factors and adaptation of podcast users in Indonesia are. Using quantitative and qualitative methods with the number of respondents (n=394) in the period (24-28 February 2021) and semi-structured interviews with a total of 39 respondents who were randomly selected as podcast listeners in Indonesia from various backgrounds and ages. Analyzed by using the uses and gratification theory, this study illustrates that the majority of podcast users in Indonesia are in big cities such as Jakarta and come from diverse circles with the expectation of getting entertainment where podcast users claim to be satisfied with the ease and impact they feel from using podcasts.

Keywords: Podcasts, socio-demographics, uses and gratifications.

ABSTRAK

Podcast menjadi sarana informasi berbasis audio yang diminati oleh berbagai negara di dunia tidak terkecuali di Indonesia, peminat podcast mengalami kenaikan yang signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana faktor sosio demografi dan adaptasi pengguna podcast di Indonesia. Menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif dengan jumlah responden (n=394) dalam periode (24-28 Februari 2021) serta wawancara semi terstruktur dengan total 39 orang responden yang dipilih secara acak sebagai pendengar podcast di Indonesia dari berbagai kalangan dan usia. Dikaji dengan menggunakan teori *uses and gratification*, penelitian ini menggambarkan bahwa pengguna podcast di Indonesia mayoritas berada di kota-kota besar seperti Jakarta dan berasal dari kalangan yang beragam dengan ekspektasi mendapatkan hiburan dimana pengguna podcast mengaku puas dengan kemudahan dan dampak yang di rasakan dari penggunaan podcast.

Kata-kata Kunci: Podcast, sosio-demografi, *uses and gratifications*.

PENDAHULUAN

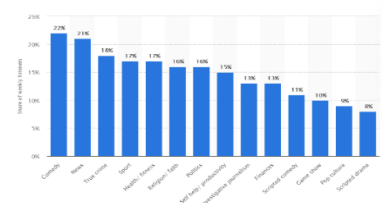
Perkembangan teknologi informasi memberikan berbagai pilihan media untuk pendistribusian

pesan, salah satunya adalah komunikasi berbasis audio. Tidak hanya radio tetapi juga podcast. Dilansir melalui situs resmi Apple.com mengatakan bahwa

"Podcasts are usually original audio shows, consisting of individual episodes on a variety of topics. Millions of people around the world can enjoy them anytime and anyplace". Pada umumnya, podcast merupakan hasil dari rekaman audio atau video yang membahas mengenai topik-topik menarik dengan tema tertentu yang dapat didengarkan kapan saja dan dimana saja. Podcast juga memungkinkan pendengar untuk memilih, mengakses dan mengunduh audio yang mereka inginkan melalui platform yang telah ditentukan (Potter, 2006). Podcast merupakan kanal komunikasi berbasis audio yang pertama kali di perkenalkan 2006 silam di Amerika Serikat, pada awal kemunculannya dilasir dari (Statista, 2021) hanya terdapat 22% dari populasi masyarakat kategori dewasa di Amerika Serikat yang mengetahui tentang podcasting, namun pada tahun 2020 angka ini mengalami peningkatan hingga mencapai 75%. Popularitas podcasting mencapai 88 juta pendengar pada 2019 silam dan diperkirakan angka ini akan terus meningkat hingga 160 juta pendengar pada tahun 2023 dengan estimasi peningkatan 20 juta pendengar setiap tahunnya. Popularitas podcast berkembang ke negara lain di dunia salah satunya di Indonesia, untuk berkontribusi dalam pemetaan global penggunaan podcast maka penelitian ini akan melihat faktor sosio-demografi, adopsi serta kepuasan yang dirasakan oleh pendengar podcast di Indonesia dengan menggunakan analisa dari teori komunikasi *uses and gratification*.

Statista.com pada April 2021 merilis data mengenai genre podcast yang diminati di Amerika Serikat,

posisi pertama menempatkan komedi sebagai genre yang paling banyak dipilih oleh masyarakat diikuti dengan berita pada posisi kedua dan kejahatan, olahraga serta konten mengenai kesehatan pada peringkat berikutnya dengan presentase jumlah peminat yang sama yaitu 17%.



Gambar 1(Genre Podcast Favourite Statista, 2021)

Maraknya pemakaian jasa internet memberikan dampak yang signifikan bagi berbagai media konvensional seperti televisi, majalah, tabloid dan radio. Radio merupakan media berbasis audio yang diminati oleh masyarakat, (Muntladiroh, 2019) mengatakan bahwa masa emas penggunaan radio berada pada tahun 1980 hingga 1990, radio dianggap salah satu media komunikasi yang dapat menyebarkan informasi dengan keunikan karakteristiknya. Namun, pendengar radio di Indonesia beberapa tahun terakhir mengalami penurunan yang signifikan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik pada 2013 silam, hanya 13,31 persen masyarakat berusia sepuluh tahun ke atas yang masih mendengarkan radio. Angka ini merosot tajam dari tahun 2003 yang mencapai 50,29 persen. Radio merupakan informasi berbasis audio dengan sistem *real time*, salah satu ciri ini yang dapat digantikan oleh internet dengan sistem akses yang fleksibel dimana seseorang dapat mengakses informasi kapan saja dan

dimana saja. Radio tidak pernah benar-benar kehilangan peminatnya, maka sistem komunikasi informasi berbasis audio yang di fasilitasi internet menjadi opsi yang mungkin menjadi pilihan pendengar radio. Studi Michael Bull pada tahun 2007 mengenai budaya mendengarkan music melalui iPod dalam (Hancock dan McMurty, 2017) mengatakan bahwa podcast berperan menggantikan budaya akustik yang tidak terlihat dan portable merupakan hal yang penting. Ia mengatakan bahwa ketika seseorang mendengarkan melalui iPod ruang geografis menjadi tersembunyi, karena pembicara menempati ruang lain namun hal ini juga diisi dengan suasana hati atau tematik konten audio pendengar seluler.

Tidak hanya di Amerika Serikat, podcast belakangan ini juga mengalami kenaikan jumlah peminat di Indonesia, media komunikasi berbasis audio ini dapat diakses melalui aplikasi Spotify maupun Apple podcast. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh DailySocial dan JakPat Mobile Survey Platform tahun 2018 kepada 2023 pengguna *smart phone* menghasilkan sebanyak 67,97% responden akrab dengan penggunaan podcast yang sebelumnya menggunakan radio sebagai sarana informasi berbasis audio. Sebanyak 43% pendengar podcast juga setuju untuk menggunakan *platform* ini secara berkelanjutan. Hasil survey menunjukan 56,73% memilih mendengarkan melalui platform radio dan podcast secara bersamaan diikuti 25,29% memilih hanya menggunakan podcast dan 17,98% memilih hanya menggunakan radio. Hal tersebut cukup mengejutkan melihat bahwa

lebih banyak orang memilih penggunaan podcast dibandingkan dengan radio. Berbagai faktor menjadi alasan pemilihan podcast dibandingkan dengan radio. Melalui data tersebut, maka penelitian ini akan meneliti lebih lanjut mengenai faktor sosio-demografi penggunaan podcast di Indonesia serta bagaimana kepuasan yang dirasakan melalui konten-konten podcast tersebut.

Terdapat perbedaan karakteristik pengguna podcast dari setiap negara, dalam penelitian yang dilakukan oleh (Azran et al, 2018) mengenai sosio-demografi podcast di Israel menggambarkan bahwa terdapat 70% pendengar terdiri dari usia antara 26-45 tahun. Temuan tersebut hampir mirip dengan pengguna podcast di negara pertama kali podcast berkembang yaitu Amerika Serikat, selanjutnya hasil survey menunjukan bahwa 90% pendengar berjenis kelamin laki-laki, hanya 10% pendengar berjenis kelamin perempuan. Secara geografis, penyebaran pendengar podcast di Israel mayoritas berada pada pusat negara Israel yaitu 56,9% diikuti dengan Israel utara yaitu sebesar 16,6%. Karena pusat Israel sebagian besar terdiri dari kota metropolitan Tel Aviv dan pinggirannya, atau terkadang disebut "Negara Tel Aviv" terdapat perbedaan sosial, ekonomi dan budaya antara itu dan bagian lain negara (Soffer dan Bystrov, 2006) dalam (Azran et al, 2018), temuan ini menggambarkan bahwa kelompok yang memiliki hak sosial jauh lebih mungkin untuk mendengarkan podcast. Terdapat sebanyak 7,7% pendengar tinggal di luar negeri, di mana banyak orang Israel tinggal setelah pindah ke perusahaan teknologi tinggi, dapat dikatakan

bahwa kelompok pendengar podcast ini termasuk dalam elit sosial-ekonomi, faktor bekerja pada perusahaan teknologi juga membuat pendengar lebih memilih podcast sebagai hiburan berbasis audio dengan fasilitas internet dibandingkan media konvensional seperti radio. Penerapan teori *uses and gratification* dalam penelitian ini dilihat dari survey yang dilakukan kepada 100 orang responden. Temuan dari hasil wawancara pada penelitian ini mengidentifikasi bahwa kegunaan utama dan kepuasan yang dipenuhi dengan mendengarkan podcast adalah kognitif serta hal yang paling umum adalah keinginan untuk memperoleh pengetahuan. Dari segi sosial banyak pendengar mendengarkan podcast melalui rekomendasi dari rekan kerja dan selanjutnya membuat sekelompok pendengar podcast dari kelompok sosial serupa. Dalam hal hiburan, pengguna mendengarkan podcast untuk menghabiskan waktu. Dan beberapa pendengar menanggapi bahwa mendengarkan podcast merupakan hobi baru, kebanyakan pendengar menganggap bahwa mendengarkan podcast merupakan pengganti dari hobi membaca buku, tujuan pragmatis mendengarkan podcast yaitu mereka dapat tertidur dengan mendengarkan suara yang monoton dan menenangkan. Podcast juga membuat pendengar merasa tertarik dengan konten yang bersifat mendidik serta menghibur (Gay et al, 2007).

Penelitian berikutnya mengeksplorasi pengguna podcast yang dilakukan kepada responden kelompok penggemar pada Facebook dan MySpace (McClung dan Johnson, 2010), penelitian ini menunjukkan

bahwa mereka yang menggunakan podcast berpendidikan tinggi dan cenderung memperoleh pendapatan rumah tangga tahunan yang substansial, dengan sekitar 20% lebih dari dua kali lipat pendapatan rumah tangga rata-rata AS. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini menunjukkan 62,1% pengguna podcast adalah perempuan. Penelitian ini menghasilkan sebagian besar 68% pendengar menggunakan podcast di pemutar media portabel seperti iPod atau pemutar MP3 daripada di komputer desktop atau laptop. Dengan penyebaran perangkat seperti iPod, terlihat jelas bahwa portabilitas podcast dipandang penting. Meskipun temuan itu tidak terungkap dalam analisis faktor, hampir 70% pengguna melaporkan menggunakan podcast di perangkat portabel. Selain itu, di antara mereka yang mengunduh podcast, sebagian besar (89%) mengatakan benar-benar menggunakan podcast yang mereka unduh. Dalam penelitian yang dilakukan (Marin, 2019) pengguna podcast di Spanyol memutuskan untuk beralih dari radio analog menjadi digital dengan pendapat bahwa struktur konstruksi cerita yang dihadirkan dalam podcast lebih partisipatif dibandingkan dengan radio. Beberapa penelitian di atas mengeksplorasi penggunaan podcast di berbagai negara di dunia serta pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan audiens, maka penelitian ini akan memetakan faktor sosio-demografi pengguna podcast di Indonesia serta bagaimana adopsi podcast dan kepuasan yang dirasakan audiens podcast di Indonesia.

Untuk melihat bagaimana kepuasan masyarakat Indonesia terhadap penggunaan podcast serta

memetakan faktor sosio demografi pengguna podcast di Indonesia maka penelitian ini akan dikaji menggunakan teori *uses and gratification*

Secara fundamental penggunaan dari teori *uses and gratification* menggambarkan bagaimana individu memilih media untuk tujuan tertentu. Dalam teori *uses and gratification*, audiens dianggap bersifat pasif dimana mereka memutuskan media apa yang akan mereka gunakan dan dampak apa yang mereka inginkan dari penggunaan media tersebut (Griffin, 2015). Penggunaan media memberikan dampak yang berbeda terhadap individu, pesan dan informasi yang sama yang disediakan oleh media dan dalam penelitian ini melalui podcast belum tentu memberikan pengaruh yang sama. Salah satu inti dari teori penggunaan dan kepuasan dari media adalah melihat bagaimana perbedaan efek media dari individu satu dengan yang lain.

Keputusan seseorang untuk beralih dari komunikasi berbasis audio seperti radio menjadi podcast dipengaruhi oleh motif di baliknya atau terdapat motivasi yang menjadi dasar dari pengambilan sebuah keputusan. Faktor kebiasaan dan pengaruh lingkungan mungkin saja memengaruhi penggunaan media (Hossain, 2019) namun penentuan motif dibalik penggunaan media ini tetap ditentukan oleh masing-masing individu melihat setiap individu memiliki karakteristik dan penilaian berbeda dalam melihat media.

Kecepatan dari umpan balik podcast menjadi salah satu alasan diminatnya media komunikasi berbasis audio ini,

fasilitas internet dalam podcast juga mempengaruhi kemudahan akses dari podcast khususnya untuk generasi milenial (Shim et al, 2007). Alan Rubin 1981 dalam (Griffin, 2015) mengkategorikan delapan motivasi utama mengapa audiens memilih suatu media dalam tipologi *uses and gratification*. Kepuasan dari penggunaan media podcast akan dilihat melalui kategori tersebut, diantaranya adalah dimanfaatkan untuk menghabiskan waktu dimana audiens mendengarkan podcast untuk mengisi waktu luang, kedua adalah pertemanan, podcast menjadi salah satu media yang memungkinkan audiens menjalin relasi dengan keluarga atau kerabat. Ketiga, sebagai bentuk pelarian, mendengarkan podcast dimanfaatkan individu untuk menghindari permasalahan dan menjadi solusi untuk memberikan ketenangan. Keempat adalah kesenangan, pengalaman yang menyenangkan dari mendengarkan podcast menjadi motivasi seseorang untuk memilih media ini. Kelima adalah Interaksi sosial, Dengan mendengarkan podcast, maka akan menjadi jembatan untuk membangun interaksi sosial sesama pendengar melalui topik atau konten yang dibahas dalam podcast. Keenam adalah sebagai salah satu upaya untuk relaksasi, dengan mendengarkan podcast seseorang akan merasa lebih tenang, bahkan mendengarkan podcast dapat menjadi stimuli untuk lebih mudah tidur. Ketujuh adalah sebagai media mendapatkan Informasi, beragam nya konten yang terdapat di dalam podcast memungkinkan individu untuk mencari dan memperbaharui informasi. Motivasi yang terakhir adalah kegembiraan. Melalui

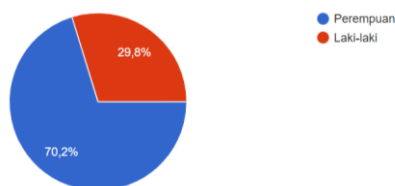
mendengarkan podcast seseorang merasa senang dan terhibur dibandingkan dengan media lain.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif. Penelitian kuantitatif akan menjawab pertanyaan mengenai sosio-demografi pengguna podcast di Indonesia dengan jumlah responden (n=394) dalam periode (24-28 Februari 2021) diantaranya umur, jenis kelamin, domisili tinggal, tingkat pendidikan serta jumlah penghasilan. Setelah itu akan dilakukan wawancara semi terstruktur dengan total 39 orang responden yang bersedia di wawancara untuk mengidentifikasi penerapan teori *uses and gratifications* pengguna podcast di Indonesia. wawancara akan fokus untuk mengeksplorasi bagaimana penggunaan dan adopsi podcast serta bagaimana penggunaan podcast memberikan kepuasan pada para pendengarnya.

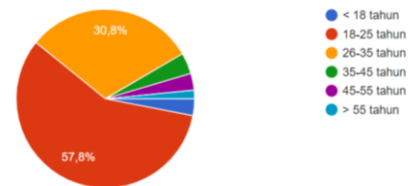
HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari survey yang dilakukan kepada 393 responden secara acak, demografi pengguna podcast di Indonesia menunjukkan hasil sebagai berikut, terdapat 70,2% atau sejumlah 276 orang responden dengan jenis kelamin wanita dan 29,8% atau sejumlah 117 orang dengan jenis kelamin pria mengaku aktif mendengarkan podcast.



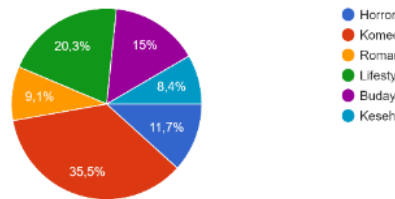
Gambar 2 (Jenis kelamin pendengar podcast)

Pendengar podcast sebagian besar menggunakan media telepon selular untuk mengakses aplikasi ini yaitu sebesar 90,8% sedangkan sisanya sebanyak 9,2% memilih menggunakan laptop/ *personal computer*. Pendengar podcast paling banyak berada pada usia antara 18-25 tahun yaitu sebesar 57,8% selanjutnya diikuti dengan usia 26-35 tahun dengan persentase 30,8 %, usia 35-45 tahun dengan jumlah 3,8%, usia 45-55 tahun dengan jumlah 3,1%, usia kurang dari 18 tahun dengan jumlah 3,1% serta usia diatas 55 tahun dengan jumlah 1,5%.



Gambar 3(Usia pendengar Podcast Indonesia, 2021)

Latarbelakang pendidikan pendengar podcast menunjukkan sejumlah 55% merupakan sarjana, diikuti dengan lulusan SMA/SMK/ sederajat dengan jumlah 33,6%. Sebanyak 33,2 % pendengar podcast memiliki profesi sebagai karyawan swasta, diikuti dengan mahasiswa sebesar 23,6 % serta 8,4% sebagai wiraswasta dengan rata-rata penghasilan bulanan sebesar 5 sampai 10 juta perbulan.



Gambar 3 (Genre Podcast Favourite Indonesia, 2021)

Genre podcast yang paling disukai yaitu komedi sebanyak 35,5% diikuti dengan gaya hidup sebanyak 20,3% dan budaya serta masyarakat sebanyak 15%. Dalam adopsi penggunaan podcast sebanyak 66,5% pengguna memilih aplikasi Spotify sebagai media mendengarkan podcast, diikuti dengan Joox sebanyak 8,6% dan Apple Podcast sebanyak 6,3%. Hasil penelitian menggambarkan pendengar podcast di Indonesia belum dalam dapat dikatakan intens setiap hari atau merupakan kebiasaan karena 40,4% pendengar hanya mendengarkan podcast sebanyak dua hingga tiga kali dalam seminggu dan diikuti dengan 20,1% dengan hitungan satu kali dalam seminggu. Durasi mendengarkan podcast masyarakat berada pada sepuluh hingga tiga puluh menit dalam sehari.

Penerapan Uses and Gratification pada Podcast

Dari 393 responden, penelitian ini melakukan wawancara kepada 39 orang mengenai penggunaan podcast, dari hasil kuesioner sebanyak 37,8% memilih mendengarkan podcast untuk mencari hiburan. Salah satu responden mengatakan

Tujuan

“gue gaada tujuan khusus sih buat dengerin podcast, ya buat ketawa-ketawa aja, karna gue juga dengerin podcast yang lucu-lucu jadi ga espekt apa-apa, ya buat naikin mood aja”

Dari pernyataan tersebut, dapat menggambarkan tujuan seseorang dalam mendengarkan podcast adalah menjadi hiburan dengan pemilihan media *handphone* dan aplikasi spotify untuk mengakses podcast. Tujuan mendengarkan podcast dari hasil wawancara responden satu dengan yang lain cenderung mirip seperti kutipan berikut,

“karna gue kan berangkat kerja naik busway, jadi yaudah buat selingan sambil nunggu, gue kalo kerja depan laptop terus, gepernah ngomong jadi dari pada ngantuk mendingan gue sambil dengerin podcast”

Dalam tipologi *uses and gratification* penggunaan podcast termasuk dalam beberapa kategori yaitu podcast dapat membantu menghabiskan waktu, relaksasi, kesenangan, dan kegembiraan.

Hasil dari wawancara yang dilakukan sebagian besar pengguna podcast memilih konten ringan yang dapat menghibur dan mengisi waktu luang sebagai preferensi dari mendengarkan lagu yang cenderung monoton.

Dampak

Penggunaan media memberikan dampak yang berbeda kepada pendengar nya tergantung dari pengetahuan dan bagaimana media memengaruhi pemikiran seseorang,

penggunaan podcast dalam penelitian ini menggambarkan dampak yang beragam namun sebagian besar memberikan dampak yang positif sesuai dengan ekspektasi awal mereka. Seperti contoh kutipan wawancara dengan narasumber Lusi seorang pegawai swasta yang memilih podcast sebagai sumber informasi dan berita dibandingkan mengakses melalui media konvensional seperti televisi, radio ataupun berita online.

"soalnya podcast lebih komunikatif, karna ada dua orang ngobrol kan ya jadi kita dengerin nya enak, di podcast lebih jelas aja penjelasannya dibanding nonton berita, satu jam ngobrol kan banyak banget (informasi) yang gue dapet"

Kepuasan mendengar podcast juga dapat digambarkan mengenai kesesuaian motivasi dan dampak yang didengarkan seseorang, sebagai contoh seperti pernyataan dibawah ini

"karna kadang gue dengerin nya juga sambil di jalan kan, lumayan buat, gue suka dengerin podcast rapot dan ga milih-milih episode karna gue udah sering dengerin dan pasti lucu, gue gak bosan sih, seru aja dengerin orang ngobrol"

Narasumber diatas merupakan pendengar setia podcast berjudul "Rapot" dengan tema komedi, ekspektasi dia adalah mendapatkan hiburan saat mendengarkan dan ekspektasi tersebut selalu dapat dipenuhi ketika ia dengan setia mengakses podcast "Rapot".

Salah satu motivasi mendengarkan podcast yang paling banyak dipilih selain mencari hiburan adalah sebagai

sarana mendapatkan informasi, dari penelitian ini dapat dikatakan bahwa dewasa ini podcast juga menjadi alternatif untuk mendapatkan informasi selain dari televisi, radio, ataupun berita online. Namun tidak selalu informasi dari podcast sesuai dengan ekspektasi pendengarnya meskipun secara teknis, kebebasan durasi menjadi kelebihan dari penyebaran informasi melalui podcast.

"kebanyakan sesuai sih sama ekspektasi gue, tapi kadang engga juga, gue nyari info tapi infonya melenceng ke lain, ada juga, kadang podcast narasumbernya ga tepat, jadi informasinya kurang dapet buat topik-topik tertentu kalo pas lagi cari informasi jadi ga nyambung"

Ketidakpuasan mendapatkan informasi melalui podcast ditentukan dari ekspektasi seseorang, karena konten pada podcast memiliki kebebasan yang lebih dibandingkan dengan media tradisional, konten podcast ditentukan oleh pembuat podcast itu sendiri.

"gue hampir dua hari sekali denger podcast sih kadang sehari tiga kali juga, apalagi podcast-podcast yang udah gue subscribe, kalo mereka post pasti gue dengerin. Gue paling suka podcast nya volix media soalnya ga kaku dan konten nya seru-seru karna ada narasumbernya ganti-ganti"

Dari beberapa wawancara yang dilakukan oleh narasumber, sebagian besar telah menentukan podcast yang mereka dengarkan dibanding mengganti-ganti podcast karena tidak semua pembuat podcast sesuai dengan tujuan dan tipe pembicara yang diinginkan oleh pendengar.

Seperti ketika melakukan wawancara, pendengar podcast sudah memiliki akun-akun tertentu yang mereka *subscribe* dan akan mereka dengarkan.

Kekurangan Podcast

Podcast merupakan media komersil yang dimanfaatkan untuk mendapatkan profit, terkadang pendengar mengatakan bahwa pembuat podcast melakukan "*click bait*" karena tidak sesuai dengan ekspektasi pendengarnya dimana judul dengan konten tidak sesuai ataupun diluar ekspektasi karena konten tidak konsisten dengan konten-konten awal. Kendala teknis juga menjadi kelemahan yang dapat membuat seseorang meninggalkan podcast tertentu sebagai contoh adalah karakteristik suara pengisi podcast, setiap orang memiliki tipe tertentu yang diinginkan, tidak terkecuali suara karena podcast merupakan media berbasis audio dimana kenyamanan terhadap suara dan intonasi nya dapat memengaruhi kepuasan seseorang.

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi untuk pemahaman mengenai pemetaan faktor demografis pendengar podcast di Indonesia serta menilai bagaimana adaptasi penggunaan podcast memenuhi kepuasan individu sebagai salah satu pilihan media sumber informasi. Kajian teori *uses and gratification* dalam penelitian ini juga bermanfaat untuk menjadi bahan pertimbangan podcaster di Indonesia mengenai bagaimana konten podcast yang dinikmati oleh masyarakat Indonesia.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menggambarkan bahwa kehadiran podcast mendapat apresiasi dan diadaptasi dengan baik oleh masyarakat Indonesia dari berbagai kalangan dengan mayoritas usia 18-25 tahun dan profesi sebagai karyawan swasta dengan pendapatan rata-rata perbulan 5-10 juta rupiah atau termasuk dalam kalangan sosial kelas menengah dengan latar belakang pendidikan tinggi yaitu strata1 (sarjana). Hasil ini dapat menggambarkan bahwa pendengar podcast di Indonesia berada pada kalangan remaja-muda. Dikaji menggunakan teori *uses and gratification* sebagian besar masyarakat Indonesia menggunakan telepon pintar dan mengakses podcast melalui aplikasi spotify. Penggunaan telepon pintar untuk mengakses podcast dipilih karena kemudahan penggunaannya, seperti kutipan wawancara di atas yaitu salah satu narasumber mendengarkan podcast ketika sedang dalam perjalanan sehingga menggunakan telepon genggam menjadi pilihan yang cocok dan dinilai lebih mudah.

Pendengar podcast di Indonesia rata-rata menghabiskan 30 menit dengan intensitas dua hingga tiga kali dalam seminggu, durasi ini belum dapat dikatakan sering dibandingkan negara-negara lain seperti Amerika Serikat yang diperkirakan mencapai 15 milyar jam waktu mendengar apabila diakumulasikan hingga tahun 2021 (statista, 2017). Dari sisi kepuasan, pendengar podcast di Indonesia dapat dikatakan puas terhadap konten podcast dilihat dari ekspektasi yang sesuai dengan tujuan mendengarkan podcast, yaitu alternatif mendapatkan hiburan dan mendapatkan informasi

sebagai alternatif dari media berbasis audio yang lain seperti radio. Mendengarkan podcast juga memberikan dampak positif yaitu dapat membantu menaikkan *mood* atau membuat suasana hati menjadi lebih baik, sesuai dengan genre yang paling banyak diminati yaitu komedi. Dilihat dari tipologi *uses and gratification* penggunaan podcast termasuk dalam beberapa kategori yaitu membantu menghabiskan waktu, relaksasi, kesenangan, dan kegembiraan.

DAFTAR PUSTAKA

- Department, P., & 8, J. (2021, January 08). Leading podcast GENRES U.S. 2020. Retrieved February 22, 2021, from <https://www.statista.com/statistics/786938/top-podcast-genres/>
- Department, P. by S. R., & 8, J. (2021, January 8). *Podcasting: annual cumulative listening time in the U.S. 2021*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/786915/podcast-listening-time-in-the-us/>.
- Elma Gloria Pasaribu. (2018). Surabaya Adolescent Satisfaction Level of "Kanca Muda"; Morning Programs in Radio EBS FM Surabaya. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 6(1), 19-26. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v6i1.51>
- Febriyanti, S. N. (2020). Constructions of Youth Identities in Youtube: Textual Analysis of "Kids Jaman Now" Content on the Ecko Show and Fikrifadlu's YouTube Channel. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 8(2), 114-126. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v8i2.107>
- García-Marín, D. (2020). Mapping the factors that determine engagement in podcasting: Design from the users and podcasters' experience. *Communication & Society*, 33(2), 49-63. doi:10.15581/003.33.2.49-63
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2015). *A first look at communication theory*. New York: McGraw-Hill Education.
- Hancock, D., & McMurtry, L. (2017). "Cycles upon cycles, stories upon stories": Contemporary audio media and podcast horror's new frights. *Palgrave Communications*, 3(1). doi:10.1057/palcomms.2017.75
- Hossain, M. A. (2019). Effects of uses and gratifications on social media use. *PSU Research Review*, 3(1), 16-28. doi:10.1108/pr-07-2018-0023
- McClung, S., & Johnson, K. (2010). Examining the motives of podcast users. *Journal of Radio & Audio Media*, 17(1), 82-95. doi:10.1080/19376521003719391
- Muntadliroh, M. (2019). ANALISIS IMPLEMENTASI Kebijakan industri RADIO Siaran dan

Musik rekaman Di Indonesia
BERDASAR ASPEK Ekonomi
POLITIK KOMUNIKASI. *Jurnal
Komunika: Jurnal Komunikasi,
Media Dan Informatika*, 8(1).
doi:10.31504/komunika.v8i1.
1688

Potter, D. (2006). iPod, you pod, we all
pod: eager to lure news
consumers, media outlets are
experimenting with news-on-
demand podcasts. They're fun,
fresh--and often
unpolished. *American
Journalism Review*, 28(1), 64

Published by Statista Research
Department, & 9, A. (2021, April
09). *U.S. consumers who listen to
audio PODCASTS 2020*.
Retrieved June 04, 2021, from
<https://www.statista.com/statistics/188955/percentage-of-us-adults-who-listen-to-audio-podcasts-since-2006/>

Samuel-Azran, T., Laor, T., & Tal, D.
(2019). Who listens to podcasts,
And Why?: The Israeli case.
Online Information Review,
43(4), 482-495.
doi:10.1108/oir-04-2017-0119

What is a podcast? (n.d.). Retrieved
February 22, 2021, from
<https://itunespartner.apple.com/podcasts/articles/what-is-a-podcast-2772>