

STRATEGI KOMUNIKASI PODCAST DALAM MEMPERTAHANKAN PENDENGAR (STUDIKASUS DALAM PODCAST DO YOU SEE WHAT I SEE)

Mochamad Irfan Radika¹, Sri Dewi Setiawati²
Universitas ARS Bandung, Fakultas Ilmu Komunikasi
Email: Akidarnafri.ir@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi diiringi oleh perkembangan zaman, membuat munculnya banyak sekali teknologi-teknologi baru yang di buat untuk menyesuaikan dengan keadaan dan kebutuhan bagi manusia, podcast merupakan suatu konten dalam audio broadcast di media baru internet, podcast DoYouSeeWhatISee merupakan podcast bertemakan horor yang merupakan salah satu podcast terbaik di Indonesia, Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi yang di gunakan podcast DoYouSeeWhatISee dalam mempertahankan pendengar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data yang di lakukan menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. penelitian ini menggunakan aspek strategi komunikasi yaitu pengenalan khalayak, penyusunan pesan, menetapkan metode, penetapan media. Hasil penelitian strategi komunikasi yang dilakukan dalam mempertahankan pendengar oleh podcast DoYouSeeWhatISee adalah konten yang berkualitas, kemudahan dalam mendengarkan, dan ter-update secara berkala

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Media Baru, Podcast

PODCAST COMMUNICATION STRATEGY IN MAINTAINING HEARS (STUDY IN PODCAST DO YOU SEE WHAT I SEE)

ABSTRACT

Based on the case of Goerge Floyd's death in Minneapolis, the United States which caused a strong reaction in the Technological developments accompanied by the times, making the emergence of a lot of new technologies created to suit the conditions and needs of humans, podcasts are an audio broadcast content in new media on the internet, podcast DoYouSeeWhatISee is a horror-themed podcast which is one of the best podcasts in Indonesia. The purpose of this research is to find out the communication strategy used by DoYouSeeWhatISee podcasts in maintaining listeners. This study uses descriptive qualitative research methods by collecting data which is done using interviews, observation and documentation. This research uses aspects of communication strategies namely audience recognition, message compilation, defining methods, media determination. The results of the communication strategy research carried out in retaining listeners by DoYouSeeWhatISee podcasts are quality content, ease of listening, and regularly updated

Keywords: Communication Strategy, New Media, Podcasts

Korespondensi: Mochamad Irfan Radika, Universitas Ars Bandung, Alamat Jl. Terusan Sekolah No.1-2, Cicaheum, Kec. Kiaracondong, Jawa Barat 40282. No, **Whatsapp:** 081295863534 Email: Akidarnafri.ir@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di iringi oleh perkembangan zaman, dengan mengikuti pola kehidupan masyarakat dalam aspek interaksi sosial yang ditentukan oleh perkembangan dan jenis teknologi yang di konsumsi oleh masyarakat dalam determeninasi teknologi (Mcluhan,1994) (dalam Febriana, 2018), media menjadi faktor utama dalam mempengaruhi masyarakat dalam melakukan tindakan tertentu (Febriana, 2018) di tandai dengan munculnya beragam media baru membuat perkembangan teknologi semakin berkembang pesat di masyarakat berupa media online dan media sosial.

Media baru merupakan perangkat teknologi komunikasi yang berhubungan dengan digitalisasi dan saling berhubungan dengan ciri utama adanya ketehubungan dengan akses yang luas, sebagai pengirim dan penerima pesan interaktif dengan sifatnya yang dapat di jangkau dimanapun dan kapanpun (McQuail, 2011) , dengan salah satu bagian terpenting dari newmedia adalah internet, Internet merupakan teknologi pendukung dalam industri media digital sekaligus sebagai alat untuk menyampaikan pesan secara cepat dan luas

Dengan adanya media baru ini membuat pola komunikasi perlahan berubah dengan menggunakan media online dan media sosial yang terhuung dengan internet, begitu pula dengan old media (media lama) seperti TV, Radio dan Koran, dengan menambah media radio dan tv yang bisa di streaming melalui internet, dan sedikit demi sedikit membuat media TV dan Radio, mulai berpindah

menuju internet dengan adanya fasilitas streaming sedangkan pada koran dan majalah menuju website sendiri dan ebook, dengan kebebasan khalayak dapat memilih apa yang di perlukan dalam informasi maupun dalam memilih dengan siapa ingin berkomunikasi membuat media baru menjadi semakin diminati di bandingkan dengan media lama (old media) yang bersifat pasif dan satu arah. Dengan adanya perkembangan teknologi ini membuat internet mudah di akses melalui smartphone, di dalam smartphone ini sudah tersedia beberapa fitur untuk memilih keperluan pribadi dalam memperoleh kebutuhan, mulai membaca koran, mendengarkan radio dan menonton TV di internet yang lambat laun membuat internet menjadi suatu kebutuhan bagi setiap orang, selain itu dapat membuat interaksi antara satu dengan yang lainnya karena bersifat luas dan berperan dalam penerimaan pesan yang disampaikan oleh internet

Seiring berkembangnya waktu masyarakat akan sedikit demi sedikit menggunakan media baru yaitu media online dan media sosial dengan kelebihan kecepatan informasi yang diterima dan perlahan meninggalkan media lama, dalam perkembangan media baru timbul sebuah prodak baru dalam media baru berupa podcast

Dengan sifatnya yang on-demand, pendengar dapat menentukan sendiri waktu dan topik yang ingin di dengarkan menjadikan podcast sebagai media yang sangat fleksibel. Munculnya platform-platform yang menyediakan fitur kolom komentar juga membuat podcast menjadi media yang

interaktif, dan adanya layanan download juga semakin memudahkan pendengar untuk menikmati podcast tidak seperti media dulu yang hanya bisa didengarkan sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan, dengan adanya podcast membuat konten audio memiliki pilihan lain selain radio, podcasting dan radio saling terikat, berbagi teknologi, teknik, dan konten, tetapi podcast dan radio hidup berdampingan di jalur yang berbeda dan saling berpotongan (Berry, 2016)

Podcast merupakan suatu konten dalam audio broadcast di media internet, pada awalnya podcast sendiri kurang populer di Indonesia namun beberapa tahun terakhir mulai disukai oleh pendengar di media sosial, kemunculan awal podcast sendiri diawali oleh Ben Hammersley dalam artikelnya menyebutkan kata podcasting, namun sempat menghilang hingga beberapa bulan kemudian beberapa orang menggunakan domain kata podcasting seperti Dannie grogeire dalam podcaster.net (BONINI, 2015; Fadilah, Yudhaprarnesti, & Aristi, 2017)

Definisi podcast sendiri menurut Merriam Webster dalam (Meisyanti & Woro Harkandi Kencana, 2020) menyebutkan bahwa podcast adalah suatu program melalui internet berupa audio yang dilampirkan ke RSS (Really Simple Syndication), atau sebuah digital data media atau beberapa media series yang didistribusikan oleh internet untuk pemutar media portable dan computer pribadi (personal computer) (YAMAGUCHI, 2007), dengan keunikan on demand perkembangan podcast sendiri kini terus berkembang

Di Indonesia sendiri perkembangan podcast pada awalnya kurang diminanti hingga pada beberapa tahun terakhir peningkatan pendengar podcast mulai signifikan, dilihat dari perkembangannya podcast di Indonesia kian populer

Dilihat dari trend yang ada, pencarian podcast di Indonesia mengalami peningkatan, membuktikan bahwa podcast sudah semakin berkembang, dengan topik yang sering didengar adalah komedi dengan flatfrom yang banyak digunakan di Indonesia adalah spotify (KATADATA.ID, 2020), dengan semakin banyaknya pendengar podcast di Indonesia, membuat banyak konten kreator membuat podcast yang membuat semakin beragamnya podcast di Indonesia, namun banyak nya podcaster (pengiat podcast) membuat semakin banyak kompetitor yang membuat bersaing menjadi yang terbaik

Podcast Do You See What I See merupakan salah satu podcast terbaik di Indonesia, dengan pertamakali dibuat oleh Rizki Ardi Nugroho, podcast yang bertemakan horor ini hingga kini tetap konsisten dalam membuat podcast di spotify dan youtube, sejak di unggah pertama kali pada tahun 2018, dengan tujuan untuk entertainen/menghibur masyarakat melalui podcast horor, hingga saat ini podcast Do You See What I See terus berkembang hingga menjadi salah satu podcast horor terbaik di spotify, dilihat dari banyaknya podcast yang berada di spotify dengan ratusan podcast yang berbeda membuat banyak kompetitor, dengan data yang peneliti paparkan di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana

strategi komunikasi yang di jalankan oleh podcast DoYouSeeWhatISee

Fokus penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang di gunakan podcast DoYouSeeWhatISee dalam mempertahankan pendengar dalam perkembangan podcast di Indonesia

Berdasarkan latar belakang di atas pentingnya sebuah strategi dalam sebuah podcast untuk mengetahui bagaimana tahapan yang di lakukan dalam melakukan strategi komunikasi yang di lakukan, maka dari itu judul penelitian ini berjudul: Strategi Komunikasi Podcast Dalam Mempertahankan Pendengar (Studikusus dalam Podcast Do You See What I See)

Strategi komunikasi merupakan penyatuan dari rencana (planning) dan manajemen (manajement) (Effendy, 2011) ,dengan demikian strategi komunikasi adalah keseluruhan perencanaan, taktik, cara yang akan dipergunakan dalam mencapai tujuan komunikasi dengan memperhatikan aspek-aspek yang ada pada proses komunikasi (Effendy, 2011; Permana, 2013; Rodwiaro et al., 2020), dalam melakukannya terdapat beberapa aspek dalam strategi komunikasi (Fajar, 2009) yaitu : menganal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, penetapan media

Pengenalan khalayak adalah langkah pertama dalam menciptakan komunikasi yang efektif dengan mengetahui siapa khalayak pendengar, dengan sifat khalayak yang aktif, sehingga membuat antara komunikator dan komunikan saling berhubungan, dan juga saling mempengaruhi

Penyusunan pesan adalah tahap setelah menentukan khalayak dengan menentukan tema dan materi yang bertujuan untuk meningkatkan perhatian (Attention) yang selanjutnya untuk membuat suatu kegiatan (Action) dalam mencapai tujuan, ini merupakan suatu kegiatan dari AIDDA (Attention,Interest,Desire,Decision,Action), perhatian, ketertarikan, keinginan, keputusan, tindakan

Menetapkan metode adalah dalam menyampaikan informasi metode merupakan hal yang dapat mempengaruhi penyampaian pesan oleh komunikator ke komunikan yang isi pesanya dapat di pengaruhi oleh situasi dan kondisi

Penetapan media adalah bagaimana pemilihan media untuk mencapai sasaran komunikasi, kita dapat menggabungkan salah satu atau gabungan media-media, tergantung pada tujuan yang ingin di dapat, penyampaian pesan dan penggunaan teknik, karena tiap media mempunyai kelemahan-kelemahannya tersendiri, dan sebagai alat pemilihan media atau yang digunakan dalam penyampaian informasi atau pesan dari komunikator kepada komunikan dengan maksud tujuan tertentu

METODE PENELITIAN

Meode penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif, penelitian kualitatif digunakan oleh peneliti bermaksud meneliti secara mendalam dan untuk mendapatkan data maupun informasi yang mendukung, menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2012) adalah prosedur dalam penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan data deskriptif yang ditulis atau yang di ucapkan seseorang dan perilaku yang dapat diamati.

penelitian ini dengan menggunakan studikusus, adalah studi tentang suatu kasus khusus tunggal dan berusaha untuk mengerti kasus tersebut studi tentang kekhususan suatu kasus tunggal dan melakukan usaha untuk memahami suatu kasus tersebut, pengumpulan data di lakukan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan, untuk mencapai tujuan (Patton, 2002)(dalam Raco, 2010), pengumpulan data di lakukan dengan cara melakukan wawancara dengan narasumber Rizky Ardi Nugroho (Mizter popo) sebagai pemilik serta dua orang editor podcast Do You See What I See serta observasi data dengan mencari hasil dari sumber tertulis dan internet, untuk mendapat data yang diperlukan, untuk mencapai tujuan penelitian sumber data penelitian ini dapat di bedakan menjadi dua Primer dan sekunder (Ruslan, 2014), analisis data yang di lakukan dalam penelitian dengan trigulasi sumber dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, tujuan dari analisis data adalah untuk penyederhanaan untuk mempermudah dalam penulisan data, diperlukan ketelitian dan kecermatan dalam analisis data untuk dapat menjelaskan data untuk menjadi penelitian yang baik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berkembangnya media berbasis audio di Indonesia membuat bertumbuhnya jenis-jenis media audio yang baru, salah satu yang sedang berkembang adalah podcast, dengan adanya podcast membuat pendengar konten audio broadcast mempunyai pilihan lain selain mendengarkan radio, dengan adanya banyak platform untuk podcast dapat dengan mudah

mencari podcast yang kita inginkan, namun setiap platform mempunyai kelebihan masing masing, keberadaan podcast juga memberikan warna tersendiri karena dengan berbagai jenis konten audio dan konsep yang berbeda. Podcast tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga dapat memberikan informasi dan pengetahuan melalui topik yang beragam yang dibutuhkan oleh para pendengarnya

Podcast Do You See What I See merupakan podcast yang didirikan pada tahun 2018 yang hingga kini masih eksis dalam dunia podcasting di Indonesia, dengan perkembangan podcast di Indonesia yang semakin pesat dan banyaknya podcast baru, memerlukan strategi komunikasi dalam mempertahankan para pendengarnya

Strategi komunikasi podcast Do You See What I See

Strategi komunikasi berhubungan erat dengan suatu perencanaan dan manajemen, dengan demikian strategi komunikasi adalah keseluruhan perencanaan, taktik, cara yang akan dipergunakan untuk mencapai tujuan yang di inginkan dengan memperhatikan beberapa aspek, strategi komunikasi merupakan penyatuan dari perencanaan dan manajemen (Effendy, 2011), melakukan strategi komunikasi efektif dalam mempertahankan pendengar, strategi komunikasi yang digunakan Fajar, strategi komunikasi di lakukan untuk mempermudah dalam usaha mempertahankan pendengar dan memberikan informasi bagi pendengar. Strategi yang digunakan yaitu strategi pengenalan khalayak, strategi penyusunan pesan, strategi menetapkan metode, strategi penetapan media, dari hasil pemaparan

tersebut ditemukan beberapa tahapan dalam melakukan strategi komunikasi yang terdapat dalam podcast Do You See What I See yaitu:

1. Pengenalan Khalayak

Mengenal khalayak merupakan langkah awal untuk bagi komunikator (Podcast Do You See What I See) dalam menjalankan suatu strategi komunikasi dalam menciptakan komunikasi yang baik, mengingat khalayak bersifat aktif, membuat komunikator dan komunikan tidak hanya saling berhubungan, tetapi akan saling berhubungan antara satu dengan lainnya, dalam strategi komunikasi khalayak (komunikan) merupakan salah satu yang menyita banyak perhatian komunikator, karena dengan sifatnya yang beragam, dalam melakukan strategi komunikasi yang pertama harus di lakukan adalah mengenal komunikan yang merupakan target atau sasaran komunikasi

Dengan mengetahui khalayak pendengar yang menargetkan pengguna dari podcast dalam platform digital seperti spotify dan youtube yang terkenal di gunakan oleh generasi milenial dengan rata-rata pendengar podcast di Indonesia 20-35 tahun, dengan yang di dominasi oleh umur 20-25 tahun (Meisyanti & Woro Harkandi Kencana, 2020; Putri & Irwansyah, 2020), dari hasil wawancara yang telah di lakukan podcast Do You See What I See, telah melakukan pengenalan khalayak dengan melihat dan menetapkan target pendengar terlebih dahulu, dilihat dari data yang di dapat target khalayak berada di rata rata usia 15 – 30 tahun,

2. Penyusunan Pesan

Setelah menentukan khalayak pendengar tahapan selanjutnya adalah penyusunan pesan,

pesan adalah salah satu komponen penting dalam melakukan komunikasi yang baik, maka dalam mewujudkan komunikasi yang baik diperlukan penyusunan pesan yang tepat terhadap khalayak pendengar, dalam penyusunannya haruslah bersifat umum dan di mengerti banyak pendengar agar tidak terjadi kelasahpahaman di khalayak pendengar, yang dalam penyusunannya dalam menarik pendengar dengan membuat suatu perhatian (attention), yang kemudian akan mampu membuat suatu kegiatan (action), penyusunan pesan di lakukan dengan cara menentukan tema dan materi untuk mampu menarik perhatian pendengar, dalam penyusunan pesan bersifat menghibur (entertainment) pendengar dengan penyajian suatu konten cerita horror menggunakan media audio, media audio dapat membuat Theatre of Mind dimana audio dapat memberikan suasana, perasaan, keadaan dan bayangan cerita, yang disampaikan oleh kreator

Dalam menetapkan penyusunan pesan dalam mempengaruhi pendengar dengan cara memberikan suatu perhatian dengan memberikan suatu konten horor yang unik dengan menceritakan sebuah pengalaman horor yang di alami oleh kontributor dengan cara storytelling, dengan keunikan konsep tersebut membuat podcast Do You See What I See mendapat perhatian (attention) dari pendengar podcast, dengan keunikan tersebut dapat membuat ketertarikan (interest) dari para pendengar podcast dengan di publish setiap hari senin hingga jumat dalam platform yang berbeda menimbulkan keinginan (desire) untuk mendengarkan podcast, dengan keinginan tersebut membuat pendengar menentukan keputusan

(decision) untuk melakukan kegiatan (action) untuk mendengarkan podcast

Podcast Do You See What I See sendiri merupakan podcast yang isi ceritanya berasal kontributor yang sudah di kurasi sehingga layak di dengarkan, dengan melakukan strategi penyusunan pesan menjadikan podcast Do You See What I See mempunyai jumlah pendengar yang banyak dan menjadikan podcast yang diminati oleh banyak masyarakat yang menjadi target dari pendengar, dalam hal ini podcast Do You See What I See merupakan podcast yang di minati oleh pendengar melineal yang merupakan target pendengar

3. Menetapkan Metode

Setelah menyusun pesan menetapkan metode dalam penyampaian pesan dengan cara penyesuaian khayalak dan bentuk pesan harus sesuai dengan situasi dan kondisi khalayak pendengar, metode di sini berupaya bagaimana cara untuk menarik perhatian pendengar dengan menggunakan teknik pesan yang di sampaikan

Dalam menetapkan metode dalam mempertahankan pendengar pada podcast Do You See What I See dengan cara memberikan suatu cerita horor yang di lakukan dengan storytelling yang di ceritakan langsung oleh contributor sehingga membuat suatu hal yang menarik dengan memberikan suatu tema yang terbaru seperti moment yang sedang terjadi di masyarakat, untuk menarik perhatian dari para pendengar, dalam mencapai ke efektifitasan dalam berkomunikasi, dengan mempersiapkan tema atau cerita terbaik yang sedang hangat dan di perbincangkan oleh masyarakat, seperti momen-momen tertentu dan yang sedang viral terjadi

Dengan melakukan strategi menetapkan metode dalam mempertahankan pendengar podcast Do You See What I See melakukan metode memilih tema yang sedang hangat terjadi dan momen-momen tertentu sehingga menjadi daya tarik bagi pendengar, metode ini efektif di gunakan terlihat dari banyaknya tema berdasarkan momen tertentu di dalam platform podcast Do You See What I See sehingga menarik untuk di dengar

4. Penetapan Media

Penetapan media komunikasi untuk mencapai target komunikasi, menentukan sebuah media dalam mencapai sebuah tujuan, tidak hanya bergantung pada pesan dan metode untuk mencapai tujuan tersebut di perlukan media untuk menjangkau para pendengar, dengan bentuk media baru (new media) podcast yang bentuknya on demand yang dapat memilih sendiri pilihannya yang akan didengar, dengan terhubung dengan internet untuk mengaksesnya, perkembangan teknologi dengan adanya internet dapat menjangkau pendengar dimanapun dengan melalui smartphone atau laptop yang terhubung dengan internet, dan menjadi salah satu keuntungan yang dapat menarik banyak pendengar, podcast sendiri terdapat dalam internet dalam berbagai platform, sehingga podcast dapat dengan mudah di dengarkan kapanpun, dari hasil wawancara podcast Do You See What I See pada awalnya terdapat di semua platform podcast yang di distribukan oleh anchor namun sekarang hanya pada spotify secara eksklusif dan youtube

Spotify digunakan sebagai salah satu platform untuk mempublish cerita dari podcast Do You See What I See yang masih aktif hingga kini untuk

platform yang terus berjalan, dengan mempublish senin hingga jumat namun diwaktu waktu tertentu bisa setiap hari, dengan aktifnya setiap hari dalam podcast membuat podcast Do You See What I See menjadi podcast horror terbaik di Indonesia, dengan urutan pertama konten horror dan urutan ke tiga dalam podcast Indonesia di spotify, dilihat dari penggunaan platform menggunakan platform yang sering di gunakan oleh khalayak, dengan tujuan untuk mempermudah bagi khalayak dalam mendengarkan podcast, dengan membukanya jalur distribusi langsung bagi para creator podcast, membuat spotify mejadi salah satu layanan terbaik untuk mendengarkan podcast (Meisyanti & Woro Harkandi Kencana, 2020) Spotify bisa dikatakan sebagai platform favorit bagi para pendengar podcast dengan 52% lalu di ikuti oleh soundcloud dan google podcast(Putri & Irwansyah, 2020).

Youtube menjadi salah satu platform yang di gunakan dalam mempublish podcast selain spotify, penggunaan platform youtube membantu dalam mempublish podcast terbaru dan mempermudah para pendengar, youtube merupakan platform yang sering di gunakan oleh penduduk Indonesia (Katadata.co.id, 2019) ini membatu podcast Do You See What I See dalam mempublish cerita-cerita terbaru, terlihat dari jumlah subscriber 295 ribu

Dalam penggunaan media promosi dan melakukan komunikasi dengan para pendengar podcast Do You See What I See menggunakan media sosial instagram dan twitter, dengan melakukan komunikasi dengan pendengar melalui media sosial membuat pendengar dapat mengetahui berita terbaru dari podcast Do You See

What I See , selain berkomunikasi dengan pendengar dapat memberi tahukan episode terbaru dalam podcast.

Media sosial instagram efektif dalam berkomunikasi dan mempromosikan podcast terbaru melalui instagram @podcasthoror.id ,dengan kelebihan instagram yang dapat mengunggah gambar/foto maupun mengunggah video untuk dipublikasikan kepada media sosial instagram atau media sosial lainnya, Bambang (dalam Fadli, 2017), cara mempromosikan podcast terbaru dalam instagram dengan membuat desain grafis/poster dan memberikan potongan audio podcast untuk mendapatkan perhatian dari pendengar dan untuk berhubungan dengan pendengar melakukan membalas komentar dalam postingan maupun menggunakan pesan

Dalam twitter @podcasthoror podcast Do You See What I See mempromosikan podcast dengan memberikan link untuk menuju platform podcast untuk didengarkan sedangkan untuk berkomunikasi dengan pendengar yang dilakukan dengan saling me-retweet dengan pendengar

Penggunaan media sosial cukup efektif untuk dapat membantu dalam promosi dan berbagi cerita dengan para pendengar, terlihat dari media sosial instagram di ikuti lebih dari 27 ribu orang dan twitter lebih dari 4 ribu orang. Pemilihan platform media untuk tempat mempublish dan mempromosikan podcast tidak terlepas dari pendengar yang menggunakan media internet yang sering di gunakan oleh masyarakat melineal, pemilihan platform spotify dan youtube sebagai tempat publish podcast dan media sosial instagram

dan twitter tidak terlepas dari khalayak pendengar itu sendiri

Penggunaan strategi komunikasi pada podcast Do You See What I See memberikan suatu kemudahan dalam melakukan podcasting, dengan melakukan beberapa aspek dari strategi komunikasi yang di kemukakan oleh Fajar(2009), strategi komunikasi dalam mempertahankan pendengar yang digunakan oleh dari podcast Do You See What I See adalah:

Konsistensi dalam membuat suatu podcast yang bertemakan horror dengan cara story telling dengan menceritakan mengenai hal yang sedang hangat di masyarakat sehingga menjadi sebuah konten yang berkualitas

Dengan mempublish setiap hari senin hingga jumat di beberapa platform terkenal seperti spotify dan youtube memeberikan kemudahan bagi para pendengar dalam mendengarkan podcast,

Promosi dan komunikasi dengan para pendengar dalam media sosial twitter dan instagram podcast Do You See What I See membuat para pendengar mengetahui tentang episode/podcast terbaru setiap harinya penggunaan media sosial strategi yang baik dalam melakukan kegiatan promosi terlepas dari tujuan utamanya untuk interaksi sosial bagi penggunanya

Penggunaan strategi komunikasi ini dalam mencapai tujuan di lakukan dengan baik dengan memperhatikan beberapa aspek sehingga dalam mempertahankan pendengar menjadi mudah dalam melaksanakannya. Strategi komunikasi yang di lakukan oleh podcast Do You See What I See adalah dengan pemilihan jenis konsep yang berbeda dengan podcast yang lain, selain itu

pemilihan platform yang baik membuat para pendengar mudah untuk mengakses podcast terbaru, dan penggunaan media sosial sebagai media promosi dan komunikasi dengan para pendengar agar terjalin hubungan yang baik antara podcast Do You See What I See dengan pendengarnya sehingga membuat para pendengar tetap setia mendengarkan

Jacob Nielsen mengatakan terdapat empat hal dasar dalam sebuah website yang membuat pengunjungnya kembali (Rahastine, 2017) yaitu: konten berkualitas, navigasi mudah, proses pengunduhan cepat dan ter-update secara berkala.

Melihat dari perkataan Jacob Nielsen podcast Do You See What I See memiliki beberapa dasar yang dikatakan yaitu konten yang berkualitas dengan konsep horror yang diceritakan secara storytelling, navigasi yang mudah dengan menggunakan nama Do You See What I See dalam platform terkenal seperti youtube dan spotify dan ter-update secara berkala dengan mempublish episode terbaru setiap hari senin hingga jumat, yang membuat pendengar tetap bertahan mendengarkan podcast Do You See What I See

SIMPULAN

Penggunaan strategi komunikasi dalam dunia podcasting diperlukan untuk membuat suatu podcast yang baik, tahapan strategi komunikasi yang di lakukan podcast Do You See What I See dengan memperhatikan beberapa aspek untuk bisa dijadikan suatu strategi komunikasi, dalam tahapan ini di lakukan guna mencapai tujuan dari yang sudah ditentukan, dengan menentukan khalayak, dilanjutkan dengan menyusun pesan, lalu dengan menentukan metode dalam penyampaian pesan dan

pemilihan media. Dalam menentukan khalayak menargetkan para pendengar milenial dengan berjenis pesan konten horor dengan pembuatan metode dengan menentukan momen yang sedang terjadi di masyarakat melalui platform spotify dan youtube, dengan melakukannya tahapan strategi komunikasi dapat mempermudah dalam mempertahankan pendengarnya, strategi komunikasi yang dilakukan podcast Do You See What I See dengan selalu konsisten dalam mempublish podcast, navigasi yang mudah dan ter-update secara berkala, dengan menjalankan strategi komunikasi terlihat dengan bertahnya podcast Do You See What I See selama lebih dari satu tahun, dengan menggunakan strategi komunikasi dengan memperhatikan beberapa aspek di atas dapat membantu dalam menjalankan kegiatan podcasting dan strategi komunikasi yang dilakukan dengan baik

Saran untuk penelitian selanjutnya mengenai podcast dapat meneliti tentang perkembangan podcast di Indonesia untuk menjadikan suatu acuan bagi penelitian selanjutnya serta dapat memberikan pemahaman baru dalam dunia podcasting, hal ini bertujuan untuk memperkaya ilmu tentang media baru podcast yang masih banyak masyarakat yang belum mengerti dan memahami mengenai podcast

DAFTAR PUSTAKA

- Berry, R. (2016). *Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word 'radio'*. 14(1), 7–22.
- BONINI, T. (2015). *The 'Second Age' of Podcasting: reframing Podcasting as a New Digital Mass Medium*. 18, 21–30.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. BANDUNG: Remaja Rosdakarya.
- Fadilah, E., Yudhapramesti, P., & Aristi, N. (2017). *Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio*. 1(1), 90–104.
- Fadli, H. R. (2017). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Mr.Creampuff Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan*. 4(2), 1–15.
- Fajar, M. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek (1st ed.)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Febriana, A. I. D. (2018). *Determinisme Teknologi Komunikasi Dan Tutupnya Media Sosial Path*. 6(2), 10–17.
- Katadata.co.id. (2019). Youtube Medsos no.1 di Indonesia. Retrieved from Katadata.co.id website: <http://katadata.co.id/infografik/2019/03/06/youtub-e/-medsos-no-1-di-indonesia>
- Katadata.Id. (2020). Statistik Podcast. Retrieved from katada.co.id website: <https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/infografik/5e9a495d15355/podcast-kian-populer-di-kalangan-anak-muda>
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa (6th ed.)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Meisyanti, & Woro Harkandi Kencana. (2020). *Platform Digital Siaran Suara Berbasis On Demand (Studi Deskriptif Podcast Di Indonesia)*. 4(2), 191–207.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Permana, R. (2013). *Strategi komunikasi Dakwah Band Wali dalam Lagu Cari Berkah*. 3(1), 120–136.
- Putri, N. R., & Irwansyah. (2020). *PODCAST: POTENSI DAN PERTUMBUHANNYA DI INDONESIA*. 11(21), 1–11.
- Raco, R. (2010). *METODE PENELITIAN KUALITATIF Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. JAKARTA: GRASINDO
- Rahastine, M. P. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran The Flat Shoes Company Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Online*. 8(2), 81–91.
- Rodwiaro, A. R., Nuraeni, R. (2020). *Strategi Komunikasi Saung Angklung Udjo Dalam Mengedukasi Kebudayaan Sunda*. 7(1), 1930–1938

Ruslan, R. (2014). *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi : konsepsi dan aplikasi (12th ed.)*. Jakarta: Rajawali Pers.

YAMAGUCHI, C. (2007). *Creating Podcast With Audacity*.