

# Pengelolaan Informasi Sepakbola melalui Podcast

Daniel Oktario, Nila Nurlimah  
 Prodi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi  
 Universitas Islam Bandung  
 Bandung, Indonesia  
 kudanieeeel@gmail.com, Nurlimahnila@gmail.com

**Abstract**— The birth of new technology has an impact on various aspects of life. With the development of technology also gave birth to new forms of media, for example, podcasts. One of the media that has started to use podcasts is Simamaung, previously this media in conveying information had never used podcasts. This is also unique because currently the majority of people prefer to consume information by watching rather than listening. For some of these things, this research is intended to find out. (1) What are the reasons why Simamaung uses podcasts to spread his information. (2) How is the Simamaung podcast production process. (3) How to make Simamaung's podcast interesting and the information conveyed well. This research uses a qualitative research method with Robert K. Yin's case study approach through data collection techniques by interview, observation, and literature study. The object of this research is the management of football information through podcasts, with the subject being the key informants of three Simamaung podcast staff who directly manage this podcast. The supporting sources for comparison in this study are one Simamaung podcast listener. The results of the research are as follows: (1) There are several reasons why Simamaung uses podcasts to share information, including podcasts. This is an innovation from content that has been created in advance but has fewer enthusiasts, the Spotify platform is currently in demand, as an alternative for fans of the Persib Bandung football club in getting information and the desire to try something new from the Simamaung staff. The Simamaung podcast production process consists of several stages, namely, research or data search, agreement with resource persons, podcast recording, curation or editing, and teaser creation. (3) In order for the podcast to be interesting and the information conveyed well even though it is only in the form of audio, Simamaung does several ways including, selecting podcast themes and resource persons, audio quality, being guided by experienced hosts or broadcasters, and also making video podcasts.

**Keywords**— Management, Podcast, Audio, Simamaung

**Abstrak**— Lahirnya teknologi baru berdampak pada berbagai aspek kehidupan. Dengan semakin berkembangnya teknologi juga melahirkan bentuk-bentuk media baru, contohnya adalah *podcast*. Salah satu media yang mulai memanfaatkan *podcast* adalah media Simamaung, sebelumnya Simamaung belum pernah memanfaatkan *podcast*. Selain itu hal ini juga menjadi keunikan karena pada saat ini mayoritas masyarakat lebih senang mengkonsumsi informasi dengan cara menonton daripada mendengarkan. Atas beberapa hal tersebut, penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui (1) Alasan apa yang membuat Simamaung memanfaatkan *podcast* untuk menyebarkan informasinya (2) Bagaimana proses

produksi *podcast* Simamaung (3) Bagaimana cara agar *podcast* Simamaung menarik dan informasinya tetap tersampaikan dengan baik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus milik Robert K. Yin melalui teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan studi pustaka. Objek penelitian ini adalah pengelolaan informasi sepakbola melalui *podcast*, dengan subjek yang menjadi *key informan* adalah tiga staf *podcast* Simamaung yang melakukan langsung pengelolaan *podcast* ini. Adapun narasumber pendukung untuk menjadi perbandingan dalam penelitian ini yaitu satu orang pendengar *podcast* Simamaung. Hasil dari penelitian sebagai berikut: (1) Ada beberapa alasan yang membuat Simamaung memanfaatkan *podcast* untuk menyebarkan informasinya diantaranya adalah *podcast*. Ini merupakan inovasi dari konten yang telah dibuat lebih dulu namun sepi peminat, sedang diminatinya *platform Spotify*, sebagai alternatif bagi penggemar klub sepakbola Persib Bandung dalam mendapatkan informasi dan adanya keinginan untuk mencoba sesuatu yang baru dari staf media Simamaung. (2) Proses produksi *podcast* Simamaung terdiri dari beberapa tahap yakni, riset atau pencarian data, perjanjian dengan narasumber, perekaman *podcast*, kurasi atau pengeditan, dan pembuatan teaser. (3) Agar *podcast*nya menarik dan informasinya tetap tersampaikan dengan baik walaupun hanya berbentuk audio Simamaung melakukan beberapa cara diantaranya, pemilihan tema *podcast* dan narasumber, kualitas *audio*, dipandu oleh *host* atau penyiar yang sudah berpengalaman, dan juga dibuatnya *podcast* berbentuk *video*.

**Kata Kunci**— Pengelolaan, Podcast, Audio, Simamaung

## I. PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan teknologi yang menuntut semua aspek dalam kehidupan manusia untuk ikut mengikuti kemajuan teknologi tersebut, tak terkecuali dalam bidang teknologi informasi. Media dituntut untuk melakukan inovasi untuk mengembangkan mediana agar semakin modern atau disebut dengan konvergensi (Fidler:2003) yang kemudian konvergensi tersebut melahirkan bentuk-bentuk media baru. Salah satu contoh dari media baru ini adalah radio digital atau kini lebih dikenal dengan istilah *podcast*. *Podcast* pada mulanya muncul seiring dengan dibuatnya gadget dengan nama iPod oleh salah satu perusahaan gadget terbesar yaitu Apple.Inc. *Podcast* merupakan singkatan dari kata "Playable on demand" atau jika diartikan dalam bahasa Indonesia artinya adalah dimainkan sesuai permintaan.

Pada dasarnya podcast tidak jauh berbeda dengan radio konvensional biasa karena sama-sama menyampaikan pesan dalam bentuk audio. Namun yang membedakan podcast dari radio konvensional biasa menurut Zaenudin (2017) adalah podcast bisa didengarkan kapan saja karena sifatnya yang on demand, berbeda dengan radio yang harus menunggu waktu-waktu tertentu selain itu juga untuk mendengarkan podcast membutuhkan jaringan internet berbeda dengan radio konvensional yang mengandalkan frekuensi AM (Amplitudo Modulation) atau FM (Frequency Modulation). Menurut Geoghegan dan Klass dalam (Fadilah, 2017) keunggulan podcast terletak pada beberapa hal yaitu podcast dapat diakses secara otomatis, mudah dan kontrol ada di tangan konsumen, dapat dibawa-bawa, dan selalu tersedia.

Mengutip dari survey yang dilakukan oleh Dailysocial.id (dalam Meisyanti, 2020) aplikasi pemutar musik digital Spotify menjadi aplikasi yang paling banyak diminati untuk mendengarkan podcast di Indonesia. Spotify menyediakan banyak pilihan tema podcast yang dapat dinikmati diantaranya adalah, gaya hidup, komedi, ekonomi, musik, kesehatan, teknologi, edukasi, cerita pengalaman pribadi, politik, bisnis, budaya, game, dan juga olahraga.

Salah satu media yang mulai memanfaatkan podcast sebagai media untuk menyebarkan informasinya adalah media online bernama Simamaung. Media online Simamaung sendiri merupakan media online yang dibentuk pada tahun 2007, yang dimana seluruh informasinya khusus untuk membahas tentang klub sepakbola Persib Bandung, sehingga pada podcast Simamaung juga informasinya masih membahas seputar klub sepakbola Persib Bandung namun dikemas dengan bentuk audio.

Penyampaian informasi sepakbola melalui bentuk audio yang dilakukan oleh podcast Simamaung menjadi sebuah keunikan tersendiri karena media Simamaung dikenal dengan media yang informasinya hanya berbentuk video maupun tulisan dan juga karena pada saat ini menurut Kusnandar (2019) mayoritas masyarakat lebih memilih mengkonsumsi informasi dengan cara menonton dengan persentase 93,02% daripada mengkonsumsi berita dengan cara mendengarkan. Berdasarkan atas pendahuluan yang telah dijelaskan maka penelitian ini maka memunculkan tiga pertanyaan diantaranya: (1) Apa alasan Simamaung menyebarkan informasinya lewat podcast? (2) Bagaimana proses produksi podcast Simamaung? (3) Bagaimana cara agar podcast Simamaung menarik dan informasinya tetap dapat tersampaikan dengan baik walaupun informasinya hanya berbentuk audio?

Selanjutnya, tujuan pada penelitian ini diuraikan menjadi pokok-pokok yang diantaranya adalah:

1. Untuk mengetahui alasan Simamaung memanfaatkan *podcast* untuk menyebarkan informasinya.
2. Untuk mengetahui proses produksi *podcast* Simamaung.

3. Untuk mengetahui bagaimana cara *podcast* Simamaung agar menarik dan informasinya tetap dapat tersampaikan dengan baik walaupun informasinya hanya berbentuk *audio*.

## II. LANDASAN TEORI

### A. *Konvergensi Media*

Menurut Fidler Konvergensi media adalah suatu bentuk dari perkembangan media massa yang terjadi karena adanya kemajuan teknologi yang terjadi. Salah satu contohnya adalah dengan hadirnya internet menuntut media massa untuk mengembangkan medianya secara lebih modern seperti dengan pembuatan media online, radio streaming, media sosial, e-books, e-paper yang digabungkan dengan media lainnya. Konvergensi media merupakan bentuk transformasi media komunikasi yang umumnya terjadi karena adanya hubungan timbal balik yang rumit antara kebutuhan khalayak, tekanan dan persaingan politik, juga karena adanya inovasi sosial dan teknologi (2003:39).

Menurut Fidler (dalam Nurlimah, 2019) Konvergensi mendorong untuk memahami bentuk-bentuk dari sebuah sistem yang satu sama lainnya saling berkaitan dan mempunyai kemiripan dan hubungan yang ada antara bentuk-bentuk yang muncul di masa lalu, masa kini, dan masa yang sedang dalam proses kemunculannya. Ketika bentuk-bentuk media komunikasi yang baru hadir, namun biasanya tidak sertamerta membuat bentuk-bentuk terdahulu menjadi mati melainkan dapat terus berkembang dan beradaptasi.

Dengan kata lain konvergensi media menuntut media untuk melakukan inovasi dalam sistem pemberitaannya secara lebih modern dengan mengikuti perkembangan teknologi yang selalu bersifat dinamis, sehingga kini masing-masing perusahaan media massa saling berlomba-lomba untuk melakukan konvergensi di medianya agar tidak kalah dalam bisnis media massa, dan dengan kehadiran konvergensi media ini membuat terjadinya berbagai macam bentuk-bentuk baru di dalam dunia jurnalisme yang kemudian dikenal dengan istilah new media.

### B. *New Media*

New media merupakan suatu cara penggunaan media yang cara mengkonsumsi informasinya berbeda dari media-media mainstream pada umumnya. Dengan kehadiran new media khalayak tidak perlu lagi menunggu waktu-waktu tertentu untuk menonton tayangan televisi, tidak perlu lagi membeli surat kabar ketika ingin mendapatkan suatu informasi, juga tidak perlu menunggu waktu-waktu tertentu untuk mendengarkan suatu siaran radio. Khalayak hanya membutuhkan perangkat yang lebih sederhana dengan informasi yang berlimpah yang selalu tersebar tanpa adanya batasan waktu tertentu (Lister, 2003:265).

Menurut Lister (2009) New media mempunyai

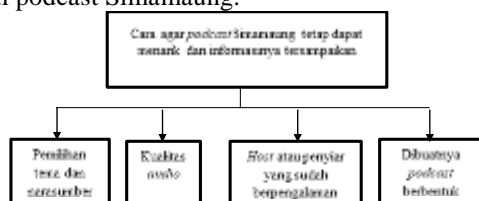
beberapa karakteristik diantaranya adalah:

1. Digital arti dari kata digital adalah semua data yang terkait dengan proses komunikasi yang diubah kedalam bentuk angka. Kemudian data yang telah berubah bentuk menjadi angka ini diterjemahkan oleh sistem ke dalam bentuk gambar, *video*, grafik, maupun tulisan.
2. Interaktif, sifat yang interaktif yang dimiliki oleh *new media* ini merupakan salah satu pembeda dari media lama yang mempunyai sifat pasif. Pada *new media* dapat bertukar informasi ataupun khalayak dapat berpartisipasi secara langsung.
3. Hypertextual, merupakan sebuah tulisan atau link yang mampu menyambungkan satu situs ke satu situs lainnya sehingga mempermudah pencarian data.
4. Virtual, merupakan segala sesuatu yang berada dalam suatu media seperti bentuk lingkungan, ruang, realitas, dan identitas yang dibuat dari grafis komputer dan *video* digital dimana para penggunanya dapat berinteraksi.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus milik Robert K. Yin. Menurut Robert K. Yin Studi kasus merupakan pendekatan yang digunakan untuk pencarian pengetahuan secara empiris dengan menyelidiki fenomena dalam konteks kehidupan nyata, jika batas-batas antar fenomena dan konteks belum tampak jelas dengan menggunakan berbagai sumber data (Yin,1996:18).

Metode penelitian studi kasus adalah salah satu komponen dari metode penelitian ilmu sosial. Dalam penelitian studi kasus menjelaskan bahwa bagaimana (how) dan mengapa (why) merupakan pokok yang paling tepat dalam pertanyaan studi kasus (Yin,1996). Untuk memenuhi jawaban atas tujuan dari penelitian ini peneliti membuat pertanyaan penelitian explanatori berdasarkan Yin (1996). Studi kasus explanatori dapat membantu menjelaskan secara rinci latar belakang, alasan, dan juga kronologi fenomena tersebut bisa terjadi. Sesuai dengan penelitian ini yang bermaksud untuk mengetahui pengelolaan informasi klub sepakbola Persib Bandung melalui podcast Simamaung.



Gambar 1. Strategi Podcast Simamaung

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Alasan Simamaung menyebarkan informasinya lewat podcast

Ada beberapa alasan yang membuat Simamaung memanfaatkan *podcast* untuk menyebarkan informasinya,

diantaranya adalah karena adanya tuntutan untuk selalu menyesuaikan dengan perkembangan teknologi yang terus dinamis sebuah media mengembangkan semua aspek dalam medianya (Sugiya,2012)

Alasan kedua adalah *podcast* Simamaung ini merupakan pengembangan atau inovasi baru dari konten yang telah dibuat Simamaung sebelumnya yang bernama Obrolan Bagasi namun setelah ditinjau kembali konten Obrolan Bagasi tersebut hanya memiliki sedikit peminat sehingga Simamaung mencoba berinovasi dengan membuat *podcast*. Menurut Fidler (2003:39) pada media komunikasi hal ini umum terjadi karena adanya hubungan timbal balik yang rumit antara kebutuhan khalayak, tekanan, dan persaingan politik, juga karena adanya inovasi sosial dan teknologi.

Alasan yang membuat Simamaung membuat *podcast* selanjutnya adalah karena Simamaung telah melakukan riset bahwa *podcast* Simamaung ini akan mempunyai banyak peminat dikarenakan pada saat ini, *Spotify* sebagai *platform* yang dipakai sebagai media Simamaung untuk mengunggah konten *podcast*nya sedang ramai sekali diminati oleh khalayak di Indonesia. Hal ini membuat Simamaung melihat adanya potensi bahwa jika mereka membuat *podcast* dan di unggah di *platform audio* digital *Spotify* maka *podcast* tersebut akan sangat diminati.

Sementara tujuan Simamaung membuat *podcast* adalah untuk alternatif bagi para penggemar klub Sepakbola Persib Bandung untuk mendapatkan informasi mengenai Persib Bandung namun dengan cara yang berbeda dari media konvensional biasanya. Karena *podcast* Simamaung ini dapat didengarkan kapan saja dan bisa diakses cukup dengan *smartphone*.

B. Proses produksi podcast Simamaung

Simamaung melakukan beberapa tahapan dalam memproduksi *podcast*, pertama adalah tahap pencarian data atau riset sebagai dasar dari tema pembahasan yang akan diangkat dalam *podcast* Simamaung tersebut, tahap ini menjadi tahapan yang paling penting dan memakan waktu yang cukup lama. Tahap ini dilakukan untuk menghindari terjadinya *hoax* dalam informasi yang disebarkan lewat *podcast*, dan juga untuk menjaga kredibilitas media Simamaung sebagai media yang informasinya bisa dipertanggung jawabkan, karena pada hakikatnya sebuah media dituntut harus selalu menyebarkan informasi yang benar (Kovach,2006).

Setelah tahap melakukan pencarian data atau riset telah selesai dan telah menghasilkan sebuah gambaran kasar mengenai tema *podcast* yang akan dibahas, tahapan selanjutnya adalah melakukan perjanjian dengan narasumber yang nantinya akan ikut membantu membahas tentang tema *podcast* tersebut. Tahapan ini dilakukan lagi-lagi agar seluruh informasi yang akan dibahas nantinya terjaga kebenarannya, Simamaung biasanya mengundang narasumber yang terlibat langsung dalam peristiwa atau kejadian yang menjadi tema bahasan *podcast* Simamaung. Setelah tahapan perjanjian dengan narasumber sudah

dilakukan kemudian Simamaung menyempurnakan gambaran kasar tema yang telah dibuat sebelumnya menjadi gambaran tema *podcast* yang utuh dengan melakukan beberapa penambahan ataupun penyempurnaan data agar datanya lengkap dan benar.

Tahapan selanjutnya adalah tahap perekaman *podcast*, setelah data informasi telah lengkap dan narasumber sudah bersedia menjadi narasumber di *podcast* Simamaung maka proses ini sudah dapat dilakukan, *podcast* Simamaung biasanya hanya melakukan perekaman *podcast* satu kali dalam seminggu, tepatnya pada hari Kamis. Sehingga per minggunya Simamaung hanya mengunggah satu episode *podcast*. Hal ini dilakukan karena satu episode *podcast* dalam seminggu sudah dirasa efektif baik oleh Simamaung maupun pendengar *podcast* Simamaung.

Setelah melakukan proses perekaman *podcast*, *podcast* tersebut tidak bisa langsung diunggah di *platform audio digital Spotify*, namun harus melewati terlebih dahulu proses pengkurasian atau pengeditan. Proses ini wajib dilakukan agar meminimalisir jika informasi yang terkandung dalam *podcast* tersebut mengandung unsur SARA yang tidak sengaja terlontarkan saat proses perekaman *podcast* dan juga untuk memeriksa kembali apabila informasi yang terkandung dalam *podcast* Simamaung mengandung *hoax*, maka informasi tersebut akan dihilangkan pada tahap pengkurasian ini.

Selain melakukan tahapan pengkurasian staf *podcast* Simamaung juga melakukan proses pembuatan *teaser* yang ditujukan agar para pendengar *podcast* Simamaung penasaran dengan potongan-potongan *audio* yang terdapat pada *teaser* tersebut yang akan membuat khalayak tertarik untuk mendengarkan *podcast* Simamaung. Biasanya *teaser* *podcast* Simamaung ini berdurasi sekitar lima belas detik. Setelah semua tahapan yang telah dijelaskan tadi barulah *podcast* Simamaung siap diunggah di *platform Spotify* untuk *podcast audionya* dan di *platform Youtube* untuk *podcast videonya*.

Terdapat juga beberapa kendala yang dialami oleh Simamaung dalam proses pembuatan *podcastnya*. Proses riset atau pengumpulan data memakan waktu yang cukup lama karena selain harus mengumpulkan data tersebut para staf *podcast* Simamaung juga harus memeriksa kembali kebenaran informasi yang telah mereka dapatkan tersebut. Kendala lain yang dihadapi oleh Simamaung adalah tidak bisa mengundang pemain Persib Bandung untuk menjadi narasumber dalam pembuatan *podcastnya*, *podcast* Simamaung hanya bisa mengundang mantan ataupun sosok yang pernah berada di Persib Bandung.

### C. Cara *podcast* Simamaung agar informasinya tetap menarik dan tersampaikan walau hanya berbentuk *audio*.

Penyampaian informasi lewat bentuk *audio* memang mempunyai beberapa kelemahan menurut pandangan peneliti, salah satu kelemahan dari informasi yang disampaikan lewat *audio* adalah karena informasinya yang tidak bisa dilihat yang mengakibatkan terkadang pesannya jadi kurang tersampaikan dengan baik. Hal ini juga diakui

oleh staf *podcast* Simamaung yang mengatakan bahwa mungkin terkadang beberapa pendengar *podcast* Simamaung tidak tahu tentang siapa dan apa yang tengah dibahas dalam *podcast* Simamaung. Oleh karena itu staf *podcast* Simamaung pada akhirnya mengunggah *podcast* Simamaung tersebut juga dengan bentuk *video* yang dapat dilihat di *platform Youtube*, hal ini diharapkan dapat melengkapi informasi yang tengah dibahas dalam *podcast* Simamaung karena dalam bentuk *video* ini para penggemar *podcast* Simamaung dapat juga melihat informasinya secara *visual* selain itu juga tujuan pembuatan *podcast* Simamaung dibuat juga dengan bentuk *video* adalah untuk mengakomodir para pendukung Persib Bandung yang enggan untuk mendapatkan informasi hanya dengan bentuk *audio*.

Selain membuat *podcast* dengan bentuk *video* Simamaung juga melakukan beberapa cara lain agar *podcastnya* yang berbentuk *audio* tetap menarik dan informasinya dapat tersampaikan, salah satunya adalah dengan pemilihan tema *podcast* yang akan dibahas dan juga siapa narasumber yang diundang untuk ikut membahas tema tersebut. Pemilihan tema dan narasumber *podcast* ini memiliki peranan yang sangat penting karena jika tema pembahasan dan narasumber yang diundang kurang menarik, maka pendengar *podcastnya* pun akan sedikit begitu juga sebaliknya jika tema pembahasan dan narasumber yang diundang dalam *podcastnya* menarik maka pendengarnya pun akan semakin banyak, contoh pemilihan tema pembahasan dan narasumber yang tepat pada *podcast* Simamaung ini adalah pada episode yang berjudul “cerita sang juara” dan narasumber yang diundang adalah mantan pelatih Persib Bandung sewaktu menjuarai Liga Indonesia pada tahun 2014 yang lalu yaitu Djadjang Nurdjaman. Episode ini dapat dikatakan merupakan pemilihan tema dan narasumber yang tepat karena *podcast* ini menjadi episode dengan pendengar terbanyak selama Simamaung membuat *podcast*. Mengutip dari Wilbur (dalam Effendy 2009:12) hal ini dapat terjadi karena komunikasi mempunyai pengalaman (*Field of experience*) dan pengertian yang cocok dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Kualitas *audio* pun memiliki peran penting, karena *podcast* Simamaung memang mengandalkan *audio* sebagai perantara informasinya. Kebersihan *audio* harus diperhatikan karena jika *audionya* tidak bersih, seperti ada *noise* maka akan mempengaruhi kenyamanan pendengarnya karena selain itu juga informasi yang dibahas dalam *podcast* Simamaung ini dapat terdistraksi jika ada *noise* dalam *audionya* sehingga informasinya tidak tersampaikan dengan maksimal. Oleh karena Simamaung selalu menjaga kualitas *audio* *podcastnya* agar tetap menarik dan informasinya dapat tersampaikan.

Peran *host* atau penyiar dalam menyampaikan informasi *podcast* mempunyai peranan yang tidak kalah penting dari faktor-faktor yang telah dijelaskan sebelumnya. Karena Penyiar dituntut untuk bisa membawakan tema pembahasan *podcast* dengan gaya

bicara, perangkaian kata-kata, tempo bicara, maupun kalimat-kalimat yang menarik agar pendengarnya pun nyaman berlama-lama mendengarkan (Wardana, 2009:3).

#### IV. KESIMPULAN

1. Ada beberapa alasan mengapa Simamaung membuat *podcast*, diantaranya adalah *podcast* Simamaung merupakan inovasi dari konten yang telah dibuat sebelumnya dengan nama “Obrolan Bagasi” yang kurang diminati oleh para pendukung klub sepakbola Persib Bandung. Alasan yang kedua adalah Simamaung mencoba cara baru dalam menyebarkan informasinya dan akhirnya dibuatlah *podcast* Simamaung. Selain dua faktor tersebut Simamaung juga memanfaatkan situasi dimana pada saat ini fitur *podcast* yang tersedia di aplikasi *platform audio digital Spotify*, sedang digemari oleh khalayak luas dan bertujuan sebagai media alternatif bagi penggemar Persib Bandung untuk mendapatkan informasi seputar Persib.
2. Proses produksi *podcast* Simamaung sebenarnya tidak mempunyai banyak perbedaan dari proses produksi berita pada umumnya. Proses produksi *podcast* Simamaung dimulai dengan melakukan riset dan pengumpulan data untuk menghasilkan tema yang akan dibahas, selanjutnya adalah melakukan perjanjian dengan narasumber yang nantinya akan memperkuat data dalam pembahasan *podcast* Simamaung, setelah itu adalah poses perekaman *podcast* dan dilanjutkan dengan proses kurasi atau pengeditan hal ini dilakukan agar tidak terjadi *hoax* dalam penyampaian beritanya, tahap terakhir sebelum *podcast* Simamaung siap untuk diunggah adalah tahap pembuatan teaser yang bertujuan untuk membuat pendengar *podcast* Simamaung menjadi penasaran untuk mendengarkan *podcast* Simamaung. Kendala dalam proses produksi ini terdapat pada proses riset dan pencarian data yang lumayan memakan waktu selain itu kendala lain yang dihadapi adalah *podcast* Simamaung tidak bisa mengundang pemain klub sepakbola Persib Bandung yang masih aktif bermain.
3. *Podcast* Simamaung melakukan beberapa cara agar informasi yang disampaikan tetap menarik dan informasinya tetap tersampaikan diantaranya adalah, pemilihan tema *podcast* dan narasumber, kualitas *audio* yang baik, dan juga *host* atau penyiar yang sudah berpengalaman dalam hal penyampaian informasi dalam bentuk *audio* selain itu juga Simamaung membuat *podcast* dalam bentuk *audio* untuk melengkapi informasi jika pendengar *podcast* Simamaung kurang mengerti tentang apa dan siapa yang tengah dibahas dalam *podcast audio* tersebut.

#### V. SARAN

##### A. *Saran Teoritis:*

1. Peneliti menyarankan agar lebih banyak lagi penelitian mengenai *podcast* untuk bisa dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.
2. Perlu adanya penambahan teori-teori lain yang dapat menunjang penelitian tentang *podcast*.

##### B. *Saran Praktis:*

1. Peneliti menyarankan agar *podcast* Simamaung untuk menambahkan SDM, agar proses riset atau pencarian data dapat dilakukan dengan waktu yang lebih singkat.
2. Diharapkan semoga *podcast* Simamaung kedepannya dapat mengundang pemain klub Sepakbola Persib Bandung dalam pembahasan *podcast*nya agar lebih menarik pendengar.
3. Diharapkan *podcast* Simamaung mempunyai batas waktu yang lebih jelas dalam menunggu konfirmasi dari narasumber bisa atau tidaknya ikut dalam perekaman *podcast* Simamaung, agar *podcast* Simamaung lebih terstruktur dalam proses produksinya lagi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Effendy, Onong Uchjana. (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [2] Fidler, Roger. (2003). *Mediamorfosis: Memahami Media Baru*. Yogyakarta: Bentang Budaya.
- [3] Kovach, Bill., Tom Rosenstiel. (2006). *Sembilan Elemen Jurnalisme*. Jakarta: Yayasan Pantau.
- [4] Lister, Martin. Jon Dovey. (2003). *New Media: A Critical Introduction*. New York: Routledge.
- [5] Lister, Martin. Jon Dovey. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. New York: Routledge.
- [6] Wardana, Ega. 2009. *Sukses Menjadi Penyiar Radio Profesional*. Yogyakarta: Andi.
- [7] Yin, R.K. (1996). *Studi Kasus Desain & Metode*. Depok: Rajawali Pers.
- [8] Fadilah, E., Yudhaprimesti, P., & Aristi, N. (2017). *Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio*. *Kajian Jurnalisme*, 1(1).
- [9] Kusnandar, Viva B. (2019). *Hanya 13% Masyarakat yang Masih Mendengarkan Radio*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/23/hanya-13-persen-masyarakat-yang-masih-mendengarkan-radio>.
- [10] Meisyanti. Kencana, Woro. (2020). *Platform Digital Siaran Suara Berbasis On Demand*. *Jurnal Komunikasi dan Media* vol.4
- [11] Namira, Izza (2019). *7 Fakta Perkembangan Podcast di Indonesia, Makin Banyak Penggemarnya*. 31 Mei 2019. <https://www.idntimes.com/tech/trend/izza-namira-1/perkembanganpodcast-di-indonesia/full>.
- [12] Nurlimah, Nila. Rena Puji. (2019). *Mediamorfosis di Era Digital*. *Artikel Ilmiah*.
- [13] Sugiya, Aritasius (2012). “Strategi Transformasi Konvergensi Media. Studi Kasus Grand Strategy Harian Kompas”. <https://docplayer.info/32341830-Strategi-transformasi-konvergensi-media-studi-kasus-grand-strategy-harian-kompas.html>