

Konseptualisasi *News Vodcast*: Jurnalisme Baru untuk Khalayak Muda

Oktamandjaya Wiguna*, Famega Syavira Putri, Nanda Adjeng Castity Nur Aziza Sasmu

¹Universitas Indonesia

Jln. Salemba Raya No. 4 Jakarta 10430 - Indonesia

*Corresponding author: oktamandjaya.wiguna31@ui.ac.id

DOI: <https://dx.doi.org/10.25008/jpi.v7i1.201>

Submitted: 3/3/2025; Revised: 23/3/2025; Published: 15/4/2025

Abstract

Podcasts incorporating video elements are emerging as a strategic content innovation among traditional media outlets, particularly as a means to engage younger audiences. The effectiveness of this format is exemplified by the success of the award-winning *Bocor Alus Politik* podcast, produced by Tempo. However, this trend presents a new challenge for academic inquiry, as existing conceptualizations of podcasts primarily assume an audio-based format, overlooking the production and consumption dynamics introduced by visual elements. This paper seeks to establish a new conceptual definition of the "news vodcast"—a news podcast incorporating video—by employing a conceptual paper methodology with a theory synthesis approach and a systematic literature review for data collection. Drawing on 52 scholarly sources from media studies and education, this study proposes that a news vodcast constitutes an audiovisual journalism product characterized by an informal and narrative journalism style, produced periodically and distributed as video-on-demand content via the internet and streaming platforms. This conceptual framework serves as the foundation for a research agenda that positions news vodcasts as a distinct journalistic format, separate from traditional audio-only podcasts.

Keywords: Journalism; Media; News Podcast; News Vodcast; Podcast

Abstract

Munculnya produk jurnalisme baru berupa *podcast* dalam format video seperti *Bocor Alus Politik* produksi Tempo diprediksi akan menjadi tren strategi konten oleh media tradisional untuk menjangkau khalayak muda. Namun meluasnya siaran berformat video ini memunculkan tantangan dalam kajian media secara akademik karena konsep siaran yang ada dibangun berdasarkan asumsi kekuatan format audio, sehingga tidak mendalami dinamika produksi, distribusi, dan konsumsi elemen audio visual. Penelitian ini bertujuan memformulasikan definisi konseptual *news vodcast* beserta asumsi produksi, distribusi, dan konsumsi. Metode *conceptual paper* dengan desain sintesa teori, serta pengumpulan data menggunakan kajian literatur sistematis digunakan untuk mensintesa 52 literatur dari ranah kajian media dan bidang ilmu pendidikan. Berdasarkan hasil sintesa, definisi konseptual *news vodcast* atau *vodcast* berita adalah produk jurnalisme audiovisual dengan pendekatan jurnalisme yang informal dan naratif yang dibuat secara serial dan didistribusikan dalam bentuk *video-on-demand* melalui internet dan platform *streaming*". Konseptualisasi *news vodcast* ini menjadi kontribusi dari penelitian ini untuk memungkinkan studi yang lebih komprehensif terhadap produk jurnalisme audiovisual baru dan penyusunan agenda riset terhadap *news vodcast* sebagai produk jurnalisme yang khas terpisah dari siaran audio sehingga dapat secara komprehensif dipelajari potensinya untuk menarik khalayak muda dan penggunaannya oleh media untuk membantu publik memahami informasi baru dan permasalahan yang kompleks.

Kata kunci: Jurnalisme; Media; News Podcast; News Vodcast; Podcast

Pendahuluan

Laporan Digital News Project menyebut *podcast* atau siniar adalah peluang baru bagi media berita untuk mempublikasikan beritanya dan menjangkau khalayak muda. Siniar terus meningkat popularitasnya di Indonesia, terutama di kalangan Generasi Z (Newman et al., 2023; Newman & Gallo, 2019).

Laporan tersebut terkonfirmasi oleh keberhasilan media konvensional mengadopsi siniar seperti *podcast* “Bocor Alus Politik” oleh majalah Tempo. Siniar ini tayang setiap akhir pekan dan berisi diskusi staf redaksi tentang laporan utama pada edisi terbaru majalah tersebut.

Program yang awalnya dirancang sebagai suplemen dan promosi majalah ini ternyata mampu menarik perhatian khalayak. Spotify memberikan penghargaan kepada “Bocor Alus Politik” sebagai konten berita terpopuler di *platform* tersebut pada 2023 (Tempo, 2023).

Keberhasilan media tradisional dalam membuat program siniar sebagai salah satu produk jurnalistik baru membuat Nieman Lab Universitas Harvard, Amerika Serikat, memprediksi pada 2025 siniar menjadi strategi utama untuk membangun ulang hubungan media tradisional dengan khalayak, serta menjadi cara baru distribusi dan konsumsi berita pada era digital. Nieman Lab memprediksi siniar tidak lagi akan menjadi program pelengkap, tetapi menjadi salah satu produk jurnalistik unggulan media sehingga investasi sumber daya media akan banyak mengarah ke produksi program siniar (Deutsch, 2024).

Namun menurut Nieman Lab, tren produksi siniar akan banyak berubah, yaitu ke arah produksi siniar yang memiliki elemen video yang memadukan kekuatan visual dan kualitas pemberitaan. Distribusi siniar video ini akan banyak memanfaatkan *platform* YouTube dan Spotify (Saroff, 2024).

Kemunculan siniar berformat video baik secara global, maupun di Indonesia seperti dalam kasus “Bocor Alus Politik” yang dibuat Tempo dan juga “Jadi Begini” buatan Kompas, menghadirkan masalah konseptual baru. Siniar dalam format audiovisual tidak sejalan dengan konsep *podcast* yang dibangun berdasarkan asumsi-asumsi kekuatan konten dengan format audio.

Secara konseptual, istilah yang paling dekat adalah *vodcast* atau *video-on-demand podcast*. *Vodcast* adalah *podcast* yang dilengkapi dengan elemen visual seperti animasi dan video buatan pihak ketiga atau sekadar rekaman video saat program siniar diproduksi (Austin et al., 2009; Lowman, 2014; Parson et al., 2009)

Namun definisi *vodcast* tersebut memiliki dua masalah dalam operasionalnya. *Pertama*, definisi tersebut lebih menekankan pada konten audio dan menempatkan elemen video sebagai sekunder. Artinya, elemen video adalah produk sampingan yang dikerjakan bersama dengan produksi suara tanpa adanya strategi khusus secara visual. *Kedua*, definisi tersebut tidak cukup menjelaskan produksi konten yang berbentuk *vodcast* tanpa ada distribusi konten versi audio seperti siniar pada umumnya.

Penelitian ini bertujuan menyusun konsep *news vodcast* sebagai produk berita yang berbeda dari *news podcast* yang audio. Langkah ini akan menempatkan *news vodcast* sebagai objek penelitian tersendiri yang memungkinkan penelitian lebih jauh untuk memahami aspek retorika visual dan gaya jurnalisme dalam memproduksi produk berita video yang baru ini.

Tinjauan literatur awal menunjukkan istilah *news vodcast* muncul pada beberapa buku tentang jurnalisme digital, namun tidak menjelaskan lebih jauh perbedaannya dengan siniar berita. Sebaliknya pada bidang studi pendidikan, *vodcasts* adalah istilah yang telah banyak diteliti. Hal tersebut menunjukkan adanya peluang untuk sintesis temuan-temuan tentang siniar berita dalam bidang kajian media dengan hasil penelitian tentang *vodcast* dari sektor pendidikan.

Penyusunan konsep ini juga bertujuan membangun agenda riset untuk lebih mengembangkan pemahaman tentang *news vodcast* yang memiliki peluang untuk terus berkembang jika memperhatikan kondisi pasar di Indonesia.

Data menunjukkan pasar *video-on-demand* di Indonesia memiliki potensi dan jangkauan yang lebih besar daripada *streaming* audio. Data Statista menunjukkan pengguna Youtube menjadi platform distribusi *video-on-demand* terbesar di Indonesia yang pada 2023 ada 139 juta. Sedangkan pengguna *streaming* audio pada 2023 hanya 26,13 juta dengan proyeksi 30,8 juta pada 2027 (Ceci, 2024; Statista, 2024).

Kerangka Teori

Bidang kajian media belum mencapai konsensus tentang konsep *news vodcast*. Beberapa penelitian menggunakan istilah *news vodcast* untuk potongan video berita televisi yang dibagikan ulang pada *platform video-on-demand* (Bednarek & Caple, 2019) atau video yang diterbitkan pada situs berita (McNair, 2012).

Meskipun belum ada definisi yang konsisten, ada kecenderungan untuk memisahkan antara *news vodcast* dengan siniar berita dan video berita lainnya (Deuze, 2009; Gomez, 2006; Xu, 2008). Perbedaan utama antara *news vodcast* dengan bentuk video berita lainnya adalah karakteristik konten yang sama dengan siniar seperti munculnya jurnalis pada video dan diterbitkan sebagai serial secara berkala (Hall, 2008; Thornburg, 2011).

Maka bisa disimpulkan bahwa pada bidang kajian media, aspek “*news*” pada *news vodcast* dipahami sebagai produk jurnalisme yang berbeda dengan siniar berita, namun tetap mengikuti prinsip produksi dan gaya jurnalisme siniar berita.

Namun terhadap aspek “*vodcast*” pada *news vodcast*, belum ada penelusuran yang mendalam pada bidang kajian media. Studi ini memanfaatkan *vodcast* sebagai meta-konsep yang juga terdapat pada bidang studi pendidikan yang telah mempelajari lebih mendalam penggunaan *vodcast* sebagai materi pembelajaran dan pelatihan.

Berdasarkan tinjauan literatur, maka pertanyaan penelitian untuk konseptualisasi *news vodcast* adalah sebagai berikut:

R1: Seperti apa gaya jurnalistik dalam produksi siniar berita yang dapat diadopsi *news vodcast*?

R2: Seperti apa konsumsi siniar berita yang menunjukkan potensi penerimaan terhadap *news vodcast*?

R3: Seperti apa praktik dalam produksi *vodcast* pendidikan yang dapat diadopsi dalam produksi *news vodcast*?

R4: Seperti apa pola konsumsi dan resepsi audiens terhadap *vodcast*?

R5: Apa definisi konseptual *news vodcast* yang mencakup produksi, distribusi, dan konsumsinya?.

Metode Penelitian

Metode penelitian pada studi ini adalah *conceptual paper* dengan desain *theory synthesis*. Makalah konseptual dengan desain sintesa teori adalah riset yang bertujuan membangun pemahaman konseptual terhadap sebuah fenomena baru atau yang belum terkonseptualisasi dengan baik karena penelitian terhadap fenomena itu tersebar di berbagai bidang studi (Jaakkola, 2020).

Proses integrasi dan sintesa tersebut dijalankan dengan menyelidiki elemen-elemen yang membangun perspektif yang digunakan untuk mengkonseptualisasi fenomena baru tersebut. Lalu menemukan kesamaan untuk membangun kerangka konseptual yang baru. *News vodcast* adalah fenomena baru tersebut yang dipelajari pada bidang kajian media dan jurnalisme dalam, serta sektor pendidikan yang telah mengkaji lebih komprehensif mengenai *vodcast*.

Lalu metode pengumpulan data berbentuk literatur pada penelitian ini adalah *systematic literature review* untuk menemukan yang sudah diketahui dan yang belum diketahui, serta merekomendasikan riset-riset ke depan (Grant & Booth, 2009). Sistematika kajian literatur sistematis ini menggunakan empat tahapan Kitchenham (Kitchenham, 2004; Lohmüller & Wolff, 2019).

Pertama, identifikasi kebutuhan kajian literatur: *News vodcast* saat ini masih didefinisikan sebatas podcast berita dengan elemen visual. Penyebutan yang merujuk kepada *news vodcast* juga belum seragam seperti adanya istilahnya *vidcast*, *news vlog*, dan *news vod*. Kajian literatur dibutuhkan untuk menyusun konsep *news vodcast* sehingga bisa menjadi objek studi khusus yang berbeda dari kajian terhadap *news podcast* dan konten video berita lainnya.

Kedua, penyusunan protokol kajian literatur: *news vodcast* adalah produk media, sehingga protokol kajian literatur disusun sesuai dengan tradisi kajian media yang melihat aspek produksi, distribusi, dan konsumsi. Penelitian ini mensintesis studi terhadap *news podcast* dan *vodcast* pendidikan dengan melihat ketiga aspek tersebut. Penyaringan awal terhadap literatur untuk menemukan tema-tema lain yang relevan mendapati bahwa studi-studi *news podcast* umumnya fokus pada produksi *podcast* dengan prinsip jurnalisme, sedangkan *vodcast* pendidikan lebih membahas mengenai konsumsi oleh audiens. Maka protokol dalam menjalankan kajian sistematis literatur ini adalah menemukan literatur definisi, serta proses produksi, distribusi, dan konsumsi *news podcast* dan *vodcast*.

Ketiga, identifikasi dan pemilihan literatur: pencarian literatur berupa artikel jurnal, *proceeding* konferensi, dan buku dilakukan pada mesin pencari Google Scholar dengan batasan waktu 2018-2024. Kata-kata kunci yang digunakan pada pencarian adalah *news podcast*, *journalism podcast*, *news vodcast*, *vodcast*, *vodcast audience*, dan *vodcast effectiveness*.

Keempat, pengambilan dan sintesa data: pencarian menghasilkan 92 literatur yang kemudian disaring lagi menjadi 52 literatur yang memenuhi kriteria. Sintesa terhadap konsep dan temuan dari 52 literatur tersebut dijalankan secara sistematis untuk mengambil data sesuai protokol yang telah ditetapkan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil kajian literatur dijabarkan dengan urutan pemahaman terhadap podcast berita dari aspek produksi dan konsumsi. Lalu dilihat bagaimana kemunculan *vodcast* sebagai pengembangan dari *podcast* dan penelusuran terhadap pola konsumsi *vodcast* untuk menjadi perbandingan dengan konsumsi *podcast*.

Produksi News Podcast

Gaya jurnalistik *news podcast* dapat menjadi panduan untuk proses produksi yang dapat diadaptasi produksi *news vodcast*. *News podcast* (podcast berita) atau juga disebut siniar jurnalistik adalah produk jurnalisme yang diproduksi secara periodik dengan jadwal tetap dan didistribusikan melalui internet. Studi terhadap 100 ribu episode *podcast* di Spotify menunjukkan durasi yang cenderung beragam antara di bawah satu menit hingga 90 menit, sehingga tidak ada formula khusus mengenai panjang program podcast (Clifton et al., 2020; Rime et al., 2022; Williams, 2020).

Siniar berita merupakan perkembangan dari siaran radio, karena itu masih banyak dipengaruhi oleh jurnalisme radio. Jurnalis yang membuat podcast membawa keahlian dan pengalaman sebelumnya seperti objektivitas, penggunaan fakta, dan menjalankan fungsi *gatekeeping* dengan menghindari bias dalam penyampaian informasi dan pemilihan narasumber. Prinsip ini juga ditiru oleh *podcaster* independen baik yang berlatar belakang jurnalis maupun umum (Kerrigan et al., 2023; N. Y. Lee et al., 2023).

Namun analisis terhadap proses produksi menunjukkan siniar berita tidak sepenuhnya mengikuti tradisi jurnalisme radio, tetapi memilih bentuk yang lebih fleksibel karena tidak terikat aturan redaksi serta tidak ada keterbatasan waktu dan durasi siaran. Konsekuensinya adalah adanya kriteria editorial yang berbeda dengan pemilihan topik-topik yang biasanya tidak muncul di media tradisional. Jadi siniar menyeimbangkan prinsip

jurnalisme yang faktual dan objektif dengan gaya penyampaian yang lebih fleksibel dan memanfaatkan peluang interaktif pada teknologi digital (Asier & Luis Miguel, 2022; Mădroane & Cărlan, 2023).

Kombinasi antara jurnalisme tradisional dan jurnalisme baru tersebut terlihat dari tipologi format siniar berita yang dipengaruhi tiga tradisi media yang berbeda yakni program radio, jurnalisme naratif, serta kolom di media massa/media online (Lindgren, 2023; Williams, 2020), yaitu:

(1). Format wawancara dan diskusi: Tradisi radio melahirkan format berbasis percakapan, yaitu diskusi dan wawancara. Namun dalam medium podcast yang tidak memiliki keterbatasan ruang, durasi wawancara bisa lebih panjang hingga mencapai 60 menit untuk satu sesi wawancara sehingga satu topik dapat dieksplorasi lebih mendalam (Smith, 2019).

Format wawancara dan diskusi menjadi yang paling banyak digunakan oleh *podcast* berita (Newman & Gallo, 2019). Popularitas format wawancara ini lebih dikarenakan faktor sebagai pilihan termudah yang tidak memerlukan sumber daya besar dalam riset bahan siaran seperti halnya pada format naratif (Berg, 2021).

(2). Format naratif: Jurnalisme naratif memunculkan format *storytelling* yang berisi narasi berdurasi panjang yang mirip dokumenter yang berisi elemen-elemen penceritaan nonfiksi seperti ketegangan, pengembangan karakter, adegan, dan plot. Tujuan dari format naratif ini adalah informatif dan juga menghibur untuk menyesuaikan dengan kebutuhan khalayak (Lindgren, 2023).

Gaya naratif ini merupakan upaya jurnalis mengadopsi gaya yang lebih interpretatif dan kreatif sehingga tidak kaku seperti jurnalisme tradisional. Pendekatan ini juga sering disebut sebagai *slow journalism* yang memberikan kesempatan untuk membuat berita secara lebih lambat, reflektif, dan multiperspektif sehingga memungkinkan memilih topik-topik di luar *hard news* dan *breaking news* (Mehendale & Gokhale, 2021; Mehendale

& Jaggi, 2023). Gaya naratif ini terbukti efektif untuk membahas topik-topik yang kompleks seperti sains dan filsafat, serta jurnalisme investigasi yang membutuhkan durasi panjang (Bratcher, 2022; Lindgren & Jorgensen, 2023; Nee & Santana, 2022; Porlezza et al., 2018).

Kelemahan dari gaya naratif ini adalah kebutuhan investasi waktu dan tuntutan adanya keahlian produksi yang jauh lebih tinggi dari format wawancara/talkshow sehingga lebih cocok untuk kalangan profesional dan bukan untuk pemula (Jorgensen, 2021).

(3). Format editorial/*commentary* dan *confessional journalism*: Tradisi kolom di media memunculkan bentuk editorial yakni komentar terhadap isu-isu terkini dan *confessional journalism*. Editorial atau *commentary* pada dasarnya adalah membahas isu-isu terkini yang menjadi pemberitaan atau perhatian publik lalu membahasnya dengan humor atau membuatnya lebih mudah dicerna dengan memberikan konteks dan mengaitkannya dengan kehidupan sehari-hari (Ödmark, 2021).

Sementara itu gaya *confessional journalism* adalah jurnalis yang mengelola program podcast berita membagikan cerita dan opini pribadi yang biasanya tabu dalam jurnalisme. *Confessional journalism* mampu menarik perhatian khalayak karena menciptakan hubungan yang lebih akrab dengan audiens dan memberikan konten yang berbeda karena biasanya cerita pribadi jurnalis dan narasumber umumnya tidak memenuhi syarat untuk dipublikasikan berdasarkan kriteria jurnalisme tradisional (Nee & Santana, 2022; Williams, 2020).

Kajian literatur ini menemukan adanya perbedaan pandangan terhadap ketiga format tersebut menunjukkan dualisme antara pendekatan *authenticity-reliability* yang pengemasan kontennya informal dan personal (wawancara, diskusi, *commentary*, dan juga *confessional journalism*) dengan *authority-professionalism* (format naratif) yang menunjukkan proses produksi yang profesional dan menunjukkan kredibilitas.

Survei terhadap para *podcaster* menunjukkan pemilihan format dipengaruhi oleh latar belakang. Produsen sinjar berita adalah mereka yang memiliki latar belakang jurnalisme dan punya tingkat pengalaman produksi sinjar yang tinggi akan cenderung menggunakan format naratif yang bercerita, penggunaan data, dan pendekatan emosi. Faktor penyebabnya adalah adanya perhatian terhadap strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan kualitas pesan akan punya kecenderungan menggunakan data dan statistik. Sedangkan *podcaster* yang tidak terlalu memperhatikan efektivitas pesan atau merasa diri sebagai pakar pada bidang yang dibahasnya, akan cenderung memilih format wawancara (Yuan et al., 2022).

Berkebalikan dengan survei tersebut, riset lainnya menemukan pendengar sinjar justru tidak mencari otoritas penyiar seperti halnya pada media tradisional. Sinjar yang disampaikan secara alamiah tanpa skenario justru menimbulkan kedekatan dengan khalayak (McGregor, 2022).

Riset lainnya menemukan kombinasi pendekatan jurnalisme baru yang fleksibel, namun tetap menekankan kredibilitas jurnalisme dapat menjadi jalan tengah seperti ditunjukkan oleh sinjar berita Caliphate. Analisis isi terhadap sinjar produksi media Amerika Serikat, the New York Times tersebut, menunjukkan adanya penggunaan strategi *meta-journalistic performances of transparency*, yaitu *revealing the journalistic process* (menceritakan proses produksi di balik layar atau pengumpulan data dan informasi), *constructing persona* (menunjukkan kapabilitas dan kemampuan jurnalisme *podcaster*), dan *reaffirming the journalistic culture* (menunjukkan komitmen terhadap budaya jurnalisme, misalnya bersikap objektif terhadap narasumber).

Metajournalistic performances of transparency ini memungkinkan khalayak menikmati sinjar berita yang menghibur, namun pada saat yang sama dapat merasakan kepakaran penyiar dan komitmen produksi program sinjar terhadap

prinsip jurnalisme (Perdomo & Rodrigues-Rouleau, 2022).

Konsumsi News Podcast

Tinjauan literatur terhadap konsumsi *news podcast* menghasilkan informasi tentang konsumsi yang dapat menunjukkan potensi penerimaan khalayak terhadap *news vodcast*. Sinjar berita terutama sekali populer di kalangan muda (Bratcher, 2022; Whipple et al., 2023) dan secara demografi memiliki tingkat pendidikan yang tinggi, aktif secara politik, dan memiliki pendapatan yang lebih tinggi dari rata-rata pendapatan umum (Whittle, 2023).

Penelitian terhadap khalayak menunjukkan ada tiga motivasi utama mengonsumsi podcast berita, yaitu:

(1). Pencarian informasi: Khalayak, khususnya dari kalangan muda, lebih banyak mendengarkan sinjar daripada membaca berita dari media online. Ada hubungan positif antara persepsi positif terhadap informasi yang diberikan sinjar dengan frekuensi mendengarkan *podcast* (Bratcher, 2022).

Survei mengenai hubungan antara konsumsi sinjar berita, kebebasan pers, dan partisipasi politik di 38 negara menunjukkan adanya hubungan negatif antara motivasi mencari berita dengan kondisi kebebasan pers yang menunjukkan pentingnya sinjar sebagai sumber informasi alternatif pada negara di mana media cenderung tidak bebas (Sang et al., 2023).

Di negara-negara dengan kebebasan pers yang lebih tinggi, seperti di Inggris, konsumsi sinjar berita cenderung lebih rendah. Kondisi sebaliknya terdapat di Hong Kong, Meksiko, dan Turki. Konsumsi sinjar sebagai sumber informasi alternatif ini juga karena adanya konten yang tidak ditemukan pada media tradisional serta adanya ketidakpercayaan publik terhadap media arus utama (C. Lee, 2021; Sang et al., 2023).

(2). Hiburan (Perks et al., 2019; Perks & Turner, 2019; Vitis, 2022; Whipple et al., 2023): Khalayak menginginkan informasi yang penyampaiannya tidak kaku dan adanya topik-topik yang berbeda dari media

konvensional. Hiburan, relaksasi, pelarian, dan kepuasan emosional diperoleh dari siniar yang memberikan informasi yang unik, baru, membuat penasaran, dan kisah-kisah dari orang yang berbeda dengan mereka.

(3). Hubungan sosial (Perks et al., 2019; Yuan et al., 2022): Pendengar siniar ingin ikut mendengarkan yang sedang dikonsumsi orang lain dan membagikan pengalamannya. Sifat siniar yang tidak mudah ditemukan pada mesin pencarian juga membuat penemuan *podcast* sangat dipengaruhi rekomendasi dari orang-orang terdekat atau yang dianggap dapat dipercaya. Artinya, pola konsumsi siniar juga dipengaruhi oleh hubungan sosial khalayak.

Ketiga motivasi tersebut bersifat personal dan aktif, artinya khalayak memilih sendiri siniar yang menawarkan konten yang sesuai dengan selernya seperti topik yang disukai atau sejalan dengan pandangan mereka, misalnya adanya kesamaan pandangan politik antara individu dengan penyiar atau narasumber siniar (Boling & Hull, 2018). Hal ini yang membuat khalayak *podcast* cenderung setia terhadap program yang disukainya (Whittle, 2023).

Loyalitas khalayak ini menimbulkan hubungan parasosial dengan *podcaster*. Gaya siniar yang informal adalah faktor pendorong hubungan parasosial ini (Cwynar, 2019; McGregor, 2022).

Podcaster juga secara aktif membangun kedekatan ini dengan memilih gaya bicara yang informal (ramah, santai, dan introspektif), mengantisipasi reaksi audiens (berhenti bicara setelah menyampaikan humor untuk memberi ruang khalayak berpikir sejenak atau tertawa), menempatkan orang-orang yang terlibat dalam siniar sebagai orang dekat (memanggil dengan sapaan akrab), atau berbaur dengan khalayak dengan menyisipkan sesi percakapan lewat telepon.

Interaksi parasosial dengan *podcaster* ini juga dikaitkan dengan perilaku khalayak yang melanjutkan

interaksi di luar siniar, yakni mengikuti akun media sosial *podcaster* hingga berkontribusi mendukung produksi siniar lewat *platform* donasi atau kontribusi seperti Patreon. Alasan perilaku ini setidaknya disebabkan dua hal yakni munculnya komunitas setia terhadap *podcaster* dan kepercayaan terhadap penyiar terutama yang berlatar belakang jurnalis. juga mengikuti akun media sosial pembuat siniar dan melanjutkan pembahasan mengenai topik yang disiarkan melalui media sosial tersebut (English et al., 2023).

Produksi vodcast pada riset sektor pendidikan

Kajian literatur terhadap riset-riset di sektor pendidikan ditujukan untuk menjawab pertanyaan penelitian tentang definisi *vodcast* dan praktik dalam produksi *vodcast* pendidikan yang dapat diadopsi dalam produksi *news vodcast*.

Vodcast muncul di sektor pendidikan sebagai pengembangan siniar yang berevolusi menjadi *enhanced podcast* atau siniar yang disertai *slide* presentasi, animasi, gambar, foto, dan video pendek. Setelah fase *enhanced podcast* tersebut, *vodcast* muncul karena produsen siniar beralih sepenuhnya dari produksi konten audio menjadi audiovisual. Popularitas *vodcast* didorong oleh penggunaan perangkat digital berlayar besar seperti laptop dan tablet (Bajaj & Singh, 2022).

Perkembangan ini memberikan perbedaan antara pemahaman sebelumnya bahwa, yakni *vodcast* bukanlah *podcast* dengan elemen visual, melainkan produk konten tersendiri. *Vodcast* dikarakterkan oleh bentuknya yang video, diproduksi secara serial, didistribusikan secara *streaming* atau diunduh dari platform digital, dan terbuka peluang bagi khalayak untuk menjadi pelanggan program *vodcast*. Maka *vodcast* adalah konten sekaligus saluran di mana konten video didistribusikan (Čerepinko et al., 2019).

Pergeseran siniar yang audio menjadi video juga dipengaruhi oleh evolusi platform digital seperti yang terjadi pada

Spotify. Awalnya Spotify berorientasi pada musik, namun belakangan mulai berubah menjadi audiovisual. Perubahan tersebut adalah strategi ekspansi konten lewat investasi penyediaan siaran langsung konser dan konten audiovisual seperti video klip musik, *vodcast*, dan talkshow. Perubahan Spotify menjadi *multi-purpose-platforms* ini mendorong produksi podcast yang tadinya audio menjadi sepenuhnya produksi audiovisual dengan format talkshow. *Vodcast* menjadi salah satu tawaran konten video Spotify yang terlihat bergerak ke arah platform *streaming* video (Kiberg & Spilker, 2023).

Pola Konsumsi Vodcast

Tinjauan literatur terhadap riset-riset pola konsumsi dan resepsi audiens terhadap *vodcast* menjawab pertanyaan penelitian tentang pola konsumsi yang dapat diadopsi oleh *news vodcast*. Riset terhadap konsumsi *vodcast* lebih banyak di dunia pendidikan yang termasuk sektor pertama yang mengadopsi siniar terutama untuk pendidikan tinggi (McGregor, 2022).

Pada perkembangannya, siniar sebagai medium materi pembelajaran digantikan dengan *vodcast* yang berisi video ceramah, materi audiovisual, bahan suplemen pembelajaran, dan tutorial atau contoh praktikum. *Vodcast* juga digunakan sebagai bagian dari modul pelajaran jarak jauh (Khosrow-Pour, 2018; Vergara, 2022).

Vodcast populer di sektor pendidikan karena studi menunjukkan *vodcast* lebih efektif dibandingkan dengan proses belajar analog, terutama pada generasi muda yang melek teknologi (Backhaus et al., 2019). Data ini sejalan dengan riset-riset tentang siniar berita yang juga diminati kalangan muda.

Penelitian-penelitian sebelumnya terhadap kelebihan *vodcast* ini memiliki kesamaan dengan temuan pada *podcast*. Pertama, karena sifatnya *on-demand*, maka penggunaannya lebih fleksibel. Lalu seperti seperti format siniar berita naratif, *vodcast* juga digunakan untuk menyampaikan materi-materi sains yang kompleks karena terbukti meningkatkan pemahaman dan

motivasi mempelajari hal-hal yang baru, membangun pemahaman secara mandiri, dan diterima positif oleh pelajar dibandingkan bentuk materi lainnya (Afolabi, 2020; Dimaro et al., 2023; Roehling, 2018; Villaruz et al., 2022).

Eksperimen yang membandingkan antara pengguna *vodcast* sebagai video pelatihan dengan kelompok kontrol, menunjukkan hasil pelatihan yang lebih baik ditemukan pada kelompok pengguna *vodcast*. Studi ini menunjukkan efek dari penggunaan *vodcast* dapat membantu akuisisi keahlian, pengetahuan, praktik, dan pemecahan masalah. Hasil yang sama juga didapatkan pada eksperimen pembelajaran jarak jauh menggunakan *vodcast* yang menunjukkan hasil belajar yang lebih baik (Elbyaly & Elfeky, 2022; Vergara, 2022).

Kemampuan *vodcast* dalam membangun pemahaman audiens terhadap topik yang kompleks ini tidak banyak dipelajari dalam konteks kajian media. Hal ini memberi petunjuk tentang potensi manfaat dari *vodcast* berita dengan format naratif.

Lalu potensi kelebihan lainnya dibandingkan *podcast* juga bisa dilihat dari penelitian tentang penggunaan *vodcast* sebagai medium yang bisa berisi materi yang dipersepsi lebih jelas dan padat, karena bisa berisi gambar bergerak, foto, suara, musik, teks, dan grafik untuk membantu meningkatkan pemahaman (Fernández-Pacheco, 2018; Pettit et al., 2017).

Vodcast yang mampu memberikan efek positif tersebut sesuai dengan teori pembelajaran multimedia Mayer yang menyatakan individu memiliki saluran kognitif berbeda untuk memproses stimuli visual dan audio. Belajar adalah menggabungkan stimuli lewat kedua saluran tersebut. Maka ketika suara dan visual datang secara terpisah, sebagian besar informasi yang disampaikan menjadi lebih sulit dipahami, sedangkan melalui *vodcast* integrasi tersebut bisa dicapai. Ditambah lagi konsumsi *vodcast* bisa disesuaikan dengan kecepatan dan cara

belajar setiap individu (Khosrow-Pour, 2018).

Studi terhadap penggunaan *vodcast* oleh mahasiswa menunjukkan bahwa *vodcast* digunakan untuk mempersiapkan diri menghadapi proses belajar sehingga bisa mengetahui bagian-bagian yang sulit untuk menyiapkan pertanyaan lebih awal untuk mendapatkan klarifikasi. Hal ini bisa menjadi petunjuk untuk bagaimana mengembangkan konten untuk *vodcast*.

Konseptualisasi News Vodcast

Berdasarkan sintesa hasil kajian literatur terhadap *news podcast* dan *vodcast* pendidikan, maka disusun konsep baru sebagai berikut: *vodcast* berita atau *news vodcast* adalah produk jurnalisme audiovisual dengan pendekatan jurnalisme yang informal dan naratif yang dibuat secara serial dan didistribusikan dalam bentuk video-on-demand melalui internet dan platform streaming.

Produk jurnalisme audiovisual pada definisi ini berarti *news vodcast* berbeda dari *news podcast* ataupun *enhanced news podcast*, karena aspek audiovisual menjadi tujuan utama dan bukan pelengkap dari siniar yang fokus pada audio.

Vodcast berita memberikan konten yang berbeda dari paket berita televisi atau liputan dari media online. *Vodcast* berita dibuat secara *native* untuk platform digital di internet atau platform *streaming*.

Berdasarkan tipologi format, bentuk *news vodcast* bisa salah satu atau kombinasi dari format berikut ini: wawancara/*talkshow*, naratif yang berdurasi panjang, editorial/*commentary*, dan *confessional journalism*. Pilihan format ini tetap dengan penekanan pada aspek penyampaian atau penceritaan yang menarik dan menghibur sebagai tujuan utama, sedangkan memberitakan menjadi tujuan sekunder.

Berdasarkan temuan-temuan pada sektor pendidikan, *news vodcast* dengan format naratif sesuai untuk menginformasikan hal-hal yang baru dan kompleks yang memerlukan durasi panjang dan penjelasan komprehensif. Lalu pada

format yang lebih informal seperti wawancara, penambahan elemen multimedia seperti gambar, foto, teks, video on video, grafik atau infografik dapat menambah pemahaman audiens terhadap topik yang dibahas.

Target khalayak *news vodcast* adalah kalangan muda yang menggunakannya untuk mencari informasi, mendapatkan penjelasan topik-topik yang baru dan kompleks, serta mendapatkan hiburan. Penekanan pada faktor hiburan dan format yang informal dapat diimbangi dengan strategi *meta-journalistic performances of transparency* untuk mempertahankan kredibilitas program *news vodcast*.

Peningkatan konsumsi khalayak dan loyalitas audiens dapat dibentuk dengan pendekatan hubungan parasosial melalui strategi penyampaian informasi yang informal dan bersahabat. Juga dengan membuka peluang interaksi dengan penonton, serta strategi *transmedia storytelling* antara lain dengan melanjutkan diskusi lewat interaksi dan membagikan materi siaran di media sosial.

Agenda Penelitian

Konseptualisasi *news vodcast* sebagai produk jurnalistik berformat audio-visual membuka peluang kajian yang lebih spesifik terhadap konten yang memenuhi kriteria definisi konseptual tersebut. Penelitian dapat lebih fokus mengkaji strategi produksi elemen audiovisual, serta model distribusi dan pola konsumsi oleh khalayak.

Rekomendasi pengembangan penelitian tentang *news vodcast* adalah riset-riset yang mempelajari strategi produksi dan gaya jurnalisme *news vodcast*. Konseptualisasi *news vodcast* sebagai produk audio visual juga dapat mengarahkan riset mengenai elemen visual dalam produksi seperti penggunaan klip video, ilustrasi, foto, infografis, serta komunikasi visual nonverbal seperti desain studio, posisi penyiar dan sudut kamera. Konseptualisasi juga dapat menjadikan *news vodcast* sebagai objek studi periklanan dalam hal penempatan iklan.

Ketika *platform* digital bergerak membuka peluang distribusi *vodcast* dan media besar mulai memproduksinya, penting juga untuk melihat bagaimana dinamika antara platform dengan *podcaster*, respons media terhadap peluang produk jurnalisme baru ini, dan dampaknya terhadap produsen independen yang sumber daya produksinya tidak sekuat media tradisional (Adler Berg, 2022; Aufderheide et al., 2020; Sullivan, 2019).

Lalu pembahasan mengenai format wawancara *news vodcast* yang mudah ditiru dan tidak memerlukan keahlian khusus juga memunculkan permasalahan cara mengidentifikasi antara yang produk jurnalisme dan yang tidak termasuk karya jurnalistik. Isu-isu soal bias, misinformasi, serta munculnya program politik partisan juga memerlukan studi lebih lanjut (N. Y. Lee et al., 2023; Marwick, 2018).

Pada sisi audiens, sektor pendidikan memberikan cetak biru penelitian tentang konsumsi dan resepsi *vodcast* yang memberikan pemahaman lebih baik karena karakter audiovisualnya (Khosrow-Pour, 2018). Studi yang membandingkan sinjar berita dengan *news vodcast* dalam membantu khalayak memahami sebuah isu yang kompleks dapat menjadi penelitian yang memberikan pemahaman sekaligus menghasilkan rekomendasi praktis untuk media, jurnalis, dan *podcaster* independen tentang pilihan produk jurnalisme yang efektif.

Kesimpulan

News vodcast adalah produk jurnalisme yang berdiri sendiri dan berbeda dari *news podcast* dan bukan produksi sinjar yang divideokan. Definisi konseptual *news vodcast* adalah produk jurnalisme audiovisual dengan pendekatan jurnalisme yang informal dan naratif yang dibuat secara serial dan didistribusikan dalam bentuk *video-on-demand* melalui internet dan platform *streaming*.

Konseptualisasi *news vodcast* hasil sintesa antara literatur *news podcast* dari bidang kajian media dan *vodcast* pendidikan menunjukkan potensi

popularitas *news vodcast* untuk terus dikaji sebagai produk jurnalisme baru untuk khalayak muda serta mempelajari peluang penggunaannya oleh media untuk membantu publik memahami informasi yang baru dan permasalahan yang kompleks.

Daftar Pustaka

- Afolabi, F. (2020). Handling Disrupted Learning During COVID-19 Pandemic: Learners' Experience in Nigeria. *Social and Management Research Journal*, 17(2), 33. <https://doi.org/10.24191/smrj.v17i2.10501>
- Asier, L.-A., & Luis Miguel, P.-E. (2022). Audio Storytelling Innovation in a Digital Age: The Case of Daily News Podcasts in Spain. *Information*, 13(4), 204. <https://doi.org/10.3390/info13040204>
- Austin, A., Coates, J., Donnelly, H., & Fitzgerald, B. (2009). *Blog, Podcast, Vodcast and Wiki Copyright Guide for Australia*. Queensland university of Technology. <http://cci.edu.au/content/blog-podcast-vodcast-and-wiki-copyright-guide-australia>
- Backhaus, J., Huth, K., Entwistle, A., Homayounfar, K., & Koenig, S. (2019). Digital Affinity in Medical Students Influences Learning Outcome: A Cluster Analytical Design Comparing Vodcast With Traditional Lecture. *Journal of Surgical Education*, 76(3), 711–719. <https://doi.org/10.1016/j.jsurg.2018.12.001>
- Bajaj, S., & Singh, P. (2022). Analyzing Rise of Social Media: Podcasts During Covid-19 Pandemic. In K. Manimekalai & S. Poulpunitha (Eds.), *Prevalence of Screen Addiction Among college Students* (pp. 134–152).
- Bednarek, M., & Caple, H. (2019). *News discourse*. Bloomsbury Academic.

- Berg, F. S. A. (2021). Independent podcasts on the Apple Podcasts platform in the streaming era. *MedieKultur*, 70, 110–131.
- Boling, K. S., & Hull, K. (2018). Undisclosed Information—*Serial Is My Favorite Murder*: Examining Motivations in the True Crime Podcast Audience. *Journal of Radio & Audio Media*, 25(1), 92–108. <https://doi.org/10.1080/19376529.2017.1370714>
- Bratcher, T. R. (2022). Toward a deeper discussion: A survey analysis of podcasts and personalized politics. *Atlantic Journal of Communication*, 30(2), 188–199. <https://doi.org/10.1080/15456870.2020.1862846>
- Ceci, L. (2024). *Leading countries based on YouTube audience size as of January 2024*. Statista.com. <https://www.statista.com/statistics/280685/number-of-monthly-unique-youtube-users/>
- Čerepinko, D., Bagarić, Ž., & Dujčić, L. (2019). Digital Video Generation and Their Viewing Habits: The Death of Television News? *Coll. Antropol.*, 43, 1–9.
- Clifton, A., Pappu, A., Reddy, S., Yu, Y., Karlgren, J., Carterette, B., & Jones, R. (2020). *The Spotify Podcast Dataset*. <https://doi.org/10.48550/ARXIV.2004.04270>
- Cwynar, C. (2019). Self-service media: Public radio personalities, reality podcasting, and entrepreneurial culture. *Popular Communication*, 17(4), 317–332. <https://doi.org/10.1080/15405702.2019.1634811>
- Deutsch, J. (2024, December). Podcasting becomes the primary strategy, not an afterthought. *Nieman Lab*. <https://www.niemanlab.org/2024/12/podcasting-becomes-the-primary-strategy-not-an-afterthought/>
- Deuze, M. (2009). The people formerly known as the employers. *Journalism*, 10(3), 315–318. <https://doi.org/10.1177/1464884909102574>
- Dimaro, S. R. M., Garzon, A. J. B., Matba, B. A. J., & Malayao, S. O. (2023). Development and Implementation of Vodcast in Teaching Light for Grade 8 Students. *Asia Research Network Journal of Education*, 3(3), 119–142.
- Elbaly, M. Y. H., & Elfeky, A. I. M. (2022). Investigating the effect of vodcast to enhance the skills of the Canadian smocking and complex problem solving. *Current Psychology*, 41(11), 8010–8020. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-01165-6>
- English, P., Burgess, J., & Jones, C. (2023). *The Final Word* on sports podcasts: Audience perceptions of media engagement and news consumption. *Media International Australia*, 187(1), 8–20. <https://doi.org/10.1177/1329878X221139567>
- Fernández-Pacheco, N. N. (2018). The Impact of Multimodal Ensembles on Audio-Visual Comprehension: Implementing Vodcasts in EFL Contexts. *Multimodal Communication*, 7(2). <https://doi.org/10.1515/mc-2018-0002>
- Gomez, J. (2006). 'Citizen Journalism': Bridging the Discrepancy in Singapore's General Elections News. *Südostasien Aktuell: Journal of Current Southeast Asian Affairs*, 25(6), 3–34.
- Grant, M. J., & Booth, A. (2009). A typology of reviews: An analysis of 14 review types and associated methodologies. *Health Information & Libraries Journal*, 26(2), 91–108. <https://doi.org/10.1111/j.1471-1842.2009.00848.x>
- Hall, J. (2008). Online editions: Newspapers and the 'new' news. In B. Franklin (Ed.), *Pulling*

- Newspapers Apart* (pp. 204–220). Routledge.
- Jaakkola, E. (2020). Designing conceptual articles: Four approaches. *AMS Review*, 10(1–2), 18–26. <https://doi.org/10.1007/s13162-020-00161-0>
- Jorgensen, B. (2021). The “Cultural Entrepreneurship” of Independent Podcast Production in Australia. *Journal of Radio & Audio Media*, 28(1), 144–161. <https://doi.org/10.1080/19376529.2020.1853126>
- Kerrigan, S., Criticos, H., Kerrigan, V., & Ritchie, S. (2023). Podcasting as a Creative Practice and the Spirit of Radio: Local Histories of Maitland. *Journal of Radio & Audio Media*, 30(2), 623–642. <https://doi.org/10.1080/19376529.2021.1897986>
- Khosrow-Pour, M. (Ed.). (2018). *Encyclopedia of Information Science and Technology, Fourth Edition*: IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-2255-3>
- Kiberg, H., & Spilker, H. (2023). One More Turn after the Algorithmic Turn? Spotify’s Colonization of the Online Audio Space. *Popular Music and Society*, 46(2), 151–171. <https://doi.org/10.1080/03007766.2023.2184160>
- Kitchenham, B. (2004). *Procedures for Performing Systematic Reviews* (TR/SE-0401; Keele University Technical Report). Keele University.
- Lee, C. (2021). News Podcast Usage in Promoting Political Participation in Korea. *Athens Journal of Mass Media and Communications*, 7(2), 107–120. <https://doi.org/10.30958/ajmmc.7-2-2>
- Lee, N. Y., Kim, J., & Kim, C. (2023). How do South Korean podcasts reflect changes in journalistic norms and practices? Comparing podcasts of professional journalists with podcasts of non-journalists. *Media International Australia*, 187(1), 21–38. <https://doi.org/10.1177/1329878X221136931>
- Lindgren, M. (2023). Intimacy and Emotions in Podcast Journalism: A Study of Award-Winning Australian and British Podcasts. *Journalism Practice*, 17(4), 704–719. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1943497>
- Lindgren, M., & Jorgensen, B. (2023). Podcasting and constructive journalism in health stories about antimicrobial resistance (AMR). *Media International Australia*, 187(1), 73–87. <https://doi.org/10.1177/1329878X221148499>
- Lohmüller, V., & Wolff, C. (2019). Towards a Comprehensive Definition of Second Screen. *Proceedings of Mensch Und Computer 2019*, 167–177. <https://doi.org/10.1145/3340764.3340781>
- Lowman, J. (2014). Exploring the Use of Podcasts and Vodcasts: Multimedia Tools for Word Learning. *Computers in the Schools*, 31(4), 251–270. <https://doi.org/10.1080/07380569.2014.967622>
- Mădroane, I. D., & Cârlan, A. I. (2023). The enactment of rhetorical citizenship in a cultural journalism podcast: Empowering low-skilled women migrants. *Feminist Media Studies*, 1–17. <https://doi.org/10.1080/14680777.2023.2236806>
- Marwick, A. E. (2018). Why Do People Share Fake News? A Sociotechnical Model of Media Effects. *Georgetown Law Technology Review*, 2(2), 474–512.
- McGregor, H. (2022). Podcast Studies. In H. McGregor, *Oxford Research Encyclopedia of Literature*. Oxford

- University Press.
<https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190201098.013.1338>
- McNair, B. (2012). *Trust, Truth and Objectivity: Sustaining quality journalism in the era of the content-generating user* (C. Peters & M. J. Broersma, Eds.; 1st ed., pp. 212–248). Routledge.
- Mehendale, S. G., & Gokhale, N. (2021). How Indian Newsrooms Pod: Studying the Practices of Journalistic Podcasting in India. *Journal of Content Community and Communication*, 14(8), 240–249. <https://doi.org/10.31620/JCCC.12.21/20>
- Mehendale, S. G., & Jaggi, R. K. (2023). Remediating the fractured domain through slow journalism: A case of journalistic podcasting in India. *Media International Australia*, 187(1), 57–72. <https://doi.org/10.1177/1329878X221144238>
- Nee, R. C., & Santana, A. D. (2022). Podcasting the Pandemic: Exploring Storytelling Formats and Shifting Journalistic Norms in News Podcasts Related to the Coronavirus. *Journalism Practice*, 16(8), 1559–1577. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1882874>
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2023). *Digital News Report 2023*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>
- Newman, N., & Gallo, N. (2019). *Digital News Project: News Podcasts and the Opportunities for Publishers*. the Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Ödmark, S. (2021). Making news funny: Differences in news framing between journalists and comedians. *Journalism*, 22(6), 1540–1557. <https://doi.org/10.1177/1464884918820432>
- Parson, V., Reddy, P., Wood, J., & Senior, C. (2009). Educating an iPod generation: Undergraduate attitudes, experiences and understanding of vodcast and podcast use. *Learning, Media and Technology*, 34(3), 215–228. <https://doi.org/10.1080/17439880903141497>
- Perdomo, G., & Rodrigues-Rouleau, P. (2022). Transparency as metajournalistic performance: <i>The New York Times' Caliphate</i> podcast and new ways to claim journalistic authority. *Journalism*, 23(11), 2311–2327. <https://doi.org/10.1177/1464884921997312>
- Perks, L. G., & Turner, J. S. (2019). Podcasts and Productivity: A Qualitative Uses and Gratifications Study. *Mass Communication and Society*, 22(1), 96–116. <https://doi.org/10.1080/15205436.2018.1490434>
- Perks, L. G., Turner, J. S., & Tollison, A. C. (2019). Podcast Uses and Gratifications Scale Development. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 63(4), 617–634. <https://doi.org/10.1080/08838151.2019.1688817>
- Pettit, R. K., Kinney, M., & McCoy, L. (2017). A descriptive, cross-sectional study of medical student preferences for vodcast design, format and pedagogical approach. *BMC Medical Education*, 17(1), 89. <https://doi.org/10.1186/s12909-017-0926-z>
- Porlezza, C., Benecchi, E., & Colapinto, C. (2018). The Transmedia Revitalization of Investigative Journalism: Opportunities and Challenges of the Serial Podcast. In R. R. Gambarato & G. C. Alzamora (Eds.), *Advances in Multimedia and Interactive Technologies* (pp. 183–201). IGI Global.

- <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-3781-6.ch011>
- Rime, J., Pike, C., & Collins, T. (2022). What is a podcast? Considering innovations in podcasting through the six-tensions framework. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 28(5), 1260–1282. <https://doi.org/10.1177/13548565221104444>
- Roehling, P. V. (2018). *Flipping the college classroom: An evidence-based guide* (1st edition). Springer Science+Business Media.
- Sang, Y., Park, S., Kim, J., & Park, S. (2023). Media Use and Political Engagement: Cross-Cultural Approaches| News Podcast Use, Press Freedom, and Political Participation: A Cross-National Study of 38 Countries. *International Journal of Communication*, 17, 1402–1424.
- Saroff, J. (2024, December). Video-first “podcasts” bring a new kind of coverage. *Nieman Lab*. <https://www.niemanlab.org/2024/12/video-first-podcasts-bring-a-new-kind-of-coverage/>
- Smith, A. N. (2019). Achieving a depth of character: Long-form improv practices in US comedy podcast culture. *Comedy Studies*, 10(2), 167–182. <https://doi.org/10.1080/2040610X.2019.1623500>
- Statista. (2024). *Streaming in Indonesia*. Statista.com. <https://www.statista.com/study/132714/streaming-in-indonesia/>
- Tempo. (2023, December 3). Mengapa Kami Membuat Bocor Alus. *Majalah Tempo*. <https://majalah.tempo.co/read/surat-dari-redaksi/170284/bocor-alus-politik>
- Vergara, S. D. (2022). Vodcasting (Video Podcast) as a Tool for Enhancing Modular Students’ Performance in Science. *International Journal of Research Publications*, 103(1). <https://doi.org/10.47119/IJRP1001031620223395>
- Villaruz, M. M., Mahinay, C. J. D., Tutor, K. J. B., & Malayao, S. O. (2022). Development of Vodcast on Thermodynamics embedded with PhET Simulation for Enhanced Learning. *Thabiea: Journal of Natural Science Teaching*, 5(2), 98–117.
- Vitis, L. (2022). ‘My Favourite Genre Is Missing People’: Exploring How Listeners Experience True Crime Podcasts in Australia. *International Journal for Crime, Justice and Social Democracy*. <https://doi.org/10.5204/ijcjsd.2362>
- Whipple, K., Ashe, I., & Cueva Chacón, L. M. (2023). Examining Podcast Listeners’ Perceptions of the Journalistic Functions of Podcasts. *Electronic News*, 17(1), 40–66. <https://doi.org/10.1177/19312431221137650>
- Whittle, C. (2023). Preliminary Study on the Gratifications Received by Listeners of Daily News Podcasts. *Journal of Radio & Audio Media*, 1–14. <https://doi.org/10.1080/19376529.2023.2220305>
- Williams, K. (2020). Confessional journalism and podcasting. *Journalism Education*, 9(1), 66–73.
- Xu, X. (2008). Engaging and empowering news audiences online: A feature analysis of nine Asian news websites. *eJournalist*, 8(1), 35–53.
- Yuan, S., Kanthawala, S., & Ott-Fulmore, T. (2022). “Listening” to Science: Science Podcasters’ View and Practice in Strategic Science Communication. *Science Communication*, 44(2), 200–222. <https://doi.org/10.1177/10755470211065068>