

**GAYA KOMUNIKASI NADHIFA ALLYA TSANA DALAM  
PODCAST RINTIK SEDU DI SPOTIFY**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**RUT NAOMI VERITA SIMANJUNTAK**

**208530064**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 24/10/24

Access From (repository.uma.ac.id)24/10/24

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Gaya Komunikasi Nadhifa Allya Tsana Dalam Podcast Rintik  
Sedu di Spotify**

Nama : **Rut Naomi Verita Simanjuntak**

Npm : **208530064**

Prodi : **Ilmu Komunikasi**

Disetujui oleh,



**(Dr. Nina Siti S Siregar, M.Si)**

**Pembimbing**

Mengetahui,



**Dr. Yusuf Musthafa, S.Sos. M.IP**

**Dekan**



**Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, MAP**

**Ketua Program Studi**

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rut Naomi Verita Simanjuntak

NPM : 208530064

Tempat/Tanggal Lahir : Afd A Tobasari, 30 Maret 2002

Alamat : Afd A Tobasari

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“Gaya Komunikasi Nadhifa Allya Tsana Dalam Podcast Rintik Sedu di Spotify”** adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat, materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar- benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya termasuk pencabutan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi yang nanti saya dapatkan.

Medan, Juni 2024



Rut Naomi Verita Simanjuntak

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR/ SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rut Naomi Verita Simanjuntak  
NPM : 208530064  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Noneklusif (*Non-exclusif Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “**Gaya Komunikasi Nadhifa Allya Tsana Dalam Podcast Rintik Sedu di Spotify**” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media / formatkan, mengelola dalam bentuk pangakalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir / skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta, Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, Juni 2024  
Yang Menyatakan

  
  
**Rut Naomi V Simanjuntak**  
208530064

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis gaya komunikasi yang digunakan oleh Nadhifa Allya Tsana dalam podcast Rintik Sedu di Spotify. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Guna mendekati masalah ini dipergunakan acuan teori dari Barbara O'Keeffe. Data-data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi dan dianalisis secara kualitatif. Kajian ini menyimpulkan bahwa Nadhifa Allya Tsana menggunakan berbagai gaya komunikasi dalam podcast Rintik Sedu di Spotify, terutama *The Equalitarian Style*, *The Dynamic Style*, dan *The Relinquishing Style*. Hasil wawancara menunjukkan bahwa Tsana mampu menghindari kesalahan logis, membangkitkan rasa penasaran pendengar, dan membuat pesan mudah dimengerti. Dengan demikian, gaya komunikasi Nadhifa Allya Tsana dalam podcast Rintik Sedu di Spotify terbukti efektif dalam menyampaikan pesan dan tujuan podcast, dengan memanfaatkan berbagai teknik komunikasi yang sesuai dengan karakteristik pendengar, terutama kalangan anak muda.

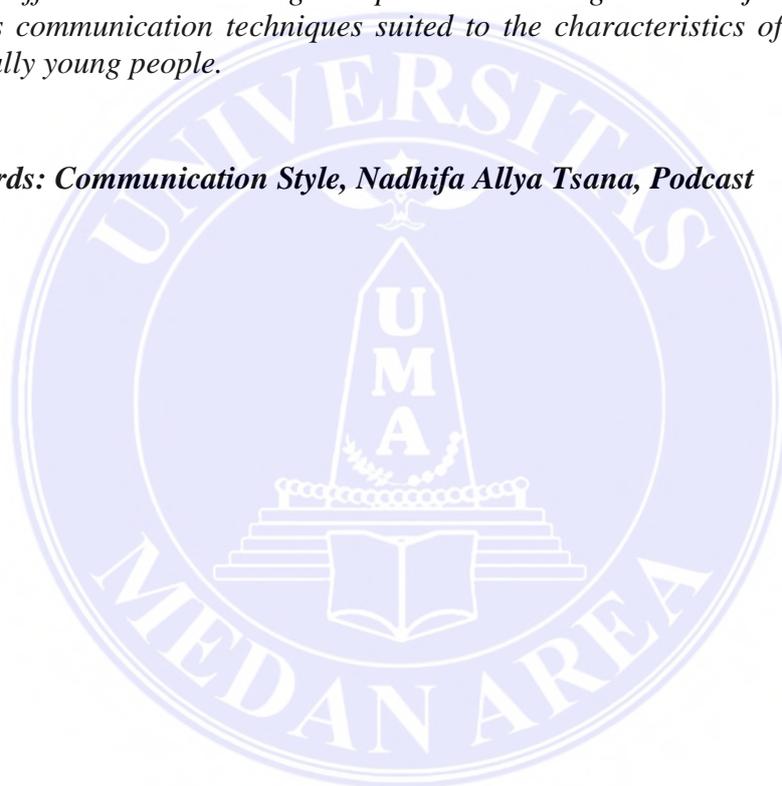
**Kata Kunci: Gaya Komunikasi, Nadhifa Allya Tsana, Podcast**



## ABSTRACT

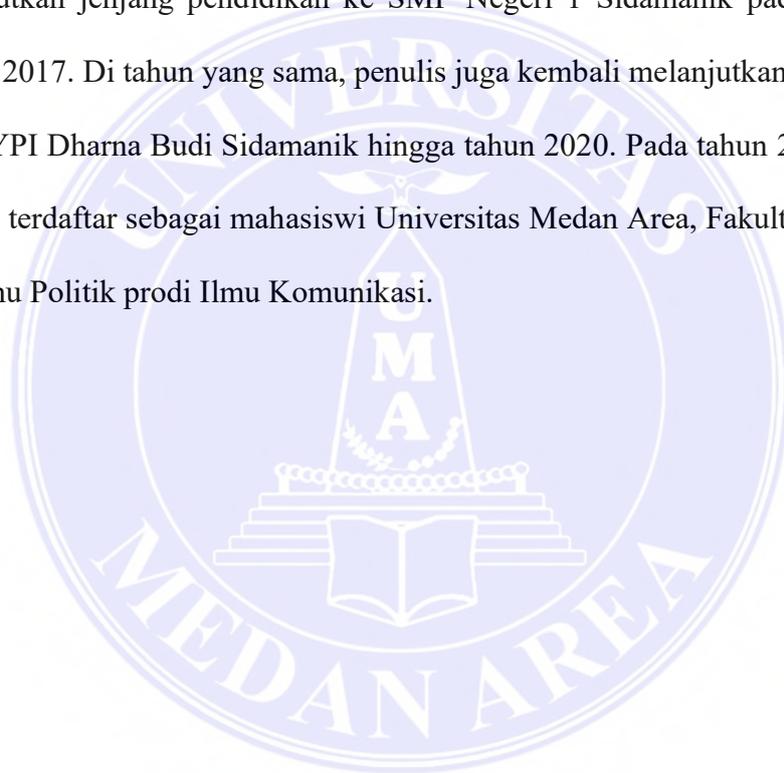
*This study aimed to identify and analyze the communication styles used by Nadhifa Allya Tsana in the Rintik Sedu podcast on Spotify. The research method employed in this study was a qualitative approach. To address this issue, the theoretical reference from Barbara O'Keeffe was used. Data were collected through interviews and observations and analyzed qualitatively. The study concluded that Nadhifa Allya Tsana employed various communication styles in the Rintik Sedu podcast on Spotify, particularly The Equalitarian Style, The Dynamic Style, and The Relinquishing Style. Interview results indicated that Tsana was able to avoid logical errors, spark listeners' curiosity, and make her messages easy to understand. Thus, Nadhifa Allya Tsana's communication style in the Rintik Sedu podcast on Spotify proved effective in delivering the podcast's messages and objectives, utilizing various communication techniques suited to the characteristics of the audience, especially young people.*

**Keywords:** *Communication Style, Nadhifa Allya Tsana, Podcast*



## RIWAYAT HIDUP

Rut Naomi Verita Simanjuntak merupakan nama penulis dari skripsi ini. Penulis dilahirkan di Afd A Tobasari pada tanggal 30 Maret 2002. Penulis adalah anak dari Bapak Tahan Garisson Simanjuntak dan Ibu Ponia Patrisia Saing, serta merupakan anak kelima dari 5 bersaudara. Penulis menempuh pendidikan pertama di SD Negeri 091431 sejak tahun 2008 hingga 2014. Setelahnya penulis kembali melanjutkan jenjang pendidikan ke SMP Negeri 1 Sidamanik pada tahun 2014 hingga 2017. Di tahun yang sama, penulis juga kembali melanjutkan pendidikan di SMA YPI Dharna Budi Sidamanik hingga tahun 2020. Pada tahun 2020, akhirnya penulis terdaftar sebagai mahasiswi Universitas Medan Area, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik prodi Ilmu Komunikasi.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas cinta kasih dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “GAYA KOMUNIKASI NADHIFA ALLYA TSANA DALAM PODCAST RINTIK SEDU DI SPOTIFY”. Penulisan ini dimaksudkan guna memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area. Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan, dukungan serta saran-saran dalam penyusunan tugas akhir ini, kepada kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan tiada henti-hentinya sehingga penulis semangat dalam menulis skripsi ini. Kepada Ibu Dr. Nina Siti Salmaniah Siregar, M.Si selaku dosen pembimbing saya yang selama ini memberikan bimbingan, arahan, masukan, motivasi, dan tanggung jawab selama saya menyusun skripsi ini. Terimakasih juga penulis ucapkan kepada kakak penulis yaitu Junita Dewi Sari Simanjuntak S.Si, Novita Sari Simanjuntak A.Md.Keb, Dewi Rosalina Simanjuntak A.Md.A.K, dan Anjelika Simanjuntak S.H, yang selalu memberikan semangat kepada penulis baik secara materi maupun kata-kata nasihat yang selalu diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Kepada teman saya Delima Juleta Napitupulu yang selalu menemani penulis saat bimbingan skripsi sampai penulis selesai menyusun skripsi ini. Dan terimakasih kepada teman-teman penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang sudah memberikan semangat dan motivasi dalam pengerjaan skripsi ini. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I*

*wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting. for Just being me at all times.*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak untuk penyempurnaan skripsi ini di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan memberikan kontribusi positif dalam pengembangan ilmu pengetahuan.



Medan, Juni 2024

Rut Naomi Verita Simanjuntak

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b>	
<b>ABSTRACT</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
1. Manfaat Teoretis .....	7
2. Manfaat Praktis .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1 Komunikasi dan Media Massa .....	8
2.1.1 Komunikasi Verbal .....	8
2.1.2 Komunikasi Nonverbal .....	9
2.1.3 Media Massa .....	11
2.2 Gaya Komunikasi .....	12
2.2.1 Pengertian Gaya Komunikasi .....	12
2.2.2 Macam-macam Gaya Komunikasi .....	13
2.2.3 Faktor Yang Memengaruhi Gaya Komunikasi .....	16
2.3 Media Baru .....	18
2.3.1 Pengertian Media Baru .....	18
2.3.2 Karakteristik Media Baru .....	19
2.4 Podcast .....	20
2.5 Spotify .....	22
2.5.1 Fitur Podcast di Spotify .....	25
2.6 Rintik Sedu.....	26
2.7 Teori Information Seeking .....	29
2.8 Teori Logika Pesan .....	30
2.9 Kerangka Berpikir .....	33
2.10 Penelitian Terdahulu .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	43
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	43
3.2 Bahan dan Alat .....	44
3.3 Metodologi Penelitian .....	45

3.4	Prosedur Penelitian .....	46
3.5	Data dan Sumber Data Penelitian .....	47
3.6	Informan Penelitian.....	48
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.8	Teknik Analisis Data.....	49
3.9	Keabsahan Data.....	52
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>54</b>
4.1	Biografi Nadhifa Allya Tsana .....	54
4.1.1	<i>Meet and Great</i> Nadhifa Allya Tsana dengan penggemar .....	59
4.2	Podcaster .....	60
4.2.1	Skill Podcaster .....	60
4.3	Segmentasi Pendengar .....	61
4.4	Hasil Penelitian .....	62
4.4.1	Gaya Komunikasi Nadhifa Allya Tsana .....	63
4.4.2	Komunikasi Verbal Dan Non Verbal Nadhifa Allya Tsana .....	74
4.4.3	Keefektifan Gaya Komunikasi Nadhifa Allya Tsana .....	78
4.5	Pembahasan.....	80
4.5.1	Triangulasi Sumber Data .....	80
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>82</b>
5.1	Kesimpulan .....	82
5.2	Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>84</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1</b> Penelitian Terdahulu .....	35
<b>Tabel 2</b> Jadwal Penelitian.....	43



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> 'tsana'.....	5
<b>Gambar 2.1</b> Tampilan Home Spotify .....	25
<b>Gambar 2.2</b> Tampilan podcast di Spotify.....	26
<b>Gambar 2.3</b> Profil Podcast Rintik Sedu di Spotify.....	28
<b>Gambar 2.4</b> Kerangka Berpikir .....	33
<b>Gambar 4.1</b> Foto tsana.....	54
<b>Gambar 4.2</b> <i>Meet and Great</i> Tsana dan Penggemar.....	59
<b>Gambar 4.3</b> Segmentasi Pendengar .....	61
<b>Gambar 4.4</b> Tsana Podcast Rintik Sedu .....	67
<b>Gambar 4.5</b> Tsana Podcast Rintik Sedu .....	68
<b>Gambar 4.6</b> Tsana Podcast Rintik Sedu .....	69
<b>Gambar 4.7</b> Tsana Podcast Rintik Sedu .....	70
<b>Gambar 4.8</b> Tsana Podcast Rintik Sedu .....	72
<b>Gambar 4.9</b> Tsana Podcast Rintik Sedu .....	73
<b>Gambar 4.10</b> Tsana Podcast Rintik Sedu .....	74
<b>Gambar 4.11</b> Tsana Podcast Rintik Sedu .....	75
<b>Gambar 4.12</b> Tsana Podcast Rintik Sedu .....	76
<b>Gambar 4.13</b> Tsana Podcast Rintik Sedu .....	77
<b>Gambar 4.14</b> Tsana Podcast Rintik Sedu .....	78

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b> Pedoman Wawancara.....	86
<b>Lampiran 2</b> Dokumentasi Wawancara .....	88
<b>Lampiran 3</b> Kuesioner .....	90



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Di era informasi dan komunikasi yang terus berkembang, penggunaan Internet telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Setiap hari, jutaan orang di seluruh dunia terhubung ke Internet, membuka pintu menuju peluang, pengetahuan, dan interaksi global. Fenomena ini juga bisa diamati di Indonesia yang penggunaan internetnya meningkat secara signifikan. Menurut data yang dirilis Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna Internet Indonesia akan mengalami pertumbuhan mencengangkan sebesar 77,02% pada tahun 2022. Angka ini sangat berarti karena 77% penduduk Indonesia saat ini terhubung dengan Internet. Dibandingkan dengan dua tahun sebelumnya (yaitu 2020-2021), angka ini meningkat sebesar 73,7%. Ini merupakan sorotan penting dalam perkembangan teknologi informasi dan komunikasi negara saya.

Sekjen APJII Zulfadly Syam merinci perubahan dramatis tersebut. Data yang diungkapkannya menyoroti perubahan besar dalam cara masyarakat Indonesia berinteraksi dengan dunia digital. Hal ini mencerminkan bagaimana perkembangan teknologi telah mengubah lanskap komunikasi dan informasi di seluruh negeri..

Perkembangan teknologi yang pesat dan semakin maju telah menciptakan berbagai jenis media sebagai sarana penyampaian pesan komunikasi. Sebagai salah satu penggerak utama perkembangan teknologi, Internet memiliki transmisi informasi yang cepat dan akses yang fleksibel, sehingga memudahkan untuk mengikuti perkembangan teknologi dan pengetahuan.

Masyarakat menggunakan media sesuai dengan kebutuhannya, seperti mencari informasi, hiburan, atau memenuhi identitas pribadinya. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media didasarkan pada motivasi tertentu untuk memuaskan kebutuhan pribadi. McQuail (2010) menyatakan bahwa penggunaan media dapat dijelaskan dengan motivasi untuk memuaskan kebutuhan yang muncul dalam konteks sosial atau psikologis.

Seiring dengan menjamurnya jenis media, meningkatnya penggunaan Internet sebagai alat komunikasi dan sumber informasi telah memberikan dampak yang signifikan di berbagai bidang, termasuk penyiaran. Media baru yang beragam telah menjadi alternatif yang mudah diakses, baik dalam bentuk audio maupun visual.

Media baru saat ini atau yang sering kita dengar dengan *New media* adalah cara baru dimana orang berkomunikasi dan berbagi informasi, terutama melalui teknologi digital seperti internet, media sosial, dan aplikasi seluler. Ini memberi kita akses ke berita, hiburan, dan cara berinteraksi dengan orang di seluruh dunia dengan cepat dan mudah. Media baru juga menyuguhkan inovasi yang menarik antara lain melalui gaya komunikasi yang akrab dan sentuhan yang lebih indah

Gaya komunikasi merupakan ciri khas kepribadian seseorang karena sering kali tertanam dalam kepribadian dan relatif sulit diubah. Alex Sobur menggambarkan gaya komunikasi sebagai melibatkan cara khas dalam mengatur dan menyampaikan pikiran dan perasaan dalam bentuk verbal dan non-verbal. Dan gaya komunikasi yang cukup dikenal dalam dunia ilmu komunikasi adalah menurut Tubbs dan Moss (2008) yaitu *The Controlling Style, The Equalitarian Style, The*

*Structuring Style, The Dinamic Style, The Relinquishing Style, dan The Withdrawal Style.*

Media penyiaran berbasis audio yang tengah populer saat ini adalah layanan streaming audio yang dikenal dengan nama Podcast. Podcast memperkenalkan cara baru dalam mengonsumsi konten audio, memiliki sedikit iklan, dapat dinikmati baik secara online maupun offline, dan dapat diakses melalui koneksi internet atau Wi-fi.

Podcast adalah materi audio atau bahkan video yang didistribusikan dalam bentuk digital melalui Internet. Biasanya, podcast terdiri dari serangkaian episode yang dapat diunduh atau diputarkan pengguna melalui perangkat seperti komputer, ponsel cerdas, atau pemutar media portabel. Podcast mencakup berbagai topik termasuk berita, hiburan, pendidikan, dan banyak lagi. Penggemar dapat berlangganan podcast favorit mereka dan mendengarkan episode terbaru secara rutin.

Konten podcast diisi oleh para pembicara inspiratif, termasuk tokoh-tokoh industri hiburan seperti artis dan musisi. Podcast mengangkat berbagai topik menarik sebagai bahan perbincangan sehingga menarik bagi pendengarnya. Durasi siaran podcast bisa bervariasi, mulai dari beberapa menit hingga beberapa jam, tergantung pada jenis podcast yang dimaksud.

Berdasarkan laporan Katadata, mayoritas pendengar podcast berasal dari generasi muda, terutama remaja akhir, yakni berusia 15-24 tahun.

Salah satu faktor yang meningkatkan daya tarik podcast adalah beragamnya platform yang tersedia untuk mendengarkannya. Menurut survei Daily Social tahun

2018, Spotify adalah platform pilihan utama untuk mendengarkan podcast, menjangkau 52% pengguna. Spotify adalah platform terkenal.

Spotify adalah layanan streaming musik, podcast, dan video yang didirikan oleh Daniel Ek dan Martin Lorentzon. Aplikasi ini memberikan akses legal ke jutaan lagu dan konten dari pencipta di seluruh dunia. Spotify menyediakan layanan streaming podcast dengan beragam kategori konten yang dapat dipilih pengguna sesuai keinginan. Mereka juga memperluas layanannya ke podcasting, meluncurkan fitur "podcast visual" yang meliputi berita, politik, dan hiburan dalam bentuk playlist multimedia bernama "*Spotlight*" yang berisi teks, video, dan foto. Spotify juga memungkinkan podcaster mempublikasikan podcast mereka dengan mudah di platform dan memberikan informasi terperinci tentang kinerja episode, demografi audiens harian, lokasi, keterlibatan pengguna, dan berbagai fitur lainnya untuk membantu podcaster memahami dan mengembangkan basis audiens mereka.

Salah satu podcaster yang terkenal di Indonesia adalah Nadhifa Allya Tsana. Penulis Nadhifa Allya Tsana atau yang akrab disapa Tsana merupakan penulis muda dan penyiar podcast yang dikenal dengan nama Rintik Sedu atau paus.



Gambar 1.1. 'tsana'  
Sumber : Instagram @ntsana (2023)

Podcast Rintik Sedu yang diciptakan oleh Tsana banyak digemari oleh kaum milenial. Tsana juga telah menciptakan novel. Ada 7 buku yang telah terbit, di antaranya : Gezz dan Ann serial 1 (2017), Gezz dan Ann serial 2 (2017), Buku Rahasia Gezz (2018), Buku Minta Dibanting (2020), Masih Ingatkah Kau Jalan Pulang (2020), dan Gezz dan Ann serial 3 (2020), dan yang terbaru yaitu Pukul Setengah Lima (2023). Podcast Tsana menjadi kegemaran kaum milenial karena ia membuat cerita berseri sesuai dengan kenyataan yang sering dihadapi kaum milenial. Rintik sedu juga dapat menjadi teman bagi pendengar yang mencari pelipur lara dalam kisah cinta dan patah hati.

Nadhifa Allya Tsana adalah seorang individu yang dikenal sebagai seorang pembawa acara podcast yang memiliki daya tarik tersendiri. Ia memiliki gaya komunikasi yang unik dan mampu membangun interaksi yang kuat dengan para pendengar podcastnya. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mendalaminya lebih lanjut. Namun, hingga saat ini, belum ada penelitian yang secara khusus mengkaji gaya komunikasi Nadhifa Allya Tsana dalam podcast "Rintik Sedu". Oleh karena itu, penelitian ini dianggap penting karena akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang gaya komunikasi dalam podcast yang dipandu oleh Nadhifa Allya Tsana. Dengan pemahaman tersebut, kita dapat mengeksplorasi bagaimana gaya komunikasi tersebut memengaruhi pendengar, serta dampaknya dalam dunia podcasting.

## 1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini yaitu gaya komunikasi Nadhifa Allya Tsana dalam podcast Rintik Sedu di Spotify baik komunikasi verbal maupun non verbal pada episode yang berjudul "Lambat, bukan Terlambat. #berKata", yang di tayangkan

pada tanggal 2 Oktober 2023, dengan durasi 16 menit. Adapun yang menjadi informan pada penelitian ini yaitu pendengar setia podcast Rintik Sedu.

### 1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana audiens mengidentifikasi dan menganalisis gaya komunikasi Nadhifa Allya Tsana dalam podcast Rintik Sedu di Spotify?
2. Bagaimanakah gaya dari *The Equalitarian Style*, *The Dinamic Style*, *The Relinquishing Style* yang digunakan Nadhifa Allya Tsana dalam podcast Rintik Sedu di Spotify?
3. Apakah gaya komunikasi Nadhifa Allya Tsana sudah efektif dalam menyampaikan pesan dan tujuan podcast?

### 1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi dan menganalisis gaya komunikasi yang digunakan oleh Nadhifa Allya Tsana dalam podcast "Rintik Sedu".
2. Mengetahui bagaimana gaya dari *The Equalitarian Style*, *The Dinamic Style*, *The Relinquishing Style*, yang digunakan Nadhifa Allya Tsana dalam podcast Rintik Sedu di Spotify
3. Mengevaluasi apakah gaya komunikasi Nadhifa Allya Tsana efektif dalam menyampaikan pesan dan tujuan podcast tersebut.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

#### 1. Manfaat Teoretis

Meningkatkan pemahaman tentang penggunaan bahasa dan gaya berbicara dalam media podcast yang dapat mempengaruhi audiens dan pesan yang disampaikan

## 2. Manfaat Praktis

Memberikan panduan dan inspirasi bagi podcaster dan pembuat konten untuk meningkatkan kualitas komunikasi dan daya tarik dalam podcast mereka



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Komunikasi dan Media Massa**

##### **2.1.1 Komunikasi Verbal**

Komunikasi verbal adalah proses komunikasi yang menggunakan kata-kata, baik dalam bentuk lisan maupun tulisan, dan sering digunakan dalam interaksi antar manusia. Dengan kata-kata, manusia dapat menyampaikan perasaan, emosi, pemikiran, ide, serta informasi, serta dapat berpartisipasi dalam percakapan, debat, dan pertengkaran. Bahasa memainkan peran kunci dalam komunikasi verbal, karena melalui bahasa, pikiran seseorang dapat disampaikan kepada orang lain.

Komunikasi verbal merupakan bentuk komunikasi di mana pesan disampaikan dengan menggunakan kata-kata secara langsung, baik dalam situasi tatap muka langsung seperti berbicara secara lisan, atau melalui alat komunikasi seperti komputer dengan fasilitas konferensi jarak jauh, atau bahkan melalui siaran televisi sirkuit tertutup (CCTV).

Di samping komunikasi lisan seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat juga komunikasi verbal dalam bentuk tulisan. Komunikasi tulisan ini terjadi melalui berbagai jenis pesan tertulis, seperti surat, telegram, telex, faksimili, email, dan sejenisnya.

Unsur penting dalam komunikasi verbal dapat berupa kata dan bahasa

1. Kata merupakan simbol terkecil dalam bahasa yang merepresentasikan objek, manusia, benda, peristiwa, atau keadaan. Makna sebuah kata tidak tersimpan secara

langsung dalam pikiran seseorang; hubungan makna terjadi melalui pikiran individu. Komunikasi verbal merupakan bentuk komunikasi yang membutuhkan media perantara. Seringkali, kita mencoba menafsirkan makna yang terkandung dalam pilihan kata. Kata-kata yang digunakan adalah abstraksi yang memiliki makna yang telah disepakati, sehingga komunikasi verbal memerlukan pemahaman bersama di antara pihak-pihak yang terlibat dalam percakapan.

2. Bahasa merupakan sistem simbol yang memungkinkan individu untuk berbagi makna. Dalam komunikasi verbal, simbol-simbol bahasa digunakan secara lisan, tertulis, maupun melalui media elektronik. Bahasa memiliki tiga fungsi utama yang penting dalam memfasilitasi komunikasi yang efektif. Fungsi-fungsi tersebut membantu individu dalam memahami lingkungan sekitarnya, memperkuat hubungan interpersonal yang positif, dan membentuk ikatan sosial dalam kehidupan manusia.

### **2.1.2 Komunikasi Nonverbal**

Komunikasi nonverbal merupakan bentuk komunikasi di mana pesan disampaikan tanpa menggunakan kata-kata. Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi nonverbal jauh lebih umum digunakan dibandingkan dengan komunikasi verbal. Dalam proses komunikasi, komunikasi nonverbal seringkali terjadi secara otomatis, dan karena itulah memiliki karakteristik yang konsisten dan selalu ada. Komunikasi nonverbal cenderung lebih jujur dalam mengungkapkan pesan karena bersifat spontan.

Komunikasi nonverbal juga dapat diartikan sebagai tindakan yang disengaja yang manusia kirim dan terima dengan tujuan tertentu, dan memiliki potensi untuk

menerima umpan balik. Dengan kata lain, ini adalah segala bentuk komunikasi yang tidak melibatkan kata-kata atau simbol verbal, baik dalam bentuk percakapan maupun tulisan. Komunikasi nonverbal mencakup lambang seperti gerakan tubuh, warna, ekspresi wajah, dan sebagainya. Pada pembahasan selanjutnya, kita akan menjelaskan bagaimana dan mengapa komunikasi verbal dan nonverbal diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Ketika kita membicarakan komunikasi verbal dan nonverbal seperti yang telah dijelaskan, kita selalu terlibat dalam perbincangan mengenai pesan. Konsep simbol dan kode adalah hal yang tak terhindarkan dalam proses komunikasi. Dalam komunikasi, terdapat komunikator yang mengirim pesan dan komunikan yang menerima pesan, dan untuk efektif berkomunikasi dengan komunikan, digunakan serangkaian simbol dan kode sebagai sarana untuk memperkuat pesan tersebut.

Unsur penting dalam komunikasi non verbal, dapat berupa,

1. Ekspresi wajah yang dapat menyampaikan pesan seperti kegembiraan atau kemarahan
2. Gestur yang mencakup tindakan seperti mengangkat jempol atau bertepuk tangan sebagai bentuk penghargaan
3. Sentuhan yang mencerminkan hubungan interpersonal seperti salaman atau pelukan saat bertemu dengan kerabat
4. Penampilan yang merupakan bagian dari komunikasi nonverbal dalam konteks tertentu, misalnya berpenampilan formal dalam acara seremonial.

### **2.1.3 Media Massa**

Media massa, seperti yang dijelaskan oleh Bungin (2006:72), merupakan sarana komunikasi dan informasi yang menyebarkan pesan secara luas dan dapat diakses oleh masyarakat. Menurut Cangara (2010:123,126), media adalah alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, termasuk surat kabar, film, radio, dan televisi.

Perkembangan teknologi turut memengaruhi peran media massa. Kebebasan media dan dukungan teknologi dapat membawa dampak positif, seperti meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap partisipasi dalam pemerintahan, tetapi juga membawa risiko kebebasan yang tak terarah. Globalisasi, sebagai fenomena keterhubungan ekonomi, politik, masyarakat, dan budaya, berhubungan dengan perubahan dalam media dan masyarakat (Straubhaar, 2008: 13-15).

Media memiliki peran sentral dalam masyarakat modern. Dalam konteks partisipasi publik dalam pemerintahan, media harus menjaga kebebasan pers. Media membuka wacana, memicu kesadaran, membangun diskusi, dan mengatur agenda (Habermas, 1989). Namun, perubahan dalam media juga mencerminkan perubahan dalam masyarakat, dan peran mediasi media harus selalu diingatkan. Pasal 28F UUD 1945, Amandemen Kedua, menegaskan hak setiap orang untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi.

## **2.2 Gaya Komunikasi**

### **2.2.1 Pengertian Gaya Komunikasi**

Gaya komunikasi adalah ciri khas unik dari kepribadian seseorang, sulit untuk diubah karena melekat pada diri mereka. Alex Sobur menjelaskan bahwa gaya

komunikasi melibatkan cara karakteristik dalam menyusun dan menyampaikan pemikiran serta perasaan baik secara verbal maupun nonverbal, seperti cara memberi salam, nada suara, pilihan kata, pemilihan waktu, tingkat keterbukaan, gaya berpakaian, penampilan, dan durasi percakapan.

Menurut Norton, Kirtley, dan Weaver, gaya komunikasi merupakan proses kognitif yang menggabungkan elemen perilaku mikro untuk membentuk penilaian makro. Gudykunts & Ting Toney menjelaskan bahwa gaya komunikasi juga dapat dianggap sebagai "meta-pesan" yang memberikan konteks tentang bagaimana pesan verbal seharusnya diterima dan diinterpretasikan. Definisi ini mencerminkan bahwa gaya komunikasi berdampak signifikan pada penerimaan pesan, termasuk cara kita berbicara saat orang lain bicara, kesiapan kita dalam berinteraksi, dan cara kita memulai percakapan. Semua ini memengaruhi cara orang lain merespons kita dan jumlah serta kualitas informasi yang ditransmisikan.

Setiap individu memiliki gaya komunikasi yang berbeda, unik, dan khas. Ketika berinteraksi dengan orang yang kita kenal, kita cenderung memberikan reaksi berbeda sesuai karakteristik komunikasi mereka. Sebagai contoh, seseorang yang berbicara banyak dapat membatasi kesempatan orang lain untuk berbicara dalam interaksi verbal.

### **2.2.2 Macam-macam Gaya Komunikasi**

Menurut Tubbs dan Moss (2008), gaya komunikasi individu dapat dikelompokkan menjadi berbagai jenis :

#### *a. The Controlling Style*

Gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini, dicirikan dengan adanya satu keinginan atau tujuan untuk membatasi, memaksa, dan mengatur perilaku, pikiran, serta tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini sering disebut sebagai komunikator berorientasi satu arah atau komunikasi satu arah. Pihak-pihak yang menerapkan gaya komunikasi kontrol ini lebih fokus pada pengiriman pesan daripada pada upaya mereka untuk menerima pesan. Mereka kurang tertarik dan tidak memberikan perhatian pada umpan balik, kecuali jika umpan balik tersebut menguntungkan kepentingan pribadi mereka. Komunikator satu arah ini tidak terlalu khawatir tentang pandangan negatif orang lain; sebaliknya, mereka berupaya menggunakan kekuasaan dan otoritas untuk memaksa orang lain untuk mengikuti pandangan mereka. Pesan-pesan yang berasal dari komunikator satu arah ini tidak ditujukan untuk "mengajak diskusi" gagasan bersama, melainkan lebih pada usaha menjelaskan kepada orang lain apa yang mereka lakukan. Gaya komunikasi kontrol ini sering digunakan untuk mempengaruhi orang lain agar bekerja dan bertindak efektif, namun seringkali bersifat negatif sehingga dapat memicu respons atau tanggapan negatif dari orang lain juga.

#### b. *The Equalitarian Style*

Aspek penting dari gaya komunikasi ini adalah adanya dasar kesetaraan. Gaya komunikasi kesetaraan ini dicirikan oleh adanya aliran pesan verbal, baik secara lisan maupun tertulis, yang bersifat dua arah (komunikasi dua arah). Orang

yang menerapkan gaya komunikasi yang mengedepankan kesetaraan ini adalah individu yang memiliki tingkat kepedulian yang tinggi serta kemampuan membangun hubungan yang baik dengan orang lain, baik dalam konteks pribadi maupun dalam situasi lainnya. Gaya komunikasi kesetaraan ini akan memfasilitasi komunikasi yang efektif dalam kelompok atau antara individu satu dengan yang lainnya.

#### *c. The Structuring Style*

Gaya komunikasi yang berstruktur ini menggunakan pesan-pesan verbal, baik secara tertulis maupun lisan, untuk menguatkan instruksi yang harus dijalankan. Pengirim pesan lebih ndiv pada keinginan untuk memengaruhi orang lain. Dalam gaya komunikasi ini, seseorang mampu merencanakan pesan-pesan verbal untuk memperkuat tujuan mereka, memberikan klarifikasi, atau memberi jawaban atas setiap pertanyaan yang muncul.

#### *d. The Dinamic Style*

Gaya komunikasi yang dinamis cenderung agresif karena pengirim pesan, atau pihak yang mengirim pesan, memahami bahwa lingkungannya mendorong tindakan. Tujuan utama dari gaya komunikasi ini adalah untuk memotivasi penerima pesan agar melakukan sesuatu dengan lebih baik. Gaya komunikasi ini cukup efektif dalam mengatasi masalah. Namun, seringkali penerima pesan tidak memahami maksud dari pengirim pesan.

#### *e. The Relinquishing Style*

Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan keterbukaan terhadap menerima saran, pendapat, atau gagasan orang lain, daripada dorongan untuk memberi

perintah, meskipun pengirim pesan memiliki hak untuk memberi perintah dan mengendalikan orang lain. Tujuan dari gaya komunikasi ini adalah untuk pengirim pesan atau sender bekerja sama dengan orang lain. Gaya komunikasi ini lebih efektif, terutama untuk individu dalam sebuah kelompok atau organisasi yang melibatkan banyak orang, karena apa yang disampaikan oleh pengirim pesan dapat dipertanggungjawabkan.

#### f. *The Withdrawal Style*

Ketika gaya komunikasi ini digunakan, dapat terjadi penurunan dalam tindakan komunikasi. Hal ini menunjukkan bahwa individu yang menerapkan gaya ini mungkin tidak memiliki keinginan untuk berkomunikasi dengan orang lain. Penyebabnya mungkin adalah adanya beberapa masalah atau kesulitan antar pribadi yang dihadapi oleh individu tersebut. Gaya komunikasi ini bisa digunakan sebagai cara untuk menghindari persoalan. Sebagai contoh, pernyataan “Saya tidak ingin terlibat dalam masalah ini” tidak hanya mencerminkan keinginan untuk melepaskan diri dari tanggung jawab, tetapi juga mengindikasikan keinginan untuk menghindari berkomunikasi dengan orang lain.

Dari ke-6 gaya komunikasi di atas, yang akan di teliti yaitu *The Equalitarian Style*, *The Dinamic Style*, *The Relinquishing Style*

Saphiere dan rekan-rekannya (2005) mengidentifikasi enam aspek utama dalam gaya komunikasi, yaitu:

1. Gaya komunikasi tergantung pada situasi, bukan hanya jenis komunikasi.
2. Gaya komunikasi dipengaruhi oleh berbagai faktor.

3. Seperti budaya, segala hal terkait dengan gaya komunikasi.
4. Deskripsi harus netral, meskipun memiliki kelemahan dan kelebihan.
5. Gaya komunikasi memiliki keterkaitan antara perilaku yang dapat diamati dan yang tidak disadari dengan motivasi.
6. Setiap gaya komunikasi memiliki dampak positif dan negatif.

### **2.2.3 Faktor yang mempengaruhi gaya komunikasi**

Saphiere (2005) menyebutkan faktor yang mempengaruhi gaya komunikasi seseorang, antara lain :

1. Kondisi fisik saat berkomunikasi sangat berdampak pada gaya komunikasi. Misalnya, saat komunikasi dilakukan dengan keterbatasan tatap muka, hal ini dapat menyebabkan ketidaknyamanan dan ketidakpastian antara pengirim pesan dan penerima pesan, serta potensial menimbulkan ketidaksesuaian atau ketidaknyamanan antara kedua belah pihak.
2. Peran adalah faktor penting dalam gaya komunikasi. Persepsi terhadap peran yang dimainkan oleh diri sendiri dan oleh komunikator lain mempengaruhi cara kita berinteraksi. Setiap individu memiliki harapan yang berbeda terkait peran mereka dan orang lain, dan oleh karena itu, ini sering memengaruhi cara komunikasi antara mereka.
3. Konteks sejarah juga memengaruhi sikap dalam berinteraksi. Tradisi spiritual dan latar belakang sosial masyarakat dapat dengan mudah memengaruhi pandangan kita terhadap satu sama lain dan, sebagai hasilnya, berdampak pada gaya komunikasi.

4. Kronologi berperan dalam bagaimana interaksi menjadi serangkaian peristiwa yang memengaruhi pilihan gaya komunikasi seseorang. Hal ini dapat membuat perbedaan apakah seseorang pertama kali berinteraksi tentang sesuatu atau sudah berulang kali melakukannya, tergantung pada pengalaman interaksi masa lalu yang mungkin berhasil atau tidak menyenangkan. Hal ini berdampak pada gaya komunikasi seseorang.
5. Penggunaan bahasa juga memainkan peran penting dalam gaya komunikasi seseorang. Kemampuan berbahasa seseorang dapat membatasi partisipasi dan memengaruhi arah percakapan.
6. Kualitas hubungan dan tingkat kepercayaan antara individu memengaruhi cara mereka berkomunikasi. Seberapa baik kita mengenal orang lain, sejauh mana kita menyukai atau mempercayai orang tersebut, semuanya memiliki dampak pada gaya komunikasi kita.
7. Kendala seperti metode komunikasi yang biasa digunakan (misalnya, berbicara melalui telepon) dan ketersediaan waktu untuk berinteraksi dengan metode tersebut akan memengaruhi cara kita berkomunikasi.

## **2.3 Media Baru**

### **2.3.1 Pengertian Media Baru**

Media baru (*new media*) merujuk pada konvergensi teknologi komunikasi digital yang terhubung dalam jaringan. Contoh utama dari media yang mencerminkan konsep media baru ini adalah Internet.

Menurut Marshall McLuhan, seorang ahli komunikasi asal Kanada, media baru atau new media adalah hasil dari evolusi teknologi komunikasi yang telah secara signifikan memperluas jangkauan komunikasi manusia dalam sejarah. McLuhan juga menggunakan istilah media baru untuk merujuk kepada konsep yang sangat sejalan dengan makna yang kita kenal saat ini. Sejak era McLuhan, istilah media baru telah berkembang dan tetap relevan, memiliki beragam definisi yang dapat disesuaikan dengan konteks penggunaannya.

Ron Rice mendefinisikan media baru sebagai teknologi komunikasi yang melibatkan individu, termasuk mainframe, PC, dan notebook, yang memfasilitasi pengguna untuk berinteraksi antar individu pengguna atau dengan informasi yang mereka inginkan (Syafriana dan Nurfajri, 2021). Media baru adalah tempat di mana saluran komunikasi terdesentralisasi, pesan didistribusikan melalui satelit, meningkatkan penggunaan jaringan kabel dan komputer, partisipasi audiens dalam proses komunikasi semakin meningkat, interaksi komunikasi dua arah semakin sering terjadi, serta fleksibilitas yang meningkat dalam menentukan bentuk dan konten pesan melalui proses digitalisasi (Paramita dan Erdiansyah, 2016).

Terdapat beberapa karakteristik utama yang membedakan media baru dari media lama (konvensional) dari sudut pandang pengguna. Pertama, interaktivitas ditandai oleh respon atau inisiatif pengguna terhadap tawaran atau pesan yang disampaikan oleh sumber. Kedua, kehadiran dimensi sosial yang dirasakan oleh

pengguna dengan orang lain melalui penggunaan medium tersebut. Ketiga, kekayaan media yang memungkinkan media baru untuk menyediakan kerangka referensi yang lebih komprehensif, mengurangi ambiguitas, memberikan isyarat yang lebih jelas, dan menjadi lebih responsif serta personal. Keempat, otonomi pengguna dalam mengendalikan konten dan perilaku mereka secara independen terhadap sumbernya. Kelima, fungsi hiburan dan kenikmatan yang ditemukan dalam penggunaan media baru. Keenam, isu privasi yang terkait dengan penggunaan dan pilihan konten media. Dan terakhir, personalisasi yang memungkinkan isi dan penggunaan media menjadi lebih personal dan unik bagi setiap individu (McQuail, 2010: 144).

### 2.3.2 Karakteristik Media Baru

Ada beberapa karakteristik media baru, yakni :

1. Jaringan (*network*): Karakteristik jaringan mengacu pada peranannya sebagai alat penghubung antar entitas, baik dalam lingkup terbatas maupun luas. Ini memungkinkan pengguna untuk dengan mudah terhubung satu sama lain tanpa batasan geografis.
2. Interaktivitas: Karakteristik interaktivitas menunjukkan kemampuan pengguna untuk berpartisipasi aktif dalam proses media, sehingga mereka dapat berperan sebagai pengendali.
3. Digital: Media digital mencerminkan transisi dari media analog. Media digital, yang lebih modern, mengubah data menjadi representasi angka tanpa perlu mengonversinya menjadi objek fisik terlebih dahulu, seperti gambar, teks, suara, dan lainnya. Ini memfasilitasi akses data yang lebih cepat dan efisien.

4. Hipertekstual: Merujuk pada tautan teks yang memungkinkan pengguna terhubung dengan informasi terkait secara cepat dan mudah, meningkatkan aksesibilitas dan kemudahan dalam mencari informasi.
5. Virtual: Media baru mengubah realitas fisik menjadi bentuk virtual. Virtual ini mencerminkan perkembangan budaya postmodern, di mana teknologi memungkinkan simulasi pengalaman sehari-hari dalam dunia digital.
6. Simulasi: Simulasi dalam media baru merujuk pada imitasi dan representasi. Simulasi memungkinkan replikasi proses objek atau peristiwa dalam dunia nyata ke dalam dunia maya dengan bantuan teknologi.

#### 2.4 Podcast

Perkembangan media selaras dengan perkembangan teknologi, dan salah satu media baru yang mulai menarik perhatian publik adalah podcast. Podcast adalah media berbasis audio yang dapat bersaing dengan media berbasis audio visual karena hubungan dekat antara penyiar podcast dan pendengarnya. Manusia berkomunikasi melalui berbicara dan mendengar, dan media berbasis audio adalah yang paling alami untuk ini. Podcast memberikan pengalaman yang lebih dekat, autentik, dan realistis karena pesannya seperti percakapan antara penyiar podcast dan pendengarnya.

Podcast merupakan hasil dari konvergensi media yang mampu mengumpulkan, membuat, dan mendistribusikan konten audio dan video pribadi melalui media baru. Ini memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai format, seperti MP3, pdf, ePub, melalui sindikasi, yang dapat diakses di seluruh dunia. Masyarakat tidak perlu lagi mengalokasikan waktu khusus untuk

mendengarkan radio, karena mereka dapat mengakses podcast dari pengguna yang dianggap berpengaruh kapan saja dan di mana saja. Podcast juga memungkinkan pendengar untuk berbagi pengalaman pribadi, hobi, atau tips keseharian. Selain itu, pendengar dapat menciptakan daftar lagu favorit mereka untuk dimasukkan ke dalam podcast. Dengan podcast, masyarakat juga dapat menciptakan dan menyebarkan informasi mereka sendiri melalui media baru.

Podcast adalah layanan konten audio yang memberikan kebebasan bagi audiens untuk mendengarkan kontennya kapan saja dan di mana saja. Podcast telah menjadi favorit masyarakat untuk mendengarkan berita, informasi, dan hiburan yang dapat diunduh dan diputarkan ulang sesuai keinginan, sebuah keunggulan dibandingkan dengan radio konvensional.

Sejarah podcast dimulai bersamaan dengan peluncuran iPod oleh Apple pada tahun 2001. Podcast dapat dianggap sebagai “iPod Broadcasting,” yang berarti siaran melalui iPod. Berbeda dengan radio FM/AM tradisional, podcast tidak hanya menghadirkan siaran satu arah. Ini adalah platform siaran audio on-demand yang memungkinkan pendengar mendengarkan kontennya sesuai keinginan, tanpa menunggu jadwal tertentu, bahkan dapat diputarkan berulang-ulang.

Podcast adalah program individu atau percakapan yang tersedia dalam format konten digital yang dapat diunduh melalui internet sebagai file audio yang terhubung dengan feed RSS. Istilah “podcast” muncul saat teknologi memungkinkan berlangganan konten audio yang dapat diunduh tanpa harus mengunjungi situs web tertentu. Masyarakat dapat berlangganan konten podcast dan secara otomatis diberitahu ketika ada episode baru yang tersedia. Ini sangat

berguna karena pembatasan bandwidth untuk beberapa orang, yang memungkinkan unduhan untuk didengarkan secara offline.

Podcast merupakan hasil perkembangan teknologi yang semakin maju, menggabungkan audio dengan internet, dan memberikan individual bagi audiens yang ingin mendengarkan konten audio sambil melakukan aktivitas lain. Podcast memiliki empat ciri khas utama, yaitu episodik, unduhan, streaming, dan konten yang tersegmentasi. Terdapat tiga jenis podcast, yaitu audio podcast (umumnya berbentuk MP3), podcast dengan elemen visual dan audio (mirip dengan YouTube), dan video podcast (berisi film dengan audio, formatnya biasanya MP4). Podcast tetap memiliki hubungan dekat dengan pendengarnya karena mengikuti sifat alami manusia dalam berbicara dan mendengar. Ini membuat pesan yang disampaikan dalam podcast terasa lebih dekat, nyata, dan otentik.

Berbeda dengan radio konvensional, podcast tidak hanya dibuat oleh perusahaan media besar. Sebaliknya, banyak podcast populer berasal dari individu amatir yang penuh antusiasme terhadap topik atau minat tertentu. Dalam dunia podcast, banyak orang melepaskan diri dari format radio tradisional untuk mengeksplorasi pendekatan orisinal dan subjek yang sangat spesifik.

## 2.5 Spotify

Untuk menyebarkan sebuah konten digital, maka diperlukan adanya sarana untuk mengalirkan konten tersebut kepada khalayak. Dengan semakin berkembangnya teknologi, berbagai keunggulan media online menjadi alternative untuk menyajikan pesan ataupun suatu konten agar sampai kepada khalayak dengan praktis dan efisien. Media online adalah alat untuk menyampaikan pesan melalui

internet, sedangkan wadah digital yang berfungsi untuk menjalankan sebuah system yang sudah dibuat disebut sebagai platform. Sederhananya, platform media online adalah sebuah wadah yang mempunyai peran sebagai tempat untuk menjalankan suatu program yang sudah dibuat melalui internet. Media audio yang saat ini sedang populer dan diminati oleh khalayak adalah podcast, yang membuat podcast semakin menarik adalah dengan banyaknya tersedia beragam platform untuk mendengarkan konten podcast.

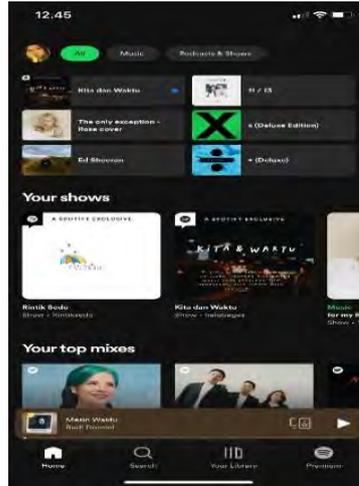
Hadirnya podcast sebagai bentuk audio baru memunculkan beragam jenis platform sebagai sarana publikasinya. Beberapa diantaranya, Apple Podcast, Anchor, Soundcloud, Inspigo, Castbox, Google Podcast, hingga Spotify. Uniknya, platform seperti Anchor dapat menyalurkan konten ke berbagai platform distribusi lainnya, seperti Spotify, Castbox, dan Google Podcast. Ini membuktikan bahwa ruang publikasi podcast sangat luas tidak hanya pada satu platform saja, dan memberikan kemudahan bagi kreator podcast untuk mendistribusikan kontennya. Menurut survei *Daily Social* tahun 2018, platform yang menjadi layanan favorit untuk mendengarkan podcast adalah Spotify, dengan persentase sebesar 52%, disusul dengan Soundeloud 46% dan Google Podcast 41%. Spotify merupakan platform publikasi podcast yang paling banyak dipilih untuk mendengarkan konten podcast. Konten yang variatif dan fitur yang diberikan juga menambah keunggulan Spotify sebagai platform distribusi konten podcast.

Spotify adalah platform layanan streaming musik, podcast, dan video komersial yang menyediakan akses ke jutaan lagu dan konten lain dari kreator di seluruh dunia secara legal. Spotify tidak hanya berfokus pada layanan musik streaming saja. Di awal tahun 2018, Spotify memperluas layanannya ke ranah

podcast dengan merilis fitur “visual podcast” tentang berita, politik, dan hiburan. Fitur ini tersedia dalam bentuk playlist yang menampilkan gabungan multimedia sebagai format baru seperti teks, video, dan foto yang disebut “Spotlight”. Spotify memperkenalkan program versi beta dari *Spotify for Podcasters* pada Oktober 2018. Melalui program *Spotify for Podcaster* ini bisa meneruskan podcast yang diunggah server lain dan dapat membuatnya tersedia di Spotify. Podcaster yang podcastnya tersedia di Spotify bisa memiliki akses kinerja per episode, grafik harian demografis pendengar, lokasi, engagement pengguna, dan fitur hebat lainnya untuk membantu dan mempelajari lebih banyak dan memperluas pendengar.

Spotify kemudian memperkenalkan secara resmi *Spotify for Podcasters* pada 13 Agustus 2019, program ini yang memudahkan para podcaster untuk menetapkan harga dan bagaimana cara beriklannya.

Platform yang awalnya hanya menyediakan layanan streaming musik tersebut mengatakan bahwa pengguna yang mendengarkan podcast di Spotify telah mengalami peningkatan dua kali lipat di tahun 2020, podcast pada platform ini sudah memiliki lebih dari 700.000, yang dimana penggunanya mengalirkan podcast sebanyak 16%.



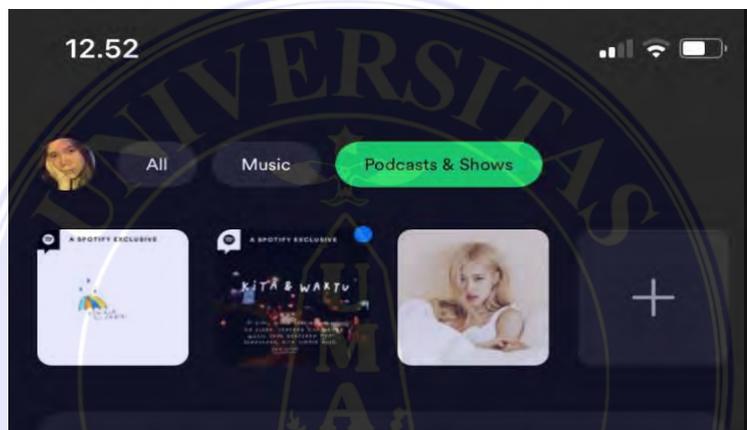
Gambar 2.1. Tampilan Home Spotify  
Sumber : Spotify 2023

### 2.5.1 Fitur Podcast di Spotify

Untuk mengakses podcast di aplikasi Spotify, terdapat beberapa fitur yaitu:

1. Cari (*Browse*) : Fitur yang digunakan untuk mencari lagu atau podcast yang sedang populer.
2. Jenis Podcast : Fitur yang berisi berbagai jenis genre podcast yang dapat didengarkan sesuai suasana hati.
3. Peringkat Podcast : Fitur yang berisi peringkat podcast dan episode podcast yang sedang populer, baik dari Indonesia ataupun dari negara lain.
4. Ubah Kecepatan (*Speed Changes*) : Fitur untuk mengatur kecepatan podcast yang didengarkan.
5. Maju dan Mundur 15 Detik (*Forward and Backward 15sec*) : Fitur untuk mengatur waktu untuk mendengarkan podcast.

6. Mode Tidur : Fitur yang berfungsi untuk mengatur podcast dimainkan akan terhenti dalam menit, atau jam yang sudah diatur.
7. Daftar Putar (*Play Queue*) : Fitur untuk membuat daftar antrian podcast yang ingin didengar.
8. Unduh (*Download*) : Fitur untuk mendengarkan podcast secara offline.
9. Bagikan : Fitur untuk membagikan podcast yang didengar kepada orang lain.



Gambar 2.2. Tampilan podcast di Spotify  
Sumber : Spotify 2023

## 2.6 Rintik Sedu

Rintik Sedu , juga dikenal sebagai Nadhifa Allya Tsana, adalah seorang penulis, konten kreator, scriptwriter, dan influencer yang lahir di Jakarta pada tanggal 4 Mei 1998. Ia telah aktif menulis sejak masih SMA dan memiliki cinta pada buku sejak kelas 3 SD. Rintik Sedu memiliki lebih dari 2 juta pengikut di media sosial Instagram, dan karyanya sering mencerminkan perasaan banyak orang, menjadikannya seorang teman bagi banyak penggemar.

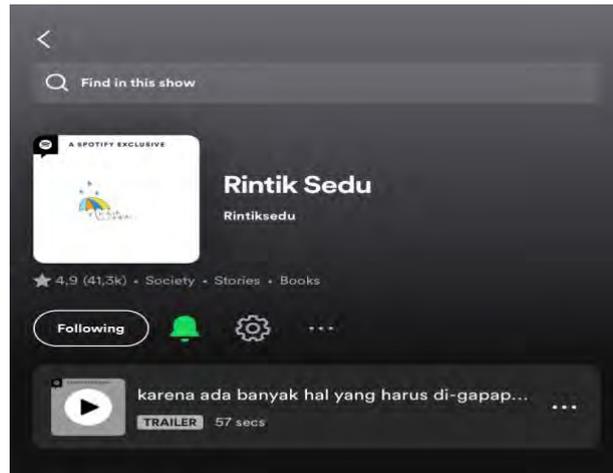
Tsana sering disapa sebagai “Paus” oleh penggemarnya karena ia ingin terus hidup melalui karyanya seperti usia panjang ikan paus yang dapat mencapai 200

tahun. Nama “Rintik Sedu” dipilih karena memiliki makna yang lebih ringan daripada hujan, sehingga lebih mudah diterima oleh orang-orang. “Sedu” mengandung makna suara tangisan atau sesuatu yang sedih, dan Tsana ingin menyampaikan kebahagiaan melalui karya-karyanya seperti tetes hujan yang cepat menghilang.

Melalui karyanya, Tsana tidak hanya menciptakan teman baru bagi pembaca, tetapi juga mengungkapkan emosinya. Ia merasa dekat dengan penggemarnya, dan oleh karena itu, ia menyebut mereka sebagai “teri” karena banyaknya seperti ikan teri yang tidak dilihat satu per satu. Ini menggambarkan bahwa bagi Tsana, semua penggemarnya, terlepas dari agama atau suku, sama pentingnya.

Inspirasi Tsana datang dari pengalaman hidupnya, curhatan teman-temannya, dan mendengarkan kisah sedih orang lain. Ia menemukan inspirasi dalam kehidupan sehari-hari dan mencoba untuk menggambarannya dalam karya-karyanya. Observasi kecil dalam kehidupan sehari-hari adalah kunci utama dalam menghasilkan inspirasi.

Saat ini, pada usia 25 tahun, Rintik Sedu atau Tsana telah menjadi ahli dalam menginspirasi melalui konten podcast dan buku, meskipun latar belakang pendidikannya tidak dalam bahasa atau sastra. Ia sedang mengejar pendidikan di Politeknik Kesehatan Jakarta dengan jurusan Teknik Elektromedik. Melalui kontennya, ia terus memberikan nasihat kepada penggemarnya dalam menjalani kehidupan.



Gambar 2.3. Profil Podcast Rintik Sedu di Spotify  
Sumber : Spotify 2023

Rintik Sedu, selain menuangkan pemikirannya melalui tulisan, juga menggunakan podcast di platform Spotify untuk berbicara. Podcast Rintik Sedu tayang setiap hari Jumat dan Senin, dengan ratusan episode yang telah menarik jutaan pendengar, sering menduduki peringkat teratas di Spotify Indonesia. Pada tahun 2020 dan 2021, podcast Rintik Sedu menjadi yang paling populer di Indonesia sepanjang tahun menurut data dari Spotify Wrapped

Dalam podcastnya, Rintik Sedu sering membahas masalah sehari-hari seperti kegalauan remaja, ketidakpercayaan diri, dan berbagai topik lain seperti hidup, film, dan bahkan novelnya sendiri. Ini membuat podcast Rintik Sedu lebih bisa dirasakan oleh pendengarnya, dan sering masuk dalam peringkat teratas di Spotify. Rintik Sedu juga memberi kesempatan pada pendengar untuk berpartisipasi dengan mengirim cerita melalui email, yang nantinya akan dipilih untuk dibacakan pada segmen setiap hari Senin dan Jumat (Imarsan, 2021).

Selain itu, Rintik Sedu juga merilis seri podcast bertajuk “Kuas, Kanvas dan Bulan Kesepian (KKDBK)” yang berkolaborasi dengan Spotify. Seri ini berhasil

menduduki chart teratas di Spotify, dan terdiri dari tiga musim, masing-masing dengan 10 episode. KKDBK 1 dirilis pada tanggal 14 Juli 2021, KKDBK 2 dirilis satu bulan setelah musim pertama pada tanggal 20 Oktober 2021, dan KKDBK 3 dirilis pada awal Maret 2022. Seri ini mengajak pendengar untuk mengikuti perjalanan seorang gadis bernama Karin dalam mencari arti cinta yang sempurna.

Setelah sukses dengan KKDBK, Rintik Sedu merilis seri kedua bernama “Blue,” yang merupakan kolaborasi dengan Instagram. Meskipun hanya terdiri dari lima episode, seri ini tetap diminati oleh pendengar. “Blue” adalah spin-off dari novel Rintik Sedu yang berjudul “Kata,” dan menceritakan tentang tokoh Biru yang tidak dijelaskan dalam novel “Kata” (Chartable.com).

Link Spotify podcast Rintik Sedu :

<https://open.spotify.com/show/5vHokTsTmdlLBs1uPgDGN6?si=kdrledkYQ76C36hODcJbNA>

## 2.7 Teori Information Seeking

Teori Information Seeking, menurut Donohew dan Tipton (1973), membahas upaya manusia dalam mencari, mengindera, dan memproses informasi. Ini berakar dari pemikiran psikologi sosial tentang sikap, dengan asumsi bahwa orang cenderung menghindari informasi yang tidak sesuai dengan citra realitas mereka karena dianggap berpotensi membahayakan. Proses Information Seeking mencakup pencarian, pengambilan, pengakuan, dan penerapan isi maknawi, baik secara eksplisit maupun implisit. Hal ini dilihat sebagai latihan kognitif, pertukaran sosial dan budaya, serta strategi diskrit dihadapi ketidakpastian.

Menurut Kuhlthau, proses information seeking melibatkan tahapan inisiasi, seleksi, eksplorasi, perumusan, pengumpulan, dan presentasi. Tahap inisiasi dimulai dengan pengakuan kebutuhan informasi, dipicu oleh ketidakpastian dan motivasi untuk mengetahui yang tidak diketahui. Tahap seleksi melibatkan pertanyaan tentang apa yang perlu diketahui, yang kemudian dihubungkan dengan topik umum atau bidang pengetahuan. Eksplorasi merupakan fase di mana pencari mencari informasi tentang topik menarik, bergulat dengan konsep dasar, dan mengidentifikasi isu-isu terkait.

Perumusan, pada gilirannya, memerlukan individu untuk membuat hubungan antara ide-ide yang berbeda, berpikir kritis, dan membuat pilihan berdasarkan pembelajaran mereka. Pengumpulan melibatkan pengumpulan sumber daya yang membahas fokus khusus yang telah dirumuskan, sedangkan presentasi melibatkan penyajian hasil informasi, seperti dalam pidato, laporan, atau produk lainnya. Keseluruhannya, tahapan ini mencerminkan proses dinamis yang melibatkan pengembangan pemahaman, pemilihan informasi, eksplorasi konsep, dan aplikasi pengetahuan baru dalam konteks individu.

## 2.8 Teori Logika Pesan

Robert T. Craig mengembangkan model yang berguna untuk penelitian di berbagai bidang studi komunikasi yang bertujuan untuk menjelaskan bagaimana orang melakukan proses komunikasi. Menurut Craig, penelitian komunikasi selalu memiliki metode dan fitur berdasarkan teori dan perspektif yang berbeda. Robert Craig membagi dunia teori komunikasi menjadi tujuh kelompok konsep atau tradisi pemikiran: semiotika, fenomenologi, sibernetika, psikologi sosial, kajian

sosiokultural, kajian kritis, dan retorika. Peneliti menggunakan teori logika pesan yang merupakan bagian dari tradisi psikologi sosial. Dalam tradisi psikologi sosial, individu dianggap sebagai makhluk sosial. Penelitian psikologi sosial berakar pada psikologi sosial dan memiliki tradisi komunikasi yang kuat. Teori dalam tradisi ini berfokus pada perilaku sosial individu, variabel psikologis, pengaruh pribadi, kepribadian dan sifat, serta persepsi dan kognisi.

Barbara O’Keeffe memulai karyanya sebagai seorang konstruktivis, namun memperluas fokus teoretisnya dengan memasukkan model konstruksi pesan. Argumennya adalah bahwa orang berpikir secara berbeda tentang komunikasi dan pesan serta menggunakan logika yang berbeda untuk memutuskan apa yang harus dikatakan kepada orang lain dalam situasi tertentu. Dia menggunakan istilah logika desain pesan untuk menggambarkan proses pemikiran di balik pesan yang kita buat. Barbara O’Keeffe awalnya adalah pendukung teori konstruktivis, yang kemudian diperluas hingga mencakup pandangannya tentang bagaimana orang membangun pesan. Argumennya adalah bahwa orang berpikir secara berbeda tentang cara berkomunikasi dan menyusun pesan, serta menggunakan logika berbeda untuk memutuskan apa yang harus dikatakan kepada orang lain dalam situasi tertentu. Dia menggunakan istilah “logika desain pesan” untuk menggambarkan proses berpikir yang digunakan untuk menciptakan sebuah pesan.

Menurut teori logika pesan, pesan yang disampaikan setiap orang adalah sama, tetapi berbeda dalam situasi lain. Jika pesannya sederhana, format pesannya sama. Namun, ketika ada banyak tujuan yang harus dicapai dan risiko kehilangan muka seseorang, logika yang digunakan untuk merancang pesan menghasilkan jenis pesan berbeda dalam format berbeda. Untuk melakukan penelitian ini, peneliti

menggunakan teori berdasarkan tradisi psikologi sosial yang memandang manusia sebagai makhluk sosial. Sedangkan teori yang digunakan peneliti adalah teori logika pesan. O'Keefe mengusulkan tiga logika untuk merancang pesan, mulai dari yang paling tidak berpusat pada orang hingga yang paling berpusat pada orang.

1. Logika ekspresif, logika yang menganggap komunikasi sebagai cara mengekspresikan diri dan mengungkapkan perasaan dan pikiran. Pesan-pesan yang terkandung dalam logika ekspresif ini bersifat terbuka dan reaktif, kurang memperhatikan kebutuhan dan keinginan orang lain. Dalam hal ini logika representasi berpusat pada ego atau berpusat pada pembicara, kebalikan dari berpusat pada orang atau berpusat pada lawan bicara, seperti yang dikenal dalam teori konstruktivis.
2. Logika tradisional, yaitu logika yang memandang komunikasi sebagai permainan yang mengikuti seperangkat aturan. Komunikasi di sini adalah sarana ekspresi diri yang dilakukan menurut aturan dan norma yang berlaku, termasuk hak dan kewajiban semua pihak yang terlibat. Logika jenis ini bertujuan untuk merancang pesan yang sopan, pantas, dan berdasarkan aturan yang harus diketahui semua orang.
3. Logika retorik adalah logika yang memandang komunikasi sebagai cara untuk mengubah aturan melalui negosiasi. Pesan yang dirancang dengan logika ini cenderung cair, fleksibel, mudah dipahami, dan terfokus pada orang yang dituju. Pembicara yang menggunakan logika ini cenderung membingkai ulang situasi saat ini sedemikian rupa sehingga memungkinkan mereka mengintegrasikan berbagai tujuan, termasuk persuasi dan kesopanan, ke dalam satu kesatuan yang utuh.

## 2.9 Kerangka Berpikir



Gambar 2.4. Kerangka Berpikir  
Sumber : Peneliti (2023)

Kerangka berpikir pada gambar di atas menggambarkan bagaimana gaya komunikasi Nadhifa Allya Tsana dianalisis menggunakan teori-teori tertentu dan diaplikasikan dalam platform Spotify. Berikut penjelasan sederhana :

1. Teori-teori yang digunakan :
  - Teori Information Seeking : Menjelaskan bagaimana orang mencari dan menggunakan informasi.
  - Teori Logika Pesan : Berkaitan dengan cara penyusunan dan penyampaian pesan agar efektif.

## 2. Gaya Komunikasi Nadhifa Allya Tsana :

- The Equalitarian Style : Gaya komunikasi yang menganggap semua pihak setara.
- The Dynamic Style : Gaya komunikasi yang fleksibel dan dapat menyesuaikan dengan situasi yang berubah.
- The Relinquishing Style : Gaya komunikasi yang memberikan kesempatan kepada pihak lain untuk berbicara atau berperan lebih aktif.

## 3. Penerapan di Spotify :

Gaya komunikasi Nadhifa Allya Tsana diterapkan dan dianalisis dalam konteks Spotify, mungkin dalam cara dia berinteraksi dengan pendengarnya atau menyampaikan konten di platform tersebut.

## 2.10 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu**

No	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Gaya Komunikasi Peniar Acara Musik di Radio Ramaloka FM	Metode Penelitian Kualitatif	Gaya komunikasi peniar radio Ramaloka FM yang diteliti lebih banyak cenderung mengadopsi pendekatan equalitarian style karena mayoritas memfasilitasi interaksi aktif dengan pendengar. Dalam hal ini, komunikasi berlangsung dalam bentuk	Dalam penelitian ini membahas tentang apa gaya komunikasi yang digunakan oleh seorang peniar dan pada penelitian sekarang juga membahas bagaimana gaya komunikasi seorang podcaster	Pada penelitian ini hanya menggunakan teori logika pesan sedangkan penelitian sekarang menggunakan teori Information Seeking dan Teori Logika Pesan

			<p>dua arah (two-way traffic communication), dan penyiarnya sering merancang pesan berdasarkan teori logika pesan yang cenderung bersifat konvensional, karena sering terjadi interaksi yang kuat antara penyiarnya dan pendengar di radio Ramaloka FM.</p>		
2.	<p>Gaya Komunikasi Nadiem Makarim</p>	<p>Metode Penelitian Kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Nadiem menggunakan gaya</p>	<p>Persamaan nya yaitu dimana meneliti bagaimana gaya</p>	<p>Dalam penelitian terdahulu melakukan penelitian dalam</p>

			komunikasi equalitarian style dalam berkomunikasi	komunikasi yang digunakan oleh seseorang dalam penyampaian pesan	komunikasi organisasi sedangkan dalam penelitian yang peneliti rancang dalam komunikasi massa
3.	Gaya Komunikasi Selebgram Anggarita Product Endorsement Di Instagram	Metode Penelitian Kualitatif	Selebgram Anggarita perlu memastikan dan memperkaya hubungan yang baik dengan pengikutnya atau komunikasinya, menciptakan koneksi positif antara artis dan penggemar,	Persamaan nya yaitu menggunakan teori <i>Use and Gratification</i> dan meneliti bagaimana gaya komunikasi yang digunakan dalam penyampaian pesan	Dalam penelitian terdahulu melakukan penelitian dalam penjualan produk sedangkan penelitiain yang peneliti rancang yaitu penyampaian

			<p>sehingga dapat meraih pandangan yang positif dari masyarakat. Selain itu, Selebgram Anggarita perlu terus meningkatkan kualitas komunikasi dengan komunikannya, menjaga komunikasi yang hangat dan terbuka, serta mempertahankan sikap peduli terhadap komunikannya, baik dalam endorsement maupun di luar itu. Dalam manajemen</p>	<p>pesan dalam sebuah podcast</p>
--	--	--	--	-----------------------------------

			postingan atau kontennya, penting untuk memahami variasi bahasa yang digunakan dalam selegram di media sosial Instagram agar komunikasi yang dilakukan lebih efisien.		
4.	Gaya Komunikasi Kevin Nguyen Dalam Menyampaikan Isu Politik Di Media Tiktok	Penelitian ini dalam mengelola data menggunakan metode deskriptif kualitatif.	Gaya komunikasi Kevin Nguyen dalam menyampaikan isu politik di media Tiktok meliputi gaya komunikasi yang dominan, gaya komunikasi argumentatif atau	Pada penelitian ini dan penelitian terbaru, menggunakan metode penelitian yang serupa yaitu metode kualitatif	Penelitian ini menggunakan teori <i>Communicator Style Theory, Applications, and Measures</i> , sedangkan pada penelitian terbaru

			<p>kontroversial, gaya komunikasi animasi ekspresif, gaya komunikasi meninggalkan kesan, gaya komunikasi santai dan gaya komunikasi bersahabat.</p> <p>Kemudian ditemukan adanya faktor pendukung gaya komunikasi Kevin Nguyen diantaranya, kondisi fisik, peran, bahasa dan hubungan.</p>		<p>menggunakan teori Logika Pesan dan Teori Information Seeking</p>
5.	Analisis Gaya Komunikasi	Pada penelitian ini menggunakan metode	Hasil dari penelitian ini adalah gaya komunikasi	Pada penelitian ini dan penelitian yang peneliti	Pada penelitian ini menggunakan

	<p>Selebgram Dalam Endorsement Produk Di Instagram</p>	<p>analisis deskriptif kualitatif</p>	<p>dari selebgram Mila dan Firsa berbeda, Mila lebih dominan menggunakan Gaya Komunikasi The Relinquishing dan Firsa menggunakan Gaya Komunikasi Structuring Style. Cara selebgram merancang pesan berdasarkan teori logika desain pesan lebih banyak menggunakan logika ekspresif yang terlihat ketika sedang mengendorse</p>	<p>teliti yaitu menggunakan metode kualitatif dan menggunakan Teori Logika Pesan, serta meneliti berupa gaya komunikasi</p>	<p>platform instagram mengenai produk, sedangkan penelitian terbaru menggunakan platform spotify mengenai podcast</p>
--	--	---------------------------------------	--	---	---

			suatu produk, mereka menyatakan dengan perasaan dan pikiran yang ada di dalam dirinya.		
--	--	--	--	--	--

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian terdahulu dan penelitian yang sedang peneliti rancang yaitu adanya kesamaan topik mengenai gaya komunikasi, dan perbedaannya pada teori dan model komunikasi yang pilih

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

##### a. Waktu Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian,, peneliti membutuhkan lama waktu yang digunakan sekitar 3 bulan. Untuk mendapatkan gambaran yang lebih rinci mengenai waktu penelitian dalam penelitian ini akan disajikan dalam table berikut.

**Tabel 3.1. Jadwal Penelitian**

	Uraian Kegiatan	Okt 2023	Nov 2023	Des 2023	Jan 2024	Feb 2024	Mar 2024	Mei 2024	Sept 2024
1.	Pengajuan Judul								
2.	Penyusunan Proposal								
3.	Pengumpulan Data								
4.	Seminar Proposal								
5.	Penelitian								
6.	Seminar Hasil								
7.	Sidang Skripsi								

Sumber : Diolah Peneliti, (2024)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa peneliti mengajukan judul skripsi pada tanggal 5 Oktober 2023, kemudian peneliti mulai menyusun proposal

penelitian dan pengumpulan data di bulan November hingga Desember. Pada tanggal 21 Desember 2023, peneliti melakukan Seminar Proposal. Kemudian pada bulan Februari - Maret, peneliti melakukan penelitian berupa wawancara dan observasi. Pada tanggal 20 Mei 2024, peneliti melakukan Seminar Hasil

#### b. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara online melalui *Google form* dan *Zoom*

### 3.2 Bahan dan Alat Yang Digunakan Dalam Penelitian

Untuk melancarkan penelitian ini, peneliti memerlukan peralatan untuk mendukung penelitian ini. Adapun peralatan dan bahan yang peneliti gunakan sebagai berikut :

#### a. Data wawancara

Data wawancara adalah informasi yang dikumpulkan melalui wawancara. Dalam penelitian ini, peneliti mengajukan pertanyaan kepada informan yang sudah peneliti tentukan

#### b. *Software (Google Form)* dan *Hardware* (laptop, Handphone)

#### c. Dokumentasi kegiatan penelitian

Dokumentasi pada penelitian ini yaitu capture yang diambil saat melakukan wawancara melalui zoom

### 3.3 Metodologi Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti memiliki beragam pilihan metode yang dapat disesuaikan dengan masalah yang tengah diteliti, sehingga penelitian tersebut dapat dianggap valid dan memiliki dasar ilmiah yang kuat yang dapat dipertanggungjawabkan. Sehingga pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif. Pada penelitian ini, peneliti lebih menitikberatkan pada wawancara dan kuesioner

Bogdan dan Taylor (1982) menggambarkan penelitian kualitatif sebagai metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan dari individu serta perilaku yang dapat diamati, dengan pendekatan yang menitikberatkan pada pemahaman holistik tentang latar belakang dan individu. Sementara itu, Kirk & Miller menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi khusus dalam ilmu social yang didasarkan pada pengamatan manusia dalam konteks mereka dalam bahasa dan keterlibatan dengan mereka dalam bahasa dan terminologi yang relevan.

Peneliti menggunakan penelitian kualitatif pada penelitian ini karena ingin memahami secara mendalam gaya komunikasi Nadhifa Allya Tsana dalam podcast Rintik Sedu di Spotify. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengeksplorasi pengalaman personal yang memengaruhi cara Nadhifa Allya Tsana berkomunikasi. Hal ini memungkinkan untuk mendapatkan wawasan yang lebih kaya dan mendetail tentang bagaimana gaya komunikasi individu seperti Nadhifa Allya Tsana, berkontribusi pada kesuksesan atau daya Tarik podcast Rintik Sedu

### **3.4 Prosedur Penelitian**

Bogdan dan Taylor dalam Lexy menjelaskan bahwa penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari individu dan perilaku yang diamati. Pendekatan kualitatif digunakan dalam analisis penelitian ini karena tidak melibatkan angka-angka, melainkan bertujuan mendeskripsikan dengan jelas dan mendalam fokus penelitian. Penelitian kualitatif selalu berupaya mengungkapkan masalah, situasi, atau peristiwa apa adanya. Hasil penelitian bertujuan memberikan gambaran objektif dan rinci tentang keadaan sebenarnya dari objek studi.

Penelitian kualitatif umumnya memiliki desain yang fleksibel, yang dapat mengalami perubahan saat pelaksanaannya jika rencana awal tidak sesuai dengan temuan lapangan. Namun demikian, perancangan langkah-langkah penelitian tetap diperlukan. Terdapat setidaknya tiga tahap utama dalam penelitian kualitatif:

1. Tahap deskripsi atau orientasi, di mana peneliti mendeskripsikan apa yang mereka amati, dengar, dan rasakan, serta mencatat informasi dasar yang diperoleh. Pada tahap ini pengumpulan data melalui wawancara dan observasi serta pendengaran setiap episode podcast Rintik Sedu.
2. Tahap reduksi, di mana peneliti menyusutkan informasi yang diperoleh pada tahap pertama untuk fokus pada masalah tertentu. Pada tahap ini melibatkan analisis data untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang berkaitan dengan gaya komunikasi Nadhifa Allya Tsana.
3. Tahap seleksi, di mana peneliti merinci fokus yang telah ditetapkan dan melakukan analisis mendalam terhadap masalah tersebut. Hasilnya adalah tema yang dikonstruksi berdasarkan data yang diperoleh, yang dapat menghasilkan pengetahuan baru, hipotesis, atau teori. Pada Tahap ini melibatkan kategorisasi

data sesuai dengan rumusan masalah, kemudian pemilihan data-data yang relevan untuk disimpulkan sebagai hasil penelitian mengenai gaya komunikasi Nadhifa Allya Tsana dalam podcast Rintik Sedu.

### 3.5 Data dan Sumber Data Penelitian

Sumber data adalah tempat asal data yang dapat diperoleh, dan dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan sumber data primer dan sumber data sekunder

#### 1. Data primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung dari sumbernya atau melalui proses penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data primer melalui wawancara, pengamatan, dan dokumentasi yang berasal dari pendengar setia podcast Rintik Sedu di Spotify, dengan menggunakan sosial media Instagram dalam menentukan informannya.

#### 2. Data sekunder

Data sekunder adalah informasi yang telah diterbitkan atau digunakan oleh pihak lain sebelumnya. Dalam penelitian ini, peneliti mengakses data sekunder melalui dokumentasi, literatur, situs web, dan sumber lainnya, termasuk subjek lain seperti individu yang pernah mendengar podcast Rintik Sedu di Spotify yang menunjang penelitian

Dengan sumber data di atas, proses dan hasil penelitian ini diharapkan dapat mengungkap dan menjelaskan bagaimana gaya komunikasi yang digunakan Nadhifa Allya Tsana dalam podcast Rintik Sedu di Spotify

### 3.6 Informan Penelitian

Dalam penelitian ini, pemilihan informan menggunakan *purposive sampling*, yang berarti pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu. Dengan mengaplikasikan *purposive sampling*, diharapkan informan akan sesuai dengan kriteria yang diperlukan dalam penelitian ini, sehingga hasil menjadi lebih obyektif.

Kriteria informan dalam penelitian ini adalah:

1. Pengguna aplikasi Spotify
2. Pendengar setia Podcast Rintik Sedu
3. Laki-laki dan perempuan berusia 15-25 tahun

Pada penelitian ini, peneliti memilih informan yang berusia 15-25 tahun dikarenakan konten yang disajikan dalam podcast Rintik Sedu kebanyakan merupakan kisah para anak muda, sehingga pendengar podcast Rintik Sedu mayoritas kalangan anak muda.

Adapun informan yang saya wawancarai yaitu :

- Rahma Septia Ningseh dari Tugu Agung, Sumatera Selatan, 19 tahun
- Muhammad Rifa'i Wibowo dari kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan, 22 tahun
- Adinda Elvia dari Tangerang, 25 tahun
- Arin Dewi Amanda dari Ciamis, Jawa Barat, 20 tahun

### 3.7 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan salah satu aspek yang berperan dalam kelancaran dan keberhasilan dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner adalah teknik yang melibatkan penggunaan formulir dengan pertanyaan-pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada individu atau sekelompok orang untuk memperoleh respons yang diperlukan.

Kuesioner dalam penelitian ini difasilitasi secara digital melalui Google Form, sebuah alat yang sangat berguna dalam membuat survei dan mengumpulkan informasi dengan efisien. Aplikasi ini memudahkan distribusi kuesioner dengan cara menginput pertanyaan ke dalam Google Form dan mengirimkannya secara digital kepada responden penelitian. Peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa informan, dimana peneliti berbincang-bincang dengan informan dengan tujuan menggali informasi melalui pertanyaan-pertanyaan yang sudah peneliti siapkan.

### **3.8 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data merupakan proses sistematis untuk mencari, menyusun, dan mengkomunikasikan data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan sumber lainnya. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif, yang melibatkan pengorganisasian data, pemilahan, sintesis, pencarian pola, dan presentasi informasi kepada orang lain.

Teknik analisis data adalah metode untuk mengubah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi lebih mudah ditemukan dan bermanfaat dalam mencari solusi untuk permasalahan, terutama dalam konteks penelitian.

Proses analisis data kualitatif melibatkan tiga tahapan yang saling terhubung, termasuk tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Sugiono mengemukakan bahwa dalam analisis data kualitatif terdapat tiga langkah:

### 1. Reduksi Data

Ini adalah langkah di mana data disederhanakan dan dikategorikan, dengan penekanan pada penemuan tema dan konsep. Hasilnya berupa tema, konsep, dan beragam gambaran tentang data, termasuk kesamaan dan perbedaannya. Reduksi data memerlukan pemikiran yang sensitif, kecerdasan, wawasan yang luas, dan kedalaman. Data yang telah direduksi difokuskan pada elemen-elemen penting untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan membantu peneliti dalam mengumpulkan data berdasarkan fokus penelitian.

Penelitian ini dimulai dengan mengumpulkan data melalui metode wawancara, observasi, dan pengisian kuesioner oleh para informan yang merupakan pendengar setia podcast Rintik Sedu di Spotify. Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi pola-pola atau temuan yang relevan dengan topik penelitian yaitu gaya komunikasi Nadhifa Allya Tsana dalam podcast Rintik Sedu. Seluruh data yang diperoleh kemudian dikategorisasikan sesuai dengan rumusan masalah dan dijabarkan secara terperinci.

### 2. Penyajian Data (*display*)

Setelah data direduksi, langkah berikutnya adalah penyajian data. Data yang telah direduksi perlu disajikan secara sistematis dan interaktif untuk memudahkan

pemahaman tentang apa yang terjadi. Hal ini mendukung penarikan kesimpulan atau pengambilan langkah selanjutnya. Tahap ini melibatkan pengorganisasian informasi dalam bentuk teks naratif, yang kemudian diringkas dalam bentuk beberapa bagan untuk menggambarkan interpretasi makna tindakan subjek peneliti.

Dalam penelitian ini data-data yang diperoleh dari wawancara dengan para informan dan observasi kemudian disajikan dengan jelas dan terbuka. Data tersebut dianalisis dan dijelaskan mengenai gaya komunikasi Nadhifa Allya Tsana dalam podcast Rintik Sedu di Spotify, serta kaitannya dengan teori-teori yang relevan.

### 3. Penarikan Kesimpulan (*conclusion*)

Penarikan kesimpulan tentang peningkatan atau perubahan dilakukan secara bertahap, dimulai dari kesimpulan sementara hingga kesimpulan yang direvisi pada setiap siklus, hingga kesimpulan akhir pada siklus terakhir. Kesimpulan pertama menjadi dasar untuk kesimpulan berikutnya, dan selama penelitian, verifikasi dilakukan untuk memastikan kesimpulan yang valid. Oleh karena itu, penting untuk meninjau ulang kesimpulan dengan memverifikasi kembali catatan-catatan selama penelitian dan mencari pola, tema, model, hubungan, dan persamaan.

Dalam tahap ini, setelah data disajikan, peneliti kemudian melakukan pembahasan untuk menjelaskan teori-teori yang terkait dengan temuan dari penelitian. Selanjutnya, hasil dari analisis data kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan mengenai gaya komunikasi Nadhifa Allya Tsana dalam podcast Rintik Sedu di Spotify, serta dampaknya terhadap pendengar dan efektivitas komunikasi secara keseluruhan.

## 3.9 Keabsahan Data

Keabsahan data mengindikasikan bahwa data yang diperoleh akurat dan sesuai dengan realitas. Peneliti menggunakan teknik triangulasi data untuk memvalidasi hasil penelitian, yang melibatkan membandingkan atau mengevaluasi data dengan sumber-sumber data lainnya. Tujuan dari hal ini adalah untuk mengkonfirmasi keakuratan data melalui perbandingan dengan data dari sumber yang berbeda.

Menurut Sugiyono (2015:83), triangulasi data adalah metode pengumpulan data yang menggabungkan informasi dari berbagai sumber. Wijaya (2018:120-121) menyatakan bahwa triangulasi data melibatkan pengecekan data dari berbagai sumber, menggunakan berbagai cara dan waktu. Oleh karena itu, terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu.

### 1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber digunakan untuk memverifikasi keandalan data dengan memeriksa informasi dari berbagai sumber, seperti hasil wawancara, arsip, dan dokumen lainnya.

### 2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik digunakan untuk menguji keandalan data dengan memeriksa informasi yang berasal dari sumber yang sama, namun dikumpulkan menggunakan teknik yang berbeda. Contohnya, memeriksa data hasil observasi dengan wawancara.

### 3. Triangulasi Waktu

Kredibilitas data dapat dipengaruhi oleh waktu. Oleh karena itu, triangulasi waktu melibatkan pemeriksaan data pada waktu atau situasi yang berbeda menggunakan metode seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memastikan keakuratan informasi. Pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian bertujuan untuk menentukan apakah data yang diperoleh dapat dianggap valid atau tidak. Hal ini berkaitan dengan pembatasan yang berkisar pada keyakinan bahwa variabel yang diukur sesuai dengan apa yang seharusnya diukur, khususnya dalam penelitian kualitatif.

Peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber, yang melibatkan memeriksa reliabilitas data dengan menggunakan sumber informasi tambahan. Triangulasi sumber digunakan untuk menilai reliabilitas data yang digunakan dalam penelitian ini, yang mencakup upaya penelitian untuk mengumpulkan data yang relevan dengan topik yang sama dari berbagai sumber dan membandingkannya.

Pada penelitian ini, data diperoleh dari berbagai sumber, termasuk observasi, wawancara dengan pendengar podcast, dan pengisian kuesioner. Informasi dari sumber-sumber ini digunakan untuk memperoleh pemahaman tentang gaya komunikasi Nadhifa Allya Tsana dalam podcast Rintik Sedu.

Pada wawancara yang dilakukan, peneliti menyiapkan sejumlah pertanyaan lalu merekam jawaban dan menulis hal-hal yang penting. Daftar pertanyaan pada narasumber dapat dilihat pada lampiran. Data yang didapatkan diperoleh dari hasil observasi peneliti terhadap Nadhifa Allya Tsana dan pengisian kuesiner oleh beberapa informan yang merupakan pendengar setia podcast Rintik Sedu serta dikuatkan oleh wawancara dengan empat pendengar setia podcast Rintik Sedu di Spotify.

Hasil dari wawancara terhadap informan penelitian dan observasi merupakan data primer atau sumber pokok dalam penelitian ini adalah pendengar setia podcast Rintik Sedu. Data sekunder diperoleh dari pengisian angket oleh informan yaitu pendengar setia podcast Rintik Sedu di Spotify.

Data-data yang diperoleh melalui wawancara dengan para informan, serta melalui observasi, dikategorisasikan sesuai dengan rumusan masalah. Data mana saja yang termasuk mengenai gaya komunikasi Nadhifa Allya Tsana, dan dapat diketahui seperti apa gaya komunikasi yang digunakan Nadhifa Allya Tsana pada podcast Rintik Sedu, serta yang berkaitan dengan Teori Information Seeker, dan Teori Logika Pesan. Semua data tersebut dijabarkan secara jelas dan terbuka sehingga dengan demikian dapat disimpulkan hasil penelitian mengenai gaya komunikasi Nadhifa Allya Tsana dalam Podcast Rintik Sedu di Spotify.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa benar bahwa Nadhifa Allya Tsana menggunakan berbagai gaya komunikasi dalam podcast Rintik Sedu di Spotify, terutama *The Equalitarian Style*, *The Dynamic Style*, dan *The Relinquishing Style*. Hasil wawancara menunjukkan bahwa Tsana mampu menghindari kesalahan logis, membangkitkan rasa penasaran pendengar, dan membuat pesan mudah dimengerti, terutama oleh kalangan anak muda.

Secara khusus, gaya komunikasi Tsana dalam podcast Rintik Sedu cenderung mengedepankan kesetaraan, dengan memberi ruang bagi pendengar untuk berbagi pengalaman dan menyampaikan pesan secara dinamis. Tsana juga berhasil memancing minat pendengar dengan memanfaatkan teknik-teknik storytelling dan membangkitkan rasa penasaran melalui cuplikan-cuplikan menarik sebelum mengunggah podcastnya.

Dengan demikian, gaya komunikasi Nadhifa Allya Tsana dalam podcast Rintik Sedu di Spotify terbukti efektif dalam menyampaikan pesan dan tujuan podcast, dengan memanfaatkan berbagai teknik komunikasi yang sesuai dengan karakteristik pendengar, terutama kalangan anak muda.

## 5.2 Saran

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan suatu masukan berupa saran yang bermanfaat bagi penelitian ini. Adapun saran yang peneliti berikan adalah sebagai berikut ;

1. Gaya komunikasi Nadhifa Allya Tsana dalam podcast Rintik Sedu di Spotify diharapkan mampu dijadikan contoh bagi para podcaster dalam mengkomunikasikan informasi yang akan disampaikan dalam podcast
2. Terus melakukan evaluasi dan peningkatan dalam gaya komunikasi. Dengan terus memperhatikan umpan balik dari pendengar, Tsana dapat menyesuaikan strategi komunikasinya agar tetap relevan dan efektif. Hal ini akan memastikan bahwa tujuan podcast untuk menyampaikan informasi dengan baik dan membangun hubungan yang kuat dengan pendengar terus tercapai secara optimal
3. Bagi akademisi, peneliti berharap skripsi ini bisa menambah wawasan keilmuan mengenai gaya komunikasi dan menjadi rujukan bagi peneliti ataupun akademisi yang ingin melakukan penelitian dengan judul yang mirip dengan skripsi ini. Penulis berharap dengan adanya skripsi ini akan menghasilkan karya-karya tulis ilmiah lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. d.-A. (2007). *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Foss, S. W. (2009). *Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- H.A.W, W. (2000). *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: Rineka Cipta
- H. Zuchri Abdussamad, S. M. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Khomsahrial Romli, M. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta : PT Grasindo.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*. Jakarta: Kencana
- Nina Siti Salmaniah Siregar, I. S. (2024). *Strategi Komunikasi Komika Menghibur Audiens*. SCOPINDO MEDIA PUSTAKA.
- Nina Siti Salmaniah Siregar, M., & I. S. (2022). *Buku Ajar Public Speaking*. Scopindo Media Pustaka .
- Wardhany, M. d. (2009). *Teori Komunikasi tentang Komunikator, Pesan, Percakapan dan Hubungan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Wulansari, D. (2021). *Media Massa dan Komunikasi*. Mutiara Aksara.

Andarusni Alfansyur, M. (2020). Seni Mengola Data : Penerapan Tringulasi Teknik, Sumber dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 146-150.

Habibie, D. K. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 79-86

Ramadhani, J. S. (2023). Pemanfaatan Podcast Spotify sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia. . *Jurnal Ilmu Pendidikan (JIP)*, 135-143.

S. Yollis Michdon Netti, I. (2018). Spotify: Aplikasi Music Streaming untuk Generasi Milenial . *Jurnal Komunikasi*, 1-16.

Syafrina, A. E. (2022). Penggunaan Podcast Sebagai Media Informasi di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat dan Keamanan (Komaskam)*, 12-22.

Linnas, K. A. (2013, Desember 10). *Kartini Rembang*. Retrieved from shoima93.blogspot.com: <http://shoima93.blogspot.com/2013/12/teori-penemuan-informasi-information.html?m=1>

<https://www.liputan6.com/amp/5142453/spotify-podcast-rintik-sedu-paling-banyak-didengarkan-di-indonesia-2022>

<https://gramedia.com/best-seller/apa-itu-podcast/>

<https://mediaindonesia.com/weekend/451019/rintik-sedu-jadi-top-podcast-terlaris-di-indonesia>

## Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Daftar pertanyaan wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian yang berjudul “Gaya Komunikasi Nadhifa Allya Tsana Dalam Podcast Rintik Sedu di Spotify”. Berikut daftar pertanyaan wawancara untuk menjawab rumusan masalah bagaimana bentuk gaya komunikasi yang digunakan oleh Nadhifa Allya Tsana dalam podcast Rintik Sedu di Spotify.

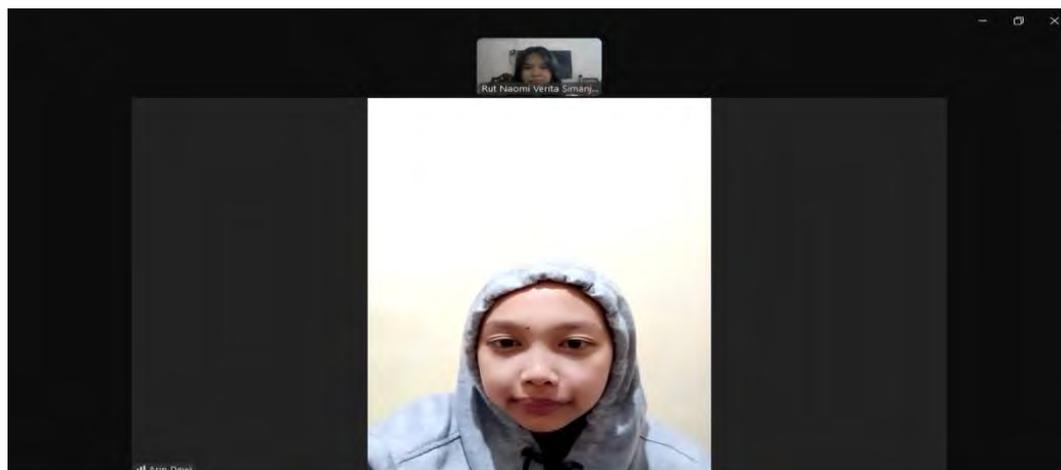
Daftar pertanyaan :

1. Sejak kapan anda mendengarkan podcast Rintik Sedu?
2. Seberapa sering Anda mendengarkan podcast Rintik Sedu oleh Nadhifa Allya Tsana di Spotify?
3. Menurut Anda, apakah Nadhifa Allya Tsana mampu menghindari kesalahan logika dalam berkomunikasi melalui podcast?
4. Menurut anda, apakah Nadhifa Allya Tsana dalam berkomunikasi pada podcast Rintik Sedu di Spotify sudah baik? i
5. Menurut anda, apakah Nadhifa Allya Tsana dapat membuat penasaran dengan gaya komunikasi nya pada podcast Rintik Sedu?
6. Menurut anda, apakah gaya komunikasi Nadhifa Allya Tsana pada podcast Rintik Sedu dapat membantu anda mengerti tujuan dari podcast tersebut?
7. Menurut anda, apakah pendengar sering diberi kesempatan untuk berkontribusi atau berbagi pengalaman dalam podcast Rintik Sedu?
8. Menurut anda, dalam podcast Rintik Sedu pada episode “Lambat, bukan Terlambat. #berKata”, apakah penggunaan bahasa Nadhifa Allya Tsana sudah baik?

9. Menurut anda, dalam podcast Rintik Sedu pada episode “Lambat, bukan Terlambat. #berKata”, apakah intonasi Nadhifa Allya Tsana sudah baik?
10. Menurut anda, dalam podcast Rintik Sedu pada episode “Lambat, bukan Terlambat. #berKata”, apakah gerakan tubuh Nadhifa Allya Tsana sudah baik?



## Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara



Wawancara dengan informan Arin Dewi Amanda. Kamis, 15 Februari 2024, pukul 19.41 WIB



Wawancara dengan informan Adinda Elvia. Kamis, 15 Februari 2024, pukul 20.26 WIB

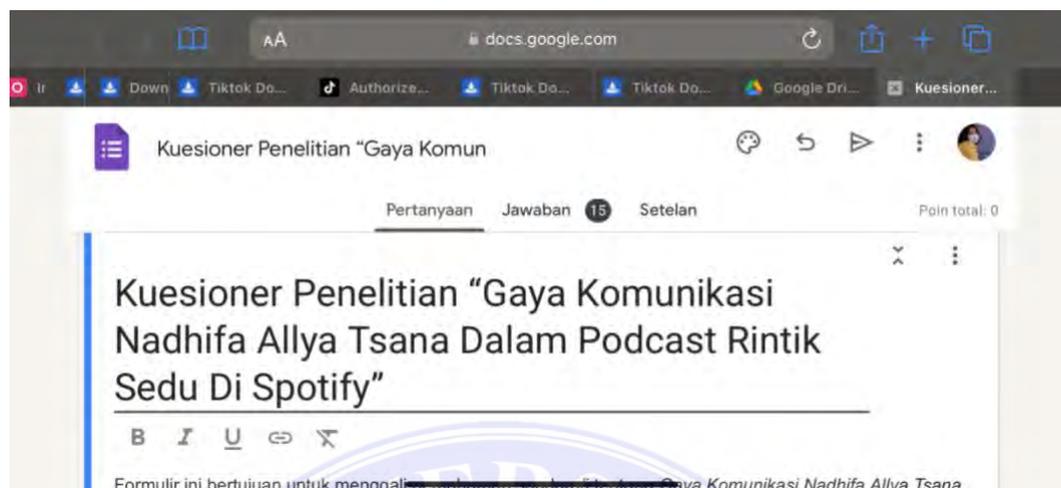


Wawancara dengan informan Rahma Septia Ningseh. Jumat, 16 Februari 2024, pukul 19.52 WIB



Wawancara dengan informan Muhammad Rifa'i Wibowo. Jumat, 16 Februari 2024, pukul 20.37 WIB

### Lampiran 3 Kuesioner



Tangkapan layar kuesioner, 14 Februari 2024, pukul 09.57 WIB