

STRATEGI KOMUNIKASI PADA PODCAST WIKA TV KABUPATEN MOJOKERTO

Zahroh Hurri Afwa Amalia

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Surabaya
Email: zahroh.20072@mhs.unesa.ac.id

Muhammad Danu Winata, M.A., M.Si. (Han)

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Surabaya
Email: muhammadwinata@unesa.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menjelaskan strategi komunikasi Podcast Wika TV Kabupaten Mojokerto yang dikembangkan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika sebagai media penyebaran informasi program kerja pemerintah daerah. Fokus penelitian terletak pada implementasi model perencanaan komunikasi Cutlip dan Center, meliputi tahapan penemuan fakta, perencanaan, komunikasi, dan evaluasi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan keberhasilan Podcast Wika TV dipengaruhi penerapan tahapan komunikasi secara sistematis. Penemuan fakta dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan komunikasi masyarakat, yang menjadi dasar perumusan strategi pada tahap perencanaan. Tahap komunikasi dilaksanakan dengan pendekatan humanistik dan pemanfaatan media digital untuk memperluas jangkauan audiens. Evaluasi dilakukan secara reflektif guna mengukur efektivitas pesan dan mengidentifikasi perbaikan. Secara keseluruhan, Podcast Wika TV berperan tidak hanya sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai instrumen strategis membangun hubungan harmonis pemerintah daerah–masyarakat melalui komunikasi publik yang partisipatif, terencana, dan adaptif. Temuan ini berkontribusi secara teoritis bagi pengembangan ilmu komunikasi publik serta memberikan manfaat praktis bagi pengelolaan media digital pemerintah daerah.
Kata Kunci: Strategi komunikasi, podcast, Media sebagai penyebaran Informasi

ABSTRACT

This study aims to explain the communication strategy of Wika TV Podcast in Mojokerto Regency, developed by the Department of Communication and Informatics as a medium for disseminating local government work programs. The research focuses on the implementation of the Cutlip and Center communication planning model, which includes the stages of fact-finding, planning, communication, and evaluation. A qualitative descriptive approach was employed, with data collected through in-depth interviews, direct observation, and documentation. The findings indicate that the success of Wika TV Podcast is influenced by the systematic application of communication stages. Fact-finding was conducted to identify the community's communication needs, forming the basis for strategy formulation during the planning stage. The communication stage was carried out using a humanistic approach and optimal utilization of digital media to expand audience reach. Evaluation was conducted reflectively to measure message effectiveness and identify areas for improvement. Overall, Wika TV Podcast functions not only as an information channel but also as a strategic instrument for fostering harmonious relations between the local government and the community through participatory, planned, and socially adaptive public communication practices. These findings contribute theoretically to the development of public communication studies and provide practical benefits for the strategic management of government digital media.

Keywords: Communication strategy, podcast, media for information dissemination

PENDAHULUAN

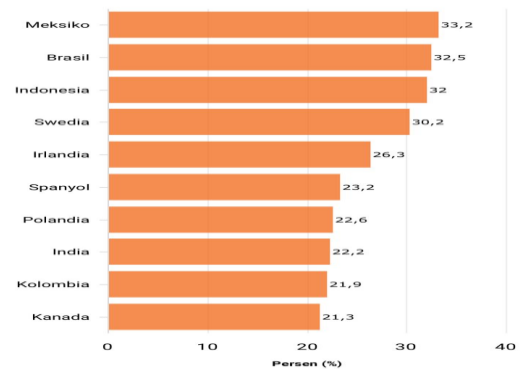
Penggunaan media tentu saja dimaksudkan sebagai alat untuk menyampaikan pesan dengan baik tanpa memerlukan kontak pribadi secara langsung. Terutama ketika mengirimkan informasi kepada sejumlah orang yang tidak ditentukan, oleh karena itu, penggunaan media yang dapat menyebarkan informasi melalui penyebaran merupakan langkah yang tepat dan efektif. Radio dulunya merupakan media komunikasi yang umum digunakan dalam bentuk audio, namun dengan munculnya media digital mulai menggantikan radio. Informasi memiliki masa simpan yang terbatas sebelum munculnya media digital modern. Pendengar tidak dapat memutar ulang acara yang mereka dengar di radio karena mereka hanya dapat mendengarnya saat disiarkan. Namun, seiring dengan perubahan teknologi dan zaman, masyarakat mulai menggunakan media digital sebagai salah satu cara untuk mendapatkan ilmu.

Salah satu jenis media massa yang digunakan untuk menyebarkan informasi adalah *podcast*. Informasi, seperti yang dijelaskan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), merupakan pesan yang menyampaikan atau mengomunikasikan makna. Secara umum *podcast* adalah informasi dianggap berkualitas jika memenuhi tiga kriteria utama: akurasi, keterkiniandan relevansi.

Berbeda dengan radio, podcast adalah jenis penyebaran informasi publik yang dapat diakses dengan mudah dan bebas oleh pendengar. Pernyataan di pertegas oleh (Radika, 2020), karena podcast sesuai permintaan, pendengar dapat mengaksesnya dari mana saja kapan saja. Kemudian menurut (Markman & Sawyer, 2014a) mencatat bahwa podcast menawarkan fleksibilitas yang unik dalam konsumsi konten, memungkinkan audiens untuk mendengarkan kapan saja dan di mana saja.

(Markman & Sawyer, 2014) mencatat bahwa podcast menawarkan fleksibilitas yang unik dalam konsumsi konten, memungkinkan audiens untuk mendengarkan kapan saja dan di mana saja. (Berry, 2016) menyatakan bahwa podcast menyediakan cara baru bagi organisasi untuk membangun hubungan dengan publik melalui narasi yang menarik dan konten yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan audiens. Mengutip data GobaWebindex (GWI),

presentase pendengar podcast di Indonesia menjadi yang terbesar kedua di dunia per kuartal III 2021.



Sumber: (Pahlevi, 2022)

Belakangan ini, *podcast* juga merujuk pada materi dalam bentuk video. Oleh karena itu, definisi *podcast* dapat merujuk pada *podcast* audio atau *podcast* video. Apple sendiri mendefinisikan podcast sebagai siaran audio dan video yang tersedia di Internet untuk diputar di perangkat portable atau computer seperti *iPad*, *iPod*, atau *Mac*. Bahwasannya istilah *podcast* didefinisikan sebagai materi audio atau video yang tersedia di internet yang dapat ditransfer secara otomatis ke computer atau pemutar media portable, baik gratis atau dengan berlangganan. McDonald's mulai menggunakan podcast sebagai sarana komunikasi informasional, baik untuk merevitalisasi merek mereka, untuk menginspirasi dan menggairahkan audiens mereka, atau sebagai alat dalam kampanye pemasaran yang melengkapi tujuan podcast. Podcast adalah alat lain yang digunakan oleh bisnis Indonesia seperti Tokopedia untuk menyebarkan informasi.

Untuk penggunaan podcast sebagai salah satu media komunikasi publik di Indonesia bisa kita lihat dari beragam institusi yang kini memanfaatkannya. Mulai dari kementerian dan dinas Pemerintahan yang menjadikan podcast sebagai saluran resmi untuk mensosialisasikan program dan kebijakan publik agar diketahui masyarakat luas. Begitu pula dengan para politisi dan partai politik yang menggunakan podcast sebagai konten kampanye yang bisa menyebar cepat dan mudah diakses pemilih khususnya

kalangan milenial. Lalu organisasi non profit juga tak ketinggalan, podcast kini jadi konten andalan mereka dalam mengedukasi isu-isu social dan lingkungan yang sedang ramai diperbincangkan. Jadi, podcast kini betul-betul sudah menjadi alternative media komunikasi publik populer dengan pengguna yang beragam di Indonesia. Menurut Erliana Hasan, komunikasi pemerintah dapat diartikan sebagai proses penyebaran konsep, program, dan gagasan pemerintah kepada masyarakat guna memenuhi tujuan negara. Fungsi masyarakat sebagai komunikator dan pemerintah sebagai komunikator menjadi vital dalam situasi ini. Pemerintah bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi yang baik di antara masyarakat.

Munculnya podcast, yang saat ini diminta publik, merupakan bukti evolusi media baru. Podcast mulai muncul di dunia penyiaran Indonesia sebagai media baru, khususnya dalam bentuk konten audio. Podcast menyediakan konten audio menarik yang lebih panjang daripada radio di era digital. Podcast berfungsi sebagai alternatif yang membangkitkan daya tarik konten audio daripada menggantikan radio. Meskipun hanya berbentuk audio, podcast tetap berhasil menarik perhatian sebagian kalangan yang lebih menikmati format ini.

Podcast sebagai medium komunikasi digital hasil rekayasa teknologi mutakhir kini tengah mengalami perkembangan fenomenal di tengah masyarakat. Banyak studi dan pengamatan akademisi menyimpulkan popularitas *podcast* yang begitu melesat dalam beberapa tahun terakhir tak lepas dari tingkat adopsi yang massif dan antusiasme publik dalam menggunakannya. *Podcast* digandrungi karena dinilai lebih praktis, interaktif dan menghibur. Kelompok masyarakat digital native seperti generasi millennial dan gen Z bahkan sangat familiar dengan *podcast*. Kondisi ini menempatkan *podcast* bukan sekedar sebagai media komunikasi baru, namun sekaligus berpotensi menjadi alat yang menjadi berbagai kepentingan komunikasi masa kini dan masa depan, sekaligus memperkaya ragam platform media interaktif hasil perkembangan teknologi

mutakhir yang semakin memanjakan preferensi khalayak era digital ini.

Saat ini, tata tertib pemerintah dalam melaksanakan pelayanan publik terus mengubah secara signifikan penilaian terhadap mereka yang tergolong baik atau puas, atau sebaliknya. Pada kenyataannya, proses perancangan ulang layanan publik yang sebelumnya dianggap terutama berbasis teknologi melibatkan struktur komunikasi antara lembaga pemerintah dan masyarakat umum. Akibatnya, para pelaku dan penyedia layanan publik harus menuntut agar pelayanan publik ditransformasikan, tidak hanya untuk meningkatkan citra lembaga tetapi juga untuk mengimplementasikan layanan komunikasi dan informasi yang populer dengan sebutan humas.

Public relations (PR), atau sederhananya Hubungan Masyarakat (Humas), adalah konsep yang terkenal di semua institusi politik, pendidikan, dan perusahaan. Karena PR merupakan salah satu taktik yang digunakan untuk membentuk citra perusahaan, baik secara positif maupun negatif, Humas memainkan peran penting dalam setiap organisasi. Humas biasanya memainkan peran yang luas dalam membentuk citra sebuah institusi. Salah satu tugas humas dalam organisasi pemerintah adalah mengawasi layanan informasi publik dan menindaklanjutinya melalui inisiatif komunikasi yang berbeda. Hal ini dilakukan dengan berupaya menjaga dan meningkatkan reputasi, citra, persepsi, dan dukungan lembaga komunal yang konstruktif. Untuk mencapai layanan informasi ini, pemerintah membuat informasi publik dapat diakses oleh masyarakat umum melalui media yang disetujui, seperti podcast. Pelaksana dan pengelola komunikasi informasi di instansi pemerintah menggambarkan humas sebagai komunikator untuk mengkarakterisasi kinerja pemerintah dan instansi atau unit teknis pelayanan public (Rumra, 2014).

Media sosial telah menjadi instrumen penting bagi Humas Pemerintah dalam menjalankan fungsinya, terutama dalam hal penyampaian informasi kebijakan dan program pemerintah kepada masyarakat. Dengan jangkauan yang luas dan kemampuan untuk

berinteraksi secara langsung, media sosial memungkinkan Humas Pemerintah untuk menginformasikan kebijakan yang akan diterapkan dengan cepat dan efisien. Selain itu, platform ini memfasilitasi komunikasi dua arah, di mana masyarakat dapat menyampaikan aspirasi, kritik, dan saran secara langsung kepada pemerintah, meningkatkan partisipasi publik dalam pembangunan dan pengambilan keputusan.

Dalam konteks transparansi dan akuntabilitas, media sosial memberikan ruang bagi Humas Pemerintah untuk menunjukkan kinerja dan realisasi program pemerintah secara terbuka kepada publik. Dengan menggunakan media sosial, informasi mengenai kegiatan, keberhasilan, dan juga tantangan yang dihadapi oleh pemerintah dapat disampaikan secara real-time, mengurangi ruang gerak untuk spekulasi atau disinformasi. Hal ini sesuai dengan prinsip-prinsip pelayanan publik yang mengharuskan pemerintah untuk jujur dan transparan dalam komunikasi mereka dengan masyarakat.

Selain sebagai alat penyampaian informasi, media sosial juga berfungsi sebagai sarana manajemen krisis bagi Humas Pemerintah. Dalam situasi krisis, respons yang cepat dan informasi yang akurat sangat penting. Media sosial memungkinkan penyebaran informasi yang cepat untuk menenangkan masyarakat, memberikan instruksi, atau mengoreksi informasi yang salah beredar. Ini juga memungkinkan Humas untuk memantau sentimen publik terhadap krisis dan menyesuaikan strategi komunikasi sesuai dengan kebutuhan yang muncul.

Menurut data lapangan, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Mojokerto melihat peluang dan semakin populernya media podcast, sehingga mempekerjakan Wika Tv, sebuah podcast, sebagai media penyebaran informasi. Dengan itu, pemerintah berharap dapat menjangkau pendengar saat ini dengan menerapkan perubahan inovasi, beralih dari radio ke podcast sebagai sarana penyebaran informasi. Tanpa diragukan lagi, penemuan ini tidak lepas dari kebijakan pimpinan. Koordinator humas Dinas

komunikasi dan informatika Kabupaten Mojokerto memberikan pedoman untuk mulai menggunakan media baru yang mudah diakses untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat umum setiap saat dan dari lokasi mana pun. Sementara sebagian besar podcast resmi diproduksi oleh pegawai pemerintah, podcast Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Mojokerto bekerja sama dengan sejumlah perguruan tinggi atau Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) untuk mengawasi proses podcasting.



Sumber : Diskominfo Kabupaten Mojokerto

Namun, mengundang orang untuk mendengarkan konten pemerintah yang memuat informasi tentang program ketenagakerjaan tidak selalu mudah. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Mojokerto berupaya melakukan sejumlah tindakan untuk memastikan keakuratan informasi saat disebarkan. Koordinator Humas Kabupaten Mojokerto bertanggung jawab, diantaranya adalah (1) memastikan informasi sampai ke masyarakat, termasuk penerapan konsep secara cermat, mulai dari masalah persyaratan teknis, metode, dan gaya penyampaian narasumber, (2) mengubah podcast ke dalam format dalam bentuk video untuk dilihat di Youtube, dan (3) mengundang orang-orang yang bersangkutan dengan kemajuan Kabupaten Mojokerto seperti mengundang seluruh OPD Kabupaten

Mojokerto, tokoh desa, influencer dan generasi muda yang menginspirasi.

Masih sedikit podcast yang membahas program aksi pemerintah. Sehubungan dengan hal tersebut, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Mojokerto memulai podcast di aplikasi YouTube bernama Wika Tv. Dengan berbagi konten terkait pemerintahan dengan Bupati, lurah di daerahnya masing-masing, dan program kerja dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Mojokerto, acara mulai terbentuk. Salah satu contoh dari podcast Wika Tv dengan konten berjudul “Kesehatan Mental di Kalangan Millenial” telah dilihat oleh 481 orang yang menunjukkan minat dan partisipasi dari masyarakat Kabupaten Mojokerto dalam mengakses informasi melalui platform tersebut.



Sumber : Youtube Wika Tv

Ruang lingkup humas, khususnya di entitas Pemerintah Kabupaten Mojokerto, yang sangat krusial dalam menjembatani kesenjangan antara kebijakan pemerintah dan tuntutan informasi masyarakat, selaras dengan kerangka kerja ini. Wajar saja, organisasi pemerintah membutuhkan humas sebagai fasilitator dan komunikator yang dapat menjelaskan maksud dan tujuan pelayanan publik yang diselenggarakan pemerintah. Cutlip, Center, dan Broom (2010) mencatat bahwa humas berfungsi sebagai mediator utama dalam mengkomunikasikan informasi kebijakan publik, memastikan bahwa pesan yang disampaikan relevan dan mudah dipahami oleh masyarakat. (Heath, 2013) memperkuat pandangan ini dengan menyebutkan bahwa humas harus mampu mengelola komunikasi dua

arah yang terbuka, yang tidak hanya menyebarkan informasi tetapi juga mendengarkan dan merespon kebutuhan serta kekhawatiran masyarakat.

Pemerintah Kabupaten Mojokerto memiliki sejumlah Peraturan daerah dan kebijakan local terkait tata kelola dan standarisasi penggunaan media penyiaran serta penyebaran informasi publik di lingkup wilayahnya. Hal ini terlihat pada (Bupati Mojokerto, 2019) yang secara spesifik mengatur pedoman pemberitaan dan distribusi informasi dari Pemerintah Kabupaten sendiri ke publik. Lalu ada (Pemerintah Daerah Kabupaten Mojokerto, 2016) yang membuat regulasi penyelenggaraan lembaga-lembaga penyiaran seperti radio dan TV swasta beserta kerja samanya dengan Pemkab Mojokerto. Tak hanya itu, pemerintah setempat juga punya panduan resmi terkait pengelolaan konten dan penyajian informasi di situs web (Pemerintah Kabupaten Mojokerto, 2023) yakni www.mojokerto.go.id yang tertuang dalam Peraturan Bupati Nomor 86 Tahun 2017 Mojokerto sebagai bagian Jawa Timur, juga tak lepas dari keanggotaannya di Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum (JDIH) daerah yang memformalkan system dokumentasi hukum termasuk terkait media massa. Jadi Mojokerto cukup progresif dalam menyusun berbagai kebijakan local seputar standarisasi media.

Salah satu strategi humas di Kabupaten Mojokerto adalah menanamkan dan mempertahankan kepercayaan publik sebagai dasar untuk menjaga citra positif pemerintah. Namun, karena hal itu mempengaruhi reputasi pemerintah, citra baik yang telah dibangun harus dipertahankan. Akan sulit bagi pemerintah untuk membangun kembali kepercayaan publik setelah dirusak oleh reputasi yang buruk. (Coombs, 2007) menyoroti bahwa kepercayaan publik merupakan elemen vital dalam manajemen reputasi, di mana kerusakan pada reputasi dapat menimbulkan dampak jangka panjang pada kepercayaan publik. Teknologi informasi saat ini digunakan untuk mendobrak hambatan organisasi internal dan eksternal, terutama yang terdapat di instansi pemerintah. Menanggapi

perkembangan zaman yang mungkin memerlukan terwujudnya pelayanan publik kelas satu bagi masyarakat, pemanfaatan teknologi informasi di lembaga pemerintahan diantisipasi dapat menjadi landasan untuk menghidupkan kembali pelaksanaan tugas dan fungsi yang berkaitan dengan pengelolaan kebijakan dan penyediaan pelayanan yang berkualitas.

Penelitian yang relevan dilakukan oleh (Santhia & Soedarsono, 2022) dengan judul “Peran *Podcast* Sebagai Media Penyebaran Informasi Program Kerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung” pada tahun 2022, mengutip tingginya minat masyarakat terhadap *podcast* sebagai alasan mengapa Dinas Komunikasi dan Informatika Bandung memilihnya sebagai media program kerja diseminasi informasi. *Podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Bandung didengarkan oleh masyarakat yang ingin mengetahui informasi terkini dan program kerja Dinas Komunikasi dan Informatika Bandung dan Pemkot Bandung, sesuai dengan hasil sosialisasi tersebut. Selain itu, penelitian dengan judul “*Podcast Your City : A Grant Proposal for Using Podcast as Community Engagement and Public Communication Platform for Global Government*” (UC Berkeley, 2020) membahas mengenai model bagaimana pemerintah kota bisa memanfaatkan *podcast* sebagai sarana keterlibatan warga dan komunikasi publik dua arah dengan konstituen.

Tanggung jawab dan fungsi humas sangat strategis dalam mengelola kelompok masyarakat atau perseorangan yang perlu dilayani dengan berbagai kepentingan, sesuai dengan temuan kajian teori dan gagasan humas. Akibatnya, departemen Humas lembaga pemerintah perlu memiliki pola kinerja dan pendekatan unik untuk mencapai kinerja humas, khususnya dalam kaitannya dengan pertumbuhan komunikasi dan Sekarang kita telah memasuki generasi keempat (4.0) teknologi informasi., itu sangat penting. Cara teknologi informasi digunakan telah berkembang karena kemajuan teknologi, yang telah meningkatkan daya saing organisasi selain

kemanjuran dan efisiensinya (Sedarmayanti, 2018).

Menurut pra-survei, data rata-rata menunjukkan bahwa masyarakat selalu menilai humas di lembaga pemerintah secara negatif karena kurang proaktif, sensitif, dan berpengetahuan dalam memenuhi tuntutan informasi masyarakat. Kedudukan sumber daya manusia di bidang kehumasan perlu diperbaiki dan diselaraskan kembali agar dapat memenuhi maksud dan fungsi kehumasan di lembaga pemerintahan dalam menghadapi masa "perang" yang kompetitif. Berdasarkan pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman humas, informasi menjadi semakin tidak terbatas. Lebih jauh, humas pemerintah di daerah (kabupaten/kota) seharusnya tidak lagi hanya menjadi juru bicara (pemancar informasi) bagi organisasi dan pimpinan operasi reguler pemerintah, juga tidak boleh terus membela dan "menghilangkan" keburukan dan rasa malu pemerintah dari kritik publik (Mulyana, 2016). Namun, masyarakat semakin melek dalam hal bagaimana menciptakan, memperoleh, mengatur, dan menyebarluaskan pengetahuan dari berbagai platform media dan saluran komunikasi yang sudah dapat diakses, khususnya media jejaring sosial (Rahman & Sjoraida, 2017).

Mengingat konteks di atas, humas dalam organisasi pemerintah yang menghadapi tantangan revolusi industri keempat harus menangani komunikasi dan informasi dengan berbagai kepentingan publik untuk melayani dan mengelola akses dan aspirasi publik secara profesional dan proporsional. Dalam menghadapi pertumbuhan masyarakat pada masa Revolusi Industri 4.0, diperlukan penelitian untuk mendeskripsikan dan menjelaskan komunikasi pemerintah yang dilakukan oleh humas pemerintah kota / kabupaten dengan menggunakan media digital, khususnya dalam penggunaan media sosial *podcast*.

Meskipun *podcast* semakin populer, tidak banyak yang membahas program aksi pemerintah. Sehubungan dengan hal tersebut, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Mojokerto memulai *podcast* di aplikasi YouTube bernama Wika Tv. Dengan berbagi konten

terkait pemerintahan dengan Bupati, lurah di daerahnya masing-masing, dan program kerja dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Mojokerto, acara mulai terbentuk.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai pemanfaatan Podcast Wika TV sebagai media penyebaran informasi program kerja Pemerintah Kabupaten Mojokerto. Lokasi penelitian ditentukan secara purposif di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Mojokerto pada Mei–Juni 2024, dengan informan yang terdiri atas pihak internal (Kasie Media, produser, host, dan staf humas) serta pihak eksternal (pendengar dari kalangan ibu rumah tangga, guru, dan mahasiswa) yang dipilih melalui teknik purposive sampling berdasarkan relevansi pengalaman dan pengetahuan mereka. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan observasi partisipatif terhadap proses produksi serta distribusi podcast, sedangkan data sekunder bersumber dari dokumen resmi, laporan, notulensi rapat, arsip kegiatan, dan publikasi media yang relevan. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman, meliputi tahap reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan, dengan penerapan triangulasi sumber dan metode untuk meningkatkan validitas dan kredibilitas temuan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menghasilkan gambaran yang komprehensif, kontekstual, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menjalankan tugas pembantuan salah satunya di Bidang Komunikasi dan Informasi Publik, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Mojokerto mempunyai media social untuk menyebarkan informasi hal ini dijelaskan oleh Kasie Media/JFU Humas dalam wawancara “Diskominfo Kabupaten Mojokerto mempunyai akun resmi media social seperti Web, Youtube, Facebook, TikTok dan Instagram untuk menyebarkan

informasi.”(Kasie Media/JFU Humas). Sesuai dengan keterangan Kasie Media/JFU Humas.

History program Podcast WikaTV diawali dari situasi darurat pada infrastruktur radio milik pemerintah daerah yang berlokasi di Pacet. Pak Angga menyampaikan bahwa kondisi fisik studio sudah tidak layak digunakan dan keberadaannya sudah tidak strategis secara visual maupun fungsi. Ia menjelaskan:

“Yang pertama, di staff yang posisinya radio yang ada di Pacet Kabupaten Mojokerto itu sudah tidak layak untuk dipakai. Yang kedua, keadaannya sudah tidak memungkinkan...” (Bpk. Angga, Kepala JFu/Humas)

Kondisi ini memunculkan kekhawatiran akan pemutusan hubungan kerja para penyiar. Sebagai respons, Pak Angga bersama Mas Khilmi merancang alternatif baru dengan memindahkan aktivitas siaran ke Diskominfo dan menyarankan pembentukan studio podcast sebagai solusi kreatif. Ide tersebut disambut baik oleh Kepala Diskominfo saat itu, Jazuli, yang menyediakan ruang khusus untuk pembangunan studio podcast. Langkah ini tidak hanya menjadi penyelamat lapangan kerja, tetapi juga menjadi titik awal lahirnya Podcast WikaTV.

“Saya menyarankan untuk dibuat studio Podcast atau studio radio... akhirnya saat itu tahun 2020 itu sudah dibangun studio...” (Bpk. Angga, Kepala JFu/Humas).

Tujuan utama podcast ini adalah sebagai kanal diseminasi informasi sekaligus penangkal hoaks yang marak terjadi di masyarakat. Podcast WikaTV mengedepankan pendekatan langsung dari narasumber terpercaya sebagai bentuk klarifikasi isu-isu publik.

“Podcast ini untuk diseminasi informasi... karena banyak sekali berita hoax... kita memanggil narasumber yang terkait untuk diwawancarai... jadi kita menjadi penengah tentang isu tersebut.” (Bpk. Angga, Kepala JFu/Humas)

Dalam jangka pendek, program ini dimaksudkan sebagai alternatif siaran yang lebih relevan di era digital. Sedangkan dalam jangka panjang, diharapkan menjadi kanal komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat.

“Podcast ini diharapkan dapat menjadi alternative siaran yang lebih relevan di era digital dalam jangka pendek, serta menjadi kanal komunikasi dua arah yang efektif antara pemerintah dan masyarakat dalam jangka panjang.” (Bpk. Angga, Kepala JFu/Humas).

Dalam pelaksanaan program Podcast

Wika TV, proses perencanaan tema dan pengumpulan materi diskusi dilakukan dengan pendekatan yang terstruktur dan melibatkan kerja sama antarlembaga. Tahapan ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga strategis karena menuntut keterlibatan aktif dari berbagai pemangku kepentingan, khususnya Organisasi Perangkat Daerah (OPD) atau institusi yang relevan dengan topik yang akan dibahas. Tim produksi podcast secara konsisten membangun komunikasi awal dengan pihak terkait sebelum proses produksi dimulai.

"Kalau format itu kayaknya ada biasanya kita berhubungan dulu sama instansi/OPDnya mereka akan mengangkat tema apa hari itu nanti kita sesuaikan daftar pertanyaan tema yang diangkat nanti itu apa misalnya OPD itu maunya promosi tentang kesehatan atau apa itu nanti bisa dibicarakan. Biasanya H-1 sebelum podcast berlangsung kita sudah konfirmasi ke OPD atau instansi yang bersangkutan nanti ditanyai bahas tentang apa, temanya apa, nanti kita bisa melempar pertanyaan ke masyarakat. Masing-masing dari OPD ada yang terbaru ada yang lagi happening misalnya ada dari KB dari BKKBN itu misalnya apa sih yang di permasalahkan di akhir-akhir ini atau yang lagi happening itu di florkan kayak ada apa remaja itu kurang apa atau butuh apa. Tapi kayak yang kurang relevan pun itu juga ada biasanya ada kalangan dari ibu-ibu biasanya ada yang melihat podcastnya kita." (Bu Veny, Staff Humas).

Dialog ini menjadi langkah awal penting untuk menyelaraskan tema yang akan diangkat dengan misi informasi yang ingin disampaikan oleh instansi bersangkutan. Kolaborasi ini mencerminkan prinsip komunikasi publik yang partisipatif, di mana setiap episode podcast disusun berdasarkan kebutuhan informasi aktual, kepentingan lembaga, serta relevansi isu dengan masyarakat luas. Dengan demikian, perencanaan konten tidak dilakukan secara sepihak, melainkan sebagai hasil dari koordinasi lintas sektor yang memastikan pesan yang disampaikan bersifat informatif, tepat sasaran, dan mendukung keterbukaan informasi publik.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan strategi komunikasi Podcast Wika Tv dengan menggunakan model perencanaan komunikasi. Penelitian ini menggunakan Model Perencanaan Komunikasi Cultip dan Center yang merupakan kerangka konseptual yang dirancang untuk membantu perencanaan

komunikasi dalam menyusun strategi yang terarah, sistematis, dan berorientasi hasil. Model ini dikembangkan oleh Scott M. Cultip dan Allen H. Center, dua tokoh terkemuka dalam bidang public relations dan komunikasi strategis. Dalam konteks penelitian dan praktik komunikasi modern, model ini sering digunakan sebagai acuan dalam merancang komunikasi yang tidak hanya bersifat reaktif, tetapi juga proaktif dan terencana dengan baik.

Menurut (Hafied Cangara, 2013), model ini sangat menekankan pentingnya perencanaan komunikasi yang dilakukan berdasarkan data yang akurat dan relevan. Proses komunikasi tidak dianggap sebagai kegiatan spontan atau serampangan, melainkan sebagai rangkaian langkah yang harus dilalui secara berurutan dan logis. Dimulai dari pemahaman terhadap situasi, permasalahan, dan kebutuhan komunikasi yang dihadapi oleh sebuah organisasi atau lembaga, perencanaan yang efektif akan lahir dari penggalan fakta dan kondisi lapangan yang objektif.

Dalam pendekatan ini, komunikasi tidak hanya dilihat sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan, tetapi lebih jauh merupakan alat strategis untuk mencapai tujuan tertentu. Oleh karena itu, pesan yang disampaikan harus disesuaikan dengan karakteristik audiens sasaran, media yang digunakan harus tepat, waktu pelaksanaan harus dipertimbangkan, dan pihak-pihak yang terlibat harus memiliki peran yang jelas.

Model ini juga sangat menekankan pentingnya sinergi antara unsur internal organisasi dengan lingkungan eksternal. Artinya, komunikasi yang dirancang tidak hanya berfokus pada apa yang ingin disampaikan oleh organisasi, tetapi juga harus mempertimbangkan bagaimana pesan tersebut akan diterima, ditafsirkan, dan direspon oleh publik. Dalam hal ini, komunikasi menjadi instrumen yang menjembatani antara tujuan organisasi dengan kebutuhan, harapan, dan persepsi masyarakat.

Keunggulan dari model ini adalah kemampuannya dalam menggambarkan siklus komunikasi secara menyeluruh dari proses awal hingga tahap akhir. Dalam implementasinya, pendekatan ini memungkinkan dilakukannya pengukuran terhadap efektivitas pesan yang disampaikan, termasuk apakah tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya berhasil dicapai. Hal ini sangat penting dalam dunia komunikasi strategis, karena program komunikasi harus dapat diukur hasilnya secara kuantitatif maupun

kualitatif.

Penemuan Fakta (Fact Finding)

Tahap awal dalam model perencanaan komunikasi strategis menurut Cutlip dan Center yang dikembangkan oleh Hafied Cangara (2013) adalah penemuan fakta (*fact finding*), yaitu proses pengumpulan informasi yang komprehensif dan objektif mengenai kondisi komunikasi yang sedang berlangsung. Tahapan ini menjadi fondasi utama dalam merancang strategi komunikasi yang relevan, sebab dari sinilah diperoleh pemahaman utuh tentang “apa yang sebenarnya sedang terjadi” dalam hubungan antara lembaga dan publiknya. Dalam konteks penelitian ini, proses *fact finding* dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan telaah dokumen, yang melibatkan informan internal Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Mojokerto—seperti Kasie Media, host, produser, dan staf humas—serta informan eksternal dari kalangan guru, mahasiswa, dan ibu rumah tangga. Hasil awal menunjukkan bahwa Podcast Wika TV berfungsi sebagai kanal komunikasi informal yang santai namun informatif, dirancang untuk mendekatkan program kerja pemerintah kepada masyarakat dengan bahasa yang ringan, melibatkan influencer lokal, dan memanfaatkan media sosial seperti YouTube dan Instagram sebagai saluran distribusi utama.

Temuan lapangan mengungkap bahwa masyarakat menilai podcast ini sebagai inovasi komunikasi yang efektif, mampu menghadirkan informasi pemerintahan dalam format visual-audio yang menarik, santai, namun tetap substansial. Gaya penyampaian yang inklusif memungkinkan podcast ini menjangkau berbagai segmen, mulai dari generasi muda hingga ibu rumah tangga, sesuai pandangan McQuail (2010) bahwa keberhasilan media publik sangat dipengaruhi oleh kemampuan beradaptasi terhadap keragaman audiens. Aspek teknis seperti kualitas audio, pencahayaan, dan penyuntingan visual menjadi perhatian produser, selaras dengan model komunikasi Lasswell yang menekankan pentingnya efektivitas saluran. Selain itu, keberadaan podcast melengkapi saluran komunikasi konvensional seperti siaran pers dan media sosial, sehingga memperluas jangkauan dan engagement publik sebagaimana direkomendasikan dalam penelitian Sinabariba (2023) dan Hidayati (2021a) tentang praktik komunikasi publik inovatif pascapandemi.

Berdasarkan keseluruhan proses *fact finding*, dapat disimpulkan bahwa Podcast Wika TV memiliki dukungan publik yang tinggi serta berperan strategis dalam membangun kedekatan emosional, memperkuat transparansi, dan meningkatkan keterbukaan informasi pemerintah daerah. Strategi komunikasi berbasis podcast ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya (Yuningsih, 2022; Ricko & Junaidi, 2019; Azhani et al., 2025) yang menegaskan bahwa keberhasilan podcast publik bergantung pada relevansi konten, keterlibatan emosional, dan kesesuaian gaya komunikasi dengan karakteristik audiens. Dengan demikian, tahapan *fact finding* terbukti krusial dalam memastikan bahwa perencanaan komunikasi pemerintah bersifat tepat sasaran, kontekstual, dan berkelanjutan.

Perencanaan (Planning)

Perencanaan merupakan tahap krusial dalam komunikasi strategis yang bertujuan mengatur sumber daya, waktu, dan strategi secara sistematis guna mencapai tujuan komunikasi efektif. Pada Podcast Wika TV yang dikelola Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Mojokerto, perencanaan mencerminkan sinergi unsur kreatif, teknis, dan administratif dengan mempertimbangkan kebutuhan informasi publik yang aktual dan relevan. Proses ini diawali identifikasi kebutuhan komunikasi masyarakat dan program kerja pemerintah, sebagaimana disampaikan Dhimas Shangga Wijaya bahwa podcast dirancang bukan sekadar mengikuti tren, melainkan memenuhi kebutuhan komunikasi dua arah yang santai namun informatif. Dari sisi teknis, host Ferry Prasetya menekankan kesiapan mental dan adaptasi terhadap narasumber, selaras dengan teori Cutlip & Center yang menekankan fleksibilitas dalam implementasi. Penentuan topik melalui koordinasi dengan OPD, seperti dijelaskan Veny, mencerminkan prinsip komunikasi publik partisipatif yang melibatkan dialog antarlembaga dan masyarakat.

Proses perencanaan juga dijalankan melalui mekanisme birokrasi yang terstruktur namun tetap adaptif, sebagaimana diungkap produser Pak Agam bahwa tema ditentukan pejabat berwenang H-1 sebelum tayang, disertai koordinasi terkait waktu, durasi, dan data pendukung. Pendekatan ini sesuai pandangan Silaban et al. (2020) dan Nuran et al. (2024) bahwa podcast pemerintah harus memiliki

prosedur formal tetapi fleksibel agar konten tetap relevan dan kredibel. Dari perspektif audiens, seperti Aderia, Dea, dan Bu Cindy, topik yang diangkat dianggap relevan dengan isu terkini, membantu pemahaman publik, serta membangun kebanggaan terhadap kemajuan daerah. Hal ini menguatkan konsep Lasswell yang mencakup unsur komunikator, pesan, media, audiens, dan efek, di mana perencanaan Podcast Wika TV telah memenuhi seluruh komponen secara optimal.

Selain itu, perencanaan tidak berhenti pada penyusunan agenda, tetapi juga melibatkan evaluasi berkelanjutan setelah setiap episode sebagai dasar pengembangan strategi berikutnya. Pendekatan ini sejalan dengan temuan Hutabarat (2022) dan Hidayati (2021) yang menegaskan pentingnya podcast pemerintah sebagai kanal komunikasi digital yang autentik, engaging, dan membangun citra positif. Kombinasi perencanaan administratif, kesiapan teknis, dan keterlibatan publik menjadikan Podcast Wika TV tidak hanya sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai instrumen strategis yang adaptif terhadap perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat Mojokerto. Dengan demikian, perencanaan yang dijalankan mampu memastikan pesan publik tersampaikan secara efektif, partisipatif, dan berkelanjutan.

Komunikasi (Communication)

Komunikasi dalam Podcast Wika TV yang dikelola Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Mojokerto bersifat dialogis dan partisipatif, tidak sekadar menyampaikan informasi satu arah. Program ini dirancang untuk membangun kedekatan emosional dan intelektual dengan audiens melalui pemilihan topik yang relevan dengan kehidupan masyarakat, penggunaan bahasa ringan, serta gaya penyampaian santai namun substansial. Dhimas Shangga Wijaya menegaskan bahwa komunikasi yang dibangun harus terasa akrab dan tidak kaku, sementara Ferry Prasetya sebagai host menekankan pentingnya menciptakan suasana cair tanpa mengurangi kedalaman informasi. Pendekatan ini sejalan dengan teori komunikasi humanistik yang menempatkan audiens sebagai mitra dialog sejajar, serta didukung temuan Qudratullah & Rosniar (2021) dan Zellatifanny (2020) yang menunjukkan bahwa format dialogis dan nada percakapan dalam podcast meningkatkan kedekatan psikologis antara narasumber dan

pendengar.

Topik yang dibahas dalam podcast ditentukan melalui pengamatan tren media sosial dan masukan masyarakat, sebagaimana disampaikan Veny, yang mencerminkan penerapan model Two-Way Symmetrical Communication (Grunig & Hunt). Model ini menekankan responsivitas organisasi terhadap aspirasi publik, yang menurut Era Purike et al. (2022) dapat meningkatkan citra dan kepercayaan masyarakat. Selain itu, Nuraeni (2017) dan Fadilah et al. (2017) menegaskan bahwa gaya komunikasi interaktif dalam podcast efektif menjangkau generasi muda serta memungkinkan eksplorasi isu sosial politik secara reflektif. Respon positif dari pendengar seperti Aderia, Dea, dan Bu Cindy memperkuat efektivitas pendekatan ini, di mana bahasa yang mudah dipahami, penjelasan santai namun jelas, serta relevansi topik mendorong partisipasi dan keterikatan audiens.

Selain aspek verbal, komunikasi dalam Podcast Wika TV juga memperhatikan kekuatan visual sebagai bagian dari strategi penyampaian pesan. Pak Agam menekankan pentingnya elemen visual seperti studio yang bersih, pencahayaan hangat, dan ekspresi wajah yang menarik untuk memperkaya makna komunikasi. Pendekatan ini selaras dengan teori media richness dan channel expansion theory, yang menyatakan bahwa kekayaan unsur audio-visual meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dan memperkuat resonansi makna di benak audiens. Dengan kombinasi pendekatan dialogis, penyesuaian konten terhadap kebutuhan publik, dan pengemasan visual yang menarik, Podcast Wika TV mampu menciptakan komunikasi publik yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan, sehingga membentuk relasi harmonis antara pemerintah daerah dan masyarakat.

Evaluasi (Evaluation)

Evaluasi menjadi tahap penting dalam pelaksanaan Podcast Wika TV oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Mojokerto, karena berfungsi menilai efektivitas penyampaian informasi, jangkauan audiens, dan penguatan citra positif pemerintah daerah. Proses ini dilakukan secara holistik, meliputi evaluasi kuantitatif berbasis data digital, evaluasi kualitatif internal, serta partisipasi aktif masyarakat. Dhimas Shangga Wijaya menegaskan bahwa evaluasi berbasis metrik media social seperti jumlah tayangan, like, komentar, dan watch time menjadi acuan

perbaikan konten, sejalan dengan teori evaluasi media digital McQuail yang menekankan pentingnya audience feedback dan interaction metrics. Pendekatan ini didukung temuan Safira Triandharini et al. (2024) yang menunjukkan bahwa organisasi non-profit memanfaatkan metrik digital untuk membangun engagement dan strategi konten yang responsif terhadap audiens.

Selain evaluasi kuantitatif, tim juga menerapkan evaluasi kualitatif internal yang bersifat reflektif. Ferry Prasetya, host utama, mengungkapkan bahwa briefing pasca-tayang membahas gaya bicara, intonasi, dan ekspresi wajah, sebagai bentuk self-assessment dalam komunikasi interpersonal. Pak Agam menekankan aspek teknis seperti kejernihan audio dan kualitas pencahayaan, selaras dengan prinsip media credibility yang menyebutkan bahwa kualitas teknis memengaruhi kepercayaan audiens. Perspektif ini diperkuat studi Vinanda & Ahmad (2022) yang merekomendasikan kolaborasi antara host, tim produksi, dan audiens untuk meningkatkan kualitas produksi secara holistik. Evaluasi teknis yang konsisten memastikan pesan tersampaikan dengan baik tanpa hambatan visual atau audio yang dapat mengurangi minat penonton.

Evaluasi publik menjadi unsur penting melalui pendekatan participatory evaluation. Aderia memberi saran topik lewat komentar yang kemudian diangkat di episode berikutnya, Dea mengirim masukan melalui DM untuk menghadirkan narasumber muda, dan Bu Cindy menyoroti pentingnya keseimbangan antara gaya penyampaian ringan dan kedalaman materi. Praktik ini mencerminkan model two-way communication dan feedback loop dalam komunikasi publik, di mana audiens berperan aktif dalam membentuk arah program. Veny menegaskan bahwa semua masukan dan data evaluasi terdokumentasi dalam laporan bulanan, sesuai panduan evaluasi Cutlip, Center, dan Broom yang menekankan pentingnya dokumentasi sistematis sebagai dasar pengambilan keputusan strategis. Dengan pendekatan multi-level ini, Podcast Wika TV mampu mempertahankan relevansi, kredibilitas, dan kedekatan emosional dengan audiens, sekaligus menjadi media strategis yang adaptif bagi pemerintah daerah.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Podcast WikaTV, yang dikembangkan oleh

Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Mojokerto, hasil analisis terhadap implementasi model perencanaan komunikasi Cutlip dan Center pada Podcast WikaTV, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan media ini sebagai sarana diseminasi informasi publik dipengaruhi oleh penerapan tahapan yang sistematis dan berkesinambungan. Tahap penemuan fakta dilakukan melalui pengumpulan informasi yang komprehensif mengenai kebutuhan komunikasi masyarakat, yang kemudian dijadikan dasar dalam tahap perencanaan untuk merumuskan strategi penyampaian pesan yang relevan dan terarah.

Selanjutnya, tahap komunikasi diimplementasikan dengan pendekatan humanistik dan komunikatif, memanfaatkan media digital secara optimal untuk menjangkau audiens secara lebih luas dan intens. Terakhir, tahap evaluasi dilakukan secara reflektif dan berkelanjutan guna mengukur efektivitas komunikasi serta mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu ditingkatkan. Dengan demikian, Podcast WikaTV tidak hanya berperan sebagai media penyampai informasi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam membangun hubungan harmonis antara pemerintah dan masyarakat melalui praktik komunikasi publik yang terencana, partisipatif, dan adaptif terhadap dinamika audiens.

SARAN

Bagi Humas Pemkab Mojokerto, disarankan untuk melatih tim produksi dan tenaga kreatif agar lebih terampil dalam mengelola teknologi baru, seperti editing berbasis AI, pemanfaatan data analitik, dan strategi pemasaran konten digital, sehingga program dapat berjalan semakin optimal. Selain itu, perlu dikembangkan kemitraan strategis dengan komunitas lokal, pelaku usaha, dan lembaga pendidikan guna memperkaya konten podcast sekaligus memperluas jangkauan audiens. Evaluasi program juga sebaiknya dilakukan secara lebih terperinci, baik secara kuantitatif—melalui pengukuran engagement rate, impressions, dan views—maupun kualitatif dengan menghimpun masukan audiens melalui survei mendalam, sehingga program tetap relevan dan memberikan dampak positif.

Bagi peneliti yang akan datang, penelitian mendatang dapat membandingkan Podcast Wika TV dengan inisiatif serupa di daerah lain untuk memahami kelebihan dan kekurangan program ini dalam konteks yang

lebih luas, yang hasilnya dapat menjadi referensi pengembangan komunikasi publik di tingkat nasional. Peneliti juga dapat mengkaji dampak Podcast Wika TV terhadap peningkatan kesadaran masyarakat mengenai isu-isu lokal, partisipasi masyarakat dalam program pemerintah, serta kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi lokal, misalnya melalui promosi UMKM. Selain itu, analisis segmentasi audiens yang lebih spesifik—seperti kelompok usia tertentu, masyarakat pedesaan, atau kelompok rentan—perlu dilakukan untuk memastikan inklusivitas program.

Lebih lanjut, penelitian dapat menelaah efektivitas strategi multi-platform, yakni mengombinasikan Podcast Wika TV dengan media tradisional maupun digital lainnya, sehingga tercipta sinergi komunikasi yang lebih luas dan inklusif. Dengan pengembangan rekomendasi ini, komunikasi publik di Kabupaten Mojokerto diharapkan dapat semakin efektif dan inovatif, sementara penelitian lanjutan di bidang ini dapat memberikan kontribusi penting bagi transformasi komunikasi publik di Indonesia secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus Gulo. (2023). Revitalisasi Budaya Di Era Digital Dan Eksplorasi Dampak Media Sosial Terhadap Dinamika Sosial-Budaya Di Tengah Masyarakat. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan (JURDIKBUD)*, 3(3), 172–184. <https://doi.org/10.55606/jurdikbud.v3i3.2655>
- Azhani, G. A., Purwanto, E., Lestari, D., Putri, M. N., & Cahyani, D. (2025). Media sebagai Agen Budaya: Podcast sebagai Sarana Edukasi dan Pelestarian Kearifan Lokal. *Indonesian Culture and Religion Issues*, 2(3), 15. <https://doi.org/10.47134/diksima.v2i3.211>
- Berry, R. (2016). Part Of The Establishment: Reflecting On 10 Years Of Podcasting As An Audio Medium. *Convergence*, 22(6), 661–671.
- Bupati Mojokerto. (2019). *Peraturan Bupati (PERBUP) Kabupaten Mojokerto Nomor 25 Tahun 2019 tentang Program Empati Anak Sebaya*. Sekretariat Daerah Kabupaten Mojokerto.
- Coombs, W. T. (2007). Protecting Organization Reputations During A Crisis: The Development And Application Of Situational Crisis Communication Theory. *Corporate Reputation Review*, 10(1), 163–176.
- Dahlia, N. (2023). UPAYA MEWUJUDKAN GOOD GOVERNANCE MELALUI COLLABORATION GOVERNANCE PADA PELAYANAN PUBLIK. *Journal of Governance Innovation*, 5(1), 61–79. <https://doi.org/10.36636/jogiv.v5i1.2274>
- Era Purike, Astriana Baiti, & Nur Azizah. (2022). SIKAP PENGGUNA MEDIA SOSIAL TERHADAP INFORMASI PUBLIK YANG DISAMPAIKAN PEMERINTAH MELALUI MEDIA DARING DAN MEDIA SOSIAL. *JURNAL RISET RUMPUN ILMU SOSIAL, POLITIK DAN HUMANIORA*, 1(1), 84–94. <https://doi.org/10.55606/jurrish.v1i1.167>
- Fadilah, E., Yudhapramesti, P., & Aristi, N. (2017). Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 1(1). <https://doi.org/10.24198/kj.v1i1.10562>
- Hafied Cangara. (2013). *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Hafied Cangara. (2013). *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Harahap, A. F. R., & Harahap, A. M. (2023). Peran digitalisasi dalam meningkatkan partisipasi publik pada pengambilan keputusan tata negara. *Jurnal EDUCATIO: Jurnal Pendidikan Indonesia*, 9(2), 769. <https://doi.org/10.29210/1202323208>
- Heath, J. (2013). *The Structure of Intergenerational Cooperation*. University of Toronto.
- Hidayati, F. R. (2021a). Komunikasi Politik dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial: A Conceptual Paper. *JURNAL LENSE MUTIARA KOMUNIKASI*, 5(2), 145–161. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i2.2385>
- Hidayati, F. R. (2021b). Komunikasi Politik dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial: A Conceptual Paper. *JURNAL LENSE MUTIARA KOMUNIKASI*, 5(2), 145–161. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i2.2385>
- Imarshan, I. (2021). POPULARITAS

- PODCAST SEBAGAI PILIHAN SUMBER INFORMASI BAGI MASYARAKAT SEJAK PANDEMI COVID-19. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 5(2), 213. <https://doi.org/10.24853/pk.5.2.213-221>
- Irwansyah, Y. H. S. (2021). THE RISE OF PODCAST IN INDONESIA The Development Of New Media Podcast As Popular Culture Of Young Generation In Indonesia. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 223–233. <https://doi.org/10.35326/medialog.v4i1.1034>
- Markman, K. M., & Sawyer, C. E. (2014a). Why Pod? Further Explorations Of The Motivations For Independent Podcasting. *Journal of Radio & Audio Media*, 21(1), 20–35.
- Markman, K. M., & Sawyer, C. E. (2014b). Why Pod? Further Explorations Of The Motivations For Independent Podcasting. *Journal of Radio & Audio Media*, 21(1), 20–35.
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Nuraeni, R. (2017). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM TUGAS JURNALISTIK. *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*, 3(1), 43. <https://doi.org/10.25124/liski.v3i1.806>
- Nuran, A. A., Gultom, F. E., & Annisa, P. S. M. (2024). ANALISIS KEBUTUHAN MEDIA PODCAST DALAM MENINGKATKAN LITERASI DIGITAL MAHASISWA. *Basastra*, 13(3), 201. <https://doi.org/10.24114/bss.v13i3.61508>
- Pahlevi, R. (2022). *Pendengar Podcast Indonesia Terbesar ke-2 di Dunia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/08/pendengar-podcast-indonesia-terbesar-ke-2-di-dunia>
- Pemerintah Daerah Kabupaten Mojokerto. (2016). *Perda Nomor 8 Tahun 2016 Penyelenggaraan Lembaga-lembaga Penyiaran*. Sekretariat Daerah Kabupaten Mojokerto.
- Pemerintah Kabupaten Mojokerto. (2023). *Situs Resmi Kabupaten Mojokerto*. www.mojokerto.go.id
- Qudratullah, & Rosniar. (2021). Etika Komunikasi Dalam Berdiskusi. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(1), 92–102. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i1.115>
- Radika, M. I. (2020). Strategi Komunikasi Podcast Dalam Mempertahankan Pendengar: (Studi Kasus dalam Podcast Do You See What I See). *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 96–106.
- Rahman, A., & Sjoraida, D. F. (2017). Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Subang Menyosialisasikan Gerakan Pembangunan Untuk Rakyat Infrastruktur Berkelanjutan. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5(2), 136–146.
- Ramadhani, J. S., Firmansyah, M. B., Wilujeng, I. T., Putri, N. N., & Nafisah, D. (2023). Pemanfaatan Podcast Spotify sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Ilmu Pendidikan (JIP) STKIP Kusuma Negara*, 14(2), 135–143. <https://doi.org/10.37640/jip.v14i2.1588>
- Ricko, R., & Junaidi, A. (2019). Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Prologia*, 3(1), 231. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6245>
- Rumra, F. (2014). Pengelolaan Informasi Publik Pada Dinas Informasi Dan Komunikasi Kabupaten Maluku Tenggara. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 18(2), 177–188.
- Safira Triandharini, Teddy Kurnia Wirakusumah, & Detta Rahmawan. (2024). Strategi Komunikasi Akun Aniesbubble di Twitter dalam Meningkatkan Engagement. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 2(4), 16–29. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i4.1194>
- Santhia, B. A., & Soedarsono, D. K. (2022). Peran Podcast Sebagai Media Penyebaran Informasi Program Kerja Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Bandung. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 45–60.
- Sedarmayanti. (2018). *Tata Kearsipan: Dengan Memanfaatkan Teknologi Modern*. Mandar Maju.
- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029–11037. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4888>

- Silaban, A. D., Amirulloh, M., & Rafianti, L. (2020). Podcast : Penyiaran Atau Layanan Konten Audio Melalui Internet (Over the Top) Berdasarkan Hukum Positif di Indonesia. *JURNAL LEGALITAS*, 13(02), 129–143. <https://doi.org/10.33756/jelta.v13i02.8325>
- Sinabariba, S. C. (2023). Eksistensi Radio: Tantangan dan Peluang di Era Digital dan Post-Pandemic COVID-19 (Sebuah Pendekatan dengan Metode Tinjauan Literatur Sistematis). *JURNAL LENSEA MUTIARA KOMUNIKASI*, 7(2), 11–23. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v7i2.4002>
- Triwijayati, A., Luciany, Y. P., Novita, Y., Sintesa, N., & Zahrudin, A. (2023). Strategi Inovasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi di Era Digital. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 306–314. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i03.564>
- UC Berkeley. (2020). *Podcast Your City : A Grant Proposal for Using Podcast as Community Engagement and Public Communication Platform for Global Government*. Universitas California.
- Vinanda, R. A., & Ahmad, N. (2022). Dinamika Proses Produksi Berita oleh Jurnalis Media Online di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Komunikasi*, 5(2), 304–323. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i2.651>
- Wahyuni, S., Arisani, G., Riani, R., & Hanipah, H. (2022). Peran Media Sosial Sebagai Upaya Promosi Kesehatan. *Jurnal Forum Kesehatan : Media Publikasi Kesehatan Ilmiah*, 11(2), 86–96. <https://doi.org/10.52263/jfk.v11i2.233>
- Yuningsih, Y. (2022). Efektivitas Implementasi Pelayanan Publik Digital: Studi Kasus Pelayanan Perpustakaan Digital Puslatbang PKASN LAN. *Jurnal Wacana Kinerja: Kajian Praktis-Akademis Kinerja Dan Administrasi Pelayanan Publik*, 25(1), 43. <https://doi.org/10.31845/jwk.v25i1.727>
- Zellatifanny, C. M. (2020). Trends in Disseminating Audio on Demand Content through Podcast: An Opportunity and Challenge in Indonesia. *Jurnal Pekommas*, 5(2), 117–132.