



ANALISIS MEDIA SIBER POLA KOMUNIKASI DAN BUDAYA KOMUNIKASI PADA KOMUNITAS THE PODCASTERS DI MEDIA SOSIAL DISCORD

Ibrahim Adnan, Dudi Iskandar
Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur
Jl. Ciledug Raya, Petukangan Utara, Jakarta Selatan, 12260. DKI Jakarta, Indonesia.
Telp: 021-585 3753 Fax: 021-585 3752.
No. HP: 0838232987552
e-mail: ibrahimadnan04@gmail.com

Naskah diterima tanggal 12 Juni 2021 direvisi tanggal 30 September 2021
disetujui tanggal 6 Oktober 2021

Abstrak

Podcast lahir sebagai new media yang berkembang di Indonesia. Podcast melahirkan potensi menjadi sebuah pekerjaan dan orang yang membuat podcast disebut *podcaster*. Potensi akan kemunculan podcast nyatanya mendesak *podcaster* membuat sebuah wadah komunitas untuk mengumpulkan orang yang tertarik akan keunikan podcast. Akhirnya dibentuklah komunitas *the podcaster* yang tertarik membuat podcast dan menyebarkan pengaruh podcast di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mempelajari pola komunikasi dan budaya komunikasi pada komunitas *the podcaster* untuk membuat dan belajar membuat podcast. Penelitian ini menggunakan metode analisis media siber dan studi netnografi untuk menilai pola komunikasi yang dihasilkan pada sosial media discord. mulai segi konten hingga menjadi tempat belajar menciptakan podcast yang dikembangkan di sosial media discord. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi dan budaya dalam membuat podcast dibedah menjadi empat level, yakni ruang media (*media space*), dokumen media (*media archive*), objek media (*media object*), dan pengalaman (*experiential stories*) menggunakan metode analisis media siber. Komunitas *the podcaster* memiliki budaya partisipasi dimana anggota komunitasnya ingin terlibat dalam percakapan. Kemudian admin memiliki hak untuk menentukan arah pembicaraan dengan membuat channel pada server komunitas *the Podcaster*. Terakhir ialah discord yang digunakan sebagai medium komunitas *the Podcaster* dapat dikatakan sebagai media yang sifatnya mass self communication yakni discord bisa mengirim dan menerima pesan yang membuat komunikasi menjadi dua arah.

Kata-kata kunci: Analisis, discord; podcasters; Komunitas; siber.

Abstract

Podcast was born as a new media that developed in Indonesia. Podcasts give birth to the potential to become a job and people who create podcasts are called podcasters. The potential for the emergence of podcasts in fact urges podcasters to create a community forum to gather people who are interested in the uniqueness of podcasts. Finally, a podcaster community was formed who was interested in making podcasts and spreading the influence of podcasts in Indonesia. The purpose of this research is to study communication patterns and communication culture in the podcaster community to create and learn to create podcasts. This study uses cyber media analysis methods and netnographic studies to assess the communication patterns generated on discord social media. From content aspect to learning to create podcasts developed on discord social media. The results show that

communication and culture in making podcasts are dissected into levels of empathy, namely media space (media space), media documents (archive media), media objects (media objects), and experiences (experiential stories) using cyber media analysis methods. The podcaster community has a participatory culture where community members want to engage in conversation. Then the admin has the right to determine the direction of the conversation by creating a channel on the Podcaster server community. Finally, disputes that are used as a Podcaster media community can be said to be media that are mass communication in nature, namely disputes can send and receive messages that make communication two-way.
Keywords: Analysis, dispute; podcasters; Community; cyber.

Pendahuluan

Canggihnya perangkat digital di era modern ini seakan menghadirkan “dunia dalam genggaman”. Sebagaimana dibahas Richard Hunter (2002) dalam Nasrullah (2006) dengan world without secrets bahwa kehadiran media baru menjadikan sesuatu yang mudah dicari dan terbuka. Media baru ini memberikan cara yang berbeda dalam bertemu audiens. Tidak seperti media konvensional yang bersifat satu arah, melalui media baru, audiens tidak lagi menerima pesan secara pasif dan memungkinkan mereka terhubung dengan jaringan yang lebih luas, dapat berinteraksi satu sama lain serta mengambil peran aktif dalam pemaknaan pesan.

Kemunculan internet merupakan sebuah momentum untuk membangkitkan kembali konten audio yang sempat tergeser. Kebangkitan ini kemudian ditandai dengan adanya berbagai media alternatif, seperti live streaming di situs radio online serta program radio yang didistribusikan melalui Youtube, media sosial, atau secara podcast. Melihat kondisi tersebut, konten audio memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan di ranah internet. Bentuk distribusi konten audio yang akhir-akhir ini tengah diminati adalah Podcast. Podcast merupakan akronim dari iPod Broadcasting yang merujuk pada perangkat Apple iPod sebagai platform distribusi podcast pertama. Secara

sederhana, podcast diartikan sebagai teknologi yang digunakan untuk mendistribusikan, menerima, dan mendengarkan konten secara on-demand yang diproduksi oleh profesional maupun radio amatir (Bonini, 2015).

Berbeda dengan radio konvensional yang melakukan siaran secara linear, podcast hadir dengan format siaran on-demand, artinya pendengar dapat menentukan sendiri waktu dan topik yang ingin didengarkan. Sebenarnya podcast telah muncul pada lebih dari satu dekade silam. Akan tetapi, saat itu podcast belum cukup diminati oleh masyarakat hingga akhirnya podcast kembali „meledak“ di Indonesia pada tahun 2018.

Kini podcast hadir setelah mengalami perkembangan dari berbagai aspek, seperti teknologi, konten, serta peluang monetisasi. Meskipun baru genap setahun podcast bermuara, pertumbuhan peminatnya cukup signifikan. Hal ini dibuktikan dengan survei Daily Social pada 2018 terhadap 2023 pengguna smartphone yang menyatakan bahwa sebesar 68% responden cukup familiar dengan keberadaan podcast dan 80% di antaranya pernah mendengarkan podcast dalam 6 bulan terakhir. Hasil ini merupakan titik awal yang baik bagi podcast untuk terus berkembang sebagai audio berbasis digital.

Fenomena kehadiran podcast

memberikan ruang bagi audiens untuk memproduksi konten yang diinginkan. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pergeseran standar dalam memproduksi sebuah konten. Pada media konvensional, seperti televisi dan radio, orang yang berhak memproduksi konten adalah orang yang telah ditunjuk atau memiliki kredibilitas sesuai dengan kebidangannya. Akan tetapi, pada fenomena podcast ini, semua orang dapat memproduksi konten sesuai dengan keinginannya sendiri. Selain itu, konten yang diproduksi juga dapat dipublikasikan secara bebas tanpa perlu khawatir adanya sensor dari lembaga penyiaran.

Pada 2017, Spotify meminta perusahaan riset Kantor TNS menyurvei pendengar radio dan podcast di Indonesia. Hasilnya mengejutkan. Hampir separuh pendengar audio, menghabiskan waktunya menyimak podcast lewat platform seperti Spotify. Saat itu, popularitas podcast sudah menyamai siaran radio-radio konvensional. Banyak data menunjukkan, podcast memang makin akrab di telinga banyak orang di pelbagai negara, terutama di kalangan milenial. Menurut survei Reuters Institute bersama University of Oxford pada 2019, lebih dari sepertiga orang segala umur di 38 negara mendengarkan podcast. Bahkan, di antara anak-anak muda – mereka yang berusia kurang dari 35 tahun – kini lebih dari separuhnya ‘tak bisa hidup’ tanpa podcast.

Hasil wawancara Katadata pada 4 Februari 2020 dengan 15 orang berusia antara 20 hingga 40 tahun juga menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap podcast. Sebanyak 93,3 persen narasumber merupakan pendengar podcast. 26,6 persen diantaranya mendengarkan podcast seminggu sekali dengan rata-rata durasi sekitar lima sampai 30 menit. Hiburan, pengetahuan dan self- improvement, serta

cerita misteri menjadi topik yang paling banyak disimak dengan persentase masing-masing sebesar 20 persen.

Berdasarkan Penelitian katadata yang menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap podcast maka membuat podcast yang merupakan hal baru di Indonesia ini menarik minat sangat banyak sehingga hadirlah komunitas komunitas untuk belajar membuat podcast. Munculnya Komunitas-komunitas di media sosial mengenai podcast didorong oleh keinginan belajar dan mengerti cara membuat podcast yang baik dan benar. Komunitas ini biasanya muncul karena adanya fasilitas ruang ekspresi itu sendiri dan kesamaan daya tarik . kebanyakan orang akan membuat grup atau komunitas di Facebook atau whatsapp namun komunitas The podcaster ini menggunakan discord dan whatsapp. Discord mungkin asing disebagian orang karena jarang sekali digunakan oleh orang umum kebanyakan digunakan di oleh gamers namun fitur discord yang memudahkan untuk ngobrol online dalam jumlah banyak serta mudah untuk menshare file menjadi pilihan komunitas the podcasters

Awalnya komunitas the *Podcaster* ini berada di media sosial whatsapp dengan nama geng podcast grup ini dibentuk pada 2 maret 2020 di media sosial whatsapp, awalnya anggota geng podcast adalah alumni kelas podcast yang diselenggarakan MULA yang ada di cilandak town square dan kelar serta ini jebolan pelatihan kaskus podcast Setelah perkembangan anggota yang makin banyak membuat admin memilih discord sebagai sarana komuniitas atau grup baru karena memudahkan komunikasi dan memudahkan jika ingin kolaborasi.

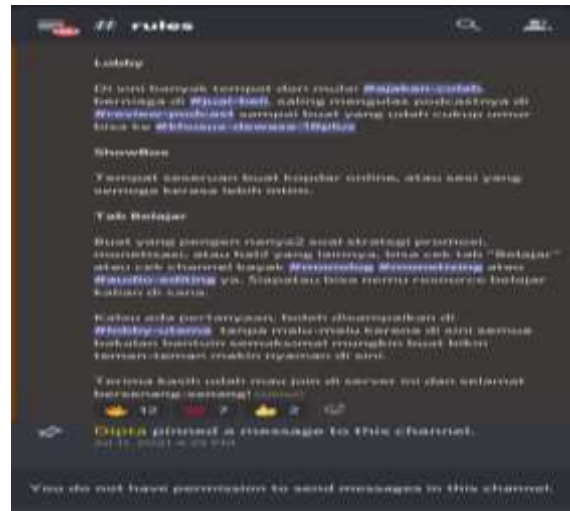


Sumber : <https://web.whatsapp.com/geng-podcast>

Gambar 1. Geng podcast

Dikarenakan anggota yang terbatas di fitur whatsapp hanya 250 orang membuat admin grup berinisiatif mencari solusi media sosial lain yang memiliki kapasitas lebih banyak dari pada whatsapp akhirnya dipililah discord. Discord mungkin asing disebagian orang karena jarang sekali digunakan oleh orang umum kebanyakan digunakan di oleh gamers namun fitur discord yang memudahkan untuk ngobrol online dalam jumlah banyak serta mudah untuk menshare file menjadi pilihan komunitas the *Podcasters*.

Discord adalah aplikasi sosial media yang sering digunakan untuk voice chat dengan sesama antar penggunanya. Discord sendiri sering digunakan untuk gamers atau pemain game online berkomunikasi dan berkordinasi. Kepopuleran discord didorong beberapa kasus seperti ngetrendnya game among us dan juga discord digunakan komunikasi oleh beberapa aplikasi belajar kripto atau sejenis koin mirip bitcoin.



Sumber :

<https://discord.com/channels/699194692604133396/767247607592255500> diakses

Gambar 2. Tampilan Discord untuk Anggota Komunitas

Discord menyediakan banyak fasilitas bagi pengguna dalam berinteraksi di dalam Server. Dalam Server, tak hanya dapat mengirim kiriman berupa tulisan saja, pengguna juga dapat membagikan kiriman berupa gambar, video, tautan pada halaman web lain hingga membagikan kiriman yang berasal dari akun discord milik orang lain atau bahkan miliknya sendiri. Tidak hanya itu, Discord juga melengkapi fasilitas grup dengan fitur membagikan data dan jajak pendapat di dalamnya.

Discord memiliki kelebihan server atau komunitasnya dengan dua bentuk kanal besar yakni text channel dan voice channel. Text channel adalah tempat komunikasi menggunakan teks. Sementara voice channel adalah tempat komunikasi menggunakan suara. *Gamers* atau pemain game online dan *youtuber* membuat komunitas di discord karena fitur yang memudahkan membagi obrolan atau sharing ini juga yang membuat komunitas the *Podcaster* memanfaatkan discord sebagai tempat atau wadah komunitasnya.

Dengan lahirnya komunitas pada discord maka lahirlah pola komunikasi

baru yang melibatkan anggota komunitas dan admin maupun komunikasi antara anggota komunitas, pola komunikasi ini membentuk sebuah realitas baru yang menjadikan komunitas the *Podcaster* ini sebagai objek penelitian yang akan diteliti pola komunikasi dan budaya yang dihasilkan dari komunitas tersebut

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan Analisa media siber. Data yang diperoleh melalui penelitian adalah data empiris yang mempunyai kriteria tertentu yaitu valid. Setiap penelitian mempunyai tujuan dan kegunaan tertentu. Peneliti menggunakan metode netnografi. Metode netnografi merupakan pendekatan baru melalui riset etnografik yang menggabungkan arsip dan interaksi secara online, membutuhkan pengamatan dan observasi, dalam bentuk pengumpulan data secara digital, analisis dan representasi riset (Kozinet, 2015)

Sementara itu, Laurensia (2017) mengutip Kozinet (2010) bahwa ada yang disebut dengan netnografi murni dan netnografi campuran. Netnografi murni dapat dilakukan jika data yang dihasilkan didapatkan melalui komunikasi yang dimediasi oleh komputer atau intreraksi lain dengan bantuan teknologi informasi atau komunikasi seperti wawancara, observasi, partisipasi, dan mengunduh data. Sedangkan, netnografi campuran dapat dilakukan ketika pengambilan data tidak hanya komunikasi yang dimediasi oleh komputer. Akan tetapi pengambilan data diperlukan dengan cara melakukan interaksi tatap muka.

Selain itu, dalam penelitian ini akan melibatkan unit analisis. Menurut Nasrullah (2015), para prinsipnya dalam

menganalisa budaya internet, memerlukan unit analisis, baik pada level mikro dan makro, sering disebut sebagai analisis media siber (AMS). Setiap level di dalam AMS memberikan gambaran kelompok atau komunitas yang ada di internet. Metode AMS ini di satu sisi mengolaborasi offline dan online ke dalam lokasi penelitian.

Di level mikro, peneliti menguraikan perangkat internet, tautan yang ada, sampai hal-hal yang bisa dilihat di permukaan. Sementara di level makro, peneliti melihat konteks yang berada dan menyebabkan teks itu muncul dan alasan yang mendorong kemunculan teks tersebut.

Dua unit analisis bisa disederhanakan dalam teks dan konteks. Level ini sebenarnya terbagi menjadi empat level, yakni ruang media (*media space*), dokumen media (*media archive*), objek media (*media object*), dan pengalaman (*experiential stories*).

Setiap level memiliki keterkaitan dan sesuatu yang tampak dalam konteks pada dasarnya berasal dari teks dan teks tersebut diolah terlebih dahulu melalui prosedur teknologi di media siber. Oleh karena itu, jika level teks bisa dianalisis dan dijadikan laporan penelitian tersendiri, dalam level konteks, objek media dan pengalaman harus pula melibatkan data-data yang ada di ruang media dan dokumen media juga (Nasrullah, 2015).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Budaya yang dihasilkan dari penelitian pada komunitas the *Podcaster* menggunakan metode netnografi atau etnografi virtual ini diharapkan mampu memberikan gambaran berupa deskripsi perangkat dan konten yang sedang dibangun atau dikembangkan. Netnografi

melihat juga bentuk media internet, kemudian apa yang dibawa dan makna yang tampak dari pesan yang disampaikan.

Penelitian ini menggunakan unit analisis atau metode yang dinamakan Metode Analisis Media Siber atau AMS yang dikembangkan oleh milik Rulli

Nasrullah. Analisis Media Siber mengungkap konsep yakni sebuah metode untuk mendeskripsikan budaya dan artefak budaya yang ada pada internet untuk memberikan deskripsi tentang mengenai komunitas virtual yang ada di dunia virtual atau internet (Nasrullah, 2014).

Tabel 1. Gambaran Umum

No	Profil the Podcaster	Keterangan
1	Link	https://discord.gg/K8sUBQZ6
2	Nama	The Podcaster
3	Logo	
4	Jumlah Anggota	180 Orang Di Whatsapp 2732 orang di discrod
5	Tema/Tujuan Komunitas	menjaring bakat baru di dunia podcast sekaligus mempersiapkan market podcast di Indonesia.
6	Tahun Terbit Komunitas	2020

Pada penelitian ini untuk bergabung dengan komunitas the *Podcaster* pada discord maka seseorang harus memiliki akun discord dahulu untuk bergabung maka pengguna discord harus memiliki undangan dari server komunitas. Namun sebelum itu pengguna discord harus membuat akun dahulu dengan mencantumkan email, memilih username dan menentukan password akun discord. Setelah itu pengguna akan menerima email dari discord untuk verifikasi email. Setelah memiliki akun discord pemilik akun diarahkan untuk melakukan setting akun pada menu my account, disini pengguna bisa mengganti

avatar atau gambar profil. Pemilik akun discord juga bisa mencantumkan sosial media lain seperti facebook, youtube dan akun podcast miliknya yang ada di spotify pada akun discord miliknya.

Dalam aplikasi discord komunitas the *Podcaster* misalnya anggotanya bisa berkontribusi dengan cara menginformasikan sesuatu atau bertanya kemudian informasi tersebut disebarkan melalui discord dari tempat si anggota atau member berada kepada anggota yang lain secara realtime. Member komunitas juga bisa ikut berbicara secara online seperti pembicaraan virtual tanpa harus ribet. sebab partisipasi aktif dari

para anggotanya serta keahlian yang dimiliki antar anggota dalam memberikan data kepada anggota yang lain. Budaya partisipatori ini sangat sejalan dengan perkembangan komunitas online dimana ada banyak peluang-peluang baru yang berkembang dalam banyak aspek dibanding perkembangannya dalam media tradisional.

Komunitas *the Podcaster* juga memiliki ruang untuk memberinya dan ruang atau ini dimanakan menggunakan hastag atau tagar. Ruangan dibagi menjadi banyak hal dan banyak tema. Seperti ruang #event ruang event adalah ruang untuk mengetahui event mengenai podcast yang sedang berlangsung dengan masuk ke channel atau ruang hastag event. Banyak event yang dishare contoh seperti kejuaran podcast namun ada juga seperti event kelas pelatihan seperti yang diselenggarakan oleh admin dengan siberkreasi yakni kelas podcast siberkreasi.

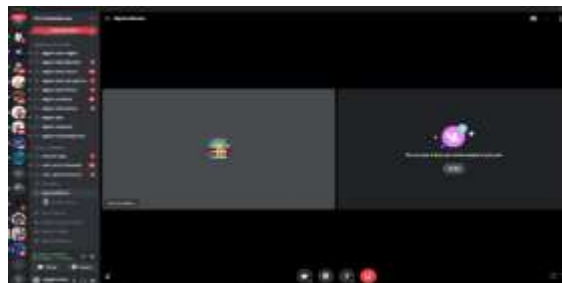
Discord membagi server atau komunitasnya dengan dua bentuk kanal besar yakni text channel dan voice channel. Text channel adalah tempat komunikasi menggunakan teks. Sementara voice channel adalah tempat komunikasi menggunakan suara. Gamers dan youtuber membuat komunitas di discord karena fitur yang memudahkan membagi obrolan atau sharing ini juga yang membuat komunitas *the Podcaster* memanfaatkan discord sebagai tempat atau wadah komunitasnya. Masing-masing kanal atau channel dibuat dengan tema sendiri Misalnya untuk perkumpulan *Podcaster* Jawa barat dibuat kanal #region-jawa-barat.



Sumber: discord.com

Gambar 3. kotak mengetik text pada discord
Kemudian pada channel voice chat

saat ini discord sudah dilengkapi fitur mirip dengan zoom meeting selain audio anggota komunitas bisa menggobrol dengan audio video.



Sumber: discord.com

Gambar 4. Fitur Voice chat didiscord i

Budaya yang ada pada server discord komunitas *the Podcaster* ialah budaya partipasi antar anggota komunitas baik admin maupun member. bahasan yang mendorong sering di bahas digrup ialah mengomentari psotingan admin atau memposting promosi podcast member grup.

Anggota komunitas *the podcast* memiliki dan membawa latar belakang, pengalaman, dan harapannya yang berbeda dalam interaksi yang dilakukan. Member atau anggota komunitas *the Podcaster* dalam berinteraksi sebagai seorang anggota organisasi atau kelompok membawa pengetahuan pada situasi yang bergantung pada perubahan berdasarkan pada pengaruh baik sumber yang didapat didalam komunitas. Member atau anggota komunitas *the Podcaster* memperoleh pemahaman bagaimana cara membuat podcast dan memiliki tempat di dalam komunitas. anggota komunitas *the Podcaster* mulai berkomunikasi dan bertindak dalam cara-cara yang mengindikasikan peran Yang kita harapkan untuk dipenuhi tiap anggota. Pengharapan akan pola perilaku dibentuk, harapan komunikasi ini dengan tujuan mendapatkan pengetahuan atau timbal balik dari sesame member atau admin. Dengan itu

maka terciptalah komunikasi dua arah dan sharing pengetahuan yang baik.

Perkembangan podcast di Indonesia melahirkan sebuah trend baru dimana podcast berperan sebagai media seperti hal youtube sehingga banyak cara untuk melakukan *monetisasi* Podcast melihat trend perkembangan podcast di Amerika penghasilan podcaster atau pembuat podcast hamper menyamai *youtuber* bahkan beberapa youtuber tertarik membuat podcast seperti halnya deddy corbuzier dan raditya dika jika melihat di Indonesia.

The podcaster dalam mewujudkan ambisinya membuat podcast di Indonesia berkembang. Bekerjasama dengan Siberkreasi dan Kominfo membuat kelas podcast siberkreasi yang diikuti sekitar 1000 orang tiap minggunya yang ingin belajar podcast. Pengajar atau Pemateri tiap hari sabtu dan minggu bergantian mengisi dan memberikan ilmu mengenai podcast dari cara membuat hingga pemasaran podcast.

Kesimpulan

Potensi kreator atau *Podcaster* untuk meraih penghasilan atau uang lewat podcasting makin tinggi sehingga menimbulkan minat orang belajar meningkat dan membuat otomatis anggota Komunitas the *Podcaster* bertambah sehingga pola komunikasi yang terjadi digrup makin intents. Semakin tingginya komunikasi digrup didorong minat belajar yang berkorelasi dengan jumlah pendengar dan peminat yang terus meningkat. Budaya komunikasi dihasilkan pada komunitas the *Podcaster* setelah menerapkan metode analisis siber ialah menghasilkan bahwa komunitas podcast yang ada pada discord memiliki budaya partisipasi dimana setiap

anggota komunitas nya ingin terlibat dalam percakapan. Kemudian yang kedua didalam komunitas the podcast admin memiliki hak untuk menentukan arah pembicaraan dan menentukan tema bahasan dengan membuat channel pada server komunitas the *Podcaster*. Terakhir ialah discord yang digunakan sebagai medium komunitas the *Podcaster* dapat dikatakan sebagai media sosial yang memiliki sifat mass self communication dimana discord bisa mengirim dan menerima pesan yang membuat komunikasi menjadi dua arah.

Daftar Pustaka

- Baym, N. K. (1998). The emergence of community in CMC. *cybersociety*, 35-67.
- Creswell, J. W. (1994). *Research Design Qualitative and Quantitative Approaches*. <https://lib.ui.ac.id/>.
- Agus Salim, M. (2006). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial Edisi kedua*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Moleong, M. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Grundy, S. (1987). *Curriculum: Product Or Praxis?* London: Routledge.
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. London: SAGE Publications, Ltd.
- Holmes, D. (2012). *Teori Komunikasi: Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Yogyakarta: pustaka.
- Kozinet, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnography Research Online*. London: SAGE Publications Ltd.
- Kozinets, R. V. (2009). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*.

- Littlejohn, S. W. (2014). *Teori Komunikasi 1978*. Jakarta : Jakarta Salemba Humanika.
- Manovic, L. (2001). *The Language of New Media*. Cambridge: Massachusetts: MIT Press.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi , Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2018b). *Khalayak Media Identitas Ideologi Dan Perilaku Pada Era Digital*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Neuman, W. L. (2013). *Metodologi penelitian sosial pendekatan kualitatif dan kuantitatif*. Jakarta.
- Rusdi, F. (2012). Podcast sebagai Industri Kreatif. . *Proceeding Seminar Nasional, Inovasi, dan Teknologi BSI*, 91-94.
- Sugiarto, E. (2017). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Thesis*. Yogyakarta: Suaka Media.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung.
- Sugiyono. (2014). *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: Bandung Alfabeta.
- Traver, K. C. (2003). *E-commerce busines, technology, society*. Boston: Pearson Education.
- Toni, A. (2017). Studi Netnografi “Komunitas Anti Islam’ Di Media Online Facebook. *127-138*.
- Sugiono, L. A. (2018). Trash-Talking Dalam Game Online Pada User Game Online Di Indonesia (Etnografi Virtual Game Online Mobile Legends dan Arena of Valor). *Komunikasi 2, 2*.
- Pranata, A. (2014). Ekspresi Emosi Melalui Computer Mediated Communication pada Penggunaan Social Network Sites di Kota Surabaya. *Jurnal E-komunikasi ,vol. 2, no.3, 1-13*.
- Effendi, M. (2010). Peranan Internet Sebagai Media Komunikasi. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi vol.4, 130-142*.
- Bonini, T. (2015). The Second Age Of Podcasting: Reframing Podcasting as A New Mass Medium. *Quaderns del CAC, 21-30*.
- Jenkins, H. (2005). The MIT Games Literacy Workshop. *Telemidium: The Journal of Media Literacy 52 (1 & 2)*.

Jurnal

- Adnan, I. (2020). Studi Netnografi Membuat Podcast pada komunitas the *Podcaster*. *Jurnal Syntax Transformation, 619-623*.