

Analisis motivasi ketertarikan generasi z dalam mendengarkan podcast pada platform musik spotify

Mohammad Firmansyah Bratadiredja^{1*}, Hisam Sambadi², Novia Trias Amanda Permana³, Rifasya Azahra Khoerunisa⁴

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Garut, Garut, Indonesia
Email korespondensi: mfirmsyah@uniga.ac.id

Diterima: 9 Mei 2025; Direvisi: 28 Oktober 2025; Terbit: 30 Oktober 2025

Abstract

This study aims to analyze the motivations behind Generation Z's interest in listening to podcasts on the Spotify music platform. As digital natives deeply connected with technology, Generation Z has developed unique patterns in consuming digital content. The research employs a descriptive method with a qualitative approach, utilizing the Uses and Gratification Theory developed by Katz and Gurevitch. Data was collected through in-depth interviews with ten Generation Z respondents who actively use Spotify for podcast consumption. The findings reveal that Generation Z's primary motivations for listening to podcasts include information-seeking, entertainment, and emotional connection. This demographic tends to prefer content that is relevant, flexible, and entertaining, while particularly valuing the personalized and interactive experiences offered by Spotify. They show a greater inclination toward podcasts that provide new insights, entertainment value, and opportunities to connect with hosts or topics of interest. This research contributes to a deeper understanding of Generation Z's motivations for using Spotify as a podcast platform and the factors influencing their preferences. The findings can serve as valuable references for digital platform developers and content creators to comprehend better the consumption behaviors and needs of this young audience. By understanding these motivations, stakeholders can create more targeted and engaging content that enhances user engagement and satisfaction on digital platforms.

Keywords: Podcast; generation z; spotify; motivation; uses and gratifications theor.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis motivasi ketertarikan Generasi Z dalam mendengarkan podcast di platform musik Spotify. Generasi Z merupakan generasi yang sangat terhubung dengan teknologi dan memiliki cara unik dalam mengonsumsi konten digital. Metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif diterapkan dalam penelitian ini, menggunakan teori Uses and Gratification yang dikembangkan oleh Katz dan Gurevitch. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan sepuluh responden Generasi Z yang aktif menggunakan Spotify untuk mendengarkan podcast. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi utama Generasi Z dalam mendengarkan podcast meliputi kebutuhan akan informasi, hiburan, dan koneksi emosional. Generasi Z cenderung mencari konten yang relevan, fleksibel, dan menghibur, serta menghargai pengalaman yang personal dan interaktif yang ditawarkan oleh Spotify. Mereka lebih memilih podcast yang dapat memberikan wawasan baru, menghibur, dan memungkinkan mereka untuk terhubung dengan pembicara atau tema yang mereka minati. Kontribusi penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang motif Generasi Z dalam menggunakan Spotify sebagai platform podcast, serta faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi mereka. Temuan ini dapat menjadi acuan bagi pengembang platform digital dan pembuat konten untuk lebih memahami kebutuhan dan perilaku konsumtif Generasi Z. Dengan memahami motivasi ini, diharapkan dapat tercipta konten yang lebih sesuai dan menarik bagi audiens muda, sehingga meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pengguna di platform tersebut.

Kata-kata kunci: Podcast; generasi z; spotify; motivasi; teori uses and gratifications.

Pendahuluan

Dalam beberapa tahun terakhir, podcast telah muncul sebagai salah satu bentuk media yang paling diminati, terutama di kalangan Generasi Z (Gen Z). Generasi Z merupakan kelompok yang sangat terhubung dengan teknologi dan memiliki cara unik dalam mengonsumsi konten. Mereka lebih memilih media yang fleksibel, dan dapat diakses kapan saja seperti halnya, dalam mendengarkan podcast. Spotify sebagai salah satu platform *streaming* audio terkemuka yang menjadi platform yang digemari Gen Z dalam Mendengarkan podcast.

Motif berasal dari kata "*motive*", yang secara objektif mengacu pada dorongan internal seseorang untuk memilih berbagai perilaku tertentu sesuai dengan tujuannya. Sementara itu, definisi subyektif dari motif adalah dasar bagi seseorang untuk bergerak, berperilaku, dan bertindak sesuai dengan tujuan atau kegiatan yang mendorongnya untuk melakukan tindakan tertentu untuk mencapai tujuan atau kepuasan (*ridho*). Dalam konteks ketertarikan Generasi Z (Gen Z) dalam mendengarkan podcast di platform Spotify, motif ini sangat relevan. Gen Z, sebagai generasi digital *natives*, memiliki akses luas terhadap berbagai konten audio, dan pilihan mereka untuk mendengarkan podcast sering kali didorong oleh kebutuhan untuk mendapatkan informasi, hiburan, atau pendidikan. Dengan demikian, podcast tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai alat untuk mencapai kepuasan pribadi dan pemenuhan kebutuhan emosional serta intelektual (Sakitri, n.d.)

Generasi Z atau yang sering disebut dengan Gen Z, adalah kelompok individu yang lahir kira-kira antara pertengahan tahun 1990 hingga 2010. Mereka tumbuh di era digital di mana internet, media sosial, dan teknologi canggih sudah menjadi bagian dari kehidupannya sehari-hari (Nurachma, n.d.) . Generasi Z merupakan generasi yang lahir di era digital, sehingga gaya hidupnya telah banyak dipengaruhi oleh teknologi dan gaya komunikasi yang berkembang pesat (Handayani, 2018)

Generasi Z juga memiliki beberapa karakteristik yang menonjol. Pertama, mereka dikenal ambisius, dengan keinginan yang tinggi untuk mencapai kesuksesan, yang mendorong mereka untuk memiliki sikap positif dalam mengejar cita-cita. Kedua, Generasi Z cenderung praktis dan menyukai solusi instan, mengingat mereka lahir dalam era serba cepat dan instan. Ketiga, mereka menghargai kebebasan, baik dalam berpendapat, berekspresi, maupun berkreasi, serta memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi berkat lingkungan modern yang mendukung eksplorasi (Putra et al., 2017)

Karakteristik Generasi Z yang keempat, Generasi Z memiliki pikiran yang kritis dan detail, yang dipicu oleh kemudahan akses informasi melalui internet, sehingga mereka cermat dalam menganalisis berbagai permasalahan. Kelima, mereka memiliki keinginan untuk mendapatkan pengakuan, baik dalam bentuk hadiah, pujian, atau penghargaan atas kemampuan dan eksistensi unik mereka. Terakhir, Generasi Z dikenal sebagai Generasi Net, yang sangat mahir dalam menggunakan teknologi informasi dan digital, lebih memilih komunikasi melalui gadget daripada interaksi tatap muka. Karakteristik-karakteristik ini mencerminkan bagaimana Generasi Z beradaptasi dengan dunia yang terus berubah dan menuntut.

Seiring berjalannya waktu Masyarakat mulai beralih dari media konvensional menuju media baru seperti media online dan media sosial, terutama karena kecepatan dalam mendapatkan informasi terutama Generasi Z. 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 (Adnan & Iskandar, n.d.). Podcast adalah dokumen audio digital yang diproduksi dan didistribusikan secara online melalui berbagai platform untuk disebarakan ke publik. dokumen audio digital ini tersedia dalam format digital dan dapat diakses secara langsung melalui gawai Menurut Phillips dalam (Susilowati, 202 C.E.)

Podcast merupakan bagian dari layanan *streaming* berupa siaran suara yang lagi populer dan semakin meningkat di Indonesia. Podcast yaitu, file audio digital yang dibuat lalu di upload ke platform online lalu di *share* ke banyak orang. Banyak pendengar yang menikmati layanan ini karena beragamnya topik yang bisa dipilih sesuai dengan genre favorit masing-masing, contohnya berita, olahraga, misteri, *talk show*, musik, komedi, seni, hiburan, dan pengalaman kisah hidup biasanya. Kelebihan lain dari podcast adalah fleksibilitas dan kemampuan *on-demand*, sehingga dapat didengar kapan pun serta di mana pun. Bahkan siapapun, baik pemula maupun berpengalaman di dunia siaran, dapat membuat podcast dengan menggunakan narasumber dari berbagai kalangan, mulai dari orang inspiratif hingga tokoh di dunia *entertainment* seperti musisi, artis, dan lainnya.

Podcasting punya peluang jadi bagian dari metode pembelajaran efektif, seperti kemampuan untuk digunakan kembali dan diputar ulang, serta tidak tergantung pada satu perangkat saja karena dapat dioperasikan melalui berbagai macam perangkat. Selain itu, podcast juga membutuhkan ruang penyimpanan yang lebih kecil dibandingkan dengan media lainnya. Berbagai topik yang dibahas dalam setiap percakapan podcast pun menjadi daya tarik

bagi para pendengar acara podcast dan durasi siaran podcast pun bervariasi, mulai menit sampai jam berdasarkan topik yang dibahas.

Salah satu contoh podcast yang sangat disukai oleh Generasi Z adalah podcast Rintik Sedu. Podcast yang tayang di platform Spotify menjadi salah satu saluran yang populer di kalangan pendengar karena karyanya yang dikenal dengan cerita-cerita tentang kehidupan dan cinta anak muda yang disampaikan dengan cara yang menarik, sehingga membuat pendengarnya merasa seolah-olah memiliki teman dekat. Saluran Spotify Rintik Sedu sering kali memenangkan kategori dengan jumlah pendengar yang tinggi dan sering kali menduduki posisi teratas dalam peringkat di website resmi spotify (Vidi & Daffa, 2023)

Kondisi nyata di lapangan, berdasarkan hasil observasi awal peneliti, menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki motivasi ketertarikan tertentu dalam mendengarkan podcast di platform Spotify. Penelitian awal mengindikasikan bahwa Gen Z cenderung memilih podcast yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka, seperti topik kesehatan mental, teknologi, dan isu sosial yang relevan. Selain itu, mereka menunjukkan preferensi terhadap konten yang memberikan informasi mendalam dan perspektif baru, serta yang dapat diakses dengan mudah dan fleksibel. Fenomena ini mencerminkan bagaimana Gen Z memanfaatkan podcast sebagai sarana untuk mendapatkan pengetahuan, hiburan, dan dukungan emosional, sekaligus menegaskan pentingnya memahami motivasi mereka dalam mengonsumsi konten audio di era digital.

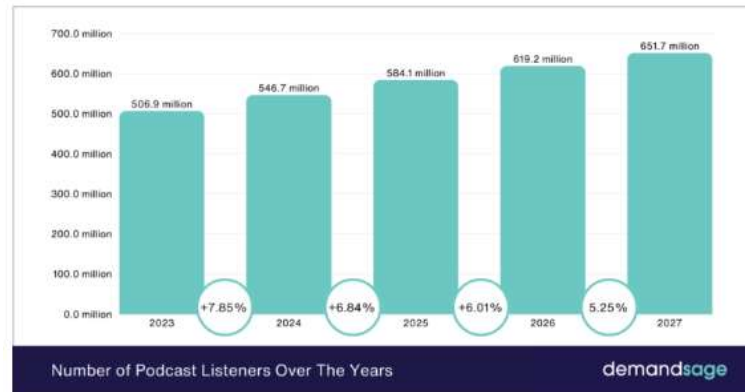
Fokus permasalahan penelitian ini adalah untuk menganalisis motivasi ketertarikan Gen Z dalam mendengarkan podcast di platform musik Spotify. Penelitian ini akan mengeksplorasi berbagai faktor yang mendorong Gen Z untuk memilih podcast sebagai media konsumsi, termasuk kebutuhan mereka akan informasi, hiburan, dan pengembangan diri. Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi jenis konten podcast yang paling menarik bagi Gen Z, serta bagaimana pengaruh sosial dan budaya mempengaruhi pilihan mereka, termasuk fenomena *"Fear of Missing Out" (FOMO)*, dan juga menganalisis bagaimana persepsi Gen Z terhadap media audio dibandingkan dengan media visual, serta keuntungan yang mereka rasakan dari mendengarkan podcast tanpa elemen visual.



Sumber: [Loopexdigital.2025](https://loopexdigital.com)

Gambar 1 Statistik pendengar podcast Gen Z

Berdasarkan Gambar 1. menunjukan survei yang dilakukan oleh loopex terkait statistik podcast 47% Gen Z adalah pendengar podcast bulanan, 28% mendengarkan podcast hampir setiap hari, 21% mendengarkan podcast lebih dari 10 jam seminggu, dan 83% pernah merekomendasikan podcast kepada teman atau keluarga mereka. Hal ini menunjukan bahwa Gen Z memiliki motivasi dan ketertarikan yang kuat dalam mendengarkan podcast terutama di platform spotify.



Sumber: [Demandsage.com](https://demandsage.com), 2025

Gambar 2 Statistik pendengar podcast 2025

Gambar 2 di atas menunjukkan prediksi survei yang dilakukan oleh demansage.com menunjukkan bahwa jumlah pendengar Podcast pada tahun 2024 diperkirakan mencapai 546,7 juta, peningkatan 7,85% dari tahun sebelumnya. Namun, pertumbuhan sedikit menurun pada tahun 2025, dengan total pendengar mencapai 584,1 juta. Meskipun jumlah pendengar terus bertambah setiap tahun, tingkat pertumbuhan yang lebih lambat menunjukkan bahwa pasar podcast semakin matang. Karena podcast semakin populer, terutama di kalangan Gen Z

Dalam menganalisis motivasi ketertarikan Generasi Z dalam mendengarkan podcast di platform musik Spotify, teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *Uses-and-Gratifications Theory* (U&G), yang pertama kali diperkenalkan oleh Katz dan Gurevitch pada tahun 1974 (Katz, 1973). Teori ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan audiens terhadap media, namun anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya (Rakhmat, 2016). Teori ini terdiri dari tiga asumsi. Pertama, audiens memiliki banyak pilihan media. Berbagai pilihan ini muncul sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan audiens. Dalam kasus ini, kebutuhan digambarkan dari sudut pandang psikologis dan sosial. Poin kedua adalah bahwa media berusaha untuk mengidentifikasi kebutuhan audiens dalam berbagai bentuk, berdasarkan teori penggunaan dan kepuasan. Poin ketiga adalah bahwa media bersaing satu sama lain untuk memenuhi kebutuhan audiens. Penelitian ini relevan

dengan penelitian terdahulu dengan judul Analisis Ketertarikan Pendengar Terhadap Bentuk Penyiaran Digital Podcast Oleh peneliti (W. D. D. & dkk Kustiawan, 2024)

Nilai kebaruan dari penelitian berjudul “Analisis Motivasi Ketertarikan Gen Z dalam Mendengarkan Podcast pada Platform Musik Spotify” terletak pada beberapa aspek yang belum banyak diteliti sebelumnya. Pertama, penelitian ini akan memberikan wawasan mendalam mengenai motivasi spesifik Gen Z dalam memilih podcast sebagai media konsumsi, yang dapat mencakup faktor-faktor seperti kebutuhan informasi, hiburan, dan pengembangan diri. Kedua, fokus pada platform Spotify sebagai media utama akan menyoroti peran teknologi dan fitur-fitur unik yang ditawarkan oleh platform tersebut dalam menarik perhatian pendengar muda, yang berbeda dari media tradisional seperti radio. Ketiga, penelitian ini juga akan mengeksplorasi pengaruh sosial dan budaya terhadap preferensi Gen Z, termasuk fenomena "*Fear of Missing Out*" (*FOMO*) yang relevan di kalangan generasi ini.

Alasan pemilihan topik yaitu peneliti ingin mengetahui bagaimana generasi Z menggunakan media digital, dan juga mereka memiliki cara unik dalam mengonsumsi konten, terutama dalam bentuk audio seperti podcast. Dengan semakin populernya podcast di kalangan Gen Z, penting untuk memahami apa yang membuat mereka tertarik mendengarkan podcast ini, terutama di platform seperti Spotify yang menawarkan akses mudah dan beragam pilihan konten.

Use and Gratification Theory merupakan suatu teori yang mengukur tingkat kepuasan penggunaan media. Teori ini menyatakan audiens secara aktif dapat memilih media yang berguna (*uses*) untuk mendapatkan kepuasan (*gratification*) sesuai dengan yang diinginkan. Terdapat tiga komponen atau jenis dalam penggunaan *use and gratification theory*, yaitu (1) Kognitif yaitu, kebutuhan yang berkaitan dengan perolehan informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan dan alam seperti penggunaan internet dalam mencari informasi, (2) Afektif yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan perolehan pengalaman-pengalaman yang menyenangkan, estetis dan dapat memenuhi kebutuhan emosional, (3) Sosial yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan interaksi dan komunikasi bersama keluarga, teman dan dunia dengan memanfaatkan sosial media (Isnaini et al., 2023)

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis motif ketertarikan gen z dalam mendengarkan podcast melalui platform spotify selain itu, penelitian ini ingin menggali bagaimana pengaruh sosial dan teknologi mempengaruhi pilihan Gen Z, serta dampaknya dalam mendengarkan podcast terhadap kesejahteraan dan rutinitas sehari-hari. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan akademis yang berharga tetapi juga

informasi praktis bagi pembuat konten dan pemasar untuk merancang strategi yang lebih baik dalam menjangkau audiens muda

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis motivasi ketertarikan Generasi Z dalam mendengarkan podcast pada platform musik Spotify. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk memahami fenomena sosial secara mendalam dengan menggali pengalaman, perspektif, dan motivasi individu. Dalam konteks penelitian ini, Generasi Z menjadi fokus utama, dengan tujuan untuk mengungkapkan alasan di balik preferensi mereka terhadap podcast sebagai salah satu bentuk konsumsi media digital. Sebagai dasar teoritis, penelitian ini menggunakan kerangka teori *Uses and Gratifications* yang dikembangkan oleh McQuail. Teori ini menekankan bahwa individu secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, baik yang bersifat psikologis maupun sosial. Menurut McQuail, terdapat empat motif utama yang mendorong penggunaan media, yaitu hiburan, integrasi sosial, identitas pribadi, dan informasi. Kerangka teori ini relevan dalam memahami bagaimana Generasi Z menggunakan Spotify untuk mendengarkan podcast dan bagaimana podcast memenuhi kebutuhan mereka secara spesifik.

Untuk memahami fenomena ini, data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan sepuluh responden Generasi Z yang aktif menggunakan Spotify untuk mendengarkan podcast. Pemilihan responden dilakukan secara purposif, dengan kriteria utama mencakup usia 18–26 tahun, memiliki pengalaman mendengarkan podcast minimal tiga bulan terakhir, dan menggunakan Spotify secara reguler. Responden dipilih dari latar belakang demografis yang beragam untuk memastikan representasi pengalaman yang lebih luas. Selain itu, data sekunder berupa literatur terdahulu juga digunakan untuk memperkuat analisis, termasuk penelitian oleh (Josi et al., 2020)

Proses wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk memberikan fleksibilitas dalam eksplorasi topik, memungkinkan peneliti untuk menggali motivasi mendalam serta persepsi unik dari setiap responden. Pertanyaan wawancara dirancang berdasarkan kerangka teori *Uses and Gratifications* untuk mengeksplorasi empat motif utama, yaitu hiburan, integrasi sosial, identitas pribadi, dan informasi. Selain itu, responden juga diajak untuk berbagi pengalaman mereka terkait fitur Spotify, seperti algoritma rekomendasi, personalisasi playlist, dan fleksibilitas dalam mengakses podcast.

Analisis data dilakukan melalui pendekatan tematik, di mana data hasil wawancara diidentifikasi, dikategorikan, dan dianalisis berdasarkan tema-tema utama yang relevan

dengan kerangka teori. Proses analisis dimulai dengan transkripsi data wawancara secara verbatim, diikuti oleh proses pengkodean untuk mengidentifikasi pola dan tema yang muncul dari data. Setiap tema dianalisis dalam kaitannya dengan teori *Uses and Gratifications* untuk menjelaskan bagaimana Spotify sebagai platform podcast memenuhi kebutuhan Generasi Z.

Selain hiburan, motif integrasi sosial juga ditemukan sebagai faktor penting. Beberapa responden mengungkapkan bahwa mereka sering membahas episode podcast dengan teman-teman atau mengikuti tren podcast tertentu yang populer di komunitas mereka. Hal ini menunjukkan bahwa podcast tidak hanya berfungsi sebagai media konsumsi individu, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan sosial. Temuan ini mengkonfirmasi relevansi motif integrasi sosial dalam teori *Uses and Gratifications* dan didukung oleh penelitian Yolanda et al. (2024), yang menyoroti pentingnya fitur Spotify dalam mendukung pengalaman kolektif pengguna.

Dalam analisis keseluruhan, metode penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana Generasi Z memanfaatkan Spotify untuk memenuhi kebutuhan hiburan, integrasi sosial, identitas pribadi, dan informasi. Dengan menggabungkan data primer dan sekunder, penelitian ini berhasil mengidentifikasi motif utama yang mendorong ketertarikan Generasi Z terhadap podcast, serta faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi mereka terhadap platform Spotify.

Tabel 1 Data Informan

No	Nama	Usia	Status	Frekuensi Mendengarkan Podcast di Spotify	Pengalaman Mendengarkan Spotify
1.	Syelma Nursalimah	22 Tahun	Mahasiswa	4 Kali seminggu	6 Tahun
2.	Arya Augustian Putra Suteja	21 Tahun	Mahasiswa	5 Kali seminggu	7 Tahun
3.	Salma Nasya Arditha	22 Tahun	Mahasiswa	3 Kali seminggu	2 Tahun
4.	Annisa Aprilia Rizqan P	18 Tahun	Pelajar	2 Kali seminggu	1 Tahun

Sumber: Hasil Observasi, 2025

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis motivasi di balik ketertarikan Generasi Z dalam mendengarkan podcast di platform musik Spotify. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang memadukan data dari penelitian terdahulu dengan temuan baru yang dihasilkan melalui wawancara mendalam dengan responden dari Generasi Z. Hasil ini

memberikan wawasan komprehensif tentang pola konsumsi, preferensi konten, dan faktor-faktor yang mempengaruhi ketertarikan mereka.

Generasi Z adalah kelompok demografis yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, dikenal sebagai digital natives karena interaksinya yang erat dengan teknologi digital. Dalam konteks konsumsi media, Generasi Z menunjukkan preferensi terhadap platform digital yang menawarkan kemudahan akses, fleksibilitas, dan keberagaman konten. Spotify, sebagai salah satu platform musik dan podcast terbesar, telah menjadi pilihan utama karena menyediakan berbagai konten sesuai dengan minat individu.

Penelitian ini menemukan bahwa motivasi utama Generasi Z dalam mendengarkan podcast di Spotify melibatkan faktor-faktor berikut: relevansi konten, fleksibilitas platform, daya tarik penyampaian, serta pengaruh tren sosial. Hal ini konsisten dengan temuan Kustiawan, Winda, et al. (2024) yang menyatakan bahwa keberhasilan podcast sangat bergantung pada pengemasan konten yang menarik, relevansi dengan audiens, dan strategi komunikasi yang efektif. Generasi Z cenderung tertarik pada konten yang menghadirkan humor, informasi terkini, atau topik yang sesuai dengan minat mereka, seperti isu sosial, gaya hidup, atau hiburan (W. Kustiawan et al., 2024)

Fleksibilitas adalah salah satu aspek yang paling dihargai oleh Generasi Z dalam mendengarkan podcast di Spotify. Mereka dapat mengakses podcast kapan saja dan di mana saja, memungkinkan konsumsi yang disesuaikan dengan ritme kehidupan mereka yang dinamis. Sebagaimana diungkapkan oleh (Febriani, 2023), fleksibilitas konsumsi konten merupakan nilai tambah yang signifikan dari podcast, terutama bagi generasi muda yang memiliki preferensi terhadap pengalaman media yang on-demand. Hasil wawancara menunjukkan bahwa motif hiburan menjadi salah satu faktor utama dalam mendengarkan podcast. Responden menyatakan bahwa mereka sering menggunakan podcast untuk mengisi waktu luang atau menghilangkan kebosanan, terutama saat melakukan aktivitas seperti perjalanan atau pekerjaan rumah. Penemuan ini sejalan dengan penelitian oleh (Josi et al., 2020), yang menunjukkan bahwa Generasi Z menggunakan Spotify untuk memenuhi kebutuhan hiburan mereka.

Tidak semua jenis konten diterima secara positif oleh Generasi Z. Sebagai contoh, penelitian Amelia, Dewi Rahma (2024) menemukan bahwa podcast Islami cenderung kurang diminati oleh Generasi Z, terutama jika konten tersebut dianggap terlalu serius atau kurang relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Penelitian ini mengkonfirmasi temuan tersebut, di mana responden mengungkapkan bahwa mereka lebih memilih podcast dengan durasi yang

singkat, pembahasan yang ringan, dan penyampaian yang interaktif. Ini menunjukkan bahwa pendekatan konten yang sederhana dan menghibur dapat menjadi strategi yang efektif dalam menarik perhatian Generasi Z (Amelia, 2024). Selain itu, faktor sosial juga memainkan peran penting dalam memotivasi Generasi Z untuk mendengarkan podcast. Generasi ini cenderung mengikuti tren yang dipopulerkan oleh komunitas daring mereka, seperti teman, influencer, atau rekomendasi algoritma Spotify. Rekomendasi personalisasi algoritma Spotify, yang menawarkan konten sesuai dengan riwayat konsumsi pengguna, telah menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan keterlibatan pendengar. Hal ini sejalan dengan temuan dari (W. Kustiawan et al., 2024), yang menyebutkan bahwa pemahaman mendalam tentang karakteristik audiens dapat meningkatkan daya tarik konten.

Hal lain mengungkapkan pentingnya elemen audio dalam podcast. Suara narator yang menarik, kualitas rekaman yang baik, dan penggunaan efek suara yang kreatif menjadi faktor-faktor yang meningkatkan pengalaman mendengarkan. Generasi Z mengapresiasi podcast yang menyampaikan narasi secara emosional dan mampu menciptakan hubungan personal dengan pendengar. Meski demikian, terdapat tantangan yang dihadapi oleh produsen podcast dalam menarik perhatian Generasi Z. Salah satunya adalah tingginya tingkat persaingan di antara berbagai platform dan jenis konten digital lainnya. Generasi Z memiliki rentang perhatian yang relatif pendek, sehingga penting bagi produsen untuk menciptakan konten yang mampu menarik perhatian dalam beberapa detik pertama. Selain itu, durasi podcast yang terlalu panjang cenderung menyebabkan kebosanan, seperti yang disoroti dalam penelitian (Amelia, 2024).

Salah satu motivasi utama Generasi Z mendengarkan podcast adalah kebutuhan akan konten yang relevan secara pribadi dan mampu menciptakan pengalaman yang dekat dengan kehidupan mereka. Spotify sebagai platform, memberikan keleluasaan bagi pendengar untuk menemukan konten yang sesuai dengan minat mereka melalui fitur personalisasi seperti "*Discover Weekly*" dan "*Your Daily Podcasts*." Generasi Z memanfaatkan fitur ini untuk menjelajahi berbagai tema, dari edukasi, hiburan, hingga topik-topik seperti teknologi, psikologi, dan budaya pop. Penemuan ini memperkuat temuan Febriani, yang menekankan pentingnya relevansi konten dalam menarik pendengar (Febriani, 2023).

Wawancara dengan responden Generasi Z mengungkapkan bahwa mereka sering memilih podcast yang dikemas secara naratif, terutama jika disampaikan dengan gaya yang menghibur dan komunikatif. Mereka cenderung menghargai host podcast yang karismatik, interaktif, dan mampu menjalin koneksi emosional dengan pendengar. Aspek ini menunjukkan

bagaimana narasi menjadi elemen penting dalam membangun daya tarik podcast. Sebagaimana (W. Kustiawan et al., 2024) mencatat, penyusunan pesan yang menarik dan pemahaman karakteristik audiens adalah kunci keberhasilan dalam penyiaran digital. Selain itu, Generasi Z juga menunjukkan ketertarikan terhadap podcast yang membahas topik-topik trending atau viral. Fenomena ini didukung oleh budaya *FOMO (fear of missing out)* yang melekat pada generasi ini, di mana mereka cenderung ingin tetap relevan dalam diskusi sosial, baik secara online maupun offline. Dalam konteks ini, Spotify menjadi platform yang ideal karena menghadirkan konten yang sering kali selaras dengan tren terbaru, memungkinkan Generasi Z untuk tetap terhubung dengan isu-isu terkini.

Salah satu aspek menarik yang ditemukan dalam penelitian ini adalah pengaruh visual terhadap konsumsi podcast. Meskipun Spotify berfokus pada konten audio, beberapa responden mengungkapkan bahwa mereka tertarik pada podcast yang juga menyediakan elemen visual, seperti video atau cuplikan singkat yang diunggah di media sosial. Hal ini konsisten dengan kebiasaan Generasi Z yang lebih responsif terhadap konten multimedia dibandingkan format tunggal. Meski podcast pada dasarnya berbasis audio, kombinasi dengan elemen visual ternyata mampu meningkatkan daya tarik bagi pendengar muda.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis motivasi ketertarikan Generasi Z (Gen Z) dalam mendengarkan podcast pada platform musik Spotify. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam tentang alasan, preferensi, dan dampak yang dirasakan oleh Gen Z ketika mengonsumsi konten podcast. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan yang merupakan pengguna aktif podcast di Spotify. Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan beberapa tema utama yang menggambarkan motivasi dan pengalaman Gen Z dalam mendengarkan podcast.

Kebutuhan akan Informasi dan Hiburan

Salah satu temuan utama dari penelitian ini adalah bahwa Gen Z memanfaatkan podcast sebagai sumber informasi dan hiburan. Sebagian besar informan menyatakan bahwa mereka mendengarkan podcast untuk memenuhi kebutuhan akan informasi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Misalnya, salah satu informan menjelaskan bahwa podcast seperti *Friday Night* dengan narasumber seperti *Bass Boy* memberikan wawasan baru tentang isu-isu terkini di Indonesia. Podcast ini dinilai mampu menyajikan informasi dengan cara yang mudah dipahami karena menggunakan bahasa yang sederhana dan gaya komunikasi yang santai, seolah-olah pendengar sedang berbincang dengan teman. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Berry (2016) yang menyatakan bahwa podcast menawarkan

format komunikasi yang intim dan personal, sehingga memudahkan pendengar untuk menyerap informasi (Berry, 2016)

Selain sebagai sumber informasi, podcast juga berfungsi sebagai media hiburan. Beberapa informan mengungkapkan bahwa mereka sering mendengarkan podcast komedi atau horor untuk menghilangkan stres atau sebagai pelarian dari rutinitas sehari-hari. Misalnya, salah satu informan menyebutkan bahwa genre horor dan true crime menjadi pilihan utama karena selain menghibur, genre ini juga memberikan informasi tentang kasus-kriminal yang sedang marak terjadi. Temuan ini sesuai dengan teori *Uses and Gratifications* yang dikemukakan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch, yang menyatakan bahwa individu memilih media berdasarkan kebutuhan tertentu, seperti hiburan, informasi, atau pelarian dari realitas (Katz, 1973)

Preferensi terhadap Format dan Gaya Komunikasi yang Santai

Gen Z cenderung lebih tertarik pada podcast yang menggunakan gaya komunikasi santai dan informal. Informan menyatakan bahwa mereka lebih menyukai podcast yang seolah-olah sedang mengobrol dengan pendengar, bukan yang menggunakan gaya komunikasi satu arah atau terlalu formal. Misalnya, salah satu informan menjelaskan bahwa podcast dengan narator yang sering melempar pertanyaan dan menanggapi seolah-olah sedang berbincang dengan teman membuat mereka merasa lebih terlibat dan nyaman. Gaya komunikasi ini dinilai lebih efektif dalam menyampaikan pesan dan membuat pendengar merasa terhubung secara emosional.

Selain itu, format audio podcast juga dianggap lebih fleksibel dan mudah diakses. Informan menyatakan bahwa mereka dapat mendengarkan podcast sambil melakukan aktivitas lain, seperti mengerjakan tugas atau bepergian. Fleksibilitas ini membuat podcast menjadi pilihan media yang praktis bagi Gen Z yang hidup dalam era multitasking. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh McHugh (2016) yang menyatakan bahwa format audio podcast memungkinkan pendengar untuk mengonsumsi konten tanpa harus mengalokasikan waktu khusus, sehingga cocok dengan gaya hidup Gen Z yang serba cepat (McHugh, 2016).

Gen Z cenderung lebih tertarik pada podcast yang menggunakan gaya komunikasi santai dan informal. Informan menyatakan bahwa mereka lebih menyukai podcast yang seolah-olah sedang mengobrol dengan pendengar, bukan yang menggunakan gaya komunikasi satu arah atau terlalu formal. Misalnya, salah satu informan menjelaskan bahwa podcast dengan narator yang sering melempar pertanyaan dan menanggapi seolah-olah sedang

berbincang dengan teman membuat mereka merasa lebih terlibat dan nyaman. Gaya komunikasi ini dinilai lebih efektif dalam menyampaikan pesan dan membuat pendengar merasa terhubung secara emosional.

Selain itu, format audio podcast juga dianggap lebih fleksibel dan mudah diakses. Informan menyatakan bahwa mereka dapat mendengarkan podcast sambil melakukan aktivitas lain, seperti mengerjakan tugas atau bepergian. Fleksibilitas ini membuat podcast menjadi pilihan media yang praktis bagi Gen Z yang hidup dalam era multitasking. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh McHugh (2016) yang menyatakan bahwa format audio podcast memungkinkan pendengar untuk mengonsumsi konten tanpa harus mengalokasikan waktu khusus, sehingga cocok dengan gaya hidup Gen Z yang serba cepat (McHugh, 2016)

Dampak Emosional dan Kognitif

Podcast juga memiliki dampak emosional dan kognitif yang signifikan bagi Gen Z. Beberapa informan mengungkapkan bahwa mereka sering merasa terhubung secara emosional dengan narator atau narasumber podcast. Misalnya, salah satu informan menyebutkan bahwa podcast Rintik Sedu memberikan dampak emosional yang kuat karena naratornya mampu menyampaikan cerita dengan cara yang intim dan personal. Podcast ini dinilai mampu memberikan dukungan emosional bagi pendengar yang sedang menghadapi fase sulit dalam hidup.

Selain dampak emosional, podcast juga memberikan dampak kognitif berupa peningkatan wawasan dan pemahaman tentang berbagai topik. Informan menyatakan bahwa mereka sering mendapatkan informasi baru atau perspektif yang berbeda setelah mendengarkan podcast. Misalnya, salah satu informan menjelaskan bahwa podcast tentang kritik seni atau isu sosial membantu mereka memahami perspektif orang lain yang berbeda dari pandangan mereka sendiri. Temuan ini sesuai dengan teori *Cognitive Dissonance* yang dikemukakan oleh Festinger (1957), yang menyatakan bahwa individu cenderung mencari informasi yang dapat mengurangi ketidaknyamanan kognitif dan memperluas pemahaman mereka tentang dunia.

Podcast juga memiliki dampak emosional dan kognitif yang signifikan bagi Gen Z. Beberapa informan mengungkapkan bahwa mereka sering merasa terhubung secara emosional dengan narator atau narasumber podcast. Misalnya, salah satu informan menyebutkan bahwa podcast Rintik Sedu memberikan dampak emosional yang kuat karena naratornya mampu menyampaikan cerita dengan cara yang intim dan personal. Podcast ini dinilai mampu

memberikan dukungan emosional bagi pendengar yang sedang menghadapi fase sulit dalam hidup.

Selain dampak emosional, podcast juga memberikan dampak kognitif berupa peningkatan wawasan dan pemahaman tentang berbagai topik. Informan menyatakan bahwa mereka sering mendapatkan informasi baru atau perspektif yang berbeda setelah mendengarkan podcast. Misalnya, salah satu informan menjelaskan bahwa podcast tentang kritik seni atau isu sosial membantu mereka memahami perspektif orang lain yang berbeda dari pandangan mereka sendiri. Temuan ini sesuai dengan *teori Cognitive Dissonance* yang dikemukakan oleh Festinger (1957), yang menyatakan bahwa individu cenderung mencari informasi yang dapat mengurangi ketidaknyamanan kognitif dan memperluas pemahaman mereka tentang dunia.

Peran Podcast dalam Membangun Koneksi Sosial dan Perspektif Baru

Podcast juga berperan dalam membangun koneksi sosial dan memperluas perspektif Gen Z. Beberapa informan menyatakan bahwa mereka sering merekomendasikan podcast kepada teman atau keluarga sebagai cara untuk berbagi wawasan dan hiburan. Misalnya, salah satu informan menjelaskan bahwa mereka sering membagikan podcast tentang kasus kriminal atau isu sosial kepada orang terdekat karena merasa konten tersebut relevan dan bermanfaat. Hal ini menunjukkan bahwa podcast tidak hanya berfungsi sebagai media individu, tetapi juga sebagai alat untuk membangun koneksi sosial.

Namun, ada juga dampak negatif yang perlu diperhatikan. Beberapa informan mengungkapkan bahwa podcast dapat mengurangi interaksi sosial langsung karena mereka cenderung mencari solusi atau saran dari podcast daripada berbicara dengan orang lain. Misalnya, salah satu informan menyatakan bahwa mereka kadang-kadang menggunakan podcast sebagai alasan untuk menghindari percakapan langsung dengan teman atau keluarga. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun podcast dapat memperluas perspektif dan wawasan, penggunaan yang berlebihan dapat mengurangi keterampilan komunikasi interpersonal.

Podcast juga berperan dalam membangun koneksi sosial dan memperluas perspektif Gen Z. Beberapa informan menyatakan bahwa mereka sering merekomendasikan podcast kepada teman atau keluarga sebagai cara untuk berbagi wawasan dan hiburan. Misalnya, salah satu informan menjelaskan bahwa mereka sering membagikan podcast tentang kasus kriminal atau isu sosial kepada orang terdekat karena merasa konten tersebut relevan dan bermanfaat.

Hal ini menunjukkan bahwa podcast tidak hanya berfungsi sebagai media individu, tetapi juga sebagai alat untuk membangun koneksi sosial.

Namun, ada juga dampak negatif yang perlu diperhatikan. Beberapa informan mengungkapkan bahwa podcast dapat mengurangi interaksi sosial langsung karena mereka cenderung mencari solusi atau saran dari podcast daripada berbicara dengan orang lain. Misalnya, salah satu informan menyatakan bahwa mereka kadang-kadang menggunakan podcast sebagai alasan untuk menghindari percakapan langsung dengan teman atau keluarga. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun podcast dapat memperluas perspektif dan wawasan, penggunaan yang berlebihan dapat mengurangi keterampilan komunikasi interpersonal.

Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik dalam Mendengarkan Podcast

Motivasi Gen Z dalam mendengarkan podcast dapat dibagi menjadi dua kategori utama: intrinsik dan ekstrinsik. Motivasi intrinsik merujuk pada kepuasan pribadi yang diperoleh dari mendengarkan podcast, seperti rasa senang, terhibur, atau terinspirasi. Sementara itu, motivasi ekstrinsik melibatkan faktor eksternal, seperti rekomendasi dari teman, tren sosial, atau kebutuhan untuk tetap update dengan informasi terkini.

Beberapa informan mengungkapkan bahwa mereka mendengarkan podcast karena merasa terhubung secara emosional dengan konten yang disajikan. Misalnya, salah satu informan menyebutkan bahwa podcast tentang pengembangan diri dan refleksi kehidupan memberikan rasa nyaman dan inspirasi, terutama ketika mereka sedang menghadapi tantangan pribadi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Deci dan Ryan (1985) dalam teori *Self-Determination*, yang menyatakan bahwa individu termotivasi oleh kebutuhan akan otonomi, kompetensi, dan keterhubungan.

Di sisi lain, motivasi ekstrinsik juga memainkan peran penting. Beberapa informan menyatakan bahwa mereka mulai mendengarkan podcast karena rekomendasi dari teman atau karena podcast tersebut sedang trending di media sosial. Misalnya, salah satu informan menjelaskan bahwa mereka tertarik mendengarkan podcast true crime setelah melihat banyak orang membicarakannya di platform seperti Twitter dan Instagram. Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sundar dan Limperos (2013) yang menyatakan bahwa rekomendasi sosial dan tren media memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi media.

Selain sebagai sumber hiburan, podcast juga dianggap sebagai media pembelajaran dan pengembangan diri oleh Gen Z. Beberapa informan menyatakan bahwa mereka sering

mendengarkan podcast yang membahas topik-topik seperti pengembangan karir, manajemen waktu, dan kesehatan mental. Misalnya, salah satu informan menjelaskan bahwa podcast tentang produktivitas dan manajemen stres membantu mereka mengatur kehidupan sehari-hari dengan lebih baik.

Podcast juga dianggap sebagai alternatif yang efektif untuk belajar karena formatnya yang fleksibel dan mudah diakses. Informan menyatakan bahwa mereka dapat mendengarkan podcast sambil melakukan aktivitas lain, seperti berolahraga atau bepergian. Hal ini membuat podcast menjadi pilihan yang populer di kalangan Gen Z yang memiliki gaya hidup sibuk. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kay (2012) yang menyatakan bahwa podcast dapat menjadi alat pembelajaran yang efektif karena memungkinkan pendengar untuk mengakses informasi kapan saja dan di mana saja.

Spotify, sebagai salah satu platform streaming terbesar di dunia, telah memainkan peran penting dalam meningkatkan popularitas podcast di kalangan Gen Z. Beberapa informan menyatakan bahwa mereka mulai mendengarkan podcast karena kemudahan akses yang ditawarkan oleh Spotify. Misalnya, salah satu informan menjelaskan bahwa mereka dapat dengan mudah menemukan dan mendengarkan podcast favorit mereka melalui aplikasi Spotify, yang juga digunakan untuk mendengarkan musik.

Selain itu, Spotify juga menawarkan fitur rekomendasi podcast yang disesuaikan dengan preferensi pengguna. Beberapa informan menyatakan bahwa mereka sering menemukan podcast baru melalui fitur rekomendasi ini. Hal ini menunjukkan bahwa algoritma Spotify memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi podcast Gen Z. Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Napoli (2019) yang menyatakan bahwa algoritma rekomendasi media memiliki peran penting dalam membentuk preferensi dan perilaku konsumsi pengguna.

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi utama Gen Z dalam mendengarkan podcast di Spotify berakar pada kebutuhan mereka untuk mendapatkan informasi, hiburan, dan koneksi emosional. Podcast menyediakan platform di mana Gen Z dapat mengakses informasi mendalam tentang isu-isu yang relevan bagi mereka, seperti kesehatan mental, keadilan sosial, dan isu lingkungan. Hal ini, sejalan dengan karakteristik mereka sebagai generasi yang sadar akan pentingnya kesadaran sosial, dan keberlanjutan. Spotify, dengan fitur-fitur seperti personalisasi dan rekomendasi berbasis algoritma, telah menciptakan pengalaman yang mendukung eksplorasi konten sesuai minat individu. Menyoroti pentingnya

relevansi budaya dan lokal dalam konten podcast. Gen Z di Indonesia cenderung lebih menyukai podcast yang mencerminkan realitas dan konteks budaya mereka, yang memperkuat rasa keterhubungan dengan pembuat konten. Spotify berhasil menjembatani kebutuhan ini dengan memberikan ruang bagi kreator lokal untuk berkembang, sehingga memungkinkan terciptanya konten yang relevan secara kontekstual. Temuan ini menunjukkan pentingnya mempertimbangkan elemen lokal dalam strategi konten untuk meningkatkan keterlibatan audiens.

Penelitian ini juga menunjukkan adanya tantangan yang harus dihadapi Spotify dalam mempertahankan posisi sebagai platform favorit di kalangan Gen Z. Salah satu tantangan utama adalah peningkatan persaingan dari platform lain yang menawarkan pengalaman audio-visual yang lebih terintegrasi. Beberapa partisipan penelitian ini mengungkapkan bahwa mereka juga menggunakan platform seperti YouTube untuk mendengarkan podcast yang dilengkapi dengan elemen video. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Spotify telah menjadi pemimpin dalam industri podcast, ada kebutuhan untuk terus berinovasi, baik dalam aspek teknologi maupun strategi pemasaran.

Beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah keterbatasan jumlah partisipan yang terlibat dalam penelitian ini, yang mungkin tidak sepenuhnya merepresentasikan seluruh populasi Gen Z di Indonesia. Selain itu, penelitian ini hanya berfokus pada satu platform, yaitu Spotify, sehingga tidak memperhitungkan dinamika yang mungkin terjadi pada platform lain. Penelitian masa depan dapat memperluas ruang lingkup dengan melibatkan lebih banyak partisipan dan membandingkan berbagai platform untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif. Gen Z memandang podcast di Spotify sebagai media yang mampu memenuhi kebutuhan mereka akan informasi, hiburan, dan koneksi emosional. Spotify, dengan berbagai fitur canggih dan konten yang relevan, telah berhasil menciptakan pengalaman mendengarkan yang memuaskan bagi generasi ini. Namun, untuk mempertahankan posisinya di pasar yang kompetitif, Spotify perlu terus berinovasi dengan mengintegrasikan elemen-elemen baru yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi Gen Z. Implikasi dari penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pengembang platform digital, pembuat konten, dan akademisi untuk memahami lebih dalam tentang dinamika konsumsi media digital di kalangan generasi muda.

Daftar Pustaka

- Adnan, I., & Iskandar, D. (n.d.). *Analisis Media Siber Pola Komunikasi Dan Budaya Komunikasi Pada Komunitas The Podcasters Di Media Sosial Discord*. 7(2), 678–686. www.journal.uniga.ac.id/678
- Amelia, D. R. (2024). *Analisis Ketertarikan Generasi Z terhadap Podcast Islami pada Channel YouTube Nida Podcast*. Universitas Islam Negeri K.H.Abdurahaman Wahid Pekalongan.
- Berry, R. (2016). Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word “radio.” *The Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14(1), 7–22.
- Febriani, N. (2023). *Tingkat Kepuasan Generasi Muda Terhadap Penggunaan Podcast Pada Spotify Di Desa Tanjong Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu*.
- Febriani, N. (2023). *Tingkat Kepuasan Generasi Muda terhadap Penggunaan Podcast pada Spotify di Desa Tanjong Kecamatan Bupon Kabupaten Luwu*. Agama Islam Negeri Palopo.
- Isnaini, M., Sofwan, M., Habibi, A., Jambi, U., Jambi -Muara, J., Bulian, K. M., 15, M., Darat, K., Jambi, L., Kota, K. M., & Jambi, J. (2023). Pendekatan Uses And Gratification Theory pada Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Sekolah Dasar. *Journal on Education*, 05(04).
- Josi, G. P., Arindawati, W. A., & Nurkinan, N. (2020). Motif Penggunaan Aplikasi Musik Spotify pada Generasi-Z di SMA XYZ Bekasi. *Warta ISKI*, 3(02), 154–159. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i02.64>
- Handayani, iin. (2018). jurnal handayani. *Nternational Conference on Islamic Guidance and Counseling*.
- Katz, E. , B. J. G. , & G. M. (1973). *Uses and gratifications research* (Vol. 37). Public Opinion Quarterly.
- Kustiawan, W. D. D. & dkk. (2024). Analisis Ketertarikan Pendengar terhadap Bentuk Penyiaran Digital Podcast. *AZZAHRA: Scientific Journal of Social Humanities* , 14(1), 65–82.
- Kustiawan, W., Dini Farah Diva, D., Hasanah, M., Zainap Napitupulu, U., Husna Lubis, S., & Abdillah Simanjuntak, H. (2024). *AZZAHRA: Scientific Journal of Social Humanities Analisis Ketertarikan Pendengar Terhadap Bentuk Penyiaran Digital Podcast*. In *AZZAHRA: Scientific Journal of Social Humanities* (Vol. 2). <https://journal.csspublishing/index.php/azzahra>
- McHugh, S. (2016). How podcasting is changing the audio storytelling genre. *The Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, , 14(1), 65–82.
- Nurachma, R. (n.d.). *Bibliografi Nasional Indonesia terhadap Generasi Z*. <https://bni.perpusnas.go.id/>
- Putra, C., Nindiya, B., Program, E. S., Bimbingan, S., & Konseling, D. (2017). Dipublikasikan oleh: Program Studi Bimbingan dan Konseling FKIP Universitas Muria Kudus. *Jurnal Konseling GUSJIGANG*, 3(1). <https://doi.org/10.24176/jkg.v3i1.1602>
- Sakitri, G. (n.d.). “Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!”
- Susilowati, R. D. Utama. dan N. F. (202 C.E.). Penerapan Podcast pada Aplikasi Spotify sebagai Media Pembelajaran Matematika di Tengah Pandemi Covid-19. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504–525.
- Vidi, V., & Daffa, A. (2023). PT. Media Akademik Publisher Analisis Podcast Rintik Sedu Dalam Menjaring Penggemarnya Oleh. In *JMA* (Vol. 1, Issue 1).