

Communication Strategy Podcast “Talk Mbois” Digital Radio Communication Science Muhammadiyah Sidoarjo University Strategi Komunikasi Podcast “Talk Mbois” Radio Digital Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Elwanda Rizki Marhendra¹, Poppy Febriana, S.Sos.,M.*²)

¹)Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

¹)Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Email Penulis Korespondens: poppyfebriana@umsida.ac.id

Abstract. *This research aims to determine the Communication Strategy of the "Talk Mbois" Podcast from Muhammadiyah University of Sidoarjo. The method used in this research is qualitative research with a descriptive approach. The informants involved in this study are the Head of the Laboratory and the Radio Laboratory Assistant at Muhammadiyah University of Sidoarjo. Data collection for this research is done through in-depth interviews and observations. Observations were conducted by observing the Talk Mbois podcast channel on Spotify. The findings of this research indicate that the Talk Mbois Podcast has successfully built a wide community through effective communication strategies. One strategy used is the repetition of messages, which helps the audience understand the conveyed message. This repetition of messages is found in the opening bumper of each podcast episode. Additionally, the Talk Mbois Podcast enhances audience interaction by utilizing the Q&A feature available on the Spotify application. This feature is used to receive suggestions or feedback, allowing Talk Mbois to continuously develop engaging content that is relevant and suitable for the audience..*

Keywords Radio, Online Radio, Podcast, Communication Strategy

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Podcast “Talk Mbois” dari Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Narasumber yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah Kepala Laboratorium dan Asisten Laboratorium Radio di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam dan observasi. Observasi dilakukan dengan mengamati channel podcast Talk Mbois pada Spotify. Hasil dari penelitian ini adalah Podcast Talk Mbois telah berhasil membangun komunitas yang luas melalui strategi komunikasi yang efektif. Strategi yang digunakan yakni penggunaan pengulangan pesan sehingga membantu audiens dalam memahami pesan yang disampaikan. Pengulangan pesan yang dimaksud ada di bagian bumper pembukaan episode podcast. Selain itu, Podcast Talk Mbois juga meningkatkan proses interaksi dengan audiensnya dengan audiens menggunakan fitur Q&A yang terdapat di aplikasi Spotify. Fitur tersebut digunakan untuk menerima saran atau tanggapan sehingga Podcast Talk Mbois dapat terus mengembangkan konten yang menarik serta sesuai dan relevan untuk audiens.*

Kata Kunci Radio, Radio Online, Podcast, Strategi Komunikasi

I. PENDAHULUAN

Radio merupakan salah satu media yang cukup penting dalam penyebaran pesan atau informasi yang metode penyampaiannya melalui siaran dan hanya bisa didengarkan tanpa adanya gambar. Radio mempunyai daya besar sebagai tempat imajinasi, karena kita harus membayangkan melalui otak kita tentang apa yang diucapkan penyiar. Radio merupakan media massa yang sangat efisien dan terjangkau namun dalam penyampaiannya sangat akurat dan cepat [1]. Sebagai media publik peran radio adalah mawadahi sebanyak-banyaknya kebutuhan dan pendengarnya. Bentuk kebutuhan tersebut terbagi menjadi tiga yaitu informasi, pendidikan dan hiburan. Jika salah satu dari kebutuhan tersebut tidak terpenuhi atau tidak berjalan seperti semestinya maka radio pun akan kehilangan fungsi sosial dan juga kehilangan para pendengarnya [2].

Selain itu komunikasi harus bisa mengkombinasikan unsur-unsur penting untuk meningkatkan efektivitas pada siaran radio seperti sound effect, musik dan kata-kata sehingga pendengar dapat menerima dengan baik pesan yang disampaikan. Seiring dengan berjalannya waktu teknologi pun kian maju dan berinovasi. Radio pun juga secara tidak langsung ikut terupdate [3]. Sejumlah stasiun radio yang biasa bersiaran menggunakan gelombang FM ikut berkembang dengan melakukan siaran secara live streaming melalui internet [4]. Namun di satu sisi mereka tetap melakukan siaran secara analog karena pendengar siaran radio biasanya bersifat lokal sesuai jangkauan sinyal sedangkan siaran live streaming digunakan untuk pendengar di luar jaringan lokal.

Radio internet sering disebut web radio, online radio atau e-radio adalah sebuah sistem penyiaran audio melalui internet. Sistem siaran melalui internet disebut sebagai webcasting karena sistem tersebut tidak menyebar secara luas melalui sarana nirkabel [5]. Radio yang sekarang bertransformasi menggunakan basis internet selain merupakan

respon atas kemajuan teknologi juga disertai bagaimana masyarakat sekarang mengkonsumsi media. Penggunaan internet yang kian hari kian meninggi membuat penggunaan radio online berbasis streaming pun mulai menarik banyak peminat [6].

Masyarakat sekarang tidak perlu repot untuk membawa sebuah perangkat radio untuk mendengarkan siaran radio. Di era sekarang cukup dengan tersambung internet kita bisa mendengarkan siaran radio melalui semua platform seperti smartphone, tablet, laptop maupun komputer. Perkembangan radio berbasis internet pun terbilang sangat pesat karena sangat mudah untuk dibuat untuk individu maupun perusahaan [7].

Umsida.FM sendiri dibentuk sebagai sarana mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo untuk melakukan uji praktikum dimana mahasiswa dapat melakukan sesi komunikasi yang dapat disiarkan. Sebelumnya dapat diakses melalui gelombang FM di nomor saluran 85,7 kali ini Umsida FM lebih memilih untuk berdiri melalui jaringan online yang dapat diakses melalui aplikasi maupun website myUMSIDA. Sekarang lebih fokus ke Podcast, Umsida FM sendiri berdiri menggunakan nama dan warna baru yaitu "Talk Mbois". Berisi bermacam – macam tema, Talk Mbois kebanyakan dan lebih fokus membahas persoalan anak muda. Platform yang digunakan Talk Mbois untuk mengunggah adalah platform Spotify dan Anchor.

Dalam teori komunikasi massa yang disampaikan oleh McQuail, terdapat jenis yang beragam salah satunya yakni pada Teori Masyarakat Massa yang menekankan pada ketergantungan timbal balik antar institusi yang memegang kekuasaan dan integrasi media terhadap sumber kekuasaan sosial dan otoritas [8]. Dengan menggunakan teori ini dalam penelitian, maka penulis ingin melihat bagaimana keterlibatan audiens serta media yang digunakan untuk menghasilkan strategi komunikasi secara tepat.

Strategi komunikasi merupakan penggabungan antara perencanaan komunikasi dan manajemen dalam mencapai tujuannya. Strategi komunikasi adalah salah satu cara untuk mengatur pelaksanaan sebuah proses komunikasi, mulai dari perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi adalah salah satu aspek penting yang memungkinkan adanya proses akselerasi dan keberlanjutan suatu program pembangunan khususnya pada pemasaran.

Di era perkembangan saat ini, strategi komunikasi memegang peranan penting untuk keberhasilan di berbagai bidang. Keberhasilan komunikasi sangat tergantung pada strategi yang digunakan. Strategi komunikasi menggabungkan perencanaan komunikasi dan manajemen untuk mencapai tujuan yang ditetapkan [9]. Fleksibilitas taktis adalah kunci untuk menerapkan strategi komunikasi, karena pendekatannya dapat berubah tergantung pada situasi dan keadaan yang ada. Dalam strategi komunikasi, sangat penting untuk memahami audiens dan memahami dampak komunikasi. Ini membantu untuk memilih jenis komunikasi yang tepat, termasuk memilih media yang tepat [10].

Berdasarkan uraian di atas, maka perlu upaya memberikan sebuah pemahaman kepada masyarakat agar podcast Talk Mbois atau radio digital milik Universitas Muhammadiyah Sidoarjo mendapat perhatian dan akses nya mudah dilakukan. Ketertarikan penulis untuk mengambil fenomena ini sebagai peneliti karena fenomena ini masih tergolong minim untuk di angkat.

II. METODE

Metode penelitian penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memberikan interpretasi yang lebih mendalam tentang strategi komunikasi Podcast Talk Mbois, hubungan antara stasiun radio atau podcast dengan audiensnya serta dampak yang dihasilkan dalam konteks kampus. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Komunikasi Massa milik Dennis McQuail.

Penelitian ini berfokus pada tim produksi podcast di kampus sebagai komunikator. Wawancara dengan tim produksi podcast akan dilakukan untuk mendapatkan wawasan tentang pengalaman mereka menggunakan strategi komunikasi yang efektif. Data yang dikumpulkan dari wawancara akan dianalisis secara sistematis untuk mengidentifikasi pola, tema, dan praktik terbaik dalam strategi komunikasi.

Informan dalam penelitian ini adalah Ramadhan sebagai asisten lab dan Nur Maghfirah Aesthetika sebagai kepala lab. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik observasi, dimana peneliti mendengarkan episode dan konten yang diunggah oleh podcast Talk Mbois milik Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Data observasi berisi cara

penyampaian pesan, interaksi dengan pendengar, penggunaan musik, dan struktur program. Pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini mencakup tujuan komunikasi, pemahaman terhadap target audiens, serta penggunaan teknologi dan inovasi dalam strategi komunikasi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengecek pertumbuhan audiens dan melihat perkembangan pendengar, Talk Mbois menggunakan analytic data yang tersedia di platform podcast, *Anchor*. Analisis data adalah alat penting untuk mengukur keberhasilan strategi komunikasi mereka. Dengan rutin menggunakan analitik data, Talk Mbois dapat melihat langkah yang tepat [14].

Pertama, mereka melihat jumlah pendengar untuk setiap episode podcast. Data analisis memberikan informasi tentang berapa banyak pendengar yang mendengarkan setiap episode, memungkinkan mereka untuk melacak pertumbuhan pendengar dari waktu ke waktu. Berikutnya, Talk Mbois melihat statistik penayangan episode, termasuk total penayangan dan rata-rata penayangan per episode. Ini membantu mereka mengevaluasi kinerja rangkaian tertentu dan melihat apakah ada perbedaan kinerja dari satu rangkaian ke rangkaian lainnya.

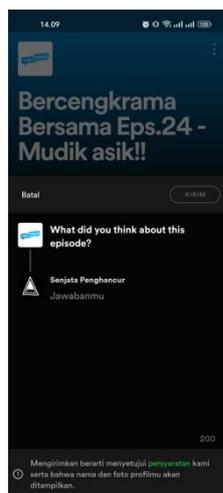
Selain itu, analisis data memberikan wawasan tentang waktu dengar rata-rata di setiap episode. Ini membantu Talk Mbois mengetahui seberapa terlibat audiens dengan konten podcast mereka dan apakah ada potensi untuk meningkatkan durasi pendengaran. Talk Mbois juga memperhatikan peningkatan jumlah pendengar baru dari waktu ke waktu. Analisis data memberikan wawasan tentang keefektifan strategi komunikasi mereka dalam menarik pendengar baru.

Talk Mbois memperhatikan umpan balik dan interaksi yang diterima dari pendengar. Mereka meninjau komentar, pesan, dan saran yang mereka terima untuk memahami reaksi audiens terhadap konten mereka dan mencari peluang untuk meningkatkan interaksi dengan audiens mereka.

Penggunaan konten strategi komunikasi podcast Talk Mbois selalu dibuat semenarik mungkin untuk meningkatkan *Brand Awareness*. Dengan ini, Talk Mbois memahami audiensnya dan mengidentifikasi karakteristik dan minatnya. Mereka fokus untuk menghasilkan konten podcast yang menarik, informatif, dan menghibur menggunakan topik yang relevan dan gaya yang unik [15]. Talk Mbois juga mengutamakan kualitas produksi podcast untuk pengalaman mendengarkan yang baik. Mereka mempromosikan podcast melalui saluran pemasaran khusus seperti jejaring sosial dan platform podcast.

Selain itu, Talk Mbois secara aktif terlibat dengan audiensnya melalui komentar, postingan, dan media sosial, mengundang kolaborasi tamu, dan melibatkan audiens dalam konten podcast. Dengan langkah-langkah ini, mereka dapat membuat podcast mereka menarik dan relevan dengan audiens mereka, sehingga meningkatkan kesadaran merek mereka.

Saat menanyakan apakah ada penggunaan inovasi dan teknologi dalam strategi komunikasi, penggunaan



Gambar 1. Episode Bercengkrama Bersama [1]



Gambar 2 Episode Self Love - Monolog [2]

fitur Q&A dalam platform *Spotify* adalah yang informan Nur Maghfirah Aesthetika dan Ramadhan gunakan untuk berinteraksi dengan audiens. Fitur Q&A *Spotify* adalah fitur yang memungkinkan pengguna *Spotify* untuk berinteraksi dengan artis atau pembuat podcast melalui tanya jawab. Secara keseluruhan, fitur ini berhasil meningkatkan keterlibatan pengguna, memperluas koneksi penggemar, meningkatkan kesadaran konten, dan

mendapatkan umpan balik langsung. Fitur ini merupakan langkah positif untuk menciptakan hubungan yang lebih erat antara artis atau podcaster dengan penggemarnya.

Menurut informan Nur Maghfirah Aesthetika dan Ramadhan untuk menjaga konsistensi dan identitas merek, penggunaan bumper atau opening pada setiap pembukaan episode adalah cara yang efektif untuk membuat audiens selalu ingat. Menggunakan opening di awal setiap episode adalah cara yang efektif untuk menjaga konsistensi podcast dan identitas merek. Penggunaan bumper atau opening dapat membantu menciptakan identitas merek yang kuat. Dengan elemen audio yang unik, audiens akan secara otomatis mengaitkan audio tersebut dengan merek tersebut. Ini meningkatkan kesadaran merek dan membuat podcast tersebut menonjol dari yang lain [28].

Selain itu, bumper atau opening dapat memberikan wujud yang konsisten pada setiap episode. Ketika audiens terbiasa dengan format pembukaan yang sama, mereka merasa lebih terkoneksi dengan podcast tersebut dan memiliki harapan tentang apa yang akan mereka dengar. Ini menciptakan kenyamanan dan kepercayaan antara podcaster dan audiens.

Temuan dari penelitian informan tentang strategi komunikasi dalam membuat podcast Talk Mbois untuk melibatkan pendengar menunjukkan bahwa ada kesamaan dalam tanggapan mereka. Strategi yang mereka gunakan adalah fallback strategy, yaitu dengan mengulang pesan atau informasi yang disampaikan kepada publik. Pengulangan ini bertujuan untuk memperkuat pemahaman dan kesan terhadap pesan yang ingin disampaikan kepada pendengar..

Salah satu upaya dalam strategi media podcast Talk Mbois adalah selalu membuat konten semenarik mungkin untuk meningkatkan brand awareness. Informan mengakui bahwa konten yang menarik melibatkan pendengar dan membantu memperluas jangkauan audiens.

Selain itu, informan juga menggunakan iringan atau intro di setiap awal episode podcast untuk menjaga konsistensi dan identitas brand. Iringan atau pembukaan ini memiliki fitur yang dapat dikenali di awal babak. Inovasi tersebut adalah cara yang efektif untuk membangun citra merek dan mempertahankan pendengar. Dalam strategi komunikasinya, mereka tidak hanya fokus pada konten tetapi juga memperhatikan unsur suara yang membawa kesan dan identitas tersendiri.

Penggunaan data analytics kembali diterapkan untuk mengukur dampak dan respon audiens terhadap strategi komunikasi yang telah diterapkan. Penggunaan analytic data dalam analisis audiens podcast Talk Mbois memberikan wawasan tentang demografis audiens yaitu seperti usia, jenis kelamin, atau bahasa yang digunakan. Informasi ini dapat membantu dalam mengarahkan konten dan strategi pemasaran ke audiens yang tepat, preferensi konten yaitu tim Talk Mbois dapat mengetahui topik atau jenis konten yang paling diminati oleh audiens. Informasi ini dapat membantu dalam menghasilkan konten berkualitas, ada juga tingkat keterlibatan yang mencakup jumlah pendengar, waktu pendengaran rata-rata, frekuensi pendengaran, dan naik turunnya pendengar, serta ulasan atau tanggapan yang berfungsi sebagai wawasan tentang apa yang disukai atau tidak disukai oleh pendengar.

Informasi ini membantu mengoptimalkan strategi pemasaran, meningkatkan keterlibatan pendengar, dan menyajikan konten yang selaras dengan minat audiens Informan dapat menilai apakah strategi komunikasi yang mereka terapkan berhasil mencapai tujuan yang diinginkan dengan memantau data perilaku, preferensi, dan respons audiens. Informasi ini dapat digunakan untuk menyempurnakan strategi komunikasi mereka dan meningkatkan pengalaman pendengar secara keseluruhan.

Namun, informan Nur Maghfirah Aesthetika dan Ramadhan juga menghadapi sejumlah tantangan atau hambatan dalam menerapkan strategi komunikasinya. Salah satu tantangannya adalah konsistensi. Informan Nur Maghfirah Aesthetika selalu mengingatkan komunitas radio di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo untuk aktif menggerakkan program-program yang ada agar tidak berhenti atau stagnan. Hal ini dilakukan untuk menjaga kesinambungan dalam produksi podcast dan menjaga konsistensi kualitas konten.

Selain itu, mereka juga menyadari bahwa tren podcast tidak hanya terkait dengan suara, tetapi juga terkait dengan gambar. Oleh karena itu, mereka ingin mengembangkan podcast mereka ke arah yang lebih visual di masa mendatang. Konten podcast visual adalah perkembangan terbaru di dunia podcast. Menggabungkan konten audio dan visual, podcast visual menggunakan elemen seperti video, gambar, animasi, dan presentasi untuk meningkatkan pengalaman mendengarkan.

Ini bisa berupa podcast video, visual *aid* atau presentasi, animasi, efek visual, dan streaming. Konten podcast visual memberi audiens pengalaman yang lebih menarik dan interaktif sambil tetap berfokus pada audio sebagai elemen utama podcast.. Menghadapi tantangan ini, informan Nur Maghfirah Aesthetika dan Ramadhan akan terus berinovasi dan menyesuaikan strategi komunikasinya dengan tren dan preferensi audiens.

Dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan telah memberikan dampak positif dalam membangun dan mengembangkan audiens mereka. Dalam konteks ini, salah satu teori yang terkait adalah Campaign Communication Theory. Teori ini menekankan pentingnya perencanaan dan pelaksanaan kampanye komunikasi yang efektif dalam mencapai tujuan yang ditetapkan.

Dalam hal ini, Talk Mbois telah berhasil menerapkan strategi komunikasi yang terencana dan terstruktur untuk memperluas jangkauan podcast mereka. Melalui kampanye komunikasi yang berfokus pada membangun kesadaran merek dan melibatkan audiens, mereka berhasil mencapai tujuan mereka untuk menarik lebih banyak pendengar.

VII. SIMPULAN

Dari penelitian dan pembahasan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Talk Mbois telah berhasil membangun komunitas radio dan podcast yang luas melalui strategi komunikasi yang efektif. Kesamaan visi dan misi antara para pembawa acara menjadi dasar yang kuat dalam merencanakan strategi komunikasi yang efektif.

Strategi komunikasi yang efektif Talk Mbois melibatkan beberapa pendekatan yang terbukti berhasil. Penggunaan pengulangan pesan membantu memperkuat pemahaman audiens terhadap pesan yang disampaikan, sementara analisis data memberikan wawasan penting tentang pertumbuhan audiens dan kinerja podcast. Pembuatan konten menarik dan relevan, serta interaksi aktif dengan audiens, juga menjadi faktor kunci dalam mempertahankan keberhasilan dan pertumbuhan komunitas pendengar.

Selain itu, Talk Mbois juga memiliki kepekaan terhadap kebutuhan dan preferensi audiens. Dengan memahami minat dan karakteristik pendengar, mereka mampu menghasilkan konten yang lebih relevan dan menghibur. Melalui interaksi langsung, kolaborasi dengan tamu, dan partisipasi audiens dalam konten podcast, mereka berhasil menjaga keterlibatan pendengar. Perkembangan menuju format visual juga menjadi langkah yang cerdas, mengingat tren konsumsi konten yang semakin mengarah ke visual.

Dalam upaya mempengaruhi komunikasi, Talk Mbois menggunakan pesan yang tegas dan konsisten, strategi pemasaran yang efektif, serta interaksi aktif dengan audiens. Interaksi aktif ini meliputi diskusi, wawancara, survei, live streaming, kontes, pertemuan, dan acara meet-up. Dengan tujuan melibatkan audiens secara aktif dan memperkuat hubungan, Talk Mbois memastikan bahwa pesan yang disampaikan secara terus-menerus memperkuat visi dan misi podcast.

Selain itu, Talk Mbois juga memberikan kesempatan bagi audiens untuk memberikan masukan dan tanggapan. Dengan mendengarkan kebutuhan dan preferensi audiens, mereka dapat terus mengembangkan konten yang menarik dan relevan, yang pada gilirannya mempertahankan pendengar dan menarik audiens baru dengan minat dan preferensi yang beragam.

Kesimpulan ini membuktikan bahwa dengan merencanakan strategi komunikasi yang efektif, fokus pada kebutuhan audiens, dan berinovasi sesuai dengan tren baru, Talk Mbois mampu meningkatkan kesadaran audiens dan membangun komunitas pendengar yang berkelanjutan. Keberhasilan dalam menarik dan mempertahankan audiens bergantung pada pelaksanaan strategi ini yang efektif, serta kemampuan untuk tetap relevan dan terlibat dalam persaingan di dunia podcast.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT atas limpahan rahmat serta hidayah-Nya. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada orang tua, keluarga dan teman – teman yang selalu memberikan dukungan untuk merampungkan artikel penelitian ini

REFERENSI

- [1] Gordon Baghate, *Radio Broadcasting: A History of the Airwaves*. Philadelphia, United States Of America: Pen and Sword History, 2020.
- [2] Anindita Trinoviana Trinoviana, "Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience dan Iklan," *Universitas Islam Indonesia*, vol. 12, no. 1, 2017.
- [3] Sung-Moon Michael Yang, *The Basics of Live Streaming: Modern Digital Radio Communication Signals and Systems*. Irvine, California: Springer, 2018.
- [4] Rossalia Andanni Marine, "Analisis Tren Online Live Streaming pada Website dan Youtube," *Universitas Indonesia*, vol. 18, no. 1, Juni 2021.
- [5] John Allen Hendricks, *Radio's Second Century Past, Present, and Future Perspectives*. United States of America: Rutgers University Press, 2020.
- [6] Nurudin, *Perkembangan teknologi komunikasi*. Jakarta, Indonesia: Rajawali, 2017.
- [7] Melanie Mitchel, *Artificial Intelligence: A Guide for Thinking Humans*. United States of America: Giroux/Macmillan, 2019.
- [8] Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa : suatu pengantar*. Jakarta, Indonesia: Erlangga, 1994.

- [9] Arifin Anwar, *Strategi Komunikasi : Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung, indonesia: Amico, 1984.
- [10] Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta, Indonesia: Rajawali Per, 2017.
- [11] Mats Heide Jesper Falkheimer, *Research Handbook on Strategic Communication*. United Kingdom: Edward Elgar Publishing, 2022.
- [12] "Podcast Audio Visual Sebagai Media Komunikasi Pendidikan," *SASAK: DESAIN VISUAL DAN KOMUNIKASI*, vol. 4, no. 2, November 2022.
- [13] Yeri Tri Kurnianto, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Minum," Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Albanjari, Banjarmasin, 2016.
- [14] "Pemanfaatan Anchor Sebagai Platform Distribusi Podcast," *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako*, vol. 2, no. 2, Desember 2021.
- [15] Poppy Febriana Salma Aisya, "Strategi komunikasi pemasaran The Body Shop melalui brand ambassador: Studi kasus Iqbaal Ramadhan," *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, vol. 7, no. 1, April 2023.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.