

BAB I

PENDAHULUAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan teknologi membuat lahirnya sebuah media baru atau *new media* yang mengakibatkan masyarakat bisa mengakses dan menyebarkan informasi darimana saja, kapan saja, dan dimana saja baik secara individu maupun kelompok. Media baru merupakan sebuah *terminology* yang menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi dan terhubung ke dalam suatu jaringan.

Menurut Straubhaar (2018:19), media baru adalah sebuah istilah yang biasanya dikaitkan dengan teknologi media yang interaktif seperti internet dan *video games*. Menurut McQuail (2011:43), yang menjadi ciri utama pada media baru adalah adanya keterhubungan akses terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitas, dan sifatnya ada di mana – mana.

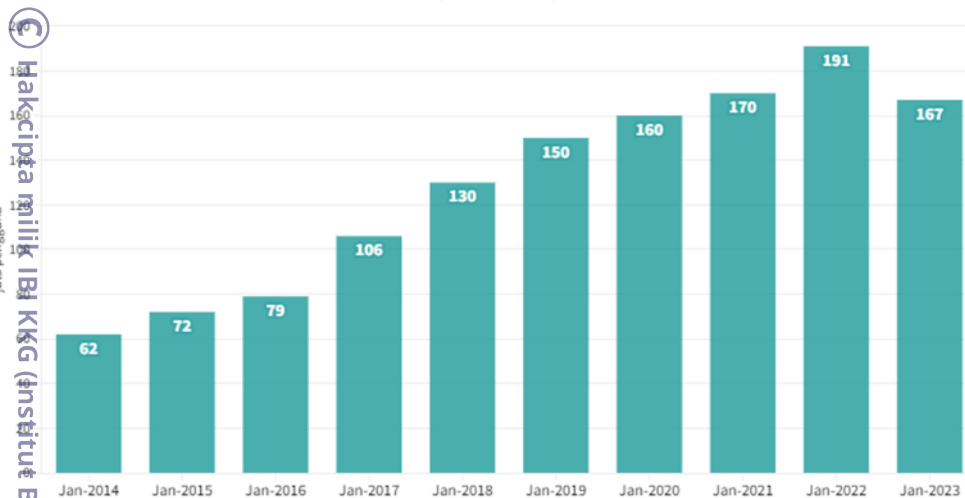
Media sosial merupakan salah satu contoh media baru atau *new media*. Menurut Boyd (2009), media sosial merupakan kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi. Berdasarkan hasil dari survei *We Are Social* yakni sebuah agensi kreatif yang menyajikan data beserta tren media sosial setiap tahun secara berkala, pada tahun 2023 terdapat 167 juta orang yang menggunakan media sosial di Indonesia.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia
(2015-2023)



Sumber : data dari *We Are Social* yang dikutip oleh website dataindonesia.id

Gambar 1.1

Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia

Lebih kurang, pada tahun 2023 terdapat 60,4% orang dari total populasi di dalam negeri yang menggunakan media sosial. Menurut Mandibergh (2012), media sosial merupakan media yang memudahkan kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*). Media sosial dapat digunakan untuk berbagai macam hal mulai dari berbisnis, mencari berita, mencari *entertainment*, mencari ilmu, bersosialisasi, hingga mempublikasi karya mulai dari karya seperti tulisan, gambar, video, dan audio.

Podcast merupakan salah satu contoh karya audio. Adanya *podcast* memberikan dampak terhadap televisi dan radio yang selama beberapa waktu telah menjadi media yang memberikan hiburan dan informasi kepada khalayak. Perkembangan ini menyebabkan perubahan perilaku penonton televisi dan juga pendengar radio, yang beralih mendengarkan *podcast*.



Menurut Phillips (2017) *podcast* ialah berkas audio digital yang dibuat dan selanjutnya diunggah ke *platform* online untuk dapat dibagikan dengan orang lain.

Podcast adalah bentuk siaran yang berupa rekaman suara atau audio dari pembawa acara atau individu yang berbicara di dalamnya, membahas topik khusus, dan umumnya disiarkan melalui berbagai *platform*.

Istilah *podcast* sendiri mulai muncul karena ini merupakan sebuah akronim dari *iPod Broadcasting* yang merujuk pada perangkat Apple iPod yang mana ini merupakan platform distribusi *podcast* pertama yang diperkenalkan oleh Steve Jobs seorang CEO dari perusahaan teknologi Apple pada tahun 2001. Menurut Sari (2023, diakses 21 Oktober 2023), titik terang kemunculan *podcast* adalah ketika tahun 2003 Dave Winer, seorang pengembang perangkat lunak, menciptakan format RSS 2.0 yang memungkinkan konten audio dapat diunduh dan didistribusikan secara otomatis.

Podcast sendiri mulai muncul secara aktif tahun 2004 setelah dikembangkan oleh pengusaha internet dan mantan penyiar MTV, Adam Curry. Curry bersama dengan pengembang perangkat lunak bernama Dave Slusher meluncurkan program *podcast* bernama “Daily Source Code”. Program ini dianggap sebagai *podcast* pertama yang populer dan menjadi tonggak awal dalam popularitas *podcast*.

Pada tahun 2005, Apple memperkenalkan fitur *podcasting* ke dalam iTunes yang memungkinkan pengguna untuk menemukan, mengunduh, dan mendengarkan *podcast* dengan mudah. Menurut Kencana (2020) *podcast* memiliki perbedaan dengan radio konvensional, siaran *podcast* tidak secara linier melainkan siarannya adalah siaran suara *on demand*. Dengan sifat *on demand* ini *podcast* bisa dapat didengarkan berulang – ulang.

Berdasarkan data yang dikemukakan oleh PEW Research Center yang merupakan sebuah wadah pemikir nonpartisan Amerika Serikat yang berpusat di

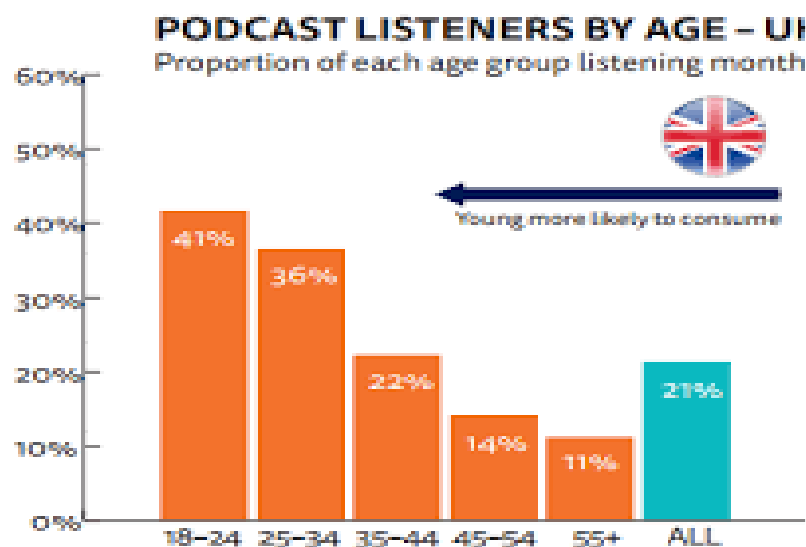
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Washington, D.C. yang selalu merilis informasi tentang tren isu sosial, opini publik, dan demografi di Amerika Serikat dan dunia, pada tahun 2006 terdapat lebih dari 17 juta *podcast* yang telah diunduh. Menurut Geoghegan & Klass (dalam Kencana, 2020), *podcasting* merupakan perkembangan teknologi media yang menarik karena siapa saja dapat terlibat, mengekspresikan diri, bertukar ide, atau mempromosikan produk mereka.

Pada awal kemunculan sebagai media baru, *podcast* tidak segera mendapatkan perhatian dari orang - orang. Namun, seiring berjalannya waktu, *podcast* justru dapat memenuhi berbagai kebutuhan yang ada, terutama di kalangan anak muda. Anak muda menjadi pendengar dan pengguna utama *podcast* sebagai sumber hiburan dan sumber mendapatkan informasi. Melalui *podcast*, mereka dapat dengan mudah mengikuti tren dan memperoleh informasi yang menurut mereka menarik.

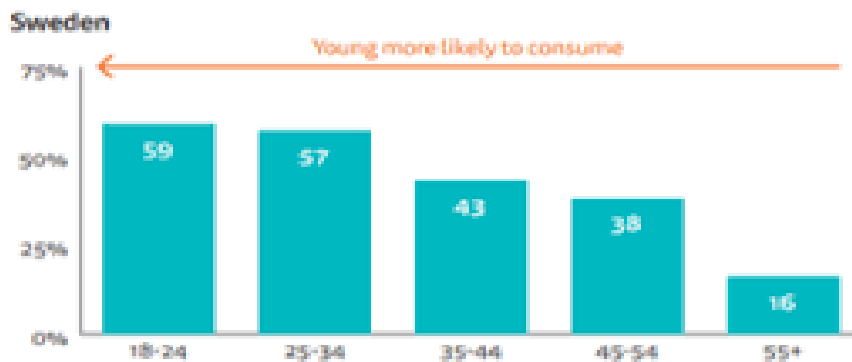


Sumber : Reuters Institute – Digital News Report 2019

Gambar 1.2
Diagram Pendengar Podcast di Inggris Tahun 2019



PROPORTION THAT USED A PODCAST IN THE LAST MONTH -
BY AGE



Sumber : Reuters Institute – Digital News Report 2019

Gambar 1.3

Diagram Pendengar *Podcast* di Swedia Tahun 2019

Berdasarkan data pendengar *podcast* di negara Inggris dan Swedia, dapat dilihat bahwa mayoritas pendengar *podcast* adalah generasi Y dan generasi Z. generasi yang lebih tua cenderung lebih banyak menggunakan radio konvensional. Dilansir dari Musicoomph (2020) berdasarkan kajian terbaru Edison dan Nielsen, secara statistik saat ini terdapat lebih dari 850.000 *podcast* aktif dengan 30 juta episode *podcast* dalam 100 bahasa telah tersedia di platform digital.

Menurut Pradipta (2020) di Indonesia sendiri *podcast* mulai muncul di tahun 2005, saat seorang bernama Boy Avianto membuat *podcast* untuk pertama kalinya dengan nama “Apa Saja Podcast” pada kanal blogspot miliknya. Tahun 2008, Soundcloud hadir sebagai aplikasi yang dapat membuat dan mendengarkan *podcast* dengan lebih mudah. Seiring berkembangnya internet di Indonesia, menjadikan *podcast* kian banyak dikenal oleh masyarakat Indonesia.

Pada tahun 2015, muncul *podcast* “Subjective” yang dibuat oleh Iqbal Hariadi. Pada tahun 2016, muncul *podcast* “Awal Minggu” yang dibuat oleh Qalbi

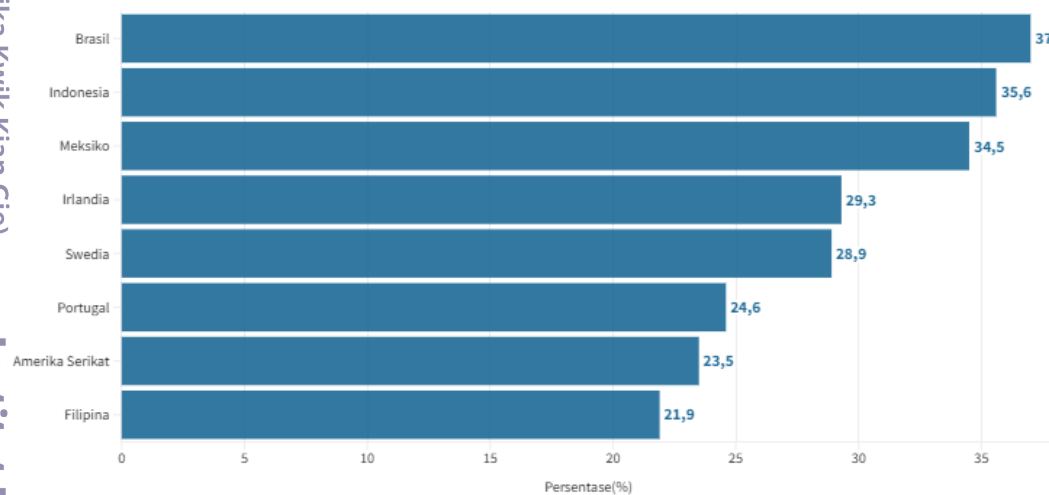


dan banyak *podcast* lainnya yang bermunculan. Eksistensi dari *podcast* di Indonesia

sudah tidak dapat diragukan lagi, terlebih apabila kita melihat fenomena yang ada pada saat ini, seiring berjalannya waktu *podcast* bukan hanya berbentuk audio melainkan berbentuk video.

Awalnya, *podcast* identik dengan audio, namun di beberapa tahun kebelakang ini muncul *podcast* video yang isinya adalah audio visual perbincangan mengenai topik – topik tertentu, bisa di unduh namun kelebihannya memiliki *subtitle* dan juga memiliki visual sehingga orang – orang menikmatinya tidak hanya dengan mendengar namun juga menonton.

8 Negara Dengan Pendengar Podcast Terbanyak Dunia
(Januari 2022)



Sumber : data dari *We Are Social* yang dikutip oleh website dataindonesia.id

Gambar 1.4

Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia

Berdasarkan dari data *We Are Social*, pada tahun 2022 sebanyak 35,6% pengguna internet di Indonesia mendengarkan *podcast* paling tidak seminggu sekali. Hal ini membuat Indonesia menjadi negara kedua terbanyak yang mendengarkan *podcast* bahkan melebihi Amerika Serikat yang merupakan negara asal dari adanya



podcast. Di Indonesia sendiri terdapat berbagai medium yang dapat digunakan untuk mendengarkan *podcast*. Apabila ingin menikmati *podcast* audio bisa menggunakan Noice dan Apple Music, apabila ingin menikmati *podcast* video bisa menggunakan Youtube atau Spotify yang saat ini memiliki fitur tambahan untuk menikmati *podcast* video juga.

Melihat perkembangan *podcast* tersebut, banyak artis dan berbagai orang terkenal lainnya mulai tertarik dalam membuat konten *podcast* khususnya *podcast* video. Beberapa tahun terakhir ini ada beberapa konten tayangan *podcast* yang cukup terkenal yang dibuat oleh beberapa artis mulai dari Deddy Corbuzier yang membuat *podcast* yakni “#CLOSETHEDOOR”, Raditya Dika yakni “Podcast Raditya Dika (PORD)”, dan Denny Sumargo yakni “Curhat Bang”.

Masing – masing dari *podcast* tersebut menyajikan audio visual dengan topik pembahasan tersendiri. “#CLOSETHEDOOR” dan “Curhat Bang” lebih banyak membahas *viral topic* atau hal – hal yang sedang hangat dibicarakan di Indonesia. Sedangkan “Podcast Raditya Dika (PORD)” lebih banyak membahas hal – hal mengenai *self improvement*. Masing – masing *podcast* tersebut memiliki ratusan ribu hingga jutaan penonton.

Selain Deddy Corbuzier, Denny Sumargo, dan Raditya Dika, ada artis lainnya yang juga turut membuat *podcast* yang di *upload* ke Youtube dan juga Spotify yakni Daniel Mananta. Dalam beberapa tahun terakhir ini Daniel Mananta juga turut aktif membuat konten tayangan *podcast* dengan judul “Daniel Tetangga Kamu”. Konten tayangan *podcast* “Daniel Tetangga Kamu” ini sudah ada sejak April 2020.

Konten tayangan *podcast* “Daniel Tetangga Kamu” merupakan acara pertama yang ada di *channel* youtube Daniel Mananta Network. Selain di *channel*

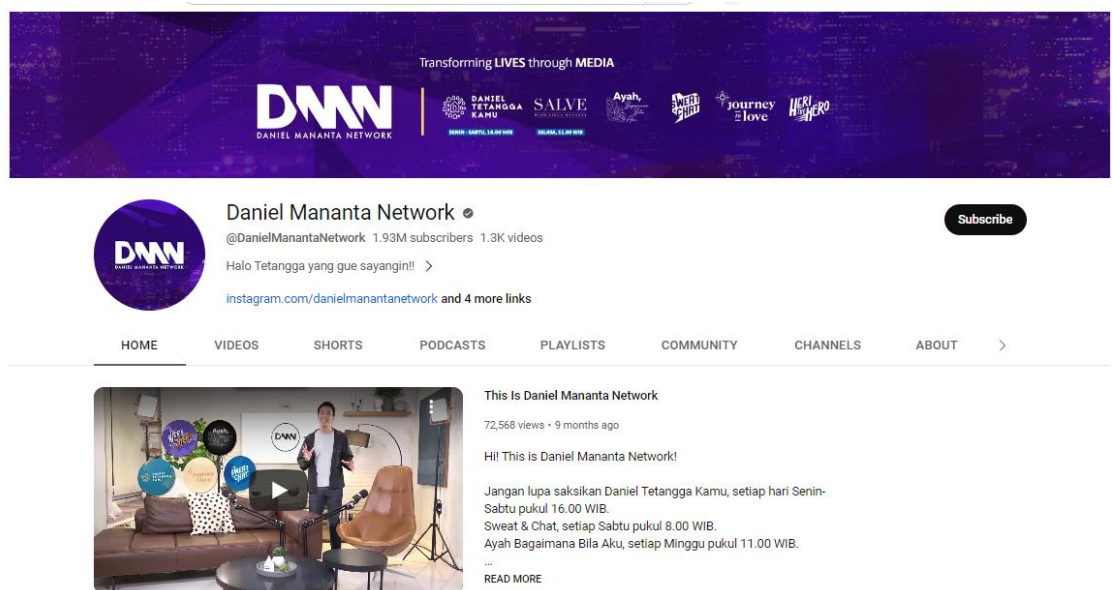
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

youtube Daniel Mananta Network, Daniel Mananta juga mengunggah *podcast* “Daniel Tetangga Kamu” ke Spotify. Isi dari tayangan ini adalah obrolan dari Daniel Mananta bersama “tetangganya” yakni bintang tamu yang dia undang. Semua pembicaraannya berisi obrolan dari kacamata spiritual saat bintang tamu yang diundang mengalami keadaan yang tidak pasti dan kekhawatiran sampai bisa bangkit menjadi orang yang lebih kuat dan lebih baik dari sebelumnya.

Salah satu tujuan Daniel Mananta membuat *channel* Youtube Daniel Mananta Network dan membuat konten tayangan *podcast* “Daniel Tetangga Kamu” adalah agar melalui *channel* Youtube ini, banyak orang yang bisa diubah. Oleh karena itu yang menjadi visi dari Daniel Mananta membuat *channel* Youtube Daniel Mananta Network adalah “*Transforming Lives Through Media*”.



Gambar 1.5

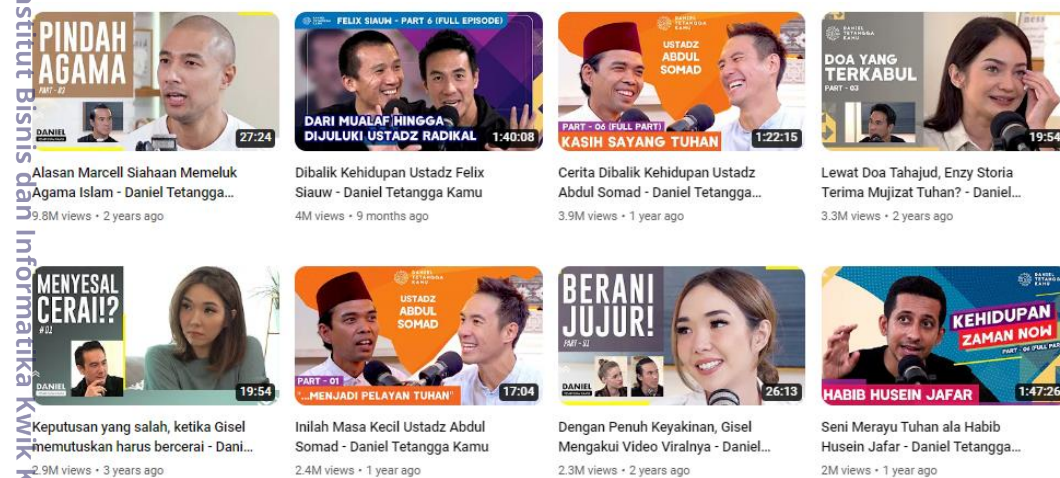
Channel Youtube Daniel Mananta Network

Hingga tahun 2023, *channel* Youtube Daniel Mananta Network telah memiliki hampir 2 juta *subscribers* (per 22 Oktober 2023) yang mana tayangan



podcast “Daniel Tetangga Kamu” merupakan acara utama pada *channel* ini.

Tayangan *podcast* “Daniel Tetangga Kamu” sendiri memiliki jumlah penonton rata-rata dari puluhan ribu hingga ratusan ribu penonton. Jumlah penonton terbanyak yang pernah didapatkan melalui tayangan *podcast* “Daniel Tetangga Kamu” adalah pada episode saat mengundang Marcell Siahaan, yang mana pada saat itu penonton yang didapatkan mencapai hampir 10 juta penonton (per 22 Oktober 2023).



Gambar 1.6

Beberapa Video Channel Youtube Daniel Mananta Network

Hal ini menjadi sesuatu yang unik karena setelah 3 tahun, eksistensi dari tayangan *podcast* “Daniel Tetangga Kamu” masih cukup baik meskipun pastinya tidak bisa menandingi tayangan *podcast* “#CLOSETHE DOOR” dan “Curhat Bang” yang setiap tayangannya memiliki ratusan ribu hingga jutaan penonton. Hal lain yang membuat tayangan *podcast* “Daniel Tetangga Kamu” ini unik adalah karena hal yang dibahas merupakan kisah perjalanan spiritual, kepercayaan, dan hubungan dari bintang tamu yang diundang yakni “tetangga” kepada Tuhan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sampai saat ini, Daniel Mananta masih konsisten mengundang “tetangga”

yakni bintang tamu dan membicarakan hal – hal terkait kisah perjalanan spiritual, kepercayaan, dan hubungan seseorang dengan Tuhan. Sudah banyak “tetangga” yang Daniel Mananta undang mulai dari artis, *influencer*, hingga pemuka agama seperti Ustadz, Pendeta, Bhikku, dan Habib.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Gambar 1.7

Episode Daniel Tetangga Kamu Bersama Ustadz Abdul Somad



Gambar 1.8

Episode Daniel Tetangga Kamu Bersama Pendeta Juan Mogi

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Melalui konten tayangan *podcast* “Daniel Tetangga Kamu”, Daniel Mananta

jadi terlihat seperti orang yang sangat bijaksana, lebih dewasa, dan sangat toleran.

Personal Branding yang Daniel Mananta miliki seakan berubah karena Daniel Mananta sering berbicara dengan semua orang terkait kepercayaan dan perjalanan spiritual orang – orang yang dia undang dan *value* dari konten tayangan *podcast* “Daniel Tetangga Kamu” sendiri yakni “Tetangga Saling MENYANGGA bukan MENYANGGAH”.

Menurut Haroen (2014:13), *Personal Branding* merupakan proses dasar menciptakan persepsi masyarakat kepada banyak aspek yang dimiliki seseorang seperti kepribadian, kemampuan, nilai – nilai yang akhirnya mampu memberikan persepsi positif dari masyarakat. Menurut Raharjo (2019:6), *Personal Branding* merupakan suatu proses membentuk persepsi masyarakat terhadap aspek – aspek yang dimiliki seseorang.

Tujuan dari *Personal Branding* adalah untuk mengontrol cara pandang atau persepsi orang lain terhadap diri seseorang. Daniel Mananta sendiri merupakan seseorang yang memiliki *Personal Branding* yang cukup kuat. Karirnya dimulai sejak tahun 2003 pada saat ia memenangkan sebuah ajang MTV VJ Hunt. VJ atau Video Jockey merupakan seseorang yang memperkenalkan dan memainkan musik *video* di televisi komersial. Sejak saat itu Daniel Mananta dikenal sebagai seorang pembawa acara atau *host* ternama dan dikenal dengan nama vjdaniel.

Daniel Mananta juga masuk ke dalam dunia akting mulai tahun 2006 dan mulai menjadi pembawa acara dalam ajang Indonesian Idol dari musim ke 3 hingga musim ke 10. Pada tahun 2013, ia memenangkan Panasonic Gobel Awards dalam kategori *Presenter Talent Show* terfavorit setelah tiga kali masuk ke dalam nominasi namun belum berhasil menang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Melalui karirnya yang dimulai sejak tahun 2003 dan dibangun lewat televisi,

layar lebar, dan tentunya media sosial, Daniel Mananta memiliki sebuah *Personal Branding*, ia dikenal sebagai seorang *presenter* atau pembawa acara kondang yang ada di Indonesia. Pada Instagram milik Daniel Mananta, ia memberi nama Instagramnya yakni @vjdaniel yang mana itu merupakan sebuah tanda bahwa Daniel Mananta ingin dikenal sebagai seorang VJ Daniel.



Gambar 1.9

Profil Instagram Daniel Mananta

Setelah memiliki *Personal Branding* yang cukup kuat sebagai vjdaniel yakni seorang pembawa acara ternama di Indonesia, Daniel Mananta seakan memiliki sebuah *Personal Branding* yang baru sejak adanya konten tayangan *podcast* “Daniel Tetangga Kamu”. Munculnya konten tayangan *podcast* “Daniel Tetangga Kamu” juga bersamaan dengan Daniel Mananta yang mengundurkan diri sebagai *presenter* dari salah satu acara pencarian bakat terbesar di Indonesia yakni Indonesian Idol setelah 8 *season* menjadi *presenter* utama.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam 3 tahun terakhir semenjak konten tayangan *podcast* “Daniel Tetangga

Kamu” ada, Daniel Mananta seakan terlihat menjadi pribadi yang lebih dewasa, toleran, dan suka membicarakan perjalanan iman dan spiritual dari cerita setiap orang. Melihat fenomena tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh konten tayangan *podcast* “Daniel Tetangga Kamu” terhadap *Personal Branding* Daniel Mananta di kalangan Jemaat GBI Sunter Mall.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

“Seberapa besar pengaruh konten tayangan *podcast* ‘Daniel Tetangga Kamu’ terhadap *Personal Branding* Daniel Mananta di kalangan Jemaat GBI Sunter Mall?”

C. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan penjabaran dari fokus penelitian dari rumusan masalah dengan lebih spesifik. Peneliti menetapkan fokus penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh konten tayangan *podcast* “Daniel Tetangga Kamu” terhadap *Personal Branding* Daniel Mananta di kalangan jemaat GBI Sunter Mall?
2. Bagaimana *Personal Branding* Daniel Mananta dalam konten tayangan *podcast* “Daniel Tetangga Kamu” di kalangan Jemaat GBI Sunter Mall?



D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka diuraikan tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh konten tayangan *podcast* “Daniel Tetangga Kamu” terhadap *Personal Branding* Daniel Mananta di kalangan jemaat GBI Sunter Mall.
2. Untuk mengetahui *Personal Branding* Daniel Mananta dalam konten tayangan *podcast* “Daniel Tetangga Kamu” di kalangan Jemaat GBI Sunter Mall.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap Program Studi Ilmu Komunikasi terkait dengan konsep konten tayarangan *podcast* dan *Personal Branding*. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat untuk dijadikan refrensi pada penelitian sejenis yang akan dilakukan di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan pengetahuan serta pemahaman mengenai pengaruh suatu konten tayangan terhadap *Personal Branding* bagi pembaca yang memiliki minat pada topik ini.