

# PENGARUH TERPAAN MEDIA APLIKASI NOICE DAN KREDIBILITAS SUMBER PADA PODCAST HOROR “SCARIEST CASE OF GHOST RANGER INDONESIA” TERHADAP KEPUASAN SUBSCRIBER

Athalla Putra<sup>1</sup> dan Yeni Nuraeni<sup>2</sup>

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma, Indonesia  
(email: [athallap9@gmail.com](mailto:athallap9@gmail.com) dan [ynuraeni.02@gmail.com](mailto:ynuraeni.02@gmail.com))

## ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh terpaan media aplikasi Noice dan kredibilitas sumber pada podcast horor “*Scariest Case Of Ghost Ranger Indonesia*” terhadap kepuasan subscriber. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, penelitian ini melibatkan penggunaan kuesioner untuk mengumpulkan data. Hasil analisis menunjukkan bahwa baik terpaan media maupun kredibilitas sumber secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan subscriber. Terpaan media diukur dari frekuensi, durasi, dan atensi, sementara kredibilitas sumber dinilai dari keahlian, kepercayaan, dan daya tarik. Nilai koefisien regresi terpaan media adalah 0,487, yang berarti peningkatannya akan meningkatkan kepuasan subscriber sebesar 0,487 satuan. Sementara itu, kredibilitas sumber memiliki nilai koefisien regresi 6,974, dengan narator yang berpengalaman, jujur, dan menarik terbukti meningkatkan kepercayaan pendengar. Secara simultan, kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 76,6% variasi kepuasan subscriber. Temuan ini sejalan dengan Media Richness Theory, di mana podcast “*Scariest Case Of Ghost Ranger Indonesia*” dinilai sebagai media yang kaya karena adanya isyarat yang beragam, umpan balik yang cepat, variasi bahasa, dan sumber yang personal. Penelitian ini menegaskan bahwa popularitas dan konsistensi konten horor di Noice berkorelasi positif dengan kepuasan audiens, serta mengisi celah penelitian yang sebelumnya lebih berfokus pada media sosial atau iklan.

**Kata Kunci:** Terpaan Media, Kredibilitas Sumber, Kepuasan Subscriber, Podcast Horor, Noice

## ABSTRACT

*This study examines the effect of media exposure on the Noice application and source credibility of the "Scariest Case Of Ghost Ranger Indonesia" horror podcast on subscriber satisfaction. Using a quantitative approach with a survey method, this research involves using a questionnaire to collect data. The analysis shows that both media exposure and source credibility, partially and simultaneously, have a positive and significant effect on subscriber satisfaction. Media exposure is measured by frequency, duration, and attention, while source credibility is assessed based on expertise, trustworthiness, and attractiveness. The regression coefficient value for media exposure is 0.487, meaning an increase in media exposure will increase subscriber satisfaction by 0.487 units. Meanwhile, source credibility has a regression coefficient of 6.974, with experienced, honest, and engaging narrators proving to increase listener trust. Simultaneously, both variables explain 76.6% of the variation in subscriber satisfaction. These findings align with Media Richness Theory, where the "Scariest Case Of Ghost Ranger Indonesia" podcast is considered a rich medium due to multiple cues, immediate feedback, language variety, and a personal source. This study confirms that the popularity and consistency of horror content on Noice positively correlate with audience satisfaction, filling a research gap that previously focused more on social media or advertising.*

**Keywords:** Media Exposure, Source Credibility, Subscriber Satisfaction, Horror Podcast, Noice

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong masyarakat untuk mencari berbagai bentuk hiburan digital, salah satunya melalui podcast. Media audio digital ini semakin populer karena mampu menyajikan beragam konten, mulai dari pendidikan, motivasi, hingga cerita horor. Berdasarkan laporan We Are Social per Januari 2024, tercatat 20,6% pengguna internet di dunia rutin mendengarkan podcast setiap minggu. Di Indonesia, angka tersebut bahkan lebih tinggi, yakni 38,2%, menjadikan Indonesia sebagai negara dengan tingkat pendengar podcast mingguan tertinggi kedua setelah Brasil (39,7%). Sementara itu, Meksiko menempati urutan ketiga dengan 36,6%, diikuti Afrika Selatan sebesar 33,4%, dan Irlandia 31,8%.

Sejak 2018, *Noice* menjadi platform audio terbesar di Indonesia dengan konten seperti podcast, audiobook, dan serial original, serta lebih dari dua juta pengguna aktif (Noice, 2023). Dioperasikan oleh PT Mahaka Radio Integra (MARI), *Noice* menekankan konten lokal yang kreatif dan relevan untuk generasi muda (Jessica et al., 2024:35). Aplikasi ini tersedia di App Store dan Google Play Store dengan rating 4,4 dari 60,8 ribu ulasan hingga 2025, menawarkan berbagai genre podcast, live audio interaktif, dan fitur berbagi ke media sosial seperti Instagram (Sukma, 2022). Selain *Noice*, aplikasi lain yang menyediakan podcast adalah Spotify. Perbedaannya, Spotify menawarkan banyak podcast internasional dalam berbagai bahasa untuk pendengar global, sedangkan *Noice* fokus pada pasar Indonesia dengan konten yang relevan dengan budaya, bahasa, dan kehidupan sehari-hari masyarakat lokal.

Salah satu podcast horor populer di *Noice* adalah *Scariest Case Of Ghost Ranger* Indonesia, yang dibentuk pada Desember 2024 dan dipandu oleh Bung Eric. Program ini eksklusif di *Noice* dan telah memiliki lebih dari 12.500 subscriber. Setiap episodenya menampilkan cerita horor dari pengalaman pendengar, kisah mistis masyarakat, atau legenda kota di berbagai wilayah Indonesia.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa kredibilitas dan daya tarik sumber berpengaruh terhadap keputusan atau niat beli audiens. Misalnya, penelitian Cresentia dan Nainggolan (2021) menemukan bahwa kredibilitas dan *trustworthiness* beauty influencer di Instagram berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah, serta dapat membantu pemasar membangun ekuitas merek dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan online. Penelitian lain oleh Suny (2023) menegaskan bahwa kredibilitas sumber berpengaruh positif terhadap penerimaan informasi *eWOM* pada produk bedak tabur Marck's, sementara daya tarik sumber berpengaruh positif terhadap penerimaan informasi *eWOM* dan niat beli, membuktikan bahwa pengaruh kredibilitas dan daya tarik sumber terhadap niat beli dimediasi oleh penerimaan informasi *eWOM*.

Pemilihan aplikasi *Noice* dan podcast *Scariest Case Of Ghost Ranger* Indonesia tidak hanya didasarkan pada popularitas, tetapi juga pertimbangan akademis terkait kontribusinya dalam kajian *new media*.

Penelitian ini bertujuan untuk menelaah bagaimana terpaan media digital serta kredibilitas narator dalam podcast horor lokal berpengaruh terhadap kepuasan *subscriber*, sehingga diharapkan

memberikan nilai tambah bagi pengembangan studi komunikasi dan media kontemporer. Meskipun penelitian mengenai terpaan media dan kredibilitas sumber sudah banyak dilakukan, sebagian besar masih terbatas pada konteks iklan, influencer media sosial, atau keputusan pembelian produk. Hingga kini, belum ada kajian yang secara khusus membahas pengaruh terpaan media melalui aplikasi *Noice* serta kredibilitas narator dalam podcast *Scariest Case Of Ghost Ranger* Indonesia terhadap kepuasan *subscriber*.

Hal ini menunjukkan adanya celah penelitian yang relevan, mengingat podcast horor *Scariest Case Of Ghost Ranger* Indonesia memiliki audiens besar dan tingkat loyalitas tinggi di Indonesia, sehingga permasalahan utama penelitian ini terletak pada bagaimana terpaan media aplikasi *Noice* dan kredibilitas sumber dalam podcast *Scariest Case Of Ghost Ranger* Indonesia memengaruhi kepuasan *subscriber*.

Dengan demikian, permasalahan pokok dalam penelitian ini terletak pada bagaimana terpaan media aplikasi *Noice* dan kredibilitas sumber dalam *podcast* horor *Scariest Case Of Ghost Ranger* Indonesia memengaruhi kepuasan *subscriber*.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Komunikasi**

Secara etimologis, komunikasi berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama” dan *communicare* yang berarti “membuat sesuatu menjadi sama”. Komunikasi dipahami sebagai proses penyampaian makna melalui pesan berupa ide, gagasan, atau pemikiran dengan simbol yang dipahami bersama (Dori Chandra & Suhendri, 2025). Perannya sangat penting dalam kehidupan, termasuk di lingkungan keluarga, dengan umpan balik sebagai kunci tercapainya tujuan (Pohan & Fitria, 2021). Menurut J.A. Devito, komunikasi adalah pertukaran pesan antarindividu yang dipengaruhi konteks, gangguan, memiliki dampak, dan melibatkan umpan balik (Pohan & Fitria, 2021).

### **Komunikasi Massa**

Banyak ahli mendefinisikan komunikasi massa dengan sudut pandang berbeda. Schramm menekankan bahwa komunikasi berakar dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, sehingga komunikasi berfungsi menciptakan kesamaan di antara individu. Bouman menambahkan, istilah “massa” merujuk pada sejumlah besar orang atau khalayak luas yang memiliki kesamaan jiwa meski tanpa organisasi formal (Nurhayati et al., 2022). Sementara itu, Gerbner mendefinisikan komunikasi massa sebagai proses produksi dan distribusi pesan secara luas melalui lembaga dan teknologi dalam masyarakat industri (Syafriana, 2022). Seiring perkembangan teknologi, peran media massa tradisional kini mulai bergeser menuju media baru yang lebih interaktif, salah satunya platform digital yang menjadi fokus penelitian ini.

## ***New Media***

*New media* merujuk pada teknologi berbasis komputer yang terhubung melalui jaringan digital, di mana perkembangannya membuat anak dan remaja semakin dekat dengan media sosial dan internet. Karena masih dalam masa pertumbuhan, mereka sering tertarik mencoba informasi baru tanpa mempertimbangkan dampaknya, sehingga perlu diarahkan agar internet dimanfaatkan sebagai sarana pembelajaran yang bermanfaat (Nur, 2021). Dalam penelitian ini, aplikasi Noice dengan podcast horor *Scariest Case Of Ghost Ranger* Indonesia dipilih sebagai objek kajian karena memiliki ciri khas *new media*, yakni memberi kebebasan bagi subscriber untuk memilih konten sesuai minat, berinteraksi lewat komentar, dan membagikan episode ke media sosial. Oleh sebab itu, penelitian ini lebih tepat dianalisis dengan kerangka *new media* daripada komunikasi massa tradisional. Selain itu, Media Richness Theory digunakan sebagai dasar analisis, karena menekankan kemampuan media dalam menyampaikan pesan secara kaya dan efektif—relevan dengan podcast yang tidak hanya berupa audio, tetapi juga mampu membangun suasana emosional yang memengaruhi minat pendengar.

## **Aplikasi Noice**

Aplikasi Noice adalah platform streaming audio yang berdiri sejak 2018 dengan fokus pada pasar Indonesia melalui penyediaan konten lokal yang relevan dengan budaya serta kehidupan sehari-hari masyarakat. Aplikasi ini dapat diunduh di *Playstore* maupun *Appstore*, dan memudahkan pengguna untuk mengakses berbagai jenis konten audio seperti podcast, siaran radio, hingga cerita audio. Genre yang ditawarkan beragam, mulai dari horor, komedi, edukasi, hingga misteri, dengan mayoritas konten disajikan dalam bahasa Indonesia (Noice, 2023)

## **Terpaan Media**

Terpaan media merupakan pengalaman audiens saat berinteraksi dengan pesan dari media. Pada *new media* yang interaktif, audiens dapat mengakses, membuat, dan membagikan konten secara global. Menurut Rosengren, terpaan media memiliki tiga dimensi: frekuensi (seberapa sering terpapar), durasi (lama interaksi), dan atensi (tingkat fokus), yang semuanya memengaruhi kekuatan pesan dalam ingatan audiens (Safira & Zurani, 2022).

## **Kredibilitas Sumber**

Istilah *kredibilitas sumber* merujuk pada kualitas komunikator yang mampu memengaruhi khalayak melalui penyampaian pesan. Kemampuan seseorang memperoleh kepercayaan dari orang lain juga termasuk dalam kredibilitas. Seorang influencer dianggap memiliki kredibilitas ketika komunikator tersebut dipandang sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya oleh masyarakat yang mengenalnya (Kosasih et al., 2017 dalam Farida.N et al., 2022).

## **Kepuasan**

Kepuasan adalah perasaan senang yang muncul ketika hasil yang diperoleh sesuai dengan harapan, sebagaimana dijelaskan Kotler (2014). Kepuasan tidak hanya terkait dengan hasil akhir, tetapi juga mencakup penilaian individu terhadap pengalaman, termasuk saat mengakses konten di media

sosial. Menurut Palmgreen yang dikutip Kriyantono (2019), kepuasan dipengaruhi oleh sikap individu terhadap media, terutama kepercayaan dan kemampuan dalam mengevaluasi informasi yang diterima.

### ***Media Richness Theory***

*Media Richness Theory* yang dikemukakan oleh Daft & Lengel (1986) menyatakan bahwa efektivitas komunikasi ditentukan oleh tingkat kekayaan media. Media yang dianggap kaya mampu meminimalisasi ambiguitas melalui empat karakteristik, yaitu kesegeraan (*immediacy*), keragaman isyarat (*multiple cues*), variasi bahasa (*language variety*), dan sumber personal (*personal source*). *Instagram*, dengan perpaduan teks, visual, serta interaktivitas, termasuk dalam kategori media kaya sehingga relevan digunakan untuk menelaah pengaruh terpaan media dan kredibilitas sumber terhadap kepuasan subscriber.

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian menganalisis konten pada podcast *Scariest Case Of Ghost Ranger* Indonesia di aplikasi *Noice* menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Menurut Sugiyono (2024), penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk mengumpulkan data berbentuk angka dan menganalisisnya dengan metode statistik. Metode survei dalam penelitian ini melibatkan penggunaan instrumen seperti angket atau kuesioner untuk mengumpulkan informasi terkait permasalahan yang telah dirumuskan peneliti. Penggunaan kuesioner bertujuan mempermudah pengumpulan data dari berbagai *subscriber* yang tersebar di berbagai lokasi sekaligus menghemat waktu dalam proses pengumpulan informasi.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh terpaan media aplikasi *Noice* dan kredibilitas sumber terhadap kepuasan *subscriber* pada podcast horor *Scariest Case Of Ghost Ranger* Indonesia. Pemilihan aplikasi *Noice* didasari oleh pertumbuhan pengguna yang pesat, sehingga memudahkan audiens mengakses konten secara cepat, praktis, dan fleksibel kapan pun serta di mana pun. Podcast *Scariest Case Of Ghost Ranger* Indonesia dipilih karena secara konsisten menyajikan konten horor yang menarik dan populer di kalangan *subscriber*.

Variabel terpaan media dalam penelitian ini diukur melalui tiga indikator, yaitu frekuensi, durasi, dan atensi. Hasil analisis menunjukkan bahwa terpaan media pada podcast *Scariest Case Of Ghost Ranger* Indonesia di aplikasi *Noice* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan *subscriber*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi 0,487 dengan signifikansi  $<0,001 < 0,05$ , yang berarti setiap peningkatan satu satuan dalam terpaan media akan meningkatkan kepuasan *subscriber* sebesar 0,487 satuan. Dengan kata lain, semakin sering diakses, semakin lama durasinya, dan semakin besar fokus perhatian pada podcast *Scariest Case Of Ghost Ranger* Indonesia, semakin tinggi pula kepuasan *subscriber*.

Variabel Kredibilitas Sumber pada penelitian ini diukur melalui tiga indikator utama, yaitu keahlian (*expertise*), kepercayaan (*trustworthiness*), dan daya tarik (*attractiveness*). Hasil analisis

menunjukkan bahwa kredibilitas sumber berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan *subscriber* pada podcast *Scariest Case Of Ghost Ranger* Indonesia. Narator yang dinilai berpengalaman, jujur, dan memiliki gaya bercerita menarik terbukti meningkatkan kepercayaan *subscriber*, mendorong mereka untuk terus kembali mendengarkan. Berdasarkan uji regresi linear berganda, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 6,974 dengan t hitung 13,506 dan signifikansi  $<0,001 <0,05$ , yang menegaskan pengaruh positif dan signifikan kredibilitas sumber.

Hasil uji simultan memperkuat temuan ini. Terpaan media dan kredibilitas sumber secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *subscriber* pada podcast *Scariest Case Of Ghost Ranger* Indonesia di aplikasi *Noice*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F hitung sebesar 648,454 dengan signifikansi  $<0,001 <0,05$ , yang lebih besar dari F tabel, mengindikasikan kedua variabel independen secara simultan mampu memengaruhi kepuasan *subscriber*. Selain itu, nilai  $R^2$  sebesar 76,6% menunjukkan bahwa terpaan media dan kredibilitas sumber mampu menjelaskan variasi kepuasan *subscriber*, Sementara itu, 23,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

Penelitian ini juga sejalan dengan Media Richness Theory yang dikemukakan oleh Daft dan Lengel (1986), yang menegaskan bahwa efektivitas komunikasi ditentukan oleh tingkat *richness* atau kekayaan media, yakni sejauh mana media mampu menyampaikan pesan dengan jelas, detail, dan interaktif.

Pada teori ini terdapat empat asumsi utama. Pertama, *multiple cues* tampak pada podcast *Scariest Case Of Ghost Ranger* Indonesia di aplikasi *Noice* melalui intonasi narator, efek audio, musik latar, serta gaya tutur ekspresif yang membuat cerita lebih hidup dan menarik. Kedua, *immediacy of feedback* tercermin dari fitur interaktif seperti kolom komentar, sistem rating, dan respons cepat yang memungkinkan *subscriber* memberikan tanggapan segera. Ketiga, *language variety* terlihat dari penggunaan bahasa komunikatif, ekspresif, dan mudah dipahami sehingga pesan lebih jelas dan minim ambiguitas. Keempat, *personal source* diwujudkan melalui narator yang memiliki keahlian, kredibilitas, dan daya tarik, menciptakan kedekatan emosional dengan pendengar. Keempat aspek ini menunjukkan bahwa podcast *Scariest Case Of Ghost Ranger* Indonesia merupakan media dengan tingkat *richness* tinggi, mampu meningkatkan keterlibatan sekaligus kepuasan para *subscriber*.

Hasil penelitian ini menguatkan temuan Robiyatul Adawiyah (2024) yang meneliti pengaruh terpaan media dan kualitas informasi pada akun Instagram @bogoreatery terhadap minat berwisata kuliner, yang menunjukkan bahwa intensitas paparan konten berkorelasi positif dengan peningkatan minat audiens. Perbedaannya terletak pada fokus objek dan media; penelitian Robiyatul menitikberatkan pada Instagram dan perilaku wisata kuliner, sedangkan penelitian ini memusatkan perhatian pada podcast horor di aplikasi *Noice*.

Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Nida Mujahidah (2022) mengenai pengaruh kredibilitas sumber terhadap penerimaan informasi eWOM, yang membuktikan bahwa keahlian, kepercayaan, dan daya tarik komunikator berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pesan, serupa dengan

kredibilitas narator podcast *Scariest Case Of Ghost Ranger* Indonesia yang terbukti meningkatkan minat mendengar *subscriber*.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mempertegas hasil-hasil sebelumnya, tetapi juga memberikan kontribusi baru dalam kajian media digital, menunjukkan bahwa pengaruh serupa yang ditemukan pada media sosial dan iklan juga hadir pada media audio digital (*new media*), khususnya podcast horor lokal yang tengah berkembang pesat di Indonesia.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa terpaan media aplikasi *Noice* dan kredibilitas sumber pada podcast horor *Scariest Case Of Ghost Ranger* Indonesia berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan *subscriber*, baik secara parsial maupun simultan. Pengaruh tersebut tidak hanya berasal dari intensitas paparan media dan kualitas narator, tetapi juga dari relevansi konten yang mampu membentuk efek kognitif, afektif, dan perilaku, sehingga podcast *Scariest Case Of Ghost Ranger* Indonesia berperan sebagai media hiburan dan sumber informasi yang efektif bagi *subscriber*.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti di masa mendatang. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian berikutnya dapat mengeksplorasi objek, subjek, maupun variabel lain di luar yang telah diteliti, misalnya mengganti variabel X dengan Brand Image, Daya Tarik, atau Kualitas, serta variabel Y dengan Loyalitas, Kebutuhan atau bentuk Minat lainnya, sehingga penelitian lanjutan dapat semakin memperkaya teori yang ada.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, disarankan agar tim *Scariest Case Of Ghost Ranger* Indonesia meningkatkan variasi narasi dalam setiap episode dengan menghadirkan interaksi yang lebih dinamis, seperti sesi tanya jawab, sisipan cerita singkat, atau kolaborasi dengan narator tamu. Selain itu, tim juga disarankan memperkuat daya tarik komunikator melalui pembangunan citra yang lebih dekat dengan audiens, misalnya dengan berbagi cerita di balik layar atau berinteraksi lewat fitur live audio di *Noice*. Upaya ini diharapkan dapat menarik perhatian *subscriber*, memperkuat ikatan emosional, dan mendorong mereka untuk mendengarkan setiap episode hingga selesai.

## REFERENSI

- Dori Chandra, & Suhendri. (2025). Kajian Literatur: Persepsi dan Praktik Komunikasi Asertif Sebagai Strategi Penyelesaian Konflik. *Bashirah: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 6(1), 80–93. <https://doi.org/10.51590/bashirah.v6i1.883>
- Farida, N., Purwitasari, E., & Taufik, I. (2022). Pengaruh kredibilitas influencer terhadap minat beli *subscribers* pada channel *youtube* otomotif Ridwan Hanif. *BroadComm*, 4(1), 36-44.
- Karunia, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92-104.

- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management 3rd edn PDF eBook*. Pearson Higher Ed.
- Kriyantono, R. (2020). Efektivitas website perguruan tinggi negeri sebagai penyedia informasi bagi mahasiswa. *Jurnal Studi Komunikasi*, 4(1), 117-142.
- Kurnia, A., Kharisbrossmerry, P., & Jessica, M. (2024). Optimalisasi Konten *Podcast* di Aplikasi Noice sebagai Preferensi Gen Z Mendapatkan Informasi dan Hiburan. *ARUNIKA: Bunga Rampai Ilmu Komunikasi*, 34-45.
- Noice. (2023). Tentang Noice. Retrieved from Noice: [https://www.noice.id/tentang-noice/10 Negara yang Paling Sering Mendengarkan \*Podcast\*, Ada Indonesia? - GoodStats Data](https://www.noice.id/tentang-noice/10-Negara-yang-Paling-Sering-Mendengarkan-Podcast,Ada-Indonesia?-GoodStats-Data)
- Nur, E. (2021). Peran media massa dalam menghadapi serbuan media online. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2(1).
- Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis jenis komunikasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 29-37.
- Safira, N. W., & Zurani, I. (2022). Pengaruh Terpaan Media Instagram@ PekanbaruKuliner Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 11(2), 77-85.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukma, P. B. (2020). Penggunaan Aplikasi Pada Smartphone Sebagai Media Pemasaran Startup Digital Pada Brand Noice.
- Syafrina, A. E. (2022). Komunikasi Massa. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2).