Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH) (e-ISSN : 2504-8562)
2025, Volume 10, Issue 9, e003566
DOI: https://doi.org/10.47405/mjssh.v10i9.3566

RESEARCH ARTICLE

Cabaran dan Strategi Pengoperasian Podcast dalam Penyiaran Stesen Radio

(Challenges and Operational Strategies of Podcasting in Radio Broadcasting Station)

Anderson Ambah[1], Intan Soliha Ibrahim[2*]

[1]Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Malaysia Sabah, Jalan UMS, 88400 Kota Kinabalu, Sabah, Malaysia.
Email: andersonambah99@gmail.com
[2]Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Malaysia Sabah, Jalan UMS, 88400 Kota Kinabalu, Sabah, Malaysia.
Email: intansoliha.ibrahim@ums.edu.my

CORRESPONDING AUTHOR (*):
Intan Soliha Ibrahim
(intansoliha.ibrahim@ums.edu.my)

KATA KUNCI:
Cabaran
Strategi
Operasi
Podcast
Radio

KEYWORDS:
Challenges
Strategy
Operations
Podcast
Radio

CITATION:
Anderson Ambah, & Intan Soliha Ibrahim. (2025). Cabaran dan Strategi Pengoperasian Podcast dalam Penyiaran Stesen Radio. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH), 10*(9), e003566. https://doi.org/10.47405/mjssh.v10i9.3566

ABSTRAK

Kehadiran landskap media digital telah menyebabkan stesen radio konvensional menghadapi cabaran dalam pengoperasian industri penyiaran yang tidak dapat diramal. Di Malaysia peningkatan penggunaan podcast telah mengubah pengoperasian daripada radio konvensional kepada radio digital. Keadaan ini memberi tekanan kepada stesen radio dalam memastikan penglibatan pengguna secara aktif melalui kandungan berasaskan on-demand serta menghadapi ketidakpastian podcast dalam stesen radio. Tujuan kajian ini adalah untuk (1) mengkaji cabaran pengintegrasian podcast dan (2) meneliti strategi operasi podcast di stesen radio Malaysia. Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui temu bual separa berstruktur dengan pengurusan stesen radio terpilih di Malaysia sebagai kaedah pengumpulan data. Dapatan awal menunjukkan cabaran dari aspek pengetahuan dan pengurusan teknikal menjadi salah satu cabaran yang perlu dihadapi dalam kalangan industri penyiaran radio mengoperasikan podcast. Penyelidikan turut mendapati pengintegrasian podcast di stesen radio di Malaysia masih pada fasa pertama disebabkan masih bergantung kepada struktur organisasi tradisional seperti mengekalkan peranan radio sebagai agen penyampaian maklumat. Stesen radio bukan sahaja dapat menjadikan podcast sebagai platform tambahan, tetapi turut melihat keperluan strategik untuk kelangsungan penyiaran Malaysia. Kajian ini diharapkan dapat membantu menyumbang kepada pemahaman yang lebih mendalam berkenaan penggunaan platform podcast dalam bentuk media digital khususnya di stesen radio Malaysia. Oleh itu, strategi pengoperasian digital yang lebih mampan berupaya menjadi asas kepada pembangunan semula

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

industri penyiaran radio.

ABSTRACT

The presence of the digital media landscape has caused conventional radio stations to face unpredictable challenges in the operation of the broadcasting industry. In Malaysia, the growing use of podcasts has transformed operations from conventional radio to digital radio. This situation put pressure on radio stations to ensure active user engagement through on-demand content and to address the uncertainty of podcasts within radio stations. The purpose of this study is to (1) examine the challenges of integrating podcasts and (2) explore podcast operational strategies in Malaysian radio stations. This study adopts a qualitative approach, through semi-structured interviews with the management of selected radio stations in Malaysia as the data collection method. Preliminary findings indicate that challenges, in terms of technical knowledge and management, are among the issues faced by the radio broadcasting industry in operating podcasts. The research also found that podcast integration in Malaysian radio stations is still in its initial phase due to reliance on traditional organizational structures, such as maintaining the role of radio as an information delivery agent. Radio stations can not only use podcasts as an additional platform but also recognize the strategic need for the sustainability of Malaysian broadcasting. This study is expected to contribute to a deeper understanding of the use of podcast platforms as a form of digital media, particularly in Malaysian radio stations. Therefore, more sustainable digital operational strategies could serve as a foundation for the revitalization of the radio broadcasting industry.

Sumbangan/Keaslian: Kajian ini menyumbang kepada penelitian penggunaan podcast dalam kalangan stesen radio di Malaysia melalui perspektif pengurusan. Ia memberikan pemahaman mendalam mengenai isu infrastruktur, produksi kandungan dan daya saing stesen radio pada era digital, sekali gus memperkaya literatur dan memberi implikasi kepada industri penyiaran.

1. Pengenalan

Kehadiran teknologi digital telah mengubah proses penerimaan maklumat. Kini, pengguna boleh memperoleh maklumat secara *on demand* melalui platform penstriman podcast dan tidak hanya bergantung pada siaran radio tradisional. Kajian Kelly (2019) menyatakan bahawa podcast merupakan penstriman audio yang semakin popular dalam kalangan pengguna kerana menawarkan ciri-ciri seperti hiburan, penggunaan masa yang fleksibel, pembangunan arkib kandungan, dan interaksi sosial. Ciri-ciri tersebut telah menjadikan podcast diminati sehingga mencapai 500 juta pengguna pada tahun 2024 (eMarketer, 2025; PodcastIndex, 2025). Ini sekali gus mempengaruhi stesen radio dalam menilai semula strategi penyampaian kandungan audio kepada audiens.

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

Penggunaan podcast yang meningkat menunjukkan stesen radio memanfaatkan kelebihan podcast sebagai saluran alternatif untuk menyokong penyampaian maklumat dan hiburan secara meluas seperti yang dibincangkan Berry (2015), Kelly (2019) dan Aufderheide et al. (2020). Di peringkat global, pengintegrasian podcast telah menjadi trend dalam kalangan stesen radio bagi memenuhi keperluan pengguna yang menginginkan kandungan fleksibel serta kekal relevan dalam era digital. Antara stesen radio ternama luar negara yang mengintegrasikan podcast adalah National Public Radio (NPR) di Amerika Syarikat (AS), British Broadcasting Corporation (BBC) di United Kingdom, dan Australian Broadcasting Corporation (ABC) di Australia. Walau bagaimanapun, perlu diingatkan bahawa pengintegrasian podcast dalam pengoperasian radio bukan perkara yang boleh dipandang ringan. Menurut Spinelli dan Dann (2019), perubahan model perniagaan podcast, perubahan tingkah laku pendengar, dan ketepuan kandungan podcast merupakan salah satu cabaran pengintegrasian podcast di stesen radio. Akibatnya, kekangan daripada jurang pengetahuan terhadap inovasi menyebabkan pengintegrasian podcast tidak dapat dijalankan dengan lebih efisien. Oleh itu, cabaran ini menjadi rujukan penting untuk memahami masalah yang dihadapi stesen radio di Malaysia dalam mengintegrasikan podcast.

Peningkatan penggunaan podcast dalam kalangan pengguna turut mendorong stesen radio di Malaysia untuk mengintegrasikan podcast. Analisis penyelidik mendapati bahawa 62 daripada 70 stesen radio yang beroperasi turut mengintegrasikan pengoperasian podcast dalam stesen radio mereka. Walau bagaimanapun, kajian yang memfokuskan kepada pengoperasian podcast dalam kalangan penyiar di stesen radio kurang diteliti secara mendalam. Terdahulu, kajian daripada Kasim dan Nasir (2022), Ibrahim (2022) dan Ting (2024) hanya memfokuskan kepada analisis dokumen mengenai kajian podcast dalam kalangan industri penyiaran di Malaysia. Hal ini menimbulkan jurang dalam kajian kualitatif, khususnya yang menggunakan temu bual. Masalah ini menjadi ketara apabila struktur seperti cabaran dan strategi pengoperasian podcast tidak dianalisis secara menyeluruh sehingga menghadkan pemahaman berkaitan pengoperasian podcast di stesen radio. Oleh itu, kajian ini bertujuan menganalisis cabaran yang dihadapi dan strategi pengoperasian podcast yang digunakan oleh stesen radio di Malaysia.

1.1. Objektif Kajian

Objektif kajian ini adalah seperti berikut:

i. Mengenal pasti cabaran dalam pengoperasian podcast di kalangan stesen radio Malaysia.
ii. Meneliti strategi pengoperasian podcast oleh stesen radio Malaysia.

2. Sorotan Literatur

Pengintegrasian podcast di stesen radio telah menunjukkan berlakunya perbincangan antara penyelidik berkaitan cabaran pengoperasian podcast yang kompleks. Di Amerika Syarikat (AS), kajian Kelly (2019), Aufderheide et al. (2020) dan Alaejos et al. (2022) mendapati bahawa terdapat persaingan untuk stesen radio National Public Radio (NPR) dalam penghasilan kandungan podcast untuk disalurkan kepada pengguna. Hal ini disebabkan lambakan podcast yang diterbitkan oleh pelbagai agensi bebas pada peringkat global sebagaimana yang telah dijelaskan Alaejos et al. (2022). Tidak hanya itu, pensyaratan monetisasi platform yang ketat daripada aplikasi penstriman podcast serta perubahan model perniagaan podcast memberi tekanan kepada stesen radio untuk

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

menjana pendapatan yang konsisten melalui kandungan podcast (Kelly, 2019; Spinelli & Dann, 2019). Ini sekali gus menunjukkan bahawa stesen radio di AS menghadapi cabaran meliputi aspek produksi kandungan, persaingan media baru serta monetisasi. Hal ini memberi tekanan kepada stesen radio dalam memastikan kandungan podcast dapat berdaya saing dan sekali gus meneroka strategi monetisasi yang berkesan.

Di Australia, pengoperasian podcast turut menghadapi cabaran apabila pelbagai agensi bebas menerbitkan podcast (Sang et al., 2020; Commercial Radio (CRA) & Audio & Triton Digital, 2024). Kehadiran agensi bebas ini menyebabkan ketepuan kandungan podcast dan memberi persaingan kepada stesen radio Australian Broadcasting Corporation (ABC) dalam menarik dan mengekalkan perhatian audiens (Sang et al., 2020). Keadaan ini memberi cabaran kepada stesen radio ABC dalam mengatur strategi bagi memastikan kandungan yang diterbitkan dapat berdaya saing melalui penerbitan podcast yang semakin kompetitif. Ini menyerlahkan keperluan untuk memahami cabaran yang dihadapi serta strategi pengoperasian stesen radio Malaysia dalam mengoperasikan podcast.

Bagi mengatasi cabaran tersebut, kajian antarabangsa menunjukkan bahawa pemilihan topik podcast seharusnya mencerminkan keperluan dan pilihan khalayak yang pelbagai (Kelly, 2019; Weldon, 2021; Alaejos, et al., 2022). Ini bagi memastikan kandungan podcast yang diterbitkan selaras dengan kehendak pendengar yang sentiasa berubah. Walau bagaimanapun, kajian Aufderheide et al. (2022) mendapati bahawa stesen radio NPR menggunakan strategi *"Blue Ribbon"* iaitu menghasilkan kandungan podcast yang menekankan kualiti, fakta serta promosi bersasar untuk menghasilkan kandungan podcast yang berdaya saing. Ini menjelaskan bahawa pentingnya memahami kehendak pendengar dengan menerbitkan kandungan podcast berkualiti dan berdasarkan fakta.

Kemudian, penyelidikan Aufderheide et al. (2020) mendapati bahawa terdapat tiga stesen radio di AS iaitu National Public Radio (NPR), American Public Media (APM) dan Public Radio Exchange (PRX) yang menggunakan perisian *Dynamic Ad Insertion* (DAI) yang bertujuan menyiarkan iklan berdasarkan keperluan pendengar. Melalui penggunaan perisian DAI, ia merupakan strategi stesen radio dalam mengurangkan penyertaan iklan yang mengganggu fokus pendengar untuk mendapatkan maklumat. Hasilnya, pengiklanan podcast di AS telah mencatatkan hasil mencecah USD 479 juta pada 2020 dan sekali gus menyumbang kepada pasaran pengiklanan. Ini menjelaskan bahawa pengiklanan podcast daripada stesen radio mewakili pelaburan dan memupuk penjanaan hasil dalam industri radio.

Seterusnya, stesen radio ABC di Australia mengembangkan pembangunan infrastruktur serta penggunaan semula kandungan rakaman radio sebagai strategi pengoperasian podcast (Sang et al., 2020). Pada tahun 2017, stesen radio ABC telah melancarkan Audio Studio serta pengeluaran dana berjumlah AUD 1 juta untuk menggalakkan penghasilan podcast. Ini sekaligus menunjukkan strategi ABC dalam memberi sokongan sumber kewangan yang merupakan kaedah penting untuk memacu pertumbuhan podcast. Tidak hanya itu, penerbitan semula rakaman siaran radio menjadi podcast memperlihatkan strategi stesen radio ABC dalam memanfaatkan kandungan dan reputasi program yang sudah mampan melalui podcast. Melalui strategi tersebut, ia sekaligus membantu stesen radio ABC dalam mengekalkan pendengar serta meningkatkan capaian audiens. Ini menunjukkan bahawa perlunya pemahaman berkenaan strategi pengoperasian podcast secara khusus dalam konteks penyiaran radio di Malaysia. Bagaimana stesen radio di Malaysia memanfaatkan kandungan siaran radio?

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

Dalam konteks tempatan, Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM) (2020) melaporkan bahawa industri penyiaran radio telah menerima strategi digital dengan menawarkan penstriman muzik *premium*, radio Internet dan podcast melalui laman web dan aplikasi mudah alih. Sebagai contoh, stesen radio kampus UMSfm dan Suria FM antara stesen radio yang mengintegrasikan podcast untuk memperluaskan jangkauan pengguna di samping mengekalkan penjenamaan stesen radio (Ibrahim, 2022; Azmi, 2024). Kelebihan ini sekali gus menunjukkan jurang penyelidikan antarabangsa yang mana pengintegrasian podcast di stesen radio Amerika Syarikat yang mewujudkan aliran pendapatan kepada stesen radio. Oleh itu, penting untuk memahami adakah berlakunya persamaan cabaran dan strategi pengoperasian podcast di stesen radio Malaysia dengan stesen radio Amerika Syarikat dan Australia.

Berdasarkan Ting (2024), pengoperasian podcast dalam kalangan penyiar menghadapi cabaran dalam menarik dan mengekalkan perhatian pendengar melalui penghasilan kandungan podcast yang kreatif. Hal ini disebabkan peningkatan podcast yang diterbitkan sehingga berlakunya persaingan dalam mendapatkan keterlihatan pengguna (Azmi, 2024). Ini sekali gus memberi cabaran kepada stesen radio di Malaysia dalam menghasilkan kandungan podcast yang mendapat sambutan pengguna. Seterusnya adalah melalui cabaran monetisasi, pihak penyiar perlu mendapatkan tawaran pengiklanan yang menguntungkan. Tanpa adanya monetisasi, ia memberi kesukaran kepada stesen radio dalam menjana pendapatan untuk mengekalkan kualiti penghasilan podcast yang berterusan. Cabaran ini menunjukkan pentingnya pemahaman mendalam mengenai cabaran yang dihadapi oleh kalangan stesen radio di Malaysia serta penerapan strategi pengoperasian podcast.

Bagi mengatasi cabaran tersebut, beberapa sorotan tempatan telah dikenal pasti. Melalui penyelidikan Ibrahim (2022), pembangunan sumber kerja merupakan strategi yang diterapkan di UMSfm yang melibatkan kakitangan dalam menyertai bengkel anchor untuk mengembangkan penggunaan podcast di samping memberi nilai tambah kepada teknologi baru. Hasilnya, penggunaan podcast di stesen UMSfm dapat memperluaskan capaian ke peringkat global sekali gus meningkatkan penjenamaan stesen. Ini membuktikan bahawa latihan kemahiran penggunaan podcast dapat membantu penyiar menghasilkan kandungan yang berkualiti. Kemudian, pengoperasian podcast dapat dikukuhkan lagi melalui strategi penggunaan perisian metrik penilaian audien bagi tujuan mengenal pasti jumlah serta demografi pendengar (Ibrahim, 2022; Kasim & Nasir, 2022; Ting, 2024). Dengan adanya data pendengar, ia sekali gus membantu stesen radio dalam memahami penghasilan kandungan yang mendapat sambutan. Justeru, pembangunan sumber tenaga serta penggunaan perisian metrik analisis audien dapat membantu stesen radio mengukuhkan pengoperasian podcast di stesen radio Malaysia.

Sorotan ini menunjukkan persamaan cabaran pengoperasian podcast antara stesen radio di AS, Australia dan Malaysia iaitu persaingan dalam menghasilkan kandungan podcast serta cabaran menjana pendapatan. Kemudian, beberapa jurang penyelidikan antara negara luar dan Malaysia yang dikenal pasti dalam mengoperasikan podcast. Melalui kajian antarabangsa, podcast bukan sahaja menjadi kesinambungan kepada penyiaran radio, tetapi juga memanfaatkannya sebagai pelaburan strategik yang mampu menjana pendapatan baru. Namun, penyelidikan di Malaysia masih terhad iaitu masih menyerlahkan amalan integrasi asas seperti pembangunan sumber manusia serta penggunaan analisis pendengar. Oleh itu, kajian ini bertujuan memahami cabaran utama

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

dan meneliti strategi pengoperasian podcast yang mampan dalam kalangan stesen radio di Malaysia.

3. Metod Kajian

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif menerusi kaedah temu bual untuk menganalisis cabaran dan strategi pengoperasian podcast dalam stesen radio di Malaysia. Creswell (2013) menegaskan bahawa temu bual merupakan kaedah penting dalam penyelidikan kualitatif bagi meneliti pemahaman yang mendalam melalui maklumat yang diperoleh daripada informan. Kaedah ini membantu penyelidikan dalam meneroka pendapat, pengalaman dan justifikasi informan yang tidak dapat diukur secara kuantitatif, sebaliknya memerlukan penjelasan daripada pengalaman dan perspektif informan. Hal ini selaras dengan pernyataan Merriam dan Tisdell (2016), bahawa kaedah ini sering digunakan dalam kajian sains sosial dan sains kemanusiaan dalam menyelidiki isu-isu kompleks dengan tujuan memberikan pemahaman yang mendalam. Kelly (2019) merupakan penyelidik yang turut menggunakan kaedah ini dalam meneliti bagaimana stesen radio beradaptasi dengan penggunaan podcast. Ini mengukuhkan justifikasi kaedah temu bual dalam memahami cabaran yang dihadapi serta kenapa strategi tersebut dipilih dalam konteks penyiaran.

Sampel kajian ini terdiri daripada 11 informan yang mempunyai peranan penting terhadap pengoperasian podcast dalam stesen radio. Pemilihan saiz informan ditentukan berdasarkan prinsip ketepuan data yang lazimnya dicapai dalam julat 6 hingga 15 temu bual mendalam seperti yang dijelaskan Creswell (2013). Peserta kajian merupakan elemen penting yang perlu diambil kira untuk memastikan kebolehpercayaan data serta relevan dengan objektif kajian. Kaedah pensampelan bertujuan digunakan untuk memilih informan yang mempunyai pengetahuan, pengalaman serta peranan langsung dalam pengurusan stesen radio dan media digital. Creswell (2013) turut menyatakan pemilihan pensampelan bertujuan menekankan aspek kepakaran serta kredibiliti data dalam usaha mendalami cabaran dan strategi pengoperasian podcast dalam stesen radio Malaysia. Oleh itu, pemilihan informan kajian adalah terdiri daripada beberapa kriteria iaitu berdasarkan individu yang mempunyai pelaksanaan dan keterlibatan terhadap pengoperasian podcast dalam stesen radio serta mempunyai kerelaan untuk menyertai temu bual (Marohaini, 2004). Jadual 1 menunjukkan senarai informan dipilih dalam penyelidikan ini.

Jadual 1: Senarai Informan Stesen Radio yang Ditemu Bual

Kod Informan	Institusi Informan {Stesen Radio}	Status Informan	Tarikh Temu Bual	Lokasi Stesen Radio
1	Radio RTM Nasional	Pengarah Bahagian Radio Program RTM	Julai 31, 2024	Kuala Lumpur, Wilayah Persekutuan
2	Radio RTM Sarawak	Ketua Penolong Pengarah Seksyen Radio RTM Sarawak	Julai 25, 2024	Kuching, Sarawak.
3	Radio RTM Sabah	Ketua Penolong Pengarah Rancangan	Oktober 31, 2024	Kota Kinabalu,

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

4	Hot FM & Molek FM	Radio RTM Sabah Team Lead Audio+, Media Prima Audio	Oktober 21, 2024	Sabah. Petaling Jaya, Selangor.
5	IKIMfm	Ketua Unit Teknologi Digital IKIMfm	Ogos 2, 2024	Kuala Lumpur, Wilayah Persekutuan
6	ERA Sabah FM	Pengurus Kandungan ERA Sabah FM	Julai 29, 2024	Kuala Lumpur, Wilayah Persekutuan
7	Sinar FM	Pengurus Kandungan Sinar FM	Julai 30, 2024	Kuala Lumpur, Wilayah Persekutuan
8	Zayan FM	Pengurus Kandungan Zayan FM	Julai 29, 2024	Kuala Lumpur, Wilayah Persekutuan
9	Bfm	Community Team Lead Bfm	Julai 31, 2024	Kuala Lumpur, Wilayah Persekutuan
10	Kupi-Kupi Fm	Pengurus Operasi Lapangan Kupi-Kupi FM	September 2, 2024	Kota Kinabalu, Sabah
11	Cats FM	Pengarah Program Cats FM	Julai 25, 2024	Kuching, Sarawak.

Lokasi kajian ditumpukan kepada stesen radio di Malaysia yang telah mengintegrasikan podcast. Pemilihan Malaysia sebagai lokasi kajian penting kerana industri radio negara Malaysia sedang melalui proses transformasi digital yang pesat, namun kajian akademik berhubung pengoperasian podcast dalam stesen radio tempatan masih terhad (Ibrahim, 2022). Pemilihan lokasi ini adalah untuk memenuhi keadaan yang menyokong proses kutipan data kajian di samping memberi kemudahan akses kerana kedudukan penyelidikan yang berada di Malaysia. Ini sejajar dengan Wiersma dan Jurs (2009) yang menyatakan bahawa pemilihan tapak kajian perlu mempunyai ciri-ciri yang mudah diakses, lokasi yang berkaitan dengan sampel kajian serta lokasi yang memudahkan kajian berinteraksi dan membina hubungan yang baik. Justeru, pemilihan lokasi ini berupaya memberi gambaran yang jelas berkenaan cabaran serta strategi yang digunakan oleh stesen radio tempatan dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi digital.

Kaedah pengumpulan data dilaksanakan melalui kaedah temu bual secara mendalam (*in-depth interview*) serta mendapatkan naratif secara langsung bersama pihak pengurusan stesen radio terutamanya pengurus stesen (Creswell, 2013). Temu bual semi struktur digunakan untuk memperoleh data yang lebih lanjut daripada informan.

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

Ini selaras dengan pernyataan Yin (2011) yang menyatakan bahawa temu bual semi struktur adalah satu teknik pengumpulan data yang menggunakan soalan panduan tetapi memberi kelebihan untuk meneroka jawapan informan yang lebih mendalam. Soalan temu bual dibangunkan berdasarkan objektif kajian dan sorotan literatur, merangkumi dua bahagian: (i) cabaran pengoperasian podcast dalam stesen radio dan (ii) strategi pengoperasian podcast dalam stesen radio. Setiap temu bual dijalankan secara atas talian dan bersemuka di stesen radio, dengan tempoh antara 40 hingga 60 minit setiap sesi temu bual. Semua sesi temu bual dirakam menggunakan perakam suara dengan kebenaran informan. Hasil daripada rakaman suara tersebut kemudiannya ditranskripsikan. Menurut Miles dan Huberman (1994) proses transkripsi adalah proses penyalinan semula data temu bual mengikut ayat demi ayat dan kemudiannya melalui proses reduksi iaitu pengambilan data yang bersesuaian sahaja. Data tersebut dimasukkan ke dalam perisian MAXQDA bagi mengenal pasti tema serta konsep yang baharu dalam menyusun dan mempersembahkan maklumat secara tematik.

Bagi mencapai kebolehpercayaan, kajian ini menekankan kredibiliti, kebolehpindahan, kebolehbergantungan dan kebolehpercayaan (Lincoln & Guba, 1985). Ini bertujuan meningkatkan dan menjamin kesahihan dapatan berkenaan cabaran dan strategi pengoperasian podcast dalam stesen radio. Data kemudiannya dianalisis secara mendalam bagi memastikan interpretasi yang dihasilkan menggambarkan pengalaman, pandangan dan realiti peserta kajian seperti yang dijelaskan Merriam dan Tisdell (2016).

Melalui prosedur pengumpulan data, kajian ini telah mendapatkan persetujuan daripada informan dan organisasi stesen radio untuk memperoleh dapatan kajian melalui temu bual secara atas talian dan bersemuka. Selain itu, kebenaran bertulis juga diperoleh daripada pihak stesen radio sebelum sesi temu bual dijalankan. Semua informan dimaklumkan mengenai tujuan kajian dan memberi persetujuan penyertaan secara sukarela dan hak untuk menarik diri daripada kajian pada bila-bila masa tanpa sebarang implikasi.

4. Hasil Kajian

4.1. Cabaran Pengoperasian Podcast

Pengoperasian podcast di stesen radio Malaysia merupakan satu proses yang dinamik untuk meningkatkan pengalaman pendengar dan kecekapan operasi penyiaran. Berdasarkan data temu bual, penyelidikan ini mendapati bahawa terdapat tema cabaran sebelum dan selepas pengoperasian podcast dalam kalangan stesen radio di Malaysia. Antaranya adalah penyediaan infrastruktur, penghasilan kandungan, dan juga pemasaran podcast. Penyediaan infrastruktur merujuk kepada cabaran yang dihadapi dalam pengurusan teknologi, serta cabaran dari segi pembangunan tenaga mahir. Penghasilan kandungan pula merujuk kepada cabaran dalam menentukan kandungan yang menepati kehendak pendengar, manakala pemasaran podcast merujuk kepada cabaran stesen radio dalam memastikan podcast mendapat penerimaan pengguna.

Melalui hasil temu bual, Informan 1 menyatakan bahawa cabaran sebelum pengoperasian podcast di RTM Nasional adalah penyediaan infrastruktur yang efisien, mengikut piawaian dan penghasilan kandungan yang menarik.

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

> *Cabaran bila menyediakan infra yang efisien. Bermaksud bila kita dah mula tu podcast, tak boleh ada gangguan. Dia kena 95% ke 99% perfect. Maknanya tidak ada keraguan. Yang penting berpiawai dan mudah akses selain menceritakan dengan menarik.* (Informan 1, Pengarah Bahagian Radio Program RTM, Julai 31, 2024).

Berdasarkan temu bual tersebut, RTM Nasional membuat persediaan yang teratur sebelum mengoperasikan podcast bagi memastikan keberkesanan dan kelancaran selepas ia digunakan. Antara cabaran yang diambil kira adalah penyediaan infrastruktur teknologi, pembangunan sumber serta penerbitan kandungan mengikut piawaian yang telah ditetapkan. Dengan memastikan cabaran tersebut diatasi, ia sekali gus dapat memberikan nilai tambah dan selaras dengan matlamat jangka panjang organisasi.

Seterusnya, Informan 2 menyatakan bahawa RTM Sarawak menghadapi cabaran dari segi kurangnya pengetahuan, kemahiran, dan sumber tenaga sebelum mengoperasikan podcast. Selepas mengoperasikan podcast, keterbatasan teknologi kemudiannya menjadi halangan untuk menerbitkan podcast. Hal tersebut disebabkan setiap 34 stesen radio RTM perlu menunggu giliran untuk menerbitkan podcast melalui sistem Omny Studio.

> *Cabaran sebelum dia dari segi latihan lah sebab teknologi ini memerlukan ilmu ataupun kemahiran baharu... Memang buat masa ni memang tak cukup orang… Cabaran selepas adalah untuk menyiarkan podcast sebab... apabila proses downloading tu, dia juga mengambil masa sebab kita masukkan sistem dalam Omny Studio. Dia tidak terus masuk. Dia bukan perkhidmatan itu saja. Dia mengambil kira 34 radio di seluruh negara. Jadi sistem itu akan mengambil giliranlah.* (Informan 2, Ketua Penolong Pengarah Seksyen Radio RTM Sarawak, Julai 25, 2024).

Daripada hasil temu bual bersama Informan 2, penemuan mendapati bahawa jurang kemahiran tenaga kerja dan jurang ketersediaan teknologi merupakan cabaran utama yang dihadapi sebelum mengintegrasikan podcast. Ini menunjukkan bahawa RTM Sarawak turut menghadapi cabaran penyediaan infrastruktur dari aspek sumber manusia yang tidak mencukupi untuk mengendalikan podcast. Tidak hanya itu, keterbatasan teknologi terutamanya dalam penerbitan podcast menunjukkan bahawa RTM perlu memberi penambahbaikan terhadap sistem yang digunakan, iaitu sistem Omny Studio. Apabila berlaku kelewatan dalam penerbitan podcast, ini menyebabkan kelewatan penerimaan kandungan oleh pengguna. Dalam hal ini, adalah penting untuk latihan sumber yang mendalam, tenaga mahir yang mencukupi serta teknologi berkualiti untuk mengoperasikan podcast secara efisien.

Berikutnya, Informan 3 menyatakan bahawa RTM Sabah menghadapi cabaran dari segi perolehan data pendengar untuk menghasilkan kandungan podcast serta memahami penggunaan media digital sebelum mengoperasikan podcast. Cabaran selepas mengoperasi podcast pula adalah mempromosikan podcast disebabkan kekurangan kesedaran berkenaan dengan podcast di Sabah.

> *Kalau cabaran sebelum adalah data maklumat berkaitan dengan kandungan siaran untuk podcast, apa yang penonton, apa yang pendengar maukan… Jadi mungkin untuk menghasilkan satu produk ataupun terbitan baru untuk podcast tu macam tersekat sikit sebab kami*

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

> *perlukan maklumat tu dulu… Kami tengah usaha untuk menceburi bidang media digital ni di semua peringkat dan salah satunya fasiliti tu bukan tidak ada, tapi kami perlu melengkapkan lagi lah, sebab kalau macam cadangan untuk buat Live podcast itu peralatannya pun perlu yang bersesuaian lah… Kalau selepas itu.. cabaran tu dari segi promosi lah, mungkin di peringkat RTM Sabah ni masih kurang. Masih baru ya. Orang di luar sana pun ya mungkin belum ramai yang belum tahu berkenaan dengan podcasts.* (Informan 3, Ketua Penolong Pengarah Rancangan Radio RTM Sabah, Oktober 31, 2024).

Analisis terhadap data temu bual tersebut mentafsirkan bahawa RTM Sabah turut menghadapi cabaran dari segi penyediaan infrastruktur sebelum menggunakan podcast. Ia merujuk kepada penyediaan data pendengar yang mendengarkan podcast, penyediaan sumber kemahiran serta penyediaan teknologi yang mencukupi. Hal ini akan menyebabkan kesukaran dalam penghasilan kandungan dalam kalangan penyiar. Dalam hal ini, kajian penerimaan podcast di Sabah perlu dipertingkatkan bagi memastikan data tersebut dapat digunakan untuk penghasilan kandungan yang kompetitif. Tidak hanya itu, latihan penggunaan media digital dalam kalangan penyiar serta teknologi yang dipertingkatkan juga perlu diterapkan bagi memastikan jurang digital di stesen radio dapat diatasi. Hal ini memberi peluang terhadap kajian pada masa akan datang berkaitan dengan penerimaan podcast stesen radio dalam kalangan masyarakat di Malaysia.

Selepas itu, Informan 4 menyatakan bahawa Hot FM dan Molek FM menghadapi cabaran dari segi menentukan aliran pengoperasian podcast yang jelas sebelum mengoperasikan podcast manakala cabaran selepas adalah memastikan penerimaan pendengar terhadap podcast yang diterbitkan.

> *Cabaran sebelum memulakan podcast adalah mencari flow of the podcast show. Sebab untuk produce podcast ini, perlu ada team yang kuat dari produksi, penerbit dan team-team yang terlibat. Tambahan dengan graphic design dan videographer… Kalau selepas pula.. cabaran dari segi promosi podcast untuk mendapatkan audiens. Bagaimana kami ingin mendapatkan lebih pendengar untuk mendengarkan podcast tersebut. Iaitu bagaimana nak reach the audience.* (Informan 4, Team Lead Audio+, Media Prima Audio, Oktober 21, 2024).

Berdasarkan data yang diperoleh, analisis menunjukkan bahawa memahami bagaimana podcast dijalankan menjadi cabaran sebelum mengintegrasikan podcast di stesen radio Hot FM dan Molek FM. Ini merujuk kepada cabaran dari segi memahami trend kandungan yang diterima pendengar, serta membangunkan sumber tenaga yang mampu mengoptimumkan podcast. Dengan penentuan unit tertentu dalam menjalankan podcast, ia bertujuan memastikan kelancaran pengoperasian podcast. Setelah menjalankan podcast, Hot FM dan Molek FM kemudian memfokuskan kepada cabaran dalam memperluaskan serta meningkatkan keterlibatan dalam kalangan pendengar melalui kandungan yang berimpak. Ini merujuk kepada sorotan literatur (Ting, 2024) yang mendapati bahawa kehadiran pelbagai podcast memberi cabaran kepada stesen radio dalam memastikan keterlihatan podcast.

Kemudian, hasil temu bual bersama Informan 4 mendapati bahawa IKIMfm turut menghadapi cabaran yang sama iaitu penyediaan infrastruktur.

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

> *So dari segi sudut cabarannya, peralatan, teknikal, perisian dan juga kepakaran tenaga kerja lah untuk kita memastikan penghasilan podcast tu dilaksanakan dengan betul lah. Mengikut format yang kita inginkan.* (Informan 5, Ketua Unit Teknologi Digital IKIMfm, Ogos 2, 2024).

Temu bual tersebut menunjukkan bahawa stesen radio IKIMfm turut mengalami cabaran yang sama dengan stesen radio RTM iaitu penyediaan infrastruktur operasi yang jelas. Antaranya adalah penyediaan peralatan teknikal, perisian dan sumber tenaga kerja yang mampan untuk penghasilan podcast yang kompetitif berdasarkan format yang telah ditetapkan. Dalam hal ini, infrastruktur teknologi dan sumber tenaga mahir sangat penting untuk dipertingkatkan dalam memastikan kelancaran penerbitan podcast. Tanpa adanya penstrukturan yang jelas, stesen radio akan mengoperasikan podcast yang kurang berdaya saing di samping gagal dalam menerbitkan kandungan podcast yang berkualiti.

Melalui hasil temu bual bersama Informan 6, stesen radio Era Sabah FM menghadapi cabaran yang sama sebelum dan selepas mengoperasikan podcast iaitu penghasilan kandungan.

> *Penghasilan isi kandungan tu sendiri adalah yang mencabar. Itu cabarannya untuk sebelum dan selepas.* (Informan 6, Pengurus Kandungan ERA Sabah FM, Julai 29, 2024).

Berdasarkan temu bual tersebut, analisis mendapati bahawa produksi kandungan podcast merupakan cabaran utama yang diambil kira sebelum dan selepas pengintegrasian podcast. Ini disebabkan produksi kandungan merupakan aspek penting yang melibatkan keperluan dan kehendak pendengar yang sentiasa berubah. Bagi memberi keseimbangan dalam penghasilan kandungan podcast, stesen radio perlu mengekalkan identiti penyiaran, kreativiti, kelainan serta bersaing dengan kandungan digital pada masa kini. Oleh itu, penting untuk stesen radio merangka proses produksi kandungan yang jelas bagi kesinambungan kandungan digital.

Menurut Informan 7 pula, Sinar FM menghadapi cabaran dalam pembangunan sumber kerjaya dan penghasilan kandungan podcast.

> *Cabaran dia is to adapt with podcast punya trend lah. Sebab masa mula-mula orang tak tahu apa podcast and then they explore… bagaimana nak bercakap dengan berkesan lah, cara untuk tarik pendengar, cara untuk elaborate stories. But after that, format video podcast pula lebih berkesan untuk audiens. So cabaran dia macam know the podcastlah. Memahami podcast dan cara penggunaannya.* (Informan 7, Pengurus Kandungan Sinar FM, Julai 30, 2024).

Daripada hasil temu bual tersebut, pembangunan sumber kerjaya serta menyesuaikan diri dengan perubahan permintaan pendengar menjadi cabaran yang dihadapi oleh stesen radio Sinar FM. Ini memberi tekanan kepada stesen radio dalam mengkaji dan membangunkan sumber kerjaya yang mampu mengendalikan podcast dari segi penyampaian dan penceritaan yang boleh menarik perhatian. Dalam hal yang sama, stesen radio perlu memahami cara penggunaan kandungan digital yang sentiasa berubah. Contohnya, trend penggunaan audio podcast yang kemudian beralih kepada trend penggunaan video podcast. Oleh itu, stesen radio perlu memahami struktur

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

operasi podcast dan sekali gus menghadapi cabaran untuk menyeimbangkan penghasilan kandungan siaran radio serta penghasilan kandungan podcast.

Seterusnya, Informan 8 menyatakan bahawa Zayan FM turut menghadapi cabaran dari segi penentuan kandungan serta penentuan penyampai sebelum mengendalikan podcast.

> *Sebelum memulakan is kita akan risau tentang direction ataupun tajuk. Topik yang ingin dibawa. So itu cabaran yang harus kita pastikan lah yang kita fikir.. Siapa yang boleh bawa podcast itu.* (Informan 8, Pengurus Kandungan Zayan FM, Julai 29, 2024).

Analisis terhadap data temu bual bersama Zayan FM mendapati bahawa stesen tersebut turut menghadapi cabaran yang sama, iaitu produksi kandungan dan penyediaan sumber tenaga. Ini kerana stesen tersebut perlu memahami tujuan kandungan yang ingin disampaikan serta memerlukan penyelidikan mengenai kepentingan kandungan kepada pendengar. Tidak hanya itu, penentuan penyampai yang mempunyai gaya komunikasi sesuai dengan kandungan turut mempengaruhi untuk menarik perhatian pendengar. Justeru itu, Zayan FM perlu meneliti penyampai yang mempunyai pengetahuan tentang genre podcast bagi memastikan maklumat yang disampaikan dapat memberikan pengalaman positif kepada pendengar.

Melalui Informan 9, cabaran yang dihadapi stesen radio BFM adalah memasarkan penerimaan podcast.

> *Cabaran dulu adalah untuk mencari lebih pendengar untuk download podcast kita. Maksudnya kita kena bawakan kepada orang ramai… Sekarang cabaran dia adalah mencari lebih pengguna app ini untuk mencapai podcast kita dalam app kita.* (Informan 9, Community Team Lead BFM, Julai 31, 2024).

Ini menunjukkan bahawa terdapat cabaran dalam mempromosikan podcast kepada masyarakat berkaitan dengan penyediaan aplikasi khusus untuk mendengar podcast BFM. Dalam hal ini, stesen radio perlu mengatur strategi dengan mempromosikan aplikasi serta penjenamaan stesen untuk bersaing dengan platform podcast lain dalam mendapatkan sambutan yang menggalakkan. Contohnya, aplikasi Spotify dan iTunes yang sememangnya dikenali secara global sebagai platform podcast. Oleh itu, promosi yang strategik perlu dipertingkatkan untuk mengatasi cabaran tersebut. Dengan mempromosikan penggunaan aplikasi BFM, ia sekali gus memberi kelebihan kepada pengguna untuk mengakses kandungan podcast dengan lebih efisien.

Berdasarkan Informan 10 pula, stesen radio Kupi-Kupi FM turut menghadapi cabaran dari segi jurang pengetahuan terhadap aplikasi podcast serta cabaran dari segi Internet untuk memastikan podcast dapat dimuat turun.

> *Cabaran dia sebelum kita mula ini, memang kita zero knowledge about this aplikasi... Cabaran selepas itu ada sedikit yang kalau masih ada cabaran yang kami dapat is itulah Internet tu. Ya lepas saja kami buat podcast, orang bagi feedback yang sudah download tapi tak boleh dengar. Jadi kami buat research sikit, kami dapat tahu yang Internet*

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

> *yang diperlukan memang tinggilah.* (Informan 10, Pengurus Operasi Lapangan Kupi-Kupi FM, September 2, 2024).

Melalui penemuan data tersebut, Kupi-Kupi FM turut menghadapi cabaran yang sama dengan stesen radio lain sebelum penggunaan podcast, iaitu penyediaan infrastruktur. Ini merujuk kepada kekurangan kemahiran dan pengetahuan terhadap aplikasi podcast serta jurang Internet seperti yang telah dijelaskan. Ini menunjukkan bahawa stesen tersebut perlu memahami penggunaan dan pengetahuan podcast dengan jelas sebelum menggunakan podcast, di samping memberi penambahbaikan kepada aplikasi agar mesra pengguna. Oleh itu, disimpulkan bahawa cabaran yang dihadapi Kupi-Kupi FM adalah penyediaan infrastruktur serta keterbatasan Internet untuk mengoperasikan podcast dengan efisien.

Selanjutnya, Cats FM turut menghadapi cabaran dari segi penentuan kandungan serta pemilihan penyampai, di samping menghadapi cabaran dari segi meningkatkan penonton podcast seperti yang telah dinyatakan Informan 11.

> *Sebelum saya buat tu. Cabaran dia adalah, kita nak kena tahu. Apa tema podcast kita? Apa background dalam video tu? Siapa orang yang boleh bawa? Adakah orang yang kita lantik ni boleh carry our target or not?... Cabaran selepas penyiaran podcast is Viewer. Kita punya view. Macam mana cara nak meningkatkan viewer podcast kita punya.* (Informan 11, Pengarah Program Cats FM, Julai 25, 2024).

Berdasarkan temu bual tersebut, analisis penyelidikan mendapati bahawa Cats FM turut menghadapi cabaran dari segi penghasilan kandungan serta pemasaran podcast. Hal tersebut disebabkan oleh keperluan untuk menyampaikan kandungan yang memenuhi piawaian, format dan kehendak penonton. Dalam hal ini, topik, format dan penyampai perlu diselaraskan bagi menepati format yang telah ditentukan serta bersaing. Tidak hanya itu, stesen radio Cats FM juga menghadapi cabaran untuk meningkatkan keterlihatan podcast dalam kalangan pengguna. Hal ini disebabkan oleh ketepuan kandungan podcast yang kini berada di pelbagai platform digital seperti yang telah dibincangkan melalui sorotan lepas (Ting, 2024). Oleh itu, strategi yang efektif dalam menghasilkan kandungan podcast menjadi cabaran kepada stesen radio.

Melalui hasil temu bual bersama kesebelas informan, terdapat tiga tema cabaran pengoperasian podcast dalam kalangan stesen radio di Malaysia. Antara cabaran sebelum dan selepas pengoperasian podcast adalah penyediaan infrastruktur, penghasilan podcast dan pemasaran podcast sebagaimana yang ditunjukkan dalam gambar Rajah 1.

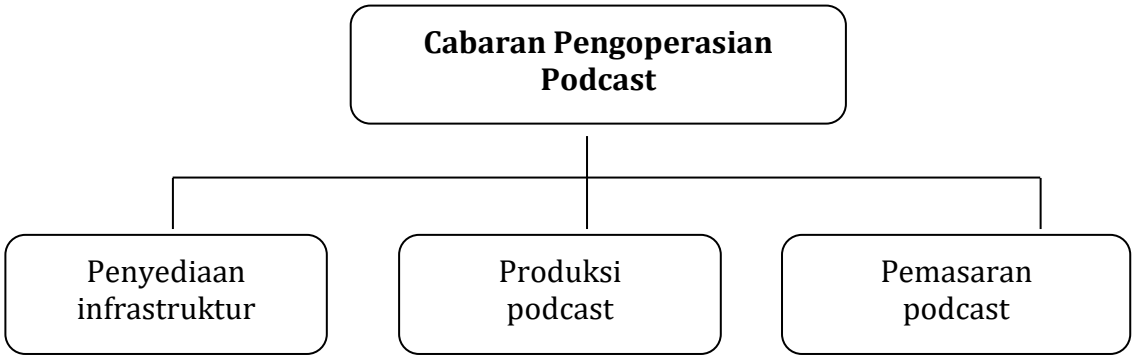
Umumnya, setiap cabaran tersebut saling berkait sehingga menjadi faktor yang menjayakan serta menghalang keberkesanan pengoperasian podcast di stesen radio. Tidak hanya itu, cabaran pengoperasian ini menyerlahkan bahawa pengintegrasian sesebuah inovasi bukanlah satu proses yang boleh digunakan secara terus melainkan melalui proses pemahaman yang mendalam dari segi teknologi dan pengguna.

Cabaran utama dalam pengintegrasian podcast adalah penyediaan infrastruktur yang merujuk kepada penyediaan teknologi yang mencukupi serta pembangunan sumber yang berkemahiran dalam kandungan digital. Infrastruktur yang tidak mencukupi sekali gus akan menyebabkan proses penghasilan serta penerbitan kandungan podcast

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

menjadi tidak efisien. Ini memberi cabaran kepada stesen radio untuk memastikan penyediaan infrastruktur tersebut menepati piawaian dan format yang telah ditetapkan. Dalam hal ini, penyediaan infrastruktur yang jelas, peningkatan produktiviti sumber manusia dan penyediaan fasiliti yang mencukupi akan membantu pengintegrasian podcast dengan lancar dalam jangka masa panjang.

Rajah 1: Cabaran Sebelum dan Selepas Pengintegrasian Podcast.



Cabaran kedua adalah produksi kandungan yang merujuk kepada proses penentuan topik, penentuan kandungan serta proses penghasilan kandungan. Hal ini disebabkan berlakunya lambakan kandungan podcast pada peringkat global. Ini sekali gus memerlukan strategi yang kritikal dalam penghasilan kandungan podcast yang kompetitif. Tidak hanya itu, penting untuk stesen radio menganalisis dan memahami kandungan yang mendapat sambutan dalam kalangan audiens. Dengan memahami permintaan kandungan dalam kalangan pendengar yang sentiasa berubah, ia dapat membantu stesen radio dalam menghasilkan kandungan podcast.

Cabaran ketiga adalah memasarkan podcast kepada pengguna. Hal ini disebabkan sambutan kandungan podcast yang belum mencapai sasaran yang dikehendaki serta disebabkan kurangnya penerimaan podcast dalam kalangan pengguna. Dalam hal ini stesen radio perlu memanfaatkan teknologi digital serta menilai strategi untuk mempromosikan penggunaan podcast. Tidak hanya itu, penghasilan kandungan menarik dan berterusan juga boleh diterapkan supaya mengekalkan pendengar.

Berdasarkan tiga tema yang dikenal pasti, analisis data mendapati bahawa tiada perbezaan antara cabaran yang dihadapi oleh stesen radio kerajaan dan swasta dalam pengintegrasian podcast. Dapatan ini turut mendapati stesen radio di Malaysia menghadapi cabaran yang sama dengan stesen radio di AS dan Australia iaitu menghasilkan kandungan podcast. Ini menunjukkan bahawa cabaran yang telah dinyatakan tersebut adalah cabaran yang bersifat umum dihadapi oleh stesen penyiaran dalam mengintegrasikan sesebuah inovasi. Namun dapatan ini menunjukkan jurang iaitu stesen radio tidak menghadapi cabaran monetisasi melainkan cabaran kepada penyediaan infrastruktur serta penghasilan kandungan. Oleh itu, penting untuk mengetahui strategi pengoperasian podcast di Malaysia. Adakah terdapat penerapan monetisasi dalam pengoperasian podcast?

4.2. Strategi Pengoperasian Podcast

Strategi pengoperasian podcast merujuk kepada bagaimana stesen radio merancang dan mengatur penggunaan podcast untuk dioperasikan secara harian. Bahagian ini akan menganalisis strategi pengoperasian podcast yang diterapkan dalam kalangan stesen

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

radio di Malaysia. Antaranya adalah penggunaan semula kandungan siaran radio, penubuhan unit pengoperasian podcast, pemilihan platform penerbitan podcast, strategi pemasaran, dan strategi penyertaan monetisasi.

4.2.1. Strategi Penggunaan Semula Kandungan Siaran Radio

Strategi penggunaan semula kandungan siaran radio merujuk kepada strategi yang memanfaatkan mana-mana bahan siaran radio dalam bentuk digital dan diterbitkan melalui podcast. Strategi ini berfungsi sebagai penyesuaian kepada perubahan pengguna yang menginginkan kandungan yang lebih fleksibel untuk diakses. Dengan ini, stesen radio dapat mengurangkan beban kerja kerana tidak memerlukan bahan kandungan yang baru.

Berdasarkan temu bual yang dijalankan, analisis data mendapati bahawa terdapat trend penggunaan rakaman kandungan siaran radio untuk dijadikan sebagai podcast dalam kalangan stesen radio di Malaysia. Melalui strategi ini, ia membantu pengguna mengulang kembali siaran yang terlepas daripada siaran radio. Ini sekali gus memberi kelebihan kepada stesen radio dalam menjimatkan masa dan kos dalam penerbitan kandungan. Namun, setiap stesen tersebut mempunyai strategi tersendiri dalam membuat pemilihan kandungan podcast yang disiarkan. Contohnya, RTM menerbitkan kandungan terpilih iaitu segmen utama siaran, segmen berkepentingan, dan segmen yang mempunyai impak besar kepada pendengar seperti yang telah dinyatakan Informan 2 dan Informan 3;

> *Jadi semua stesen ini disediakan platform untuk memasukkan mana-mana program terpilih ataupun program tonggak utama dalam segmen podcast.* (Informan 2, Ketua Penolong Pengarah Seksyen Radio RTM Sarawak, Julai 25, 2024).

> *Dalam radio RTM Sabah ni contoh Sabah FM mereka ada beberapa rancangan, tapi kan ada pemilihan rancangan yang mungkin memberi impak yang besar atau mempunyai pendengar yang ramai, itu yang akan diberi keutamaan untuk masuk dalam segmen dalam podcast.* (Informan 3, Ketua Penolong Pengarah Rancangan Radio RTM Sabah, 31 Oktober 2024).

Berdasarkan pemilihan kandungan tersebut, penyelidikan ini menekankan bahawa tidak semua siaran radio dijadikan podcast di RTM Sabah dan RTM Sarawak. Ini kerana stesen radio tersebut memfokuskan kandungan utama siaran stesen, kandungan yang memberi kesan kepada pendengar, serta kandungan yang mempunyai pendengar setia. Pemilihan tersebut bertujuan memastikan wujudnya kandungan berfokus yang sesuai dengan kandungan *niche* dan menarik perhatian pendengar melalui kandungan yang sudah kukuh dari segi penerimaan pendengar.

Seterusnya, Hot FM dan Molek FM memilih rakaman siaran radio menjadi podcast melalui segmen Show Pagi Hot FM dan Show Pagi Molek FM seperti yang telah dinyatakan Informan 4.

> *Podcast yang diterapkan dalam stesen radio adalah mendengar semula ataupun ulang siar konten-konten dari show pagi Hot FM dan Molek FM.* (Informan 4, Team Lead Audio+, Media Prima Audio, Oktober 21, 2024).

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

Berdasarkan data temu bual tersebut, kedua-dua stesen radio turut membuat pemilihan kandungan siaran berfokus untuk dijadikan podcast. Bagaimanapun, pemilihan tersebut hanya tertumpu kepada rakaman siaran pagi. Ini menunjukkan penetapan segmen yang dijadikan podcast memberikan kelebihan dan kemudahan dalam menentukan kandungan yang akan diterbitkan. Melalui strategi tersebut, ia dapat membantu stesen mensasarkan kandungan yang sesuai serta memberi kemudahan kepada bahagian penyuntingan dan penerbitan selepas tamat sesi segmen pagi.

Kemudian, Era Sabah FM, Sinar FM dan Zayan FM turut menggunakan siaran rakaman radio terpilih untuk dijadikan podcast seperti yang telah dinyatakan oleh Informan 6, Informan 7 dan Informan 8.

> *Jadi kita ada lebih kurang dalam 11 ke 13 stesen radio, jadi semua memang bersama-sama dengan aplikasi Syok di Astro radio ni. Kita bagi elemen podcast dengan klasifikasi sebagai radio catch up.* (Informan 6, Pengurus Kandungan ERA Sabah FM, Julai 29, 2024).

> *Apa yang terbaik dari apa yang goes on air, kita jadikan podcast. Maksudnya kalau orang terlepas, orang boleh dengar balik dekat situ.* (Informan 7, Pengurus Kandungan Sinar FM, Julai 30, 2024).

> *Petikan ataupun suntingan daripada maklumat di radio ataupun yang telah di broadcast. Kita akan dapatkan rakaman tersebut dan kami pihak Zayan akan memilih ataupun menyunting agar iya nya menjadi pendek dan padat ataupun lebih menarik untuk didengar secara on demand dan disebabkan sifat itu, iya nya boleh dikatakan sebagai podcast-podcast yang terpilih dan juga terbaik.* (Informan 8, Pengurus Kandungan Zayan FM, Julai 29, 2024).

Berdasarkan ketiga-tiga informan tersebut, analisis mendapati bahawa stesen radio dalam firma Astro Radio menggunakan strategi operasi yang sama iaitu menggunakan semula rakaman siaran radio untuk dijadikan podcast. Ini sekali gus memberikan keserasian dan kelebihan kepada stesen tersebut dalam mengendalikan podcast. Tidak hanya itu, pemilihan kandungan yang mempunyai trafik tinggi bukan hanya dapat menarik perhatian pendengar baru, tetapi dapat mengekalkan pendengar setia yang terlepas kandungan. Melalui pemilihan kandungan bersasar, ini memberikan kelebihan kepada stesen radio dalam membuat penyuntingan agar kandungan tersebut lebih menarik dan padat dengan informasi penting.

Selepas itu, stesen radio BFM turut menggunakan kandungan siaran radio sebagai podcast. Bagaimanapun, BFM membuat keputusan dengan memilih rakaman kandungan temu bual di siaran radio sebagai podcast sepertimana yang telah dijelaskan oleh Informan 9;

> *Semua segmen dalam podcast kita adalah sebenarnya, kandungan daripada radio juga. Kita tak ada kandungan khusus untuk podcast... Sebab setiap hampir semua kandungan yang kita interview di radio, ia akan jadi podcast.* (Informan 9, Community Team Lead BFM, Julai 31, 2024).

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

Data temu bual tersebut menunjukkan bahawa BFM mensasarkan kandungan podcast yang berbentuk perbualan santai dan spontan melalui interaksi dua hala antara penyampai dan tetamu. Melalui jemputan tetamu, ini secara tidak langsung dapat meningkatkan pendengar terutamanya pengikut individu yang ditemu bual serta mempelbagaikan maklumat yang disampaikan berdasarkan pengalaman dan perspektif yang berbeza. Dengan memfokuskan kandungan temu bual, strategi ini menghasilkan kandungan yang disampaikan secara fakta melalui tetamu jemputan dan memberikan ketertarikan kandungan dalam kalangan khalayak.

Selain menerbitkan semula kandungan siaran radio, terdapat stesen radio yang juga menerbitkan kandungan podcast yang tidak diambil daripada siaran radio. Antara stesen radio yang mengamalkan strategi tersebut adalah IKIMfm, Kupi-Kupi FM dan Cats FM. Menurut Informan 5, IKIMfm menerbitkan satu podcast iaitu podcast *"Sit and Seek"* dan memilih 17 segmen rakaman radio yang dijadikan sebagai podcast. Informan 10 pula menyatakan bahawa Kupi-Kupi FM membuat pemilihan kandungan yang berbentuk temu bual untuk dijadikan podcast sama ada diambil daripada rakaman radio dan rakaman khas untuk podcast. Terakhir adalah Informan 11 yang menyatakan bahawa pemilihan kandungan adalah berdasarkan kandungan yang pernah dibincangkan di siaran radio Cats FM.

> *Podcast yang betul-betul dihasilkan untuk orang lain, hanya ada satu buat masa ini. Kita ada "Sit and Seek" tapi untuk kandungan radio yang dijadikan podcast itu banyak. Boleh lihat di dalam aplikasi kita dan laman web kita di bahagian podcast lah okey. Ada senarai dalam lebih kurang 17 audio.* (Informan 5, Ketua Unit Teknologi Digital IKIMfm, Ogos 2, 2024).
>
> *Dua cara kami buat podcast, satu melalui radio which is ambil itu time diaorang interview on air, kami ambil video, satu lagi yang kami turun padang interview.* (Informan 10, Pengurus Operasi Lapangan Kupi-Kupi FM, September 2, 2024).
>
> *Topik-topik yang pernah digunakan di radio adalah di antara topik yang juga dibincangkan dalam podcast. Sebab, kalau topik dekat radio, contoh kita buka sesuatu topik.* (Informan 11, Pengarah Program Cats FM, 25 Julai 2024).

Hasil temu bual yang diperoleh daripada ketiga-tiga informan tersebut menjelaskan bahawa masih terdapat stesen radio yang mengambil peluang untuk menggunakan podcast sebagai platform tambahan untuk menyalurkan maklumat yang lebih eksklusif. Ini bagi memberi ruang kepada penyiar dalam berkongsi maklumat dengan lebih mendalam serta menggunakan gaya penyampaian yang santai. Melalui strategi ini, stesen radio dapat meningkatkan kreativiti penyiar dan sekali gus menarik perhatian pendengar melalui kandungan digital yang bersesuaian. Penghasilan kandungan tersebut menunjukkan usaha stesen radio dalam memperluaskan pengaruh mereka ke platform digital yang bersasar dan khusus.

Berdasarkan penemuan data melalui kesebelas informan tersebut, dapat dipastikan bahawa stesen radio di Malaysia mula beradaptasi secara aktif terhadap penggunaan digital di samping mempelbagaikan kandungan dan membina jenama stesen melalui platform podcast. Ini seiring dengan strategi yang diterapkan stesen radio di Australia

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

iaitu ABC yang memanfaatkan rakaman siaran radio menjadi podcast. Dengan menggunakan semula rakaman siaran radio sebagai podcast, ini sekali gus membantu mengatasi masalah kekurangan tenaga mahir dan mengurangkan beban tugas penyiar dalam menghasilkan kandungan podcast. Tidak hanya itu, penggunaan segmen siaran yang sudah kukuh dalam kalangan pendengar turut memberi impak positif dalam mengekalkan pendengar. Melalui strategi tersebut, ia dapat memastikan kelangsungan kandungan siaran radio pada era digital di samping menarik pendengar baharu yang menginginkan kandungan *on demand*. Oleh itu, penting untuk stesen radio memanfaatkan kandungan siaran radio dan menerapkan kandungan podcast asli bagi memberikan kelainan, nilai tambah serta membina penjenamaan stesen melalui platform digital.

4.2.2. Strategi Penubuhan Unit Pengoperasian Podcast

Penubuhan unit digital merujuk kepada organisasi serta jabatan khusus yang bertanggungjawab dalam menguruskan operasi kandungan digital seperti podcast. Di stesen radio, penubuhan unit pengoperasian podcast merupakan strategi untuk menguruskan kandungan digital dan memberikan pembahagian tugas antara penerbitan kandungan podcast dan penerbitan kandungan siaran radio. Dengan adanya unit yang ditetapkan, ini sekali gus membantu stesen radio dalam menghasilkan kandungan podcast yang berkualiti dan kompetitif.

Berdasarkan Informan 1, Radio Televisyen Malaysia mewujudkan Unit Media Baharu yang mempunyai kepakaran terhadap kandungan digital seperti podcast. Dengan adanya Unit Media Baharu, ia sekali gus membantu dalam menentukan kandungan segmen radio yang sesuai untuk dijadikan podcast. Tidak hanya itu, ia juga memberi kelebihan kepada Unit Penerbitan Radio dari segi pembahagian tugas dan membantu dalam merangka strategi dalam menghasilkan kandungan berkualiti, bersasar dan berdaya saing. Strategi ini sekali gus mengatasi masalah kurangnya tenaga mahir serta pengetahuan terhadap penyiaran podcast dalam kalangan stesen radio RTM.

> *Team penerbitan mengikut seksyen masing-masing. Team penerbitan radio rutin. Penerbit segmen, Penyampai, kemudian dia ada Team new media yang untuk semak yang mana yang best ataupun memang dah susun target. Yang mana best dia akan cut out untuk masuk ke dalam podcast*. (Informan 1, Pengarah Bahagian Radio Program RTM, Julai 31, 2024).

Seterusnya, Informan 4 menyatakan Media Prima Audio mewujudkan Unit Digital dan Unit Audio+ untuk membantu stesen radio Hot FM dan Molek FM mengoperasikan podcast. Melalui Unit Digital dan Unit Audio+, ia membantu stesen radio dalam menstrukturkan produksi dan penerbitan untuk setiap segmen podcast seperti segmen pada waktu pagi serta membantu dalam menerbitkan podcast asli. Dengan adanya Unit tersebut, ia memberi impak kepada penghasilan podcast yang bersesuaian kepada pendengar. Ini menunjukkan bahawa penubuhan unit digital dan Audio+ yang mempunyai kemahiran khusus terhadap podcast adalah strategi dalam memastikan kelancaran pengoperasian dengan lebih mampan.

> *Kami ada mewujudkan team khas untuk podcast. Dan ianya lebih kepada Digital Team yang menguruskan production dan penerbitan setiap show podcast untuk Hot FM Dan Molek FM. Also basically my Team.. Audio+,*

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

> *mereka lebih fokus dan khusus kepada penerbitan podcast. So, dia orang bukan sahaja servis Part term, mereka juga servis stesen-stesen radio radio yang lain. Which is dia orang.. mereka ni adalah dedicated. Sebuah unitnya akan sama assist ataupun fokus kepada yang lebih tahu akan kandungan podcast yang sesuai.* (Informan 4, Team Lead Audio+, Media Prima Audio, Oktober 21, 2024).

Kemudian, Informan 5 menyatakan bahawa IKIMfm menubuhkan Unit Digital yang menguruskan kandungan podcast serta kandungan yang melibatkan platform digital. Dengan adanya Unit Digital, ini sekali gus dapat meningkatkan lagi kualiti kandungan podcast yang diterbitkan. Seterusnya, penubuhan unit yang mempunyai kepakaran khusus terhadap podcast sekaligus membantu dalam memahami kandungan podcast yang bersesuaian dengan kehendak pendengar. Ini menjelaskan peranan Unit Digital dalam memahami kandungan yang sesuai dengan pendengar dalam platform digital.

> *Okay, dalam konteks IKIM memang kita ada Team Digital lah. Sebab kita ada unit teknologi digital. Bukan hanya podcast, tapi berkaitan dengan digital konten dan digital platform. So, podcast hanyalah salah satu daripada item di bawah senarai tugas unit tersebut untuk mengoperasikan podcast dengan lebih sesuai dengan format dikehendaki.* (Informan 5, Ketua Unit Teknologi Digital IKIMfm, Ogos 2, 2024).

Seterusnya, Informan 6 dan Informan 7 menyatakan bahawa Unit Syok dan Unit Digital memainkan peranan penting dalam memahami penstrukturan podcast dalam firma Astro Radio. Unit ini juga membantu stesen radio dalam merancang dan merangka kandungan podcast yang menarik dan mampu menarik perhatian pendengar. Melalui Unit Syok, ia sekaligus memberi kesan kepada penentuan kandungan serta Ini menunjukkan strategi yang diterapkan dalam mengatasi jurang pemahaman dalam pengendalian podcast.

> *Team daripada Syok pun ada juga membantu sebab dia orang ada Team khas untuk podcast ini dan mereka lebih memahami lah. Bukan hanya membantu kita, tapi turut stesen radio yang lain untuk menghasilkan podcast.* (Informan 6, Pengurus Kandungan ERA Sabah FM, Julai 29, 2024).

> *Team Syok yang akan membantu lebih untuk bahagian podcast. Same dengan Team Digital. Macam yang saya kata kan. Original content kita Borak Selebriti if tiba-tiba Syok nak buat podcast, dia akan check dengan kita. Dengan Team Content Sinar. Sebab mereka yang lebih faham untuk ini podcast.* (Informan 7, Pengurus Kandungan Sinar FM, Julai 30, 2024).

Menurut Informan 10, pengoperasian podcast di stesen radio Kupi-Kupi FM diselaraskan dari pelbagai unit-unit tertentu yang terdiri daripada Unit Kandungan, Unit Pengurusan dan Unit Produksi. Kewujudan sistem pembahagian tugas ini dilihat sebagai faktor yang menyokong pengoperasian podcast dalam kalangan kakitangan, khususnya di stesen radio kecil. Tidak hanya itu, pengurus turut memainkan peranan dengan melatih setiap kakitangan dalam memahami pengoperasian podcast. Dengan adanya kerjasama melalui penilaian serta analisis kandungan podcast dan penyediaan peralatan yang bersesuaian, ini memberi kelebihan dalam penghasilan kandungan podcast yang

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

mampan. Sistem ini sekali gus membantu setiap kakitangan memperkasakan kemahiran pengoperasian podcast dengan lebih berkesan.

> *Actually, podcast dia ada satu team lagi yang handle which is… diorang akan cari konten, diorang akan berada set up production semua tu from the basic. So for my side, kami, saya hanya buat penelitian kepada ataupun content yang dia konten kan buat-buat semak untuk podcast ini. So dia actually in the Kupi-Kupi dia multitask lah. Kalau bilang podcast siapa yang handle, actually all the team handle. Saya akan ada ajar setiap daripada staf ini benda-benda yang baru. Kalau tidak dia akan tertumpu kepada satu saja.* (Informan 10, Pengurus Operasi Lapangan Kupi-Kupi FM, September 2, 2024).

Menurut Informan 11, pengoperasian podcast di stesen radio Cats FM dikendalikan sepenuhnya oleh Unit Digital. Dalam hal ini, Unit Digital bertanggungjawab menguruskan hal-hal yang berkaitan dengan digital termasuk podcast. Ini merujuk kepada perancangan, produksi, penerbitan, pemasaran, dan penilaian. Penubuhan Unit Digital ini penting untuk mengatasi beban kerja Unit Penerbitan Radio dan sekaligus membantu menghasilkan kandungan podcast yang lebih efisien.

> *Kita ada tiga produser dekat sini, dan tiga produser memainkan job description yang berbeza untuk podcast. Memang 100% kita bagi kepada digital team. Apa sahaja yang berkenaan dengan digital di dalam team itu adalah di bawah tanggungan produser digital.. Untuk podcast team, memang ada. Memang dijaga oleh digital team. Tugas dia sama. Apa yang keluar dekat podcast, itulah yang keluar dekat web yang keluar dekat media sosial. Itu je kerja dia yang sama. Kalau produser radio tak sama. Dia lain. Dia tak masuk campur. So, podcast ni memang di bawah digital team macam tu.* (Informan 11, Pengarah Program Cats FM, 25 Julai 2024).

Berdasarkan temu bual tersebut, analisis mendapati bahawa penubuhan unit khas dalam mengendalikan podcast merupakan salah satu strategi untuk mengatasi jurang kemahiran pengoperasian podcast. Dengan adanya penubuhan unit khas seperti Unit Digital dan Unit Media Baharu, ia sekali gus dapat mengurangkan beban kerja penyiar dalam menjalankan siaran radio sebagai tumpuan utama. Tidak hanya itu, penubuhan unit khusus untuk podcast turut membantu stesen radio dalam menentukan topik kandungan dan menilai kandungan yang bersesuaian dengan format podcast. Ini sekali gus mengatasi cabaran yang dihadapi oleh stesen radio dalam menghasilkan kandungan podcast yang berdaya saing. Oleh itu, penubuhan unit khas yang mengendalikan podcast dapat memberi kelebihan kepada stesen radio dalam memastikan pengoperasian podcast bukan sekadar inovasi sementara. Penubuhan unit khas ini sekali gus berperanan menjadi tonggak utama dalam memastikan kejayaan podcast diintegrasikan ke stesen radio.

4.2.3. Strategi Pemilihan Aplikasi Penerbitan Podcast

Seterusnya, setiap stesen radio yang ditemu bual didapati merancang strategi dalam membangunkan laman web serta aplikasi khusus untuk stesen radio bagi menyiarkan kandungan podcast. Pembangunan aplikasi khusus untuk stesen radio merupakan satu kepentingan dan keperluan dalam memberikan kemudahan kepada stesen mengawal

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

aplikasi secara penuh. Tidak hanya itu, penetapan ini turut membina kesetiaan pendengar dengan menyediakan kemudahan akses yang lebih fleksibel. Hal tersebut telah dinyatakan oleh Informan 2, Informan 4, Informan 5, Informan 6, Informan 9, Informan 10 dan Informan 11.

Informan 2 menyatakan bahawa RTM menjalin kerjasama dengan Media Technology Application (MTA) dan MAMPU untuk membangunkan aplikasi RTMKlik bagi menerbitkan podcast. Melalui hasil kerjasama tersebut, ia memberi kemudahan kepada pendengar untuk mendengar penstriman siaran radio serta penstriman podcast RTM melalui satu aplikasi. Kerjasama ini juga menegaskan tanggungjawab RTM sebagai badan penyiaran kerajaan dalam memastikan pembangunan aplikasi memberi kepuasan kepada pengguna tanpa gangguan.

> *Memang semua (stesen tv dan radio RTM) masih menggunakan RTM Klik. Aplikasi yang dibangunkan oleh Media Teknologi Aplikasi (MTA), RTM, serta bekerjasama dengan MAMPU. Disana kamu dapat dengarkan podcast serta penstriman radio.* (Informan 2, Ketua Penolong Pengarah Seksyen Radio RTM Sarawak, Julai 25, 2024).

Informan 4 pula menyatakan bahawa stesen radio Hot FM dan Molek FM menggunakan aplikasi Audio+ yang dibangunkan oleh Media Prima Audio (MPA). Penggunaan aplikasi Audio+ berperanan sebagai aplikasi untuk membantu pengguna mendengarkan podcast yang diterbitkan serta mendengarkan penstriman radio. Ini merupakan strategi MPA untuk meningkatkan penjenamaan stesen dan sekaligus meningkatkan kesetiaan pendengar melalui aplikasi Audio+. Selain itu, Hot FM dan Molek FM turut memanfaatkan platform aplikasi podcast seperti Spotify, Google Podcast, Apple Podcast serta iTunes sebagai strategi untuk menarik perhatian audiens yang lebih meluas. Kepelbagaian penggunaan aplikasi podcast ini memberi kelebihan kepada stesen radio dalam meningkatkan penjenamaan stesen dan memperluas jangkauan pengguna.

> *Setakat ni kami ada Audio+, Spotify, Google podcast, Apple podcast ataupun iTunes... Aplikasi Audio+ merupakan aplikasi yang dibangunan Media Prima Audio sebagai aplikasi utama untuk penerbitan podcast serta penstriman radio.* (Informan 4, Team Lead Audio+, Media Prima Audio, Oktober 21, 2024).

Informan 5 pula menyatakan bahawa IKIMfm membangunkan aplikasi Radio IKIM serta laman web untuk membantu pengguna mendapatkan maklumat, siaran radio dan penstriman podcast daripada IKIMfm. Strategi ini bertujuan mengekalkan kesetiaan pengguna yang boleh mengakses pelbagai maklumat melalui aplikasi Radio IKIM. Strategi ini juga memberi kelebihan kepada IKIMfm dalam memperluaskan jangkauan melalui penggunaan aplikasi Spotify selain meningkatkan penjenamaan stesen radio.

> *Kita ada bangunkan aplikasi Radio IKIM serta laman web untuk menyiarkan penstriman radio serta podcast dan yang ketiga is di Spotify lah.* (Informan 5, Ketua Unit Teknologi Digital IKIMfm, Ogos 2, 2024).

Informan 6 menyatakan bahawa mana-mana stesen radio dalam firma Radio Astro seperti Era Sabah FM, Sinar FM, dan Zayan FM menerbitkan podcast di aplikasi Syok. Dalam hal ini, dijelaskan bahawa firma Radio Astro mewujudkan satu aplikasi yang menjadi platform untuk penerbitan podcast bagi setiap stesen dalam Astro Radio.

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

Dengan adanya aplikasi Syok, ini memberi peluang kepada pengguna aplikasi untuk mendengarkan pelbagai podcast daripada stesen Astro Radio. Ini sekali gus memperkenalkan jenama stesen radio yang lain kepada pengguna sama seperti yang diterapkan di firma RTM dan Media Prima Audio.

> *Memang kita gunakan Syok (aplikasi) saja sebab kita satu company di bawah naungan yang sama (Astro Radio). Sama dengan stesen lain.. Disana, pengguna boleh muat turun dan dengarkan podcast dari stesen yang mereka nakkan.* (Informan 6, Pengurus Kandungan ERA Sabah FM, Julai 29, 2024).

Informan 9 menyatakan bahawa stesen radio BFM membangunkan aplikasi khusus untuk stesen iaitu aplikasi BFM untuk menerbitkan podcast serta menggunakan laman web stesen, Twitter, dan Spotify. Ini menunjukkan bahawa stesen radio BFM turut membina khalayak pendengar melalui pembangunan aplikasi serta melalui penggunaan Twitter dan Spotify sebagai platform penyebaran podcast. Dengan menggunakan media baharu seperti Twitter dan Spotify, ia sekaligus memperkenalkan podcast stesen radio kepada lebih ramai pengguna dan seterusnya dapat meningkatkan penjenamaan stesen.

> *Kita ada melalui app kita yang kita wujudkan... Kita ada BFM. Kita juga daripada laman web kita, Twitter kita ada Spotify sebagai aplikasi untuk mengedarkan podcast.* (Informan 9, Community Team Lead BFM, Julai 31, 2024).

Kemudian, Informan 10 menyatakan bahawa stesen radio Kupi-Kupi FM turut membangunkan aplikasi Kupi TV serta membuat penambahbaikan dengan mengurangkan kapasiti megabait podcast bagi memberi kemudahan untuk mengakses podcast. Ini menjelaskan bahawa Kupi-Kupi FM mengambil berat keselesaan pengguna dengan memberi penambahbaikan, terutamanya untuk kawasan yang tidak mempunyai akses Internet mencukupi. Dengan membangunkan aplikasi Kupi TV yang sentiasa dikemas kini, ia merupakan strategi untuk mengekalkan kesetiaan pendengar melalui aplikasi yang mudah digunakan untuk mendapatkan podcast daripada Kupi-Kupi FM.

> *Platform yang digunakan… melalui platform Kupi TV tu lah... Kita wujudkan aplikasi Kupi TV untuk memberi kemudahan kepada pengguna untuk mengakses podcast.. Jadi kami telah buat dia punya.. penambahbaikan which is kami.. kasi turun MB dan supaya orang boleh download dan dengar atau explore ini Kupi TV dengan lebih mudah.* (Informan 10, Pengurus Operasi Lapangan Kupi-Kupi FM, September 2, 2024).

Informan 11 menyatakan bahawa stesen Cats FM mengatur strategi dengan membangunkan aplikasi Cats FM, laman web serta memanfaatkan aplikasi seperti Youtube untuk menerbitkan podcast. Penggunaan aplikasi YouTube sebagai platform untuk menerbitkan podcast visual sekaligus memberikan nilai positif melalui penjenamaan stesen yang lebih meluas. Ini menunjukkan bahawa stesen radio Cats FM memanfaatkan teknologi digital untuk membina kesetiaan pendengar melalui aplikasi stesen serta menarik perhatian audiens melalui aplikasi Youtube untuk menonton podcast yang diterbitkan.

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

> *Siaran podcast di Cats FM adalah di YouTube dan di website serta di Aplikasi Cats FM.* (Informan 11, Pengarah Program Cats FM, Julai 25, 2024).

Temu bual tersebut menunjukkan bahawa stesen radio di Malaysia komited dalam memastikan kandungan podcast dapat diakses dengan mudah dan sekali gus meningkatkan capaian pendengar yang lebih meluas. Hal ini mempunyai persamaan dengan stesen radio di Amerika Syarikat dan Australia yang membangunkan aplikasi NPR dan aplikasi ABC untuk menerbitkan podcast. Dengan adanya aplikasi khusus untuk stesen radio, ia memberi kelebihan kepada stesen radio untuk mempunyai kawalan penuh terhadap penerbitan kandungan tanpa perlu bergantung kepada syarat pihak ketiga. Seterusnya meningkatkan penjenamaan stesen melalui tawaran pengalaman yang lebih eksklusif serta penyimpanan data pengguna yang hanya dapat diakses oleh pembangun. Bagaimanapun pembangunan aplikasi tersebut memberi cabaran kepada stesen untuk mempromosikan pengguna memuat turun aplikasi tersebut. Ini telah dinyatakan Informan 9 terdahulu yang menyatakan bahawa memasarkan aplikasi BFM untuk dimuat turun merupakan cabaran yang dihadapi. Oleh itu, promosi yang strategik perlu diterapkan untuk mendapat penerimaan dalam kalangan pengguna.

Selain itu, terdapat stesen radio yang turut memanfaatkan aplikasi media sosial seperti Spotify, Google Podcast, Apple Podcast, iTunes, Twitter dan juga YouTube sebagai saluran alternatif untuk menyiarkan podcast. Antaranya adalah Hot FM, Molek FM, IKIMfm, BFM dan Cats FM. Ini menunjukkan satu strategi stesen radio untuk menyesuaikan tingkah laku pengguna yang kini lebih banyak mengakses kandungan digital melalui peranti mudah alih. Ini memberi kelebihan kepada stesen radio untuk menjangkau pengguna yang lebih luas terutamanya golongan muda, serta lebih mesra pengguna melalui interaksi, penyediaan ruang maklum balas dan perkongsian di antara pengguna. Melalui penggunaan aplikasi media sosial ini, ia juga dapat mempercepatkan dan memperluaskan pengedaran kandungan podcast kepada pengguna.

4.2.4. Strategi Pemasaran Podcast

Berdasarkan hasil temu bual, dapatan menunjukkan bahawa stesen radio di Malaysia mempromosikan podcast melalui beberapa kaedah iaitu siaran radio, media sosial (Facebook, Instagram, TikTok, Twitter), acara lapangan (*Ground Event*), pempengaruh, dan *email newsletter*. Ini menonjolkan kepelbagaian kaedah pemasaran untuk meningkatkan penglibatan pengguna dan capaian podcast. Pertama adalah melalui promosi siaran radio secara berkala mengenai penggunaan podcast. Melalui kaedah tersebut, ia dapat menyalurkan maklumat kepada pendengar radio yang mempunyai perbezaan masa mendapatkan maklumat. Dengan ini, pengguna siaran radio dapat memperoleh maklumat tersebut meskipun mendengar radio secara berkala. Ini juga merupakan strategi yang digunakan untuk meningkatkan ingatan dan kesedaran pengguna terhadap promosi tersebut. Kedua adalah melalui promosi media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok untuk memberi kesedaran kepada pengguna media sosial berkaitan penggunaan podcast di stesen radio. Ini menunjukkan bahawa stesen radio berusaha untuk menyesuaikan strategi mengikut perubahan tingkah laku pengguna yang kini lebih terarah kepada media sosial serta memperluaskan jangkauan promosi supaya tidak terhad kepada siaran radio sahaja. Hal ini telah dinyatakan oleh Informan 1, Informan 2, Informan 3, Informan 4, Informan 7, dan Informan 11.

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

Menurut Informan 1, RTM Nasional memfokuskan promosi penggunaan podcast melalui siaran radio dan juga melalui media baru. Melalui promosi siaran radio, ia berupaya menyampaikan maklumat secara langsung kepada pengguna yang mempunyai perbezaan waktu mendengarkan radio. Tidak hanya itu, RTM Nasional turut memanfaatkan media baru seperti platform digital untuk menarik perhatian audiens serta mengekalkan pendengar melalui promosi penggunaan podcast di RTM Nasional. Dengan ini, ia sekali gus mempromosikan penggunaan podcast melalui siaran radio dan pengguna media baru.

> *Melalui siaran radio. Selain itu adalah media baharu. Sebab orang sekarang sudah kurang mendengar radio dan tv. Diorang lebih terdedah dengan platform digital.* (Informan 1, Pengarah Bahagian Radio Program RTM, Julai 31, 2024).

Seterusnya, Informan 2 dan Informan 3 menyatakan RTM Sarawak dan RTM Sabah menerapkan strategi promosi yang berulang melalui *talk set* serta menggunakan visual iaitu poster untuk meningkatkan ketertarikan melalui media sosial. Melalui promosi berulang di siaran radio, ini bertujuan memastikan promosi penggunaan podcast sampai kepada pendengar siaran radio. Begitu juga dengan penggunaan visual poster yang mampu menarik perhatian dan mewujudkan emosi dalam kalangan pengguna media sosial. Penggunaan promosi di media sosial ini sekali gus menarik perhatian pengguna kini yang lebih tertumpu kepada platform digital.

> *Dia guna promosi secara talk set secara promo yang dimainkan berulang ulang kali dan secara poster lah dekat media sosial. Dan selain daripada media sosial, perkhidmatan stesen juga turut digunakan.* (Informan 2, Ketua Penolong Pengarah Seksyen Radio RTM Sarawak, Julai, 25 2024).

> *Hebahan itu dipertingkatkan melalui hebahan di multiplatform RTM Radio… Selain itu, rasanya media sosial juga memainkan peranan.* (Informan 3, Ketua Penolong Pengarah Rancangan Radio RTM Sabah, Oktober, 31 2024).

Sama seperti RTM Sarawak dan RTM Sabah, Informan 4 menyatakan bahawa Hot FM dan Molek FM turut menyiarkan promosi secara berulang dan menambah ketertarikan melalui penggunaan visual iaitu poster di media sosial. Namun, Hot FM tetap memberi kelainan dengan audio pendek podcast yang akan disiarkan melalui siaran radio. Dengan menyiarkan audio pendek, strategi ini sekali gus bertujuan untuk membina persoalan dan memberi ketertarikan terhadap pendengar untuk mendengarkan podcast.

> *Macam di Hot FM, mereka akan siarkan semula kandungan audio pendek di radio... Same goes to Molek FM juga… Dan di sosial media juga memainkan peranan untuk menaikkan semula visual untuk memberi rangsangan kepada pengguna.* (Informan 4, Team Lead Audio+, Media Prima Audio, Oktober 21, 2024).

Selepas itu, Sinar FM juga menggunakan media sosial dan siaran radio untuk menyiarkan promosi penggunaan podcast seperti yang telah dinyatakan oleh Informan 7. Ini menyerlahkan kesedaran stesen terhadap trend penggunaan media sosial dalam kalangan masyarakat dan memanfaatkan siaran radio sebagai teknologi sedia ada.

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

> *We post on social media. We work engage close dengan social media lah. Sama on air promo.* (Informan 7, Pengurus Kandungan Sinar FM, Julai 30, 2024).

Setelah itu, Cats FM turut menggunakan klip-klip audio serta visual pendek terbaik melalui podcast untuk dipromosikan melalui siaran radio dan juga media sosial. Ini bertujuan memberi ketertarikan kepada pendengar untuk mengetahui isi yang hendak disampaikan. Hal tersebut telah dinyatakan oleh Informan 11.

> *Untuk promosi… kita mainkan klip-klip yang terbaik, diletakkan di dalam media sosial seperti Tik Tok dan Instagram… Promosi yang seterusnya adalah di radio.* (Informan 11, Pengarah Program Cats FM, Julai 25, 2024).

Berdasarkan temu bual tersebut, dapat disimpulkan bahawa stesen radio menggunakan siaran radio untuk mempromosikan penggunaan podcast dengan terancang serta menggunakan media baharu dan media sosial untuk meningkatkan jangkauan pengguna.

Selain menerapkan siaran radio, media sosial dan media baharu untuk mempromosikan podcast, strategi ketiga yang dikenal pasti ialah melalui acara lapangan (*Ground Event*) seperti yang telah dinyatakan oleh Informan 5, Informan 8, dan Informan 10. Penggunaan acara lapangan *"Ground Event"* membolehkan penyiar mempromosikan podcast secara fizikal kepada masyarakat yang hadir. Ini sekali gus menjadi strategi sesuai bagi stesen radio berinteraksi dan menjalinkan hubungan lebih erat dengan pengguna.

Melalui Informan 5 dan Informan 8, terdapat tiga strategi pemasaran diterapkan oleh IKIMfm dan Zayan FM iaitu melalui siaran radio, media sosial, dan acara lapangan. Dengan menerapkan ketiga strategi tersebut, stesen radio dapat memastikan penggunaan podcast disampaikan melalui siaran tradisional, siaran digital, dan interaksi fizikal. Strategi ini juga membantu stesen radio dalam meningkatkan penjenamaan stesen serta meningkatkan penglibatan pengguna mendengarkan podcast.

> *Yang pertama melalui Live di radio, iklan di radio okey. Yang kedua melalui media sosial itu yang sudah pasti penggunaan apps dan sebagainya. Sebagai medium penyebaran. Yang ketiga adalah aktiviti tapak di tapak ataupun Ground event.* (Informan 5, Ketua Unit Teknologi Digital IKIMfm, Ogos 2, 2024).

> *Selain daripada iklan-iklan di radio ataupun promo-promo di radio, kami juga aktif melakukan ground event sebagai contoh di Universiti, kami mengadakan program- program membawa penyampai-penyampai…. di media sosial setiap mesej harian ataupun isu semasa.* (Informan 8, Pengurus Kandungan Zayan FM, Julai 29, 2024).

Di samping itu, strategi keempat adalah menggunakan selebriti dan pempengaruh untuk menggalakkan penggunaan podcast di stesen radio seperti yang telah dinyatakan oleh Informan 6 dan Informan 10. Di Era Sabah FM dan Kupi-Kupi FM, penggunaan selebriti dan pempengaruh dipilih sebagai pendekatan yang digunakan untuk promosi podcast selain daripada menggunakan siaran radio dan media sosial. Ini menunjukkan strategi

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

stesen radio untuk meningkatkan jangkauan melalui pengikut selebriti, serta pemasaran yang lebih terarah berdasarkan selebriti. Dengan menggunakan selebriti dan pempengaruh, ia sekali gus dapat menghasilkan kandungan yang lebih menarik dan kreatif.

> *Kita ada tetamu selebriti ataupun tetamu yang tetamu undangan yang orang penting.. Ia membantu kita jugalah sedikit sebanyak….Dan of course kita gunakan media sosial kita juga.. Era Sabah dan juga Era Sarawak ada Facebook, ada Instagram kita menggunakan itu juga untuk mempromosikan podcast kita. Dan on air jugalah di radio juga sudah semestinya kita membuat promosi.* (Informan 6, Pengurus Kandungan ERA Sabah FM, Julai 29, 2024).

> *Kami menggunakan kami punya platform social media, Facebook, Instagram, Tiktok semua tu and kami ada apa acara lapangan kami akan war-warkan ataupun promote podcast… kami juga mempelawa kepada semua itu, apa itu influencer-influencer di luar sana… untuk… tolong promote the podcast. Also di siaran radio lah.* (Informan 10, Pengurus Operasi Lapangan Kupi-Kupi FM, September 2, 2024).

Kemudian, stesen radio BFM mengambil peluang menggunakan strategi *email newsletter* untuk mempromosikan podcast di samping menggunakan siaran radio dan media sosial. Strategi *email newsletter* merujuk kepada kaedah penghantaran podcast melalui email pengguna yang sudah melanggan secara percuma. Dengan menggunakan ketiga-tiga strategi ini, ia dapat memastikan pengguna sentiasa mendapat maklumat berkenaan podcast yang telah diterbitkan. Ini menunjukkan bahawa stesen radio BFM mengambil peranan dengan memastikan setiap promosi podcast sentiasa dapat disampaikan kepada pendengar terutamanya melalui *email newsletter*.

> *Ada 3 cara. Radio promo, media sosial dan email newsletter. Maksudnya kita akan hantar podcast-podcast terpilih kepada mereka melalui email berdasarkan podcast yang diinginkan.* (Informan 9, Community Team Lead BFM, Julai 31, 2024).

Berdasarkan temu bual tersebut, analisis mendapati terdapat enam strategi yang digunakan oleh stesen untuk mempromosikan podcast iaitu melalui siaran radio, media sosial, media baharu, acara lapangan, selebriti dan pempengaruh serta melalui *email newsletter*. Bagaimanapun, setiap stesen mempunyai strategi tersendiri untuk memastikan setiap promosi podcast tersebut dapat disampaikan dan mudah difahami oleh pengguna. Tidak hanya itu, hanya beberapa stesen radio yang menerapkan penggunaan acara lapangan, pempengaruh ataupun selebriti serta melalui *email newsletter*. Ini menunjukkan bahawa stesen radio masih menumpukan penggunaan siaran radio dan media sosial sebagai medium untuk mempromosikan podcast. Melalui strategi pemasaran ini, ia membantu stesen radio meningkatkan kesedaran serta minat terhadap penggunaan podcast dalam stesen radio. Oleh itu, penerapan keenam strategi pemasaran tersebut penting untuk digunakan dalam memastikan kelancaran operasi di samping menyokong kesetiaan pendengar.

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

4.2.5. Strategi penjanaan pendapatan

Kemudian, penyelidikan mendapati bahawa hanya terdapat beberapa stesen radio yang menyertakan strategi monetisasi dalam model operasi podcast. Hasil temu bual mendapati bahawa hanya IKIMfm, Era Sabah FM, BFM dan Cats FM yang menyertakan pengiklanan podcast manakala RTM, Hot FM, Molek FM, Sinar FM, Zayan FM dan Kupi-Kupi FM tidak menyertakan iklan podcast. Oleh itu, penyelidikan mentafsirkan bahawa monetisasi dalam operasi podcast bukanlah menjadi keutamaan penggunaan podcast di stesen radio di Malaysia melainkan sebagai platform untuk menyalurkan semula siaran radio dan juga sebagai platform tambahan. Ini menyerlahkan perbezaan dengan operasi podcast di stesen radio negara Amerika Syarikat (AS) yang telah memperoleh keuntungan meluas melalui monetisasi podcast. Ini menjelaskan stesen radio di negara AS lebih maju dalam mengoperasikan podcast untuk mengaut keuntungan.

Menurut Informan 5, IKIMfm menyertakan iklan melalui podcast sesuai dengan perjanjian dengan penaja yang menaja segmen radio. Ini memperlihatkan IKIMfm mengatur strategi dengan penaja untuk menaja segmen yang akan diterbitkan melalui siaran radio dan juga podcast. Melalui penajaan tersebut ia sekaligus mewujudkan aliran pendapatan terus kepada IKIMfm dan sekaligus digunakan untuk meningkatkan kualiti kandungan podcast yang diterbitkan.

> *Ya. Sebab memang iklan bersekali di dalam streaming tu. Bila streaming dia disekalikan, kita tidak ada buat editing lah sebab kadang itu adalah perjanjian dengan penaja kita.* (Informan 5, Ketua Unit Teknologi Digital IKIMfm, Ogos 2, 2024).

Seterusnya, Informan 6 turut menyatakan bahawa sesetengah podcast yang diterbitkan di Era Sabah FM mempunyai penaja. Melalui podcast yang ditaja, penyiar kemudian meletakkan iklan yang mempromosikan penaja melalui kandungan podcast. Dengan adanya penaja, ini sekaligus memberikan kelebihan kepada stesen radio dalam menghasilkan pendapatan sampingan daripada siaran radio. Menariknya, terdapat perbezaan strategi operasi antara Era Sabah FM, Sinar FM, dan Zayan FM memandangkan ketiga-tiga stesen itu berada dalam firma yang sama. Ini sekali gus menunjukkan stesen radio Era Sabah lebih mendahului dari segi pengoperasian podcast.

> *Sesetengah podcast ni kiranya ditaja kan ada sponsor kan. Kalau ada sponsor dan kita letak, kalau letak in between tu di antara ataupun di tengah-tengah podcast itu kita tidak letakkan iklan. Itu serba sedikit beri kita wang lah.* (Informan 6, Pengurus Kandungan ERA Sabah FM, Julai 29, 2024).

Kemudian, Informan 9 pula menyatakan bahawa BFM turut memasukkan iklan dalam podcast yang telah ditaja sebagai strategi untuk menjana pendapatan. Dalam hal tersebut, penyiar akan mempromosikan penaja secara langsung melalui kandungan podcast bagi memberi sentuhan yang dipercayai oleh audiens.

> *Kita ada iklan… Ada juga podcast yang dibawakan oleh penaja.. Jadi, ada mesej-mesej daripada penaja lah dalam podcast tu. Mungkin ia berbentuk dalam.. Pengacara dia akan cakap "Perbualan ni ataupun interview ni dibawakan oleh sponsor X."* (Informan 9, Community Team Lead BFM, Julai 31, 2024).

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

Menurut Informan 11, penajaan sesebuah segmen podcast penting bagi stesen radio menghasilkan pendapatan. Ini sekaligus mewujudkan kerjasama antara stesen radio dengan penaja iaitu stesen radio Cats FM mempromosikan jenama penaja secara langsung seperti melalui penyertaan banting penaja dalam setiap segmen. Dengan adanya penaja, ini membantu stesen radio Cats FM menjana pendapatan dan sekaligus meningkatkan mutu penerbitan podcast yang berdaya saing.

> *So, bagi saya iklan tu wajib berada dalam podcast.. Kita akan pastikan setiap podcast mempunyai penaja untuk wujudkan aliran pendapatan.. Selalunya kita akan letak logon sponserhip kita dalam video, banner supaya penonton boleh tengok. Ini salah satu strategi kita lah.* (Informan 11, Pengarah Program Cats FM, Julai 25, 2024).

Berdasarkan hasil temu bual bersama stesen radio, dapatan mendapati bahawa hanya beberapa stesen radio yang mengambil langkah untuk menyertakan monetisasi dalam strategi pengoperasian podcast. Ini menunjukkan bahawa penggunaan monetisasi di stesen radio Malaysia masih belum dimaksimumkan dan menunjukkan perbezaan ketara dengan stesen radio di AS yang berjaya menjana pendapatan melalui podcast. Umumnya, penyertaan iklan dan monetisasi menyediakan aliran pendapatan baru serta menyokong keberlangsungan produksi podcast dari segi profesionalisme dan kredibiliti dalam penghasilan kandungan. Namun perlu diketahui bahawa penyertaan monetisasi ataupun pengiklanan dalam kandungan podcast bergantung kepada tujuan penerbitan, serta penyesuaian kandungan dan juga audiens. Ketiadaan monetisasi serta iklan tersebut adalah untuk memastikan tidak berlakunya gangguan terhadap pendengar, tidak menjejaskan kualiti kandungan serta mengelakkan isu etika dalam pemilihan iklan dan penaja.

5. Kesimpulan

Penyelidikan mendedahkan stesen radio menghadapi cabaran kritikal sebelum dan selepas mengoperasikan podcast. Antaranya penyediaan infrastruktur yang merujuk kepada penguasaan teknologi, memahami kehendak pendengar, pemasaran podcast serta pemasaran jenama stesen. Oleh itu, penyelidikan ini menggambarkan bahawa penyediaan infrastruktur yang cekap sebelum mengintegrasikan podcast dan pengaturan strategi pemasaran podcast merupakan cabaran yang perlu diambil perhatian untuk pengoperasian podcast di stesen radio. Kajian ini juga mendapati bahawa stesen radio di Malaysia dan stesen radio di AS mempunyai perbezaan yang mana stesen radio di AS perlu menyesuaikan kandungan dengan iklan bagi memastikan kelancaran kandungan podcast.

Bagi mengatasi cabaran tersebut, stesen radio di Malaysia menerapkan strategi pengoperasian yang berbeza untuk menguruskan kejayaan podcast. Antaranya adalah mengulang kembali siaran radio menjadi podcast, menubuhkan unit khas dalam pengoperasian podcast, penentuan platform podcast, strategi pemasaran dan penyertaan monetisasi. Ironisnya, masih terdapat stesen radio yang belum menyertakan pengiklanan dan monetisasi dalam pengoperasian podcast. Ini menyerlahkan perbezaan dengan stesen radio di AS yang mana pengintegrasian podcast di stesen radio Malaysia masih pada fasa pertama iaitu menumpukan penyiaran semula rakaman siaran radio dan memberi pendedahan awal penggunaan podcast kepada masyarakat.

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

Kesimpulannya, pengintegrasian podcast di stesen radio memerlukan pendekatan yang pelbagai merangkumi perubahan organisasi, pembangunan kerja, pelaburan, kemahiran digital, dan strategi mampan. Perkembangan penggunaan podcast pada masa hadapan memberi peluang kepada penyelidikan mendatang untuk menumpukan hasil pengintegrasian podcast dari segi penerimaan khalayak, hasil penjanaan podcast dan perbezaan di antara model pengoperasian podcast di stesen radio kerajaan dan swasta. Ini bertujuan membentuk landskap penyiaran radio yang lebih menyeluruh dalam pengoperasian podcast.

Kelulusan Etika dan Persetujuan untuk Menyertai Kajian (*Ethics Approval and Consent to Participate*)

Kajian ini telah mendapat persetujuan daripada peserta kajian untuk menggunakan data yang diberikan sebagai bahan kajian. Peserta kajian juga diberikan penerangan secara terperinci berkaitan tujuan, kaedah, hak kerahsiaan dan hak menarik balik diri tanpa sebarang implikasi.

Penghargaan (*Acknowledgement*)

Penyelidikan ini ditaja menerusi Geran Dalam Universiti Malaysia Sabah di bawah skim UMSGREAT (GUG0641-2/2023).

Kewangan (*Funding*)

Kajian dan penerbitan ini dibiayai Geran penyelidikan UMSGreat untuk pelajar pascasiswazah, GUG0641-2/2023.

Konflik Kepentingan (*Conflict of Interest*)

Penulis tidak mempunyai sebarang konflik kepentingan berkaitan kajian ini.

Rujukan

Alaejos, M. P., Rubio, A. B., & Bolinches, R. T. (2022). Podcast production and marketing strategies on the main platforms in Europe, North America, and Latin America. Situation and perspectives. *Profesional de la información*, *31*(5), 1699-2407. DOI:10.3145/epi.2022.sep.22

Aufderheide, P., Lieberman, D., Alkhallouf, A., & Ugboma, J. M. (2020). Podcasting as Public Media: The Future of US News, Public Affairs, and Educational Podcasts. *International Journal of Communication*, 14, 1683-1704.

Azmi. (2024). *Podcast masuki aliran perdana.* Majoriti 7. https://ops.allasianews.com:8443/imageRepo/AAN_Library/Print/202405/20240509/news-822776-20240509-2325-1715290328623.pdf

Berry, R. (2016). Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word 'radio'. *Radio journal: International studies in broadcast & audio media*, *14*(1), 7-22. https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.7_1

Commercial Radio & Audio (CRA) & Triton Digital. (2024). *2024 Australian podcast report: A year in review*. Commercial Radio & Audio. https://cra.au/hubfs/Australia.2024.Report_FA.pdf

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). SAGE Publications.

eMarketer. (2025). *Global Podcast Listener Forecast 2021-2025*. EMARKETER. https://www.emarketer.com/content/global-podcast-listener-forecast-2021-2025

Ibrahim, I. S. (2022). Cabaran dan Halatuju UMSfm dalam Mendepani Pandemik Covid-19. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development, 7*(48), 183–192. DOI: 10.55573/JISED.074815

Kasim, N. M., & Nasir, M. (2022). RTM Podcast Proof of Concept: Audio Amplification and Analytics Capabilities to Reach and Measure Audience. *IPPTAR e-Journalis, 2*(1), 2-8.

Kelly, C. R. (2019). *Sound commodity: Contemporary public radio and podcasting*. (Doctoral dissertation, University of Maine). Electronic Theses and Dissertations. https://digitalcommons.library.umaine.edu/etd/2989

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.

Marohaini, Y. (2004). *Pengenalan kepada penyelidikan kualitatif.* PTS Publications.

Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2016). *Qualitative research: A guide to design and implementation* (4th ed.). Jossey-Bass.

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). SAGE Publications.

PodcastIndex. (2025). *Total podcast in the index.* Podcast Index. https://podcastindex.org/

Sang, Y., Lee, J.Y., & Park, S. (2020). *Podcast Trends and Issues in Australia and Beyond: Global Perspectives.* Canberra: News & Media Research Centre, University of Canberra. DOI: 10.25916/sgv0-qh32

Suruhanjaya Komunikasi Multimedia Malaysia (SKMM). (2020). *Industry Performance Report 2020.* SKMM. https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/media/General/pdf/HighRes - MCMC_12102021_spread.pdf

Spinelli, M., & Dann, L. (2019). *Podcasting : The audio media revolution*. Bloomsbury Publishing.

Ting, B. M. (2024). *Podcasts: Challenges and Opportunities for Media Practitioners, Policymakers and Individuals.* Penang Institute. https://penanginstitute.org/publications/issues/podcasts-challenges-and-opportunities-for-media-practitioners-policymakers-and-individuals/

Weldon, G. (2021). *NPR's podcast start up guide: Create, launch, and grow a podcast on any budget*. Ten Speed Press.

Wiersma, W., & Jurs, S. G. (2009). *Research Methods in Education : An Introduction* (9th ed.). Pearson/Allyn and Bacon.

Yin, R. K. (2011). *Qualitative research from start to finish.* The Guilford Press.

© 2025 by the authors. Published by Secholian Publication. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).