

## **Gaya Komunikasi Media Podcaster Dalam Konten Podcast Pwk Di Channel You Tube Has Creative**

### **The Communication Style Of Podcasters In Pwk Podcast Content On The Youtube Channel Has Creative**

**Taufik Bawazir <sup>1)</sup>; Dilmai Putra <sup>2)</sup>; Martha Heriniazwi <sup>3)</sup>**

<sup>1,2,3)</sup>*Universitas Dehasen Bengkulu*

Email: <sup>1)</sup> [tbawazir8@gmail.com](mailto:tbawazir8@gmail.com)

#### **ARTICLE HISTORY**

*Received [16 September 2025]*

*Revised [20 Januari 2026]*

*Accepted [25 Januari 2026]*

#### **KEYWORDS**

*Communication Style, Podcast, Praz Teguh, Warung Kopi Podcast (PWK), Robert W. Norton.*

**This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license**



#### **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi melahirkan media baru yang mengubah cara manusia dalam berinteraksi, salah satunya adalah podcast. Podcast sebagai media audio on-demand kini semakin populer, termasuk di Indonesia. Salah satu podcast yang diminati adalah Podcast Warung Kopi (PWK) yang dibawakan oleh Praz Teguh melalui kanal YouTube HAS Creative. Praz Teguh dikenal dengan gaya komunikasinya yang santai, terbuka, dan ekspresif sehingga mampu menciptakan suasana obrolan yang cair, hangat, dan bermakna. Penelitian ini bertujuan untuk memahami gaya komunikasi Praz Teguh serta jenis pertanyaan yang ia gunakan dalam Podcast Warung Kopi (PWK). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik observasi non-partisipan dan dokumentasi terhadap episode PWK bersama Indro Warkop. Analisis dilakukan menggunakan konsep Communicator Style Measure dari Robert W. Norton yang mengklasifikasikan gaya komunikasi berdasarkan karakter verbal dan nonverbal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Praz Teguh menggunakan perpaduan gaya santai, terbuka, dan ekspresif. Ia kerap menghadirkan humor, spontanitas, dan bahasa sehari-hari yang membuat percakapan terasa dekat dengan audiens, sekaligus menyelipkan nilai-nilai reflektif dan humanis. Gaya komunikasi tersebut terbukti mampu membangun kedekatan emosional dengan pendengar serta meningkatkan keterlibatan audiens. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya studi tentang gaya komunikasi podcaster, serta menjadi referensi praktis bagi kreator konten dalam membangun interaksi yang bermakna dengan audiens di era media digital.

#### **ABSTRACT**

*The development of information and communication technology has given rise to new media that have changed the way humans interact, one of which is podcasts. Podcasts, as on-demand audio media, are now increasingly popular, including in Indonesia. One of the most popular podcasts is Podcast Warung Kopi (PWK), hosted by Praz Teguh on the HAS Creative YouTube channel. Praz Teguh is known for his relaxed, open, and expressive communication style, which creates a fluid, warm, and meaningful conversation atmosphere. This study aims to understand Praz Teguh's communication style and the types of questions he uses in the Warung Kopi Podcast (PWK). The research method used is descriptive qualitative with non-participant observation and documentation techniques on PWK episodes with Indro Warkop. The analysis was conducted using Robert W. Norton's Communicator Style Measure concept, which classifies communication styles based on verbal and nonverbal characteristics. The results show that Praz Teguh uses a combination of relaxed, open, and expressive styles. He often uses humor, spontaneity, and everyday language that makes the conversation feel close to the audience, while also slipping in reflective and humanistic values. This communication style has proven to be able to build emotional closeness with listeners and increase audience engagement. This research is expected to contribute theoretically to the development of communication science, particularly the study of podcaster communication styles, and to serve as a practical reference for content creators in building meaningful interactions with audiences in the digital media era.*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menghasilkan media baru dalam proses interaksi dan komunikasi yang dimanfaatkan manusia dalam berbagai bidang.. Media baru tersebut digunakan sebagai media dalam berkomunikasi melalui cara baru yang berbeda dari sebelumnya. Kemunculan jaringan komputer dan internet yang memiliki karakteristik distribusi informasi yang cepat dan mudah, sehingga menimbulkan perubahan dalam perilaku individu untuk konsumsi media informasi. Pilihan utama masyarakat untuk mendapatkan akses informasi dan hiburan kini bukan lagi televisi, karena di masa kini banyak layanan streaming melalui media baru dan internet yang dapat dinikmati. Salah satu media baru yang mulai mendapat perhatian masyarakat adalah podcast, yang merupakan singkatan dari ipod broadcasting (Sheldon, 2017).

Kemunculan podcast diawali sejak tahun 2005, di mana Apple menambahkan direktori podcast ke perangkat lunak iTunes versi 4.9. Menurut Phillips (2017) dalam Susilowati (2020), podcast merupakan dokumen audio digital yang diproduksi dan didistribusikan secara online melalui berbagai platform untuk disebarluaskan ke publik. Dokumen audio tersebut ada dalam format digital, sehingga bisa diakses secara langsung dari gawai. Podcast merupakan istilah akronim dari Pod dan Broadcasting yang merujuk pada perangkat Apple iPod sebagai platform distribusi podcast pertama, sedangkan Broadcasting yang berarti siaran atau penyiaran. Secara sederhana, podcast diartikan sebagai teknologi yang digunakan untuk mendistribusikan, menerima, dan mendengarkan konten secara on-demand (sesuai permintaan) yang diproduksi oleh profesional maupun radio amatir (Silaban, Amirollah dan Rafianti, 2020). Putri dan Irwansyah (2020) dalam penelitiannya menyimpulkan podcast sebagai media audio, unggul dalam hal membebaskan pembicara atau pemateri dari penilaian penampilan visual mereka. Selain itu, audio memfasilitasi keintiman pembicara dengan pendengar, pembicara menemani pendengar dalam waktu yang sebenarnya atau real time. Dalam kegiatan podcast tentunya diperlukan seorang host atau pembawa acara untuk memandu keberlangsungan kegiatan podcast yang disebut dengan podcaster. Podcaster adalah seseorang yang membuat rekaman audio atau video (Permata & Sholih, 2022), memandu kegiatan podcast, dan mengunggah ke internet. Seorang podcaster dalam membawakan program podcast maupun menyampaikan isi kontennya memiliki gaya komunikasi tersendiri, seperti memulai pembukaan dalam membawakan podcastnya. Salah satu podcaster yang terkenal adalah Praz Teguh yang juga komika, dan konten kreator yang dikenal dengan gaya komunikasinya yang santai, humoris, namun tetap insightful. Dalam perannya sebagai podcaster, Praz Teguh memiliki beberapa kontribusi utama dalam menyampaikan pesan kepada audiens, di antaranya: menyampaikan Opini dengan Gaya Santai, Praz sering membahas berbagai topik dengan pendekatan yang ringan dan humoris, membuat pesan yang ia sampaikan lebih mudah dicerna oleh pendengar.

Podcast di Indonesia sangat diminati oleh masyarakat dan di bawakan oleh Praz Teguh adalah Warung Kopi (PWK) adalah salah satu program unggulan dari HAS Creative, sebuah media digital dengan tagline "From Thinking To Something". Program ini menghadirkan berbagai konten menarik dan menghibur yang dapat dinikmati melalui channel YouTube HAS Creative. YOUTUBE PWK dikenal karena menghadirkan beragam topik dan bintang tamu yang menarik. Selain itu, PWK juga aktif di berbagai platform media sosial, seperti Instagram dengan lebih dari 206 ribu pengikut, Fenomena PWK di channel YouTube HAS Creative menunjukkan bagaimana konten podcast yang relevan dan menghibur dapat menarik minat audiens yang luas, serta membangun komunitas yang aktif di berbagai platform digital.

Gaya komunikasi seseorang dalam menyampaikan pesan khususnya bagi seorang podcaster agar dapat menarik minat pendengar. Seperti yang dikemukakan Gudykunst dan Ting-Toomey (1988), "communication styles can also be viewed as a meta-message which contextualize how verbal messages should be acknowledge and interpreted" (gaya komunikasi juga dapat dipandang sebagai meta-messages yang mengkontekstualisasikan bagaimana pesan-pesan verbal diakui dan diinterpretasi) (Liliweri, 2011:309). Definisi tersebut dapat diartikan bahwa konteks pesan-pesan verbal diuraikan menjadi suatu kalimat untuk menafsirkan makna dari sebuah komunikasi. Melihat pembawaan podcaster Praz Teguh dalam menyampaikan pesan tersebut yang saling mengungkapkan cerita satu sama lain, hal ini berkaitan dengan gaya komunikasi Norton dalam Liliweri (2011) yaitu termasuk kedalam jenis gaya santai yang merupakan gaya seseorang yang berkomunikasi dengan tenang dan senang, penuh senyuman dan tawa. Selain gaya santai, cenderung masuk kedalam jenis gaya komunikasi terbuka, gaya komunikasi terbuka adalah gaya seseorang yang berkomunikasi secara terbuka yang ditunjukkan dalam tampilan jujur dan mungkin blak-blakan (Liliweri, 2011:255).

## LANDASAN TEORI

### Komunikasi

komunikasi merupakan suatu perilaku yang ada dalam diri pribadi masing-masing digunakan pada suatu situasi tertentu (Ruliana, 2014). Setiap individu memiliki gaya komunikasi yang berbeda-beda dalam menyampaikan informasi.

### Podcast

Podcast sifatnya siaran on demand dapat didengarkan kapan saja, pendengar bebas memilih konten apa saja sesuai keinginan, seperti yang dikemukakan Zaenudin dalam Kencana dan Meisyanti (2020) menjelaskan podcast yang serupa dengan Youtube itu merupakan platform siaran suara on demand.

### Podcaster

Podcaster adalah seseorang yang membuat, mengelola, dan menyajikan konten dalam bentuk podcast, yaitu rekaman audio (atau video) yang didistribusikan secara digital melalui platform seperti Spotify, YouTube, Apple Podcasts, dan lainnya.

### **Gaya ekspresif**

Gaya komunikasi ekspresif adalah salah satu dari beberapa gaya komunikasi yang ia identifikasi. Gaya ekspresif ini dicirikan oleh individu yang cenderung terbuka, emosional, dan spontan dalam menyampaikan pesan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Analisis**

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini. Menurut Jonathan Sarwono, pendekatan kualitatif berfokus pada makna, inferensi, definisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu), dan menyelidiki lebih banyak hal yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Selain itu, pendekatan kualitatif lebih menekankan proses dibandingkan dengan hasil akhir. Oleh karena itu, tergantung pada gambaran klinis dan jumlah yang dikenali, urutan tindakan dapat diubah-ubah. (Saebani, 2017) Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis (Fiantika et al., 2022). Penelitian ini bertujuan untuk memahami perilaku, motivasi, tingkah laku, dan sebagainya secara menyeluruh dengan menggunakan berbagai deskripsi dan bahasa. Peneliti menerapkan metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif digunakan ketika peneliti ingin memahami kondisi suatu hal, yaitu menjelaskan peristiwa atau objek tertentu (Arikunto, 2017). Dalam pendekatan deskriptif kualitatif, data yang dikumpulkan dianalisis dalam bentuk kata-kata, gambaran, dan tindakan, bukan dalam bentuk angka atau statistik. Analisis ini memberikan deskripsi atau penjelasan tentang kondisi atau situasi yang diteliti dalam bentuk narasi (Margono, 2005). Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memberikan gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat.

Kopi (PWK) di YouTube. Dengan menggunakan metode deskriptif, peneliti mampu mendeskripsikan secara detail mengenai jenis-jenis pertanyaan Praz Teguh melalui analisis mendalam terhadap bahasa, gaya berbicara, pola interaksi, dan aspek relevan lainnya yang terdapat dalam konten Podcast Warung Kopi (PWK) di YouTube.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Dalam penelitian ini menganalisis berdasarkan dialog santai dan ekspresi yang digunakan oleh Praz Teguh dalam Podcast Warung Kopi (PWK) di YouTube berdasarkan 14 jenis pertanyaan menurut Hendrikus. Data hasil penelitian ini diperoleh dari episode "PWK - Hadir Di Standupfest, Indro Warkop Terharu Dan Bangga Menyaksikan Mimpi Warkop Dki Terwujud!" Podcast Warung Kopi (PWK). Berikut hasil penelitian dialog Praz Teguh dalam Podcast Warung Kopi (PWK) di YouTube.

### **Konteks Percakapan ekspresif dan santai**

Podcast ini menampilkan suasana ekspresif dan santai antara Praz Teguh (host) dengan Indro Warkop sebagai bintang tamu. Gaya obrolannya informal, sering kali diselingi tawa, nostalgia, dan refleksi kehidupan. Topik berpindah dari pengalaman pribadi, makanan, hingga sejarah Warkop.

### **Cuplikan Dialog Ekspresif**



**Gambar 1( Youtube/PWK )**

**Tabel 1. Data Percakapan Ekspresif**

Data	Praz Teguh	Indro warkop
Waktu: 00:07:00 – 00:07:40	Praz (senyum nostalgia): "Bang... gue inget banget dulu ya, sepulang sekolah, nikmat paling hakiki tuh singkong goreng! Masih anget, ditaruh di piring seng, dicocol sambel kacang... duh!"	Indro (tertawa lebar): "Hahaha! Wah itu bener banget, Praz! Dulu nongkrong di Warkop tuh ya... singkong goreng, kopi hitam, terus ngobrol ngalor ngidul sampe nemu ide sketsa!"
	Praz (geleng-geleng): "Zaman dulu hiburan tuh simpel banget ya, Bang. Liat temen jatuh dari sepeda aja bisa ketawa sampe sesak napas!"	Indro (nimpali cepat): "Iya, bener! Nggak ada gadget, nggak ada notif. Cuma butuh temen, obrolan, dan... singkong goreng, hahaha!"
	Praz (serius dikit): "Tapi jujur ya Bang, gue salut banget... Warkop bisa bikin orang ketawa tanpa harus kasar."	Indro (nada pelan, dalam): "Karena kita percaya... ketawa itu bukan buat ngeledak. Lucu itu bisa elegan. Dan harus ada tanggung jawabnya."

**Komedi Elegan dan Bertanggung Jawab(00:07:00–00:09:10)**

Praz kagum pada gaya Warkop yang bisa lucu tanpa menjatuhkan. Indro menekankan bahwa mereka selalu punya prinsip: ketawa itu nggak boleh nyakitin siapa pun.



**Gambar 2. ( Youtube/PWK )**

**Tabel 2. Data Percakapan Ekspresif**

Data	Praz Teguh	Indro warkop
Waktu: 00:20:10 – 00:30:50	Praz (penasaran): "Bang, kalau bikin sketsa tuh... idenya dari mana sih? Kebayang nggak sih lucunya?"	Indro (antusias): "Hehe, awalnya mah becanda doang. Tapi kalau satu obrolan bisa bikin ketawa bareng, itu biasanya jadi bahan. Relate banget kan? Kayak orang kebanyakan."
	Praz (angkat alis): "Sekarang mah beda ya, Bang. Semua pengen viral cepet. Tapi kadang kosong isinya."	Indro (senyum bijak): "Iya... konten yang bagus itu nggak perlu lari. Dia akan jalan, tapi sampai ke hati orang. Nggak heboh, tapi lekat."

**Proses Kreatif yang Jujur (00:20:00–00:30:00)**

Indro menjelaskan bahwa banyak ide Warkop datang dari kehidupan sehari-hari. Mereka tidak pernah memaksakan naskah. Obrolan lucu yang tulus justru jadi bahan utama sketsa.



**Gambar 3. ( Youtube/PWK )**

**Tabel 3. Data Percakapan Ekspresif**

Data	Praz Teguh	Indro warkop
Waktu: Waktu: 00:40:00 – 00:50:00	Praz (agak pelan): "Bang... dari semua yang udah Bang Indro lewatin—senang, sedih, semua... apa sih yang bikin tetap kuat?"	Indro (suara tenang, dalam): "Gue selalu anggap hidup ini anugerah, Praz. Nggak semua bisa dijelasin. Tapi semua bisa dijalanin... kalau kita ikhlas."

	<p>Praz (terpukau):</p> <p>"Gila... itu sih nggak cuma jawaban komedian. Itu jawaban guru kehidupan."</p>	<p>Indro (tertawa rendah):</p> <p>"Hahaha, jangan lebay lah! Tapi makasih ya. Intinya: kita harus tetap jadi manusia."</p>
--	---	--

**Cuplikan Dialog Santai**



**Gambar 4 . ( Youtube/PWK )**

**Tabel 4. Data Percakapan Santai**

Data	Praz Teguh	Indro warkop
<p>Waktu: 00:06:10 – 00:06:45</p>	<p>"Tapi lucu ya bang, zaman dulu tuh hiburannya simpel. Kita bisa ketawa cuma gara-gara liat temen jatuh dari sepeda aja tuh udah nggak seharian."</p>	<p>"Hahaha, bener! Dulu tuh nggak perlu gadget, nggak perlu aplikasi. Yang penting temen-temen ngumpul, becanda, udah cukup bikin bahagia. Bahkan dulu tuh, kita nunggu acara TV jam delapan malam aja udah jadi highlight hari itu."</p>

**Nostalgia Masa Muda dan Kesederhanaan(00:05:00–00:07:00)**

Praz membuka dengan cerita sederhana soal nikmatnya makan singkong goreng waktu kecil. Indro menyambut dengan kenangan masa nongkrong bareng Warkop, makan singkong dan ngopi sambil lempar ide lucu.



**Gambar 5 . ( Youtube/PWK)**

**Tabel 5. Data Percakapan**

Data	Praz Teguh	Indro warkop
Waktu: 00:07:00 – 00:07:40	"Gue tuh kadang mikir ya, kenapa sekarang tuh orang gampang banget stres. Padahal ya, hidup tuh ya dijalani aja, ketawa-ketawa, ngopi, udah. Kayak Bang Indro nih, dulu kan ngelawak terus, tapi tetep bisa bijak gitu."	"Hehehe... iya, karena dulu tuh kita ngelawak bukan buat viral, tapi karena emang seneng ngelawak. Kita pengen orang ketawa, tapi juga mikir. Dan itu yang sekarang mulai hilang—banyak yang pengen lucu, tapi lupa sama isi pesannya."

**Tabel 6 Data Percakapan Santai**

Data	Praz Teguh	Indro warkop
Waktu: 00:08:00 – 00:08:40	"Tapi ya bang, gue juga belajar satu hal dari Warkop. Bahwa komedi tuh bisa elegan. Lo bisa bikin orang ketawa tanpa harus kasar, tanpa harus jatuhin orang lain. Itu tuh susah lho di zaman sekarang."	"Nah itu dia. Kita tuh dulu memang diajarin bahwa komedi itu harus ada tanggung jawabnya. Jangan sampai gara-gara kita lucu, ada orang yang sakit hati. Jadi gimana caranya tetap lucu, tapi nggak ngerugiin siapa-siapa."

**Tabel 7. Data Percakapan Santai**

Data	Praz Teguh	Indro warkop
Waktu: 00:08:40 – 00:09:10	"Kadang gue juga mikir, mungkin karena Bang Indro dan Warkop itu punya niat yang bener kali ya dari awal. Nggak sekadar nyari ketenaran, tapi ada nilai yang pengen disampaikan ke penonton. Makanya bisa relevan sampai sekarang."	"Aamiin... iya, mungkin karena kita nggak pernah mikirin mau jadi siapa. Kita mikirnya cuma: kita pengen bikin orang senang. Kalau orang senang, kita juga ikut senang. Dan ternyata itu yang bikin awet, ya nggak disangka juga sih sebenarnya."

**Lucu yang Elegan, Komedi yang Nggak Jatuhin Orang(00:07:00–00:09:10)**

Praz mengagumi Warkop sebagai pelopor komedi yang tetap sopan. Indro menjelaskan bahwa mereka diajarkan untuk tidak menjatuhkan siapa pun demi tawa. Lucu, tapi tetap manusiawi.

Highlight: "Kita pengen orang ketawa, tapi juga mikir."



Gambar 6 . ( Youtube/PWK )

Tabel 8. Data Percakapan Santai

Data	Praz Teguh	Indro warkop
Waktu: 00:20:10 – 00:30:50	"Bang, gue tuh penasaran... waktu dulu Warkop bikin sketsa tuh, idenya dateng dari mana sih? Apa emang ngumpul, terus ngobrol, atau gimana?"	"Hahaha... iya, lucu itu. Dulu tuh kita kalau ngumpul bisa berjam-jam cuma buat bahas satu ide. Kadang awalnya malah becandaan doang. Tapi dari situ, kita tangkep, 'Eh ini lucu nih kalau dibikin sketsa.' Jadi berangkatnya dari kehidupan sehari-hari aja."
	"Wah, berarti emang kerasa ya, karena relatable banget sama orang-orang."	"Iya, kita selalu mikir: orang bakal ngerti nggak ya? Kita nggak pengen cuma bikin orang ketawa, tapi juga ngerasa, 'Eh, ini gue banget.' Itu tantangannya."
	"Sekarang banyak yang pengen lucu, tapi kadang lupa nyambung sama audiens. Jadi cuma lelucon cepat, terus hilang gitu aja."	"Nah, itu dia. Kita dulu punya prinsip: jangan ngeledak, jangan menjatuhkan. Nggak apa-apa lucu, tapi tetap elegan. Bahkan kalau kita kritik, ya harus dibungkus. Biar orang mikir tapi nggak sakit hati."
	"Itu sih berat bang. Tapi keren. Bisa lucu dan mikir tuh kombinasi langka sekarang."	"Hehe... ya pelan-pelan lah. Kuncinya tuh konsisten dan jujur aja sama penonton. Kalau niatnya baik, insya Allah nyampe."

**Proses Kreatif Warkop: Dari Ngobrol ke Sketsa (00:20:10–00:30:50)**

Indro cerita soal bagaimana ide-ide sketsa Warkop muncul dari obrolan biasa. Praz menyebut keunggulan Warkop adalah kemampuannya membuat komedi yang relatable. Kritik sosial dibungkus dalam tawa.

Highlight: "Kita nggak pengen cuma bikin orang ketawa, tapi juga ngerasa, 'Eh, ini gue banget.'"



**Gambar 7 . ( Youtube/PWK )**

**Tabel 9.Data Percakapan Santai**

Data	Praz Teguh	Indro warkop
Waktu: 00:30:50 – 00:40:00	"Bang, gue pengen nanya soal perubahan zaman juga nih. Dulu lo tampil di TV, sekarang udah ada YouTube, TikTok, semuanya serba cepat. Lo ngeliatnya gimana? Kaget nggak?"	"Hehe... kaget sih iya. Tapi ya begitulah zaman. Dulu kita harus nunggu hari Minggu buat tayang. Sekarang orang bisa nonton lo kapan aja, di mana aja. Jadi tantangannya beda. Tapi yang penting tuh tetap: apa yang lo kasih, itu ada nilainya atau nggak."
	"Iya ya, kadang orang kejar views, tapi isi kontennya kosong."	"Nah, itu. Buat gue pribadi, meskipun udah nggak di dunia hiburan serutin dulu, gue masih percaya: konten yang bagus itu pasti ketemu penontonnya. Nggak perlu viral, tapi bisa tinggal lama di hati orang."
	"Setuju, Bang. Konten yang kuat itu kayak Warkop, 30-40 tahun lewat masih relevan. Itu sih luar biasa."	"Aamiin... ya mungkin karena kita selalu balik ke manusia. Ngomongin yang dekat sama kehidupan, bukan cuma cari sensasi. Dan satu hal lagi: lo harus sayang sama yang nonton. Jangan anggap mereka cuma angka."

**Dunia Hiburan Dulu vs Sekarang (00:30:50–00:40:00)**

Obrolan beralih ke dunia hiburan modern. Dulu semua harus sabar: dari proses produksi sampai penayangan. Sekarang, semuanya instan. Tapi Indro menekankan, yang penting bukan cepatnya viral, tapi nilai yang dibawa.

Highlight: "Konten yang bagus itu pasti ketemu penontonnya."



**Gambar 8 . ( Youtube/PWK )**

**Tabel 10. Data Percakapan Santai**

Data	Praz Teguh	Indro warkop
Waktu: 00:40:00 – 00:50:00	"Bang, ini pertanyaan agak pribadi ya. Tapi gue yakin banyak orang pengen tahu. Apa sih yang bikin Bang Indro tetap semangat dan positif, meskipun udah ngalamin banyak hal—baik yang senang, maupun yang berat?"	"Wah... itu pertanyaan dalam, haha. Tapi kalau jujur ya, mungkin karena gue selalu merasa hidup ini anugerah. Semua yang kita jalani—senang, sedih—itu bagian dari cerita besar yang kita nggak tahu akhirnya gimana."
	"Jadi dinikmatin aja gitu ya, bang?"	"Iya, dinikmatin, dijalani. Tapi juga direnungin. Karena hidup itu bukan soal seberapa banyak tawa yang kita kasih, tapi juga seberapa dalam kita bisa bikin orang ngerasa 'terhubung'."
	"Gue jadi inget ya, pas pertama kali nonton film Warkop yang masih hitam putih—itu ketawa iya, tapi abis nonton jadi mikir juga. Nah itu yang gue cari di karya sekarang."	"Itu sih intinya. Komedi itu alat, bukan tujuan. Tujuannya tetap: menyentuh hati orang. Kadang orang butuh ditertawakan, kadang orang cuma butuh ditemani. Dan kalau bisa, kita kasih dua-duanya."
	"Itu dalam banget, Bang. Kayaknya ngobrol kayak gini tuh yang langka sekarang. Lo nggak cuma senior di industri, tapi juga guru kehidupan."	"Hahaha... jangan lebay dong. Tapi makasih ya. Yang penting kita jangan berhenti belajar, jangan berhenti jadi manusia yang lebih baik."

**Hidup, Syukur, dan Perjalanan Menjadi Lebih Manusia (00:40:00–00:50:00)**

Segmen paling reflektif. Praz bertanya bagaimana Indro tetap semangat menjalani hidup. Indro menjawab dengan tenang: hidup adalah anugerah. Komedi, katanya, hanyalah alat. Tujuan sebenarnya adalah menyentuh hati orang.

Highlight: "Kadang orang butuh ditertawakan, kadang orang cuma butuh ditemani. Kalau bisa, kita kasih dua-duanya."

**Pembahasan**

Podcast saat ini telah berubah menjadi bentuk media baru yang banyak diminati oleh masyarakat umum. Karakteristik podcast yang on-demand memberi kesempatan kepada pendengar untuk mengakses konten kapan saja sesuai dengan keinginan mereka tanpa terikat pada jadwal siaran yang konvensional. Khususnya di kalangan anak muda, platform ini semakin diminati karena dianggap menyediakan konten yang lebih asli dan memberikan kebebasan bagi individu untuk memilih tema yang mereka gemari. Fenomena ini juga dipicu oleh fleksibilitas format podcast masa kini – selain audio, banyak episode disajikan dalam video dan disebarluaskan melalui YouTube atau media sosial, sehingga audiensnya semakin besar. Misalnya, Podcast Warung Kopi (PWK) di saluran YouTube HAS Creative berhasil menarik minat yang besar.

Konten PWK yang menarik dan relevan memperlihatkan cara podcast bisa menarik perhatian berbagai audiens dan membangun komunitas pendengar yang aktif di platform digital. Sebagai host PWK dan podcaster, Praz Teguh berperan sangat penting dalam keberhasilan podcast ini. Karakter, cara berkomunikasi, dan metode interaksinya dengan narasumber sangat berdampak pada atmosfer setiap episode – tanpa kehadiran Praz, kemungkinan PWK tidak akan memiliki daya tarik yang serupa. Gaya komunikasi Praz terkenal dengan keakraban, keterbukaan, dan ekspresif, menciptakan suasana diskusi yang nyaman dan dekat. Ia sering menggunakan bahasa sehari-hari yang lugas dan langsung, tanpa bertele-tele, sehingga percakapan terdengar alami dan tidak membosankan. Humor dan lelucon ringan sering ia masukkan, menjadikan percakapan terasa hidup tanpa kesan kaku. Seringkali percakapan melenceng sebentar dari tema, tetapi hal ini justru memberikan nuansa yang lebih segar dan spontan dalam diskusi. Sikap santai Praz terlihat dari ekspresi nonverbal yang ia perlihatkan – gerakan tangan, ekspresi wajah, dan tawa yang tulus – semua ini membuat hubungannya dengan tamu terasa dinamis dan bersemangat. Meskipun mayoritas penonton menghargai keluwesan dan humor Praz, terkadang gaya humor sindirannya dianggap kurang menyenangkan bagi sebagian pendengar.

Namun secara umum, pendekatan Praz yang casual dan natural berhasil menciptakan suasana diskusi yang hangat sehingga audiens merasa seolah turut terlibat di dalamnya. Berdasarkan teori gaya komunikasi oleh Robert W. Norton, karakter komunikasi Praz Teguh mencerminkan beberapa kategori Gaya Komunikator yang diidentifikasi Norton – terutama gaya santai (relaxed), terbuka (open), dan ekspresif (expressive). Berdasarkan Norton, gaya santai ditandai dengan sikap tenang, penuh percaya

diri, serta tidak cepat gugup atau tertekan saat berkomunikasi. Komunikator dengan cara ini biasanya dapat membuat orang yang diajak bicara (dan pendengar) merasa tenang karena sikapnya santai dan tidak cemas. Karakter ini jelas ditunjukkan Praz, yang di setiap episode PWK tampil dengan kepercayaan diri namun tetap santai, sehingga baik narasumber maupun penonton merasa nyaman mengikuti diskusi. Di samping itu, Praz memperlihatkan karakteristik gaya terbuka, yang berarti ia berkomunikasi dengan jujur, terus terang, dan tidak ragu untuk menyampaikan pendapat atau perasaannya secara langsung. Keterbukaan ini menjadikan dialognya terasa jujur dan otentik, membangun kepercayaan dengan pendengar. Gaya ekspresif Praz terlihat dari antusiasme serta ekspresi emosional yang ia ungkapkan. Ia sering tertawa, tersenyum lebar, atau merespons secara spontan sesuai dengan situasi percakapan, mencerminkan kepribadian yang penuh kehangatan. Norton menegaskan bahwa memahami dan mengadaptasi gaya komunikasi bisa meningkatkan efektivitas interaksi sosial. Dalam situasi Praz Teguh, perpaduan gaya yang santai, terbuka, dan ekspresif ini berhasil menciptakan pola komunikasi yang efisien di podcast – ia mampu menghubungkan percakapan dengan nyaman sekaligus menarik perhatian pendengar selama dialog berlangsung. Cara Praz berkomunikasi yang santai dan penuh ekspresi langsung memengaruhi keterlibatan serta kenyamanan pendengar. Pendengar PWK merasa seakan diajak "ngobrol" bersama dalam diskusi, sehingga muncul ikatan emosional dengan topik yang diangkat.

Interaksi yang terjadi tidak hanya berjalan satu arah; Praz sering melibatkan sudut pandang audiens dengan menanyakan hal-hal yang mencerminkan rasa ingin tahu penonton. Sebagai hasilnya, pendengar merasa diakui dan terhubung, yang mengarah pada kesetiaan dan keterlibatan aktif (seperti melalui komentar atau diskusi di platform media sosial). Lebih daripada sekadar tontonan, konten PWK juga menawarkan nilai-nilai baik yang memperkaya kedalaman interaksi audiens. Praz Teguh dan para pembicara sering mengupas isu-isu penting dengan cara yang santai dan tepat, sehingga audiens menerima pesan tanpa merasa diajari. Misalnya, dalam episode yang menghadirkan Indro Warkop, diskusi mereka yang penuh keakraban dipenuhi dengan pelajaran hidup mengenai kesederhanaan, kejujuran dalam berkarya, tanggung jawab sosial, empati, serta signifikansi keterbukaan antara generasi. Nilai-nilai kemanusiaan seperti ini disampaikan secara konsisten di PWK, dilengkapi dengan humor yang cerdas dan cerita pribadi dari narasumber, sehingga audiens dapat tertawa dan juga berpikir. Pendekatan ini menciptakan rasa nyaman bagi pendengar melalui suasana diskusi yang akrab dan ramah, tetapi juga mendalami keterlibatan mereka karena materi yang menyentuh perasaan dan pemikiran. Gaya komunikasi Praz yang fleksibel seperti teman dekat, tetapi penuh makna, inilah yang pada akhirnya menjalin keterlibatan audiens. Mereka nyaman mendengarkan sampai selesai karena selain merasa terhibur, juga mendapatkan inspirasi dan wawasan berharga dari setiap episodinya. Secara keseluruhan, Podcast Warung Kopi telah membuktikan bahwa podcast sebagai media baru dapat berfungsi sebagai tempat yang menyenangkan dan juga berarti. Praz Teguh, dengan cara bicaranya yang lugas, jujur, dan penuh emosi, menyuntikkan semangat positif dalam setiap interaksi. Ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan tamu dan pendengar, tetapi juga merangsang keterlibatan yang tinggi – terlihat dari komunitas pendengar PWK yang penuh semangat. Gabungan gaya komunikasi yang ramah dan penyampaian nilai-nilai baik membuat audiens merasakan kedekatan secara personal dengan konten yang disajikan. Fenomena PWK di kanal HAS Creative juga menunjukkan bagaimana cara komunikasi podcaster yang efisien bisa menghasilkan pengalaman mendengarkan yang dekat, penuh arti, dan pada akhirnya memotivasi pendengarnya.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Podcast Warung Kopi (PWK) yang dibawakan oleh Praz Teguh membuktikan bahwa media digital seperti podcast tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai medium komunikasi yang membangun kedekatan emosional antara podcaster, narasumber, dan pendengar. Dengan gaya komunikasi yang santai, terbuka, dan ekspresif, Praz mampu menciptakan suasana obrolan yang cair, hangat, dan penuh makna. Gaya ini tidak hanya memudahkan narasumber untuk berbicara apa adanya, tetapi juga membuat pendengar merasa seperti ikut duduk di meja yang sama. Berdasarkan teori gaya komunikasi Norton, pendekatan Praz menggabungkan gaya santai yang membuat suasana nyaman, gaya terbuka yang memunculkan kepercayaan, dan gaya ekspresif yang menghadirkan energi serta emosi dalam percakapan. Hasilnya, engagement audiens meningkat secara alami—bukan karena sensasi, tapi karena kontennya terasa relevan, personal, dan menyentuh nilai-nilai humanis. Komedi dalam PWK bukan sekadar lucu-lucuan, tetapi digunakan sebagai alat untuk menyampaikan pesan sosial, refleksi kehidupan, dan kepekaan terhadap kondisi manusia.

## Saran

Bagi para kreator konten, terutama podcaster, penting untuk memahami bahwa gaya komunikasi bukan hanya soal cara bicara, tetapi juga tentang membangun suasana dan koneksi emosional dengan audiens. Gaya santai dan ekspresif seperti yang ditunjukkan Praz Teguh terbukti mampu membuat audiens bertahan dan merasa “hadir” dalam obrolan. Oleh karena itu, podcaster sebaiknya tidak hanya mengejar viralitas atau gimmick semata, tapi juga memikirkan bagaimana menyampaikan pesan dengan jujur dan penuh empati. Bagi pendengar, disarankan untuk lebih jeli dalam menangkap pesan-pesan positif yang terselip dalam obrolan santai di podcast, karena seringkali nilai-nilai kehidupan disampaikan secara tersirat namun dalam. Sedangkan untuk peneliti selanjutnya, fenomena komunikasi dalam podcast ini bisa dikembangkan dengan pendekatan lain, seperti analisis semiotik atau studi audiens, guna memperkaya pemahaman tentang pengaruh komunikasi digital terhadap cara masyarakat memaknai hiburan dan interaksi sosial di era media baru.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alo, Liliweri. 2011. *Komunikasi : Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Kencana.
- Denis McQuail. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory (6Ed.)*. New Delhi: Sage Publications.
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung:Rosdakarya.
- Geoghegan, Michael W.; Klass, Dan (November 4, 2007).
- El Mukayyis, Hasna Putri Aqilah. "Gaya Bahasa dan Komunikasi dalam Podcast RINTIK SEDU Episode "Dari Sana: Jodoh Emang Gak Kemana, Tapi di Mana?". *Sintaksis: Publikasi Para ahli Bahasa dan Sastra Inggris* 3.1 (2025): 223-231.
- Faizin, Faizin, Ulfa Khairina, and Heri Rahmatsyah Putra. "Gaya Komunikasi Host Dirundeng Podcast Dalam Penyampaian Pesan." *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin* 1.2 (2024): 101-122.
- Gina Sundari, 2020, Strategi Komunikasi Podcaster awal Minggu dalam Membuat Konten Podcast di Spotify, Vol. 1 No. 2 Diakses: <https://jurnaldiakom.kominfo.go.id/index.php/mediakom/article/view/82>
- J.Moleong, L. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif (revisi)*. Bandung : Rosda Karya.
- Kementerian Pemberdayaan PPA. (2018). *Profil Generasi Milenial Indonesia*. Dilansir melalui:<https://www.kemenpppa.go.id/lib/uploads/list/9acde-buku-profil-generasi-milenia.pdf>
- Sheldon,M.P.(2017).*Podcast.Science* (New York, N.Y.). <https://doi.org/10.1126/science.aam7391>
- Susilowati, Ratna Dwi, Utama, dan Nuqhty Faiziyah. (2020). Penerapan Podcast pada Aplikasi Spotify sebagai Media Pembelajaran Matematika di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Pendidikan dan Inovasi Pembelajaran Matematika*, 4(1), 68-78.
- Silaban, Alvin Daniel, Muhammad Amirollah dan Laina Rafianti. (2020). Podcast: Penyiaran atau Layanan Konten Audio Melalui Internet (Over the Top) Berdasarkan Hukum Positif di Indonesia. *Jurnal Legalitas*, 13 (2), 129-143.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2012. *Pendidikan dan perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Putri, A.V. and Irwansyah, I. 2020. *Communication Patterns and Media Technology Role in Organization and Society During Pandemic*. The