BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan sebuah kegiatan membandingkan penelitian yang sedang dikerjakan penulis dengan penelitian yang sudah dilakukan dari peneliti sebelumnya. Kegiatan ini bertujuan untuk melihat persamaan dan perbedaan yang terdapat pada hasil penelitian penulis sebelumnya sehingga penulis dapat melihat apa saja kekurangan dan kelebihan yang ada pada hasil penelitian yang penulis laksanakan serta dapat memperdalam teori yang digunakan

Pada bagian ini, penulis menyajikan hasil penelitian sebelumnya, penulis melakukan analisis kompratif terhadap berbagai penelitian tersebut untuk mendapatkan gambaran yang lebih menyuruh terhadap topik penelitian. Hasil penelitian terdahulu bermanfaat sebagai bahan perbandingan dan acuan dalam merumuskan metodologi dan analisis penelitian yang sedang dilaksanakan. Penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk menghadirkan penelitian yang orisinal dan inovatif dengan mengacu pada berbagai sumbar yang ada.

Dalam penelitian ini menggunakan 5 (lima) penelitian terdahulu yang relevan dengan kajian pada penelitian ini, sebagaimana di jelaskan pada tabel atau matriks berikut ini.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama/Kampus/ Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Wolla, Widodo, & Rinata (2022)	Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tribhuwana Tunggadewi terhadap Podcast Deddy Corbuzier Episode Ragil Mahardika	Metode Kualitatif, Deskriptif	Mahasiswa memiliki persepsi yang beragam terhadap isi podcast yang ditonton.	Sama-sama meneliti audiens podcast dan mahasiswa.	Objek podcast dan fokus penelitian berbeda.
2.	Slamet & Umar (2023)	Persepsi Mahasiswa Bandung pada Konten Podcast Deddy Corbuzier	Metode Kualitatif Deskriptif	Podcast menjadi media yang memberikan berbagai pemaknaan bagi mahasiswa.	Sama-sama mengkaji tanggapan audiens terhadap podcast.	Penelitian ini menggunakan resepsi audiens pada Podcast Curhat Bang.

3.	Imarshan (2021))	Popularitas Podcast sebagai Pilihan Sumber Informasi bagi Masyarakat sejak Pandemi COVID-19	Metode penelitian Kuantitatif Deskriptif	Podcast menjadi media informasi yang semakin diminati masyarakat.	Sama-sama membahas media podcast.	Penelitian ini fokus pada pemaknaan pesan motivasi, bukan popularitas podcast.
4.	Muh Sam'un Birqozi Wirakusuma (2026)	Resepsi Audiens tentang Pesan Pengembangan Diri di Usia Muda dalam Podcast YouTube @SuaraBerkelas Episode 76 (Studi pada Mahasiswa UMM Angkatan 2022)	Kualitatif, Analisis Resepsi Stuart Hall	Audiens berada pada posisi dominant, negotiated, dan oppositional dalam memaknai pesan pengembangan diri.	Sama-sama meneliti podcast, mahasiswa, pesan pengembangan diri, dan menggunakan teori Stuart Hall.	Objek podcast dan lokasi penelitian berbeda.

5.	Miftahul Ma'ayis, Edy Sudaryanto, Hajidah F.N. Kusnadi (2025)	Analisis Resepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNTAG pada Konten Edukasi Finansial Timothy Ronald	Kualitatif, Analisis Resepsi Stuart Hall	Mahasiswa memiliki pemaknaan yang berbeda terhadap konten edukasi finansial berdasarkan pengalaman dan pengetahuan masing-masing.	Sama-sama menggunakan teori resepsi Stuart Hall dan mahasiswa sebagai informan.	Objek penelitian berupa konten YouTube edukasi finansial, bukan podcast.

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan untuk mencapai kesamaan makna. Menurut Effendy (2003), komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui media. Definisi ini menegaskan bahwa komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat untuk memengaruhi *audiens*.

Mulyana (2010) menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses sosial di mana individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menafsirkan makna dalam interaksi dengan orang lain. Simbol-simbol tersebut dapat berupa bahasa verbal maupun nonverbal, seperti kata-kata, intonasi suara, ekspresi wajah, dan gerak tubuh. Oleh karena itu, makna dalam komunikasi tidak bersifat tunggal, melainkan bergantung pada pengalaman dan latar belakang individu yang terlibat dalam proses komunikasi.

Lebih lanjut, Lasswell (1948) merumuskan komunikasi melalui pertanyaan: *Who says what in which channel to whom with what effect*. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi melibatkan unsur komunikator, pesan, saluran, komunikan, dan efek. Kelima unsur tersebut saling berkaitan dan membentuk suatu proses komunikasi yang utuh. Dalam konteks media digital seperti video podcast, saluran komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai penyampai pesan, tetapi juga memungkinkan terjadinya interaksi dan umpan balik dari audiens.

Dalam era media baru, komunikasi berkembang menjadi lebih interaktif dan partisipatif. McQuail (2011) menyatakan bahwa media digital memungkinkan audiens berperan aktif dalam menerima, menafsirkan, dan merespons pesan. Hal ini menunjukkan bahwa audiens, termasuk mahasiswa, tidak lagi bersifat pasif, melainkan aktif dalam memaknai pesan komunikasi yang diterimanya. Dengan demikian, komunikasi melalui video podcast Curhat Bang Densu menjadi ruang bagi mahasiswa untuk membangun makna pesan sesuai dengan pengalaman dan realitas sosial mereka.

Komunikasi sebagai suatu proses tidak dapat dilepaskan dari beberapa komponen utama yang saling berkaitan satu sama lain. Keberhasilan komunikasi sangat ditentukan oleh bagaimana komponen-komponen tersebut berfungsi secara efektif. Menurut Lasswell (1948), proses komunikasi dapat dijelaskan melalui lima komponen utama, yaitu komunikator, pesan, saluran, komunikan, dan efek.

1. Komunikator (*Sender*)

Komunikator adalah pihak yang menyampaikan pesan kepada orang lain. Menurut Effendy (2003), komunikator merupakan sumber pesan yang memiliki tujuan tertentu dalam proses komunikasi. Dalam konteks video podcast Curhat Bang Densu, Denny Sumargo berperan sebagai komunikator utama yang menyampaikan pesan melalui dialog, pertanyaan, dan narasi pengalaman hidup kepada audiens.

2. Pesan (*Message*)

Pesan adalah isi atau informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan dapat berbentuk verbal maupun nonverbal. Mulyana

(2010) menyatakan bahwa pesan merupakan simbol-simbol yang digunakan untuk mengekspresikan pikiran, perasaan, dan ide. Dalam video podcast Curhat Bang Densu, pesan komunikasi disampaikan melalui bahasa lisan, intonasi suara, ekspresi wajah, serta cerita yang mengandung nilai-nilai kehidupan.

3. Saluran atau Media (*Channel/Medium*)

Saluran atau media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Menurut McQuail (2011), media berfungsi sebagai perantara yang memungkinkan pesan menjangkau audiens yang lebih luas. Dalam penelitian ini, YouTube berperan sebagai media digital yang menyalurkan pesan komunikasi dalam bentuk video podcast.

4. Komunikan (*Receiver*)

Komunikan adalah pihak yang menerima dan menafsirkan pesan yang disampaikan oleh komunikator. Menurut Mulyana (2010), komunikan tidak bersifat pasif, melainkan aktif dalam menafsirkan pesan berdasarkan pengalaman dan latar belakang sosialnya. Dalam penelitian ini, mahasiswa Universitas Dharma Andalas bertindak sebagai komunikan yang memaknai pesan-pesan dalam video podcast Curhat Bang Densu.

5. Efek (*Effect*)

Efek merupakan dampak atau hasil yang ditimbulkan setelah komunikan menerima pesan. Effendy (2003) menjelaskan bahwa efek komunikasi dapat berupa perubahan pengetahuan, sikap, maupun perilaku. Dalam konteks penelitian ini, efek komunikasi terlihat dari bagaimana mahasiswa memahami, merasakan, dan memaknai pesan-pesan yang disampaikan dalam video podcast tersebut.

2.2.2 Media Baru (*New Media*)

Media baru (*new media*) merupakan bentuk media yang lahir dan berkembang seiring dengan kemajuan teknologi digital dan internet. Media baru ditandai dengan penggunaan teknologi berbasis komputer, jaringan internet, serta kemampuan untuk menyajikan konten secara interaktif dan multimedia. Menurut McQuail (2011), media baru adalah media yang memiliki karakteristik digital, konvergen, interaktif, dan memungkinkan audiens berpartisipasi aktif dalam proses komunikasi.

Flew (2008) menjelaskan bahwa media baru tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang memungkinkan pengguna untuk memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi pesan secara bersamaan. Dalam media baru, batas antara komunikator dan komunikan menjadi semakin kabur karena audiens juga dapat berperan sebagai pembuat konten (*user generated content*).

Selain itu, menurut Nasrullah (2015), media baru memiliki karakteristik utama berupa konektivitas, interaktivitas, dan kecepatan dalam penyebaran informasi. Media baru memungkinkan pesan disebarkan secara luas tanpa batas ruang dan waktu, serta memberikan kesempatan bagi audiens untuk memberikan tanggapan secara langsung melalui fitur komentar, like, dan share.

Dalam konteks penelitian ini, YouTube sebagai *platform* video *podcast* termasuk ke dalam kategori media baru. Video *podcast* Curhat Bang Densu memanfaatkan media baru untuk menyampaikan pesan komunikasi secara audio-visual dengan gaya yang santai dan personal. Mahasiswa sebagai audiens tidak

hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai pihak yang aktif dalam memaknai, menanggapi, dan mendiskusikan pesan-pesan yang disampaikan. Hal ini menunjukkan bahwa media baru memiliki peran penting dalam membentuk proses komunikasi dan pemaknaan pesan di kalangan mahasiswa.

2.2.3 *Podcast* Sebagai Media Komunikasi Digital

Awal kemunculan *Podcast* pada tahun 2004. Ben Hammersley menyebutkan kata "*Podcasting"* di dalam sebuah artikel di www.theguardian.com yang membahas *audioblogs* dan radio online. Catatan lain menyebutkan, *Podcast* audio telah berkembang sejak tahun 2005, saat Apple menambahkan materi *Podcast* pada *iTunes* dengan tema-tema terbatas. *Podcast* adalah konten digital berbasis audio atau video yang didistribusikan melalui internet dan dapat diakses secara fleksibel oleh *audiens* (McClung & Johnson, 2010). Podcast memiliki karakteristik komunikasi yang informal, naratif, dan dialogis.

Seiring berjalannya waktu, materi *Podcast* semakin berkembang dan beragam. Konten *Podcast* saat itu berisi sandiwara, drama, dialog, *talkshow,* monolog dan *feature,* dan documenter. *Podcast* lahir pada tahun 2001, *podcast* tidaklah menyiarkan siaran secara linier. *Podcast* hampir mirip dengan media *platform YouTube, podcast* dapat didengarkan sesuai kebutuhan pendengarnya, pendengar hanya cukup mengunduh seri podcast mana yang ingin dia dengarkan, tanpa perlu menunggu waktu tertentu seperti radio karena *podcast* berbasis *timeless* yaitu dapat dinikmati kapanpun dan di manapun karena sifatnya itu podcast bisa didengarkan secara berulang dan terus menerus.

Topik pada *Podcast* sangat luas, mulai dari sejarah, Ilmu pengetahuan, politik, ekonomi, filsafat, dan sebagainya. Menurut *www.time.com,* beberapa program Podcast dapat menyaingi popularitas serial drama televisi. Pada awalnya, istilah Podcast cenderung identik dengan materi berformat audio. Podcast juga mengacu pada materi dalam bentuk video. Sehingga pengertian Podcast dapat mengacu pada *Podcast* audio atau *Podcast* video.

Perkembangan *Podcast* pada *YouTube* awalnya hanya berupa rekaman audio tanpa adanya bentuk visual, sehingga para *audiens* bisa mendengarkan sambil melakukan kegiatan lainnya. Dengan adanya kreatifitas dan inisiatif para konten creator terciptalah *Podcast* berupa video pada platform *YouTube* yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Para konten creator yang sudah memiliki *channel YouTube* sebelumnya akan membuat konten *Podcast* pada *channel* yang berbeda untuk menambah *audiens* dan *subscriber* yang lebih luas. Konten *Podcast* berupa video dapat didistribusikan melalui *YouTub*e milik *google. Podcast YouTube* dapat menyertakan video, tayangan slide atau hanya rekaman audio. Cara untuk meng-upload *Podcast* berupa video ke *YouTube* sama dengan meng-upload video biasa. Pada penelitian ini *Podcast* yang diteliti termasuk kedalam *Podcast* berupa format video karena bukan hanya rekaman audio saja tetapi juga memiliki tampilan visual berupa adegan wawancara antara bintang tamu dengan Denny Sumargo yang diundang pada studio rekaman.

Podcast sebagai media digital baru memiliki beberapa ciri-ciri atau karakteristik yang membedakannya dengan media berbasis audio lainnya. Berikut

karakteristik podcast menurut BBC dalam *(Podcasting: What do i need to know?, n.d.*), yaitu

1. *Informality*

   Gaya pembawaan dan bahasa dalam podcast biasanya tidak formal. Dalam siaran podcast pembicaraan biasanya bersifat spontan dan tidak terpatok pada naskah.

2. *Personal*

   Hampir serupa dengan radio, podcast bersifat personal. Pendengar dapat merasakan kedekatan dengan penyiar.

3. *Community of Creators*

   Podcast menjadi wadah bagi creator untuk berkarya. *Podcast* membentuk komunitas baru bagi para pendengar dan *creator*.

4. *Effortless Stimulation*

   Podcast menjadi media yang memberikan keleluasaan bagi creator untuk mengungkapkan ide, topik, dan gagasan yang dimiliki. *Podcast* juga menjadi media berbasis audio yang memberikan konten *storytelling* yang baik.

Berikut tipe-tipe atau format podcast menurut Hendra (2020, para. 2), yaitu

1. *Story Telling*

   Serupa dengan drama radio. *Podcast* dengan format ini bersifat fiksi dan menggunakan naskah untuk menulis cerita yang akan disampaikan.

2. *Talk show*

   Format podcast ini serupa dengan talk show pada TV dan radio. Menyajikan host dan narasumber yang membahas suatu topik yang hangat dan dianggap penting.

3. *Interview*

   Podcast jenis ini sekilas mirip dengan format talk show. Perbedaan antara talk show dan interview terletak pada jenis pertanyaan dan kemasan yang ditampilkan. Talk show mengutamakan dua hal yakni perbincangan dan hiburan, sedangkan interview lebih serius dan fokus pada tanya jawab dengan narasumber.

4. Solo *Podcast*

   Podcast dengan format ini menampilkan seorang podcaster tunggal yang bermonolog, bercerita tentang suatu peristiwa, atau membagikan pendapat atau opini pribadinya mengenai suatu isu atau peristiwa yang terjadi.

   Podcast Curhat Bang Episode *Clash of Champions* termasuk ke dalam tipe *interview* podcast karena menghadirkan host dan narasumber dalam format tanya jawab yang membahas pengalaman, pandangan, strategi belajar, serta proses pengembangan diri.

2.2.4 Makna Pesan Komunikasi

Makna pesan komunikasi merupakan inti dari proses komunikasi, karena komunikasi pada hakikatnya tidak hanya berkaitan dengan penyampaian pesan, tetapi juga bagaimana pesan tersebut dipahami dan ditafsirkan oleh penerimanya. Makna tidak bersifat objektif dan tidak melekat secara otomatis pada pesan yang

disampaikan, melainkan dibentuk melalui proses interpretasi yang dilakukan oleh komunikan. Menurut Mulyana (2010), makna dalam komunikasi bersifat subjektif, dinamis, dan sangat dipengaruhi oleh pengalaman, latar belakang budaya, serta konteks sosial individu yang terlibat dalam proses komunikasi.

Dalam pandangan Littlejohn dan Foss (2009), komunikasi dipahami sebagai proses penciptaan makna (*meaning-making process*). Individu tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi secara aktif menafsirkan simbol-simbol yang terkandung dalam pesan tersebut. Simbol-simbol komunikasi dapat berupa bahasa verbal, seperti kata-kata dan kalimat, maupun simbol nonverbal, seperti intonasi suara, ekspresi wajah, gestur tubuh, serta situasi dan konteks penyampaian pesan. Keseluruhan simbol tersebut berperan dalam membentuk makna pesan dalam benak komunikan.

Effendy (2003) menjelaskan bahwa proses pemaknaan pesan merupakan tahapan penting sebelum munculnya efek komunikasi. Pesan yang diterima oleh komunikan akan terlebih dahulu dipahami dan diinterpretasikan, kemudian dapat menimbulkan efek kognitif (pengetahuan), afektif (perasaan atau sikap), dan konatif (tindakan). Hal ini menunjukkan bahwa makna pesan komunikasi menjadi dasar bagi terbentuknya respon individu terhadap pesan yang diterima.

Makna pesan komunikasi juga sangat dipengaruhi oleh konteks media yang digunakan. Dalam media digital, seperti video podcast, pesan tidak hanya disampaikan melalui teks atau suara, tetapi juga melalui unsur visual dan naratif. McQuail (2011) menyatakan bahwa audiens media baru bersifat aktif dan selektif,

sehingga mereka memiliki kebebasan untuk memilih, menafsirkan, dan merespons pesan sesuai dengan kepentingan dan pengalaman pribadi. Oleh karena itu, proses pemaknaan pesan dalam media digital menjadi lebih kompleks dan beragam.

Dalam konteks video podcast Curhat Bang Densu, pesan komunikasi disampaikan melalui percakapan yang bersifat personal, reflektif, dan emosional. Denny Sumargo sebagai komunikator tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga pengalaman hidup, nilai-nilai moral, serta refleksi diri yang dikemas dalam bentuk dialog dengan narasumber. Pesan-pesan tersebut kemudian diterima oleh mahasiswa Universitas Dharma Andalas sebagai audiens yang memiliki latar belakang, pengalaman, dan realitas kehidupan yang berbeda-beda. Hal ini menyebabkan makna pesan yang terbentuk pada setiap mahasiswa tidak selalu sama.

Selain itu, proses pemaknaan pesan juga dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial komunikan. Menurut Mulyana (2010), individu cenderung menafsirkan pesan berdasarkan pengalaman hidup dan sistem nilai yang dianutnya. Melalui proses decoding, mahasiswa dapat memberikan pemaknaan yang berbeda-beda terhadap pesan yang disampaikan dalam Podcast Curhat Bang Episode *Clash of Champions* sesuai dengan pengalaman, pengetahuan, dan latar belakang sosial yang dimiliki.

Dengan demikian, makna pesan komunikasi dalam video podcast Curhat Bang Densu dapat dipahami sebagai hasil konstruksi makna yang dilakukan oleh

mahasiswa melalui interaksi antara pesan, media, dan pengalaman pribadi mereka. Makna tersebut tidak hanya mencerminkan isi pesan yang disampaikan oleh komunikator, tetapi juga mencerminkan cara mahasiswa memahami, merasakan, dan mengaitkan pesan tersebut dengan realitas kehidupan mereka sehari-hari. Oleh karena itu, kajian mengenai makna pesan komunikasi menjadi penting untuk memahami bagaimana media podcast berperan dalam membentuk pemahaman dan perspektif mahasiswa.

2.3 Kerangka Teoritis

Teori Resepsi *Audiens Stuart Hall*

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Resepsi Audiens (*Audience Reception Theory*) yang dikemukakan oleh *Stuart Hall* (1980). Menurut Hall, audiens bukanlah penerima pesan yang pasif, melainkan individu yang aktif dalam memaknai pesan media berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan latar belakang sosial yang dimiliki..

Teori resepsi audiens berkembang dari tradisi kajian budaya (*cultural studies*) yang dipelopori oleh Stuart Hall pada tahun 1970-an. Menurut Hall (1980), makna pesan media tidak bersifat tunggal dan tidak sepenuhnya ditentukan oleh pembuat pesan. Makna tersebut terbentuk melalui proses interaksi antara teks media, konteks sosial, dan audiens sebagai penafsir pesan. Dengan demikian, audiens memiliki peran penting dalam membentuk makna pesan komunikasi.

Konsep utama dalam teori resepsi audiens adalah model *encoding–decoding* yang dikemukakan oleh Stuart Hall. Dalam model ini, proses

komunikasi media terdiri dari dua tahap utama, yaitu encoding (pengodean) dan decoding (penguraian makna).

1. *Encoding* (Pengodean)

Encoding merupakan proses ketika pembuat pesan (komunikator atau produsen media) mengemas pesan dengan nilai, ideologi, dan makna tertentu. Dalam konteks video podcast Curhat Bang Densu, Denny Sumargo melakukan proses *encoding* dengan menyampaikan pesan-pesan kehidupan, pengalaman personal, dan refleksi diri melalui dialog dan narasi yang disesuaikan dengan gaya komunikasinya.

2. *Decoding* (Penguraian Makna)

Decoding merupakan proses ketika audiens menerima dan menafsirkan pesan yang telah dikodekan oleh komunikator. Proses *decoding* sangat dipengaruhi oleh latar belakang sosial, budaya, pendidikan, serta pengalaman hidup *audiens.* Mahasiswa Universitas Dharma Andalas, sebagai *audiens podcast* Curhat Bang Densu, melakukan proses *decoding* dengan cara memaknai pesan sesuai dengan realitas kehidupan dan sudut pandang mereka masing-masing.

Stuart Hall (1980) mengemukakan bahwa dalam proses *decoding, audiens* dapat menempati tiga posisi pemaknaan utama, yaitu:

1. *Dominant–Hegemonic Position* (Posisi Dominan)

Audiens menerima dan memahami pesan media sesuai dengan makna yang diinginkan oleh pembuat pesan. Dalam posisi ini, audiens sepenuhnya menyetujui dan menginternalisasi nilai atau pesan yang disampaikan. Misalnya,

mahasiswa menerima pesan motivasi dan refleksi hidup dalam Curhat Bang Densu sesuai dengan maksud yang disampaikan oleh Denny Sumargo.

2. *Negotiated Position* (Posisi Negosiasi)

Audiens sebagian menerima pesan media, tetapi juga melakukan penyesuaian atau penafsiran ulang berdasarkan pengalaman pribadi dan konteks sosialnya. Dalam posisi ini, audiens tidak sepenuhnya menolak pesan, namun tidak pula menerimanya secara utuh. Mahasiswa mungkin setuju dengan pesan kehidupan yang disampaikan, tetapi menyesuaikannya dengan kondisi dan pengalaman pribadi mereka.

3. *Oppositional Position* (Posisi Oposisi)

Audiens memahami pesan yang disampaikan, tetapi menolak makna dominan yang diinginkan oleh pembuat pesan. Audiens menafsirkan pesan secara berlawanan dengan maksud awal komunikator. Dalam konteks podcast, mahasiswa dapat memahami isi pesan, namun tidak setuju atau memiliki pandangan berbeda terhadap nilai yang disampaikan.

Teori resepsi audiens sangat relevan digunakan dalam penelitian yang mengkaji makna pesan komunikasi, karena teori ini menekankan perbedaan pemaknaan pesan oleh audiens. McQuail (2011) menyatakan bahwa audiens media modern bersifat aktif, selektif, dan kritis dalam memaknai pesan media. Oleh karena itu, penelitian tidak hanya berfokus pada isi pesan media, tetapi juga pada bagaimana audiens menafsirkan dan memberi makna terhadap pesan tersebut.

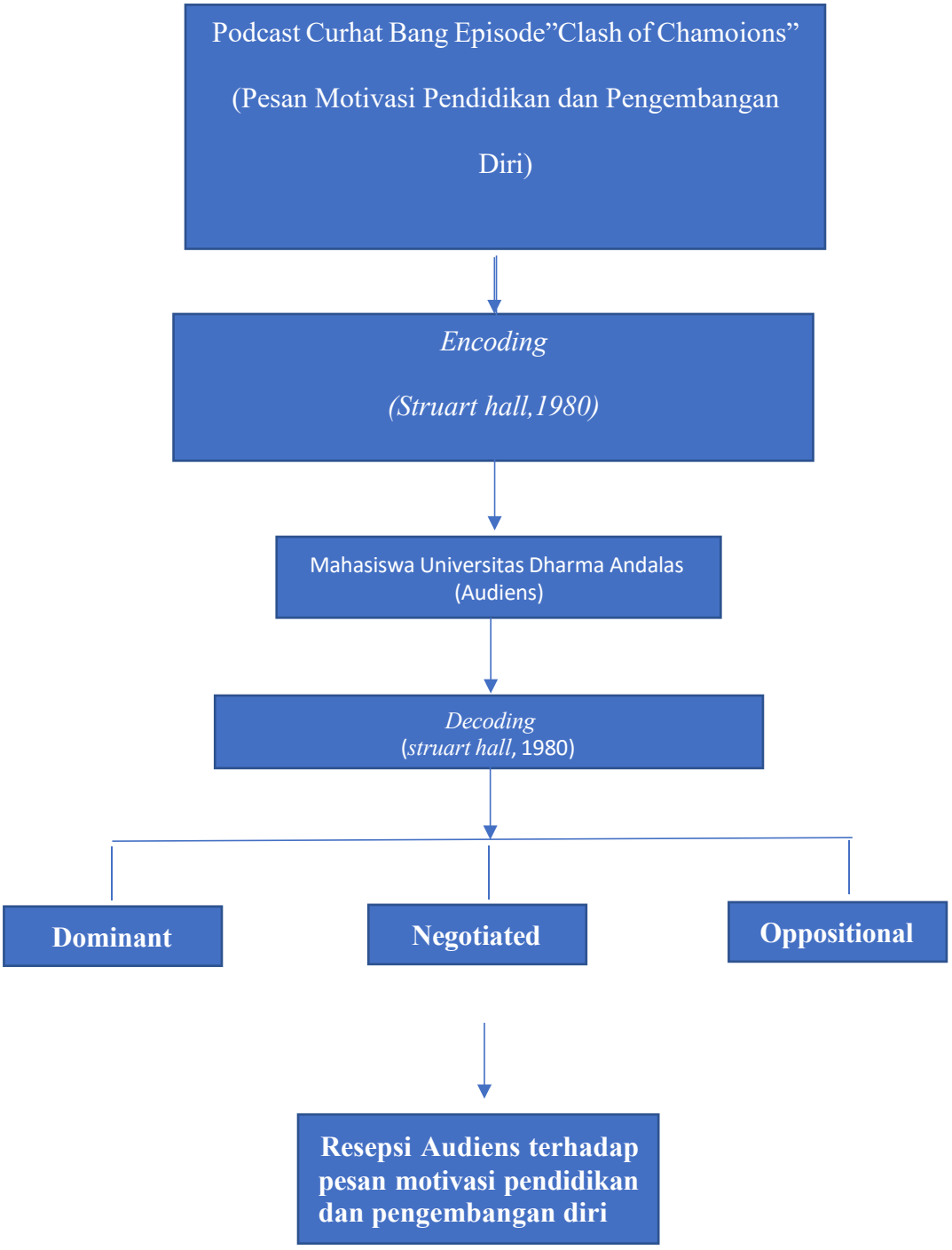
Dalam penelitian ini, teori resepsi *audiens* digunakan untuk menganalisis bagaimana mahasiswa Universitas Dharma Andalas memaknai pesan-pesan yang

terdapat dalam video podcast Curhat Bang Densu Melalui teori ini, peneliti dapat mengelompokkan pemaknaan mahasiswa ke dalam posisi dominan, negosiasi, atau oposisi, sehingga diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai keberagaman makna pesan komunikasi di kalangan mahasiswa.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam sebuah penelitian merupakan pondasi konseptual yang membimbing seluruh proses penelitian, mulai dari perumusan pertanyan hingga interpretasi hasil. Ini mencakup kumpulan konsep, teori, dan model yang relevan dengan topik penelitian yang bertujuan untuk memberikan struktur dan arah pada penelitian. Dengan menggunakan kerangka pemikiran yang tepat, peneliti dapat mengorganisir gagasan–gagasan mereka secara sistematis, memungkinkan mereka untuk menyelidiki hubungan antar variabel dengan lebih baik

Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran



Sumber:Diadaptasi dari Teori *Encoding-Decoding Stuart Hall*(1980),diolah oleh peneliti