BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Podcast tidak lagi hanya dalam format audio, melainkan juga berkembang menjadi video podcast melalui *platform* seperti *YouTube*. *Platform* YouTube, merupakan situs media *sharing* yang banyak digunakan untuk berbagi media, mulai dari video, audio, dan gambar. *YouTube* mempunyai fungsi untuk mencari suatu informasi video atau melihat video secara langsung. Dilansir dari situs resmi *YouTube* saat ini *YouTube* telah memiliki lebih dari satu milyar lebih pengguna. Podcast, khususnya dalam format video, dianggap mampu menghadirkan komunikasi yang lebih personal dan mendalam karena menggabungkan unsur audio, visual, serta narasi yang bersifat dialogis. Berry (2016) dalam jurnalnya menjelaskan bahwa podcast memiliki karakter intim dan reflektif, sehingga audiens merasa seolah-olah terlibat langsung dalam percakapan. Hal ini menjadikan podcast sebagai media yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan motivasi kehidupan, terutama bagi generasi muda seperti mahasiswa.

Fenomena mendengarkan podcast sudah menjadi hal yang lumrah bagi para pendengar masa kini. *Podcast* dikemas lebih cepat daripada media audio tradisional. *Podcast* adalah media berbasis siaran yang diakses oleh beberapa aplikasi melalui Internet. Media ini ada pada tahun 2005, menjadi populer pada tahun 2007, dan terus berkembang hingga saat ini (Hammersley, 2014). Sekilas,

podcast terlihat seperti radio. Pendengar disuguhkan dengan audio series dengan komunikasi satu arah dari penyiar membahas topik dengan jadwal yang lebih fleksibel untuk setiap pertunjukan.

Jumlah konten berbasis audio seperti *podcast* dan rekaman siaran pribadi atau grup yang dipublikasikan di media streaming musik. Podcast sendiri memiliki potensi untuk menyebarkan pesan Anda kepada *audiens* Anda karena mudah diakses, konten yang selalu diperbarui, fleksibel, dan berada di bawah kendali Anda sesuai permintaan. Podcast dapat diartikan sebagai sarana penerbitan audio dan konten siaran di Internet. Ini diterbitkan dari waktu ke waktu dan dapat diunduh melalui situs web (Deal, 2017: 2). Menurut McClung & Johnson (2010), podcast menjadi pilihan *audiens* karena memberikan pengalaman mendengarkan yang lebih intim, mendalam, dan fleksibel. Karakteristik podcast yang informal, percakapan natural, serta menghadirkan narasumber yang relevan membuat konten ini memiliki kekuatan dalam memengaruhi persepsi pendengarnya.

Istilah dan praktik podcasting sendiri pertama kali diperkenalkan pada tahun 2001 oleh CEO Apple saat itu, yaitu Steve Jobs, menyusul keberadaan iPod yang berasal dari akronim "*iPod Broadcasting*" *(DailySocial.Id, 2018).* Namun, podcast menjadi sangat populer sehingga banyak yang menyebutnya sebagai media konversi audio digital. Tidak seperti stasiun radio, podcast tidak mengirimkan audio secara linier, tetapi sesuai permintaan, sehingga pendengar tidak terikat pada waktu tayang dan dapat mendengarkannya kapan saja, di mana

saja tanpa khawatir kehilangan episode yang diinginkan. Jadi kita dapat mengatakan bahwa podcast sesuai permintaan. Hal yang sama berlaku untuk konten di YouTube dan konten musik di platform digital seperti Spotify.

Podcast sudah cukup populer dan berkembang di Amerika Serikat dan beberapa negara di Eropa. Kata podcast pertama kali muncul pada tahun 2004 sebagai kata majemuk dari "iPod" dan "broadcast." Podcast, seperti radio, sangat berbeda karena pendengar dapat memilih topik yang ingin mereka dengar (Armenia, 2018). Podcast yang dapat diunduh dari Internet dan didengarkan di komputer pribadi (PC) atau pemutar MP3. Pengguna podcast juga dapat memilih topik yang ingin mereka dengar. Siapa pun dapat membuat podcast dengan peralatan yang diperlukan, seperti mikrofon, software seperti Adobe Audition, Smartphone. Sebagian besar podcast tidak dikenakan biaya dan dapat didengarkan melalui aplikasi-aplikasi tertentu, seperti Spotify, SoundCloud, iTunes, dan sebagainya. Namun seiring berjalannya waktu, podcast kini dapat berupa visual dan audio. Oleh karenanya, podcast juga dapat diakses melalui situs lain seperti YouTube.

Kelebihan podcast yang paling menarik dibandingkan dengan konten dalam bentuk teks, visual, dan media audiovisual adalah bahwa mereka berbasis audio dan oleh karena itu fleksibel, memungkinkan pendengar untuk melakukan beberapa aktivitas lain, seperti tugas, sambil mendengarkan siaran podcast di pada saat yang sama dapat mendengar. Atau memasak, melukis, dll. Kapan saja, setiap hari. di suatu tempat. Menurut survei DailySocial.Id (2018), orang memilih

mendengarkan podcast karena konten dan fleksibilitas yang ditawarkannya. Namun, media juga harus memiliki kekurangan. Dengan kata lain, podcasting merupakan salah satu platform musik yang paling populer karena podcasting masih tergolong baru di Indonesia dan belum tersedia di semua platform musik, sehingga masih sangat sedikit platform musik yang menawarkan podcasting, Podcast Spotify didistribusikan.

Podcast menawarkan konten dan tema genre yang mirip dengan konten di platform YouTube. Sejauh ini, podcast menawarkan berbagai genre dan topik konten seperti Berita & Politik, Cerita, Horor & Kejahatan, Pendidikan, Seni & Hiburan, Masyarakat & Budaya, Anak & Keluarga, Olahraga, Gaya Hidup, Bisnis & Teknologi. sudah pernah Semakin beragam konten yang dihasilkan oleh podcaster (podcaster), semakin besar pula jumlah pendengar podcast tersebut. Akses mudah ke Internet memudahkan pemirsa untuk memilih acara podcast yang memenuhi kebutuhan mereka. Sama seperti hari ini, banyak pembuat konten lokal memproduksi podcast secara teratur. Bahkan di Indonesia, podcast jauh kurang berkembang dibandingkan konten video dan musik. Namun berdasarkan studi 2018 oleh DailySocial.Id, podcast baru-baru ini berhasil mengalahkan media audio tradisional, radio.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam pola konsumsi media, terutama di kalangan generasi muda. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi Z cenderung lebih tertarik pada konten yang bersifat autentik, spontan, dan memiliki kedekatan emosional. Hal ini mendorong munculnya

berbagai bentuk media baru, salah satunya adalah podcast yang kini berkembang tidak hanya dalam format audio, tetapi juga dalam bentuk video melalui platform seperti YouTube.

Podcast sebagai media komunikasi digital memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan media tradisional, yaitu bersifat fleksibel, personal, dan interaktif. Konten podcast yang dikemas dalam bentuk percakapan santai dan naratif mampu menciptakan kedekatan emosional dengan audiens. Salah satu episode yang menarik perhatian peneliti adalah episode "Rahasia di Balik Kecerdasan Mereka!! – Clash of Champions". Episode ini membahas pengalaman belajar, kedisiplinan, pengembangan diri, strategi mencapai prestasi, dan perjuangan dalam meraih kesuksesan. Pesan-pesan yang terkandung dalam episode tersebut relevan dengan kehidupan mahasiswa karena berkaitan dengan motivasi pendidikan dan pengembangan diri.

Karakter komunikasi dalam podcast tersebut tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media penyampaian pesan yang sarat makna, seperti nilai kehidupan, pengalaman personal, serta refleksi sosial. Dalam konteks ini, audiens tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi secara aktif menafsirkan dan memaknai pesan tersebut berdasarkan pengalaman dan latar belakang mereka masing-masing.

Penelitian terdahulu mengenai podcast lebih banyak berfokus pada analisis isi pesan, efektivitas podcast sebagai media komunikasi, serta pemanfaatannya sebagai media pembelajaran. Sementara itu, penelitian yang mengkaji resepsi

audiens terhadap pesan motivasi pendidikan dan pengembangan diri dalam podcast masih relatif terbatas. Selain itu, belum banyak penelitian yang menggunakan teori resepsi audiens Stuart Hall untuk melihat bagaimana mahasiswa memaknai pesan motivasi yang disampaikan dalam Podcast Curhat Bang Episode Clash of Champions. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana makna pesan komunikasi dalam video podcast "Curhat Bang Densu" dimaknai oleh mahasiswa Universitas Dharma Andalas.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana resepsi audiens mahasiswa Universitas Dharma Andalas pada pesan motivasi pendidikan dan pengembangan diri dalam Podcast Curhat Bang Episode *Clash of Champions?*

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui resepsi audiens mahasiswa Universitas Dharma Andalas pada pesan motivasi pendidikan dan pengembangan diri dalam Podcast Curhat Bang Episode *Clash of Champions*.

1.4 Manfaat Penelitian

Mengetahui bagaimana Resepsi audiens pada pesan motivasi pendidikan dan pengembangan diri dalam Podcast Curhat Bang Episode *Clash of Champions*

1) Manfaat Teoritis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan khususnya mengenai Resepsi audiens pada pesan motivasi pendidikan dan pengembangan diri dalam Podcast Curhat Bang Episode Clash of Champions

2) Manfaat Akademik

Secara akademis bagi mahasiswa penelitian ini merupakan sarana untuk mengaplikasikan ilmu tentang Resepsi audiens pada pesan motivasi pendidikan dan pengembangan diri dalam Podcast Curhat Bang Episode *Clash of Champions* bagi Mahasiswa Universitas Dharma Andalas., serta bermanfaat untuk mengkaplikasikan teori dan konsep, mengidentifikasi, menggambarkan, menganalisis, serta mengevaluasi daya tarik konsumen. Penelitian ini

diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

3) Manfaat Praktis

a. Bagi mahasiswa, dapat menjadi referensi dan pengetahuan terkait Resepsi audiens pada pesan motivasi pendidikan dan pengembangan diri dalam Podcast Curhat Bang Episode Clash of Champions bagi Mahasiswa Universitas Dharma Andalas.

b. Bagi content creator, dapat memberikan wawasan tentang makna pesan motivasi kehidupan terhadap peningkatan dan mengoptimalkan konten yang membangun branding.

c. Bagi peneliti lain, dapat menjadi referensi untuk melakukan penelitian dengan tema sama namun dengan sudut teori, objek, dan subjek yang berbeda.