

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Media massa pada saat ini berkuasa dan mengerahkan kekuatan persuasif yang besar. Media massa adalah perpanjangan dari indra kita, yang memungkinkan kita mengidentifikasi obyek, orang, atau tempat yang berada di luar jangkauan indra kita secara langsung. Dalam masyarakat modern, pengaruh media massa semakin kuat, karena banyak orang memperoleh informasi tentang dunia dari media massa yang terhubung ke *Internet*. Menurut Schram, media massa memenuhi kebutuhan semua orang akan fantasi dan informasi, akan hiburan dan informasi (Schramm & Roberts, 1971).

Masyarakat yang menggunakan sebuah media adalah *massa* yang aktif bukan pasif saat menggunakan sebuah media massa (Stephen W. Littlejohn et al., n.d.). Pengguna tentu memiliki sebuah tanggung jawab pribadi dalam pemilihan terhadap media massa apa yang digunakan untuk memenuhi sebuah kebutuhannya. Media massa saat ini telah dicerna sebagai sebuah jalan untuk memenuhi kebutuhan personal dari para penggunanya. Seiring dengan pertumbuhannya hingga detik ini, tentu *Internet* menjadi sebuah dukungan dari perkembangan teknologi yang pasti.

*Internet* dapat membuat sebuah jaringan sosial yang benar-benar baru seperti yang sering kita sebut dengan istilah media sosial adalah contohnya. Kita mengetahui bahwa media sosial saat ini digunakan sebagai sumber komunikasi

yang menjadi sebuah kebutuhan sehari-hari yang di mana dengan adanya media sosial. Interaksi-pun terjadi semakin masif melalui berbagai kemudahan yang diberikan *Internet* tersebut dalam pertukaran informasi secara daring yang terjadi. Media sosial telah menjadi sebuah sarana utama para pengguna untuk berbagai informasi, sosialisasi, komunikasi, dan memperlebar teknologi itu sendiri dengan bermunculnya banyak platform yang dimilikinya saat ini seperti Facebook, Tiktok, Instagram, Twitter, Youtube dan media sosial lainnya.

Kita kembali kepada manusia yang pada dasarnya dibentuk melalui interaksi sosialnya, yang kini interaksi sosial tersebut menggunakan kekuatan *Internet*, termasuk menggunakan berbagai macam media sosial pada masa kini (Standage,2013). Tentu kita mengetahui bahwa interaksi sosial melalui jaringan *Internet* ini berkembang sangat pesat pada abad ke-20 ini, setelah pada mulanya komputer dan *Internet* mulai digunakan pada kegiatan kehidupan manusia. Setelah penemuan blog atau blogspot, seiring berjalannya waktu banyak berbagai media sosial baru yang bermunculan seperti *Friendster*, *Myspace*, dan yang hingga saat ini menjadi sarana utama bagi berbagai kalangan terutama yaitu *Youtube*, *Instagram*, *Twitter*, *Spotify*, dsb (Idi, 2017).

Saat ini, interaksi sosial daring menjadi sebuah karakteristik utama dari masyarakat informasi. Dahulu, kita hanya mengetahui bahwa interaksi sosial hanya dapat dilakukan secara langsung atau hanya bertatap muka. Namun, saat ini setiap orang dalam melakukan interaksi sosialnya dengan yang lain dapat menggunakan sebuah kemampuan dari *Internet* secara daring tanpa harus bertemu bertatap, atau

dilakukan secara virtual. Sebelum membahas lebih lanjut dari perkembangan ini tentu kita harus mengetahui manfaat dari *Internet* yang terus berkembang ini.

Menurut Quarterman dan Mitchel, terdapat 4 kategori manfaat dari penggunaan *Internet*, yaitu *Internet* adalah media komunikasi, *Internet* tempat bertukarnya informasi, media untuk mencari informasi atau data, dan manfaat berkomunitas (Alyusi & Syam, 2018). Berbicara mengenai *Internet*, tentu bermula pada konsep semula dari media itu sendiri. Media adalah sarana para komunikan untuk menyampaikan sebuah pesan dan informasi kepada satu dan lainnya. Pada penelitian musfiqon mengatakan bahwa media sebuah teknologi pembelajaran yang menghubungkan satu sumber informasi terhadap yang lainnya (Musfiqon, 2012).

Pada perkembangnya, terbitlah sebuah media yang masih tergolong baru pada masa perkembangan sekarang ini, yang sangat populer pada kalangan umum yaitu adalah *Podcast*. Kata *Podcast* bermula dari sebuah singkatan dari *iPod Broadcast* yang permulaanya diciptakan Apple sebagai platform khusus dalam aplikasi iPhone yang mereka baru luncurkan (Hammersley, 2004). Dalam *Podcast*, terdapat aktivitas komunikasi di antara dua orang atau juga lebih yang berbicara tentang tema yang telah dirancangan dalam sebuah durasi yang bervariasi. Kita tahu bahwa *Podcast* pun berkembang dengan bergerak cepat.

Secara khusus pada tahun-tahun ini di mana *Podcast* tampaknya menjadi sebuah tren baru yang terlihat di media sosial yang sering kita gunakan, terutama pada media sosial YouTube, dan Spotify. *Podcast* mengalami sebuah perkembangan karena *Podcast* yang ada pada saat ini berubah format menjadi sebuah video bertema yang membahas sesuatu topik secara singkat padat dan

tentunya bisa didengarkan kapanpun dan di manapun menggunakan sebuah perangkat yang terhubung dengan koneksi *Internet*. *Podcast* pada saat ini telah dijadikan sebuah sarana yang sangat beragam dan banyak sekali kegunaan serta manfaat yang terjadi dalam penggunaan *podcast*.

Jika kita berbicara mengenai sebuah *Podcast* yang ada di luar Indonesia yaitu seperti *Podcast* dalam kanal Youtube PowerfulJRE. *Podcast* tersebut bertajuk sebuah tema atau *tagline* “*Joe Rogan Experience*”. Yang di mana Joe Rogan adalah seorang dikenal sebagai sebuah “Komentator Amerika” membahas mengenai pendapat pribadinya dengan sesuatu yang terjadi atau *viral* di Amerika Serikat. *Podcast Joe Rogan Experience* digunakan seperti halnya dalam *interview* yang dilakukan antara subjek dan obyek yang akan dibahas seperti contoh tema di bawah ini.



Picture 1.0 Joe Rogan *Podcast* #1169 Elon

Dalam *Podcast* tersebut, memiliki sebuah tema yang membahas mengenai sebuah narasumber yaitu Elon Musk dalam interviewnya dalam Episode “*The Joe Rogan Experience #1169 Elon Musk*”. Jika sebelumnya kita membahas mengenai *Podcast* yang terdapat dan digunakan dan berkembang pesat di Luar Negeri terutama di negara Amerika Serikat, sekarang kita membahas mengenai

penggunaan *Podcast* yang terjadi di Indonesia. Peneliti dalam observasinya dapat mengambil contoh penggunaan di Indonesia yaitu penggunaan *Podcast* sebagai sebuah sarana yang membahas sebuah tema politik yang kita bisa dapatkan dalam kanal Youtube yaitu dalam Rocky Gerung Channel, Cokro TV, atau seperti Najwa Shihab dalam channel Narasi yang membahas mengenai “sisi lain” dalam dunia perpolitikan di Indonesia.

Dalam penggunaan *Podcast* di Indonesia, tentu tidak terbatas pada membahas mengenai dunia perpolitikan saja. *Podcast* saat ini pun dalam penggunaan di Indonesia dijadikan sebuah ajang “Klarifikasi” jika ada oknum yang terjerat isu, skandal, fitnah, ataupun *viral* yang terjadi di Indonesia yang sering terjadi pada topik-topik *Podcast*. seperti yang terdapat pada Kanal Youtube Close the Door oleh Deddy Corbuzier pada contoh episode *Podcast* yang berjudul “Maaf ada yang janggal!! Debat hebat Gofar Hilman” yang tayang pada 15 Februari 2022. Dalam episode tersebut, membahas mengenai klarifikasi berkaitan dengan Pelecehan Seksual yang dilakukan Gofar Hilman kepada salah satu penggemarnya di Klub malam.

Kita dapat melihat pertumbuhan serta perkembangan yang ada dalam *Podcast* sudah banyak sekali terjadi di Indonesia dengan berbagai macam-macam tema, topik, dan pembahasan yang kreatif dari mulai obrolan santai, politik, klarifikasi personal, hingga pada kegiatan keagamaan yang pada penelitian ini. Peneliti akan membahas penggunaan *Podcast* dalam hal keagamaan, spiritual yang terjadi di Indonesia. namun, sebelum membahas mengenai *Podcast* Keagamaan yang terjadi di Indonesia, kita akan terlebih dahulu membahas yang terdapat di luar

Indonesia. Peneliti dapat memberi contoh *Podcast* yang terjadi yaitu pada *Podcast* melalui kanal Youtube “*Gospel Broadcasting Network*”.

*Podcast* tersebut membahas seputar tema kerohanian kekristenan yang bertajuk sebuah tema yang menjadi keresahan para pendengar dalam menjalani kehidupannya. Berikut, adalah contoh *thumbnail* youtube tersebut yang membahas cara kekristenan untuk berhenti menonton video porno, yang di mana dalam *Podcast* tersebut terdapat 3 orang hamba Tuhan, yang membahas perspektifnya masing-masing terkait dengan larangan untuk menonton sebuah video porno, menurut konteks yang terjadi dalam pembacaan mereka melalui Alkitab (Kitab Suci Kristiani), yang pada akhirnya berubah menjadi sebuah pembahasan “*How to stop watching Porn*”.



Picture 1.1- Christian Gospel Network / How To Stop Watching Porn

Tentu dalam penelitian ini, peneliti akan membahas kepada sebuah media *Podcast* yang di mana adalah media yang dibentuk sebagai sebuah audio maupun video yang diterbitkan pada berbagai jenis media yang ada dan timbul pada masa kini. Di Indonesia dalam perkembangannya, kita dapat mendapatkan atau menemui *Podcast* kerohanian yang bertajuk sebuah keagamaan ini pada banyak platform

yang tersedia pada saat ini. Contoh lain *Podcast* yang bertajuk tema besar rohani kristen yang ada di Indonesia, yang peneliti dapat dijadikan contoh adalah *Podcast* dalam Channel “*Today’s Message*” yang dalam observasi serta informasi yang peneliti dapatkan, *Podcast* tersebut berlangsung dan terjadi dengan adanya 2 orang atau lebih pembicara yang membahas mengenai sebuah keresahan berkaitan dengan Pelayanan, Kerohanian, serta pribadi pendeta yang menjadi tamu dalam konten tersebut. Berikut adalah contoh tema, *thumbnail* dan gambar yang terdapat dalam Youtube tersebut.



Picture 1.2 - *Today's Message Podcast*

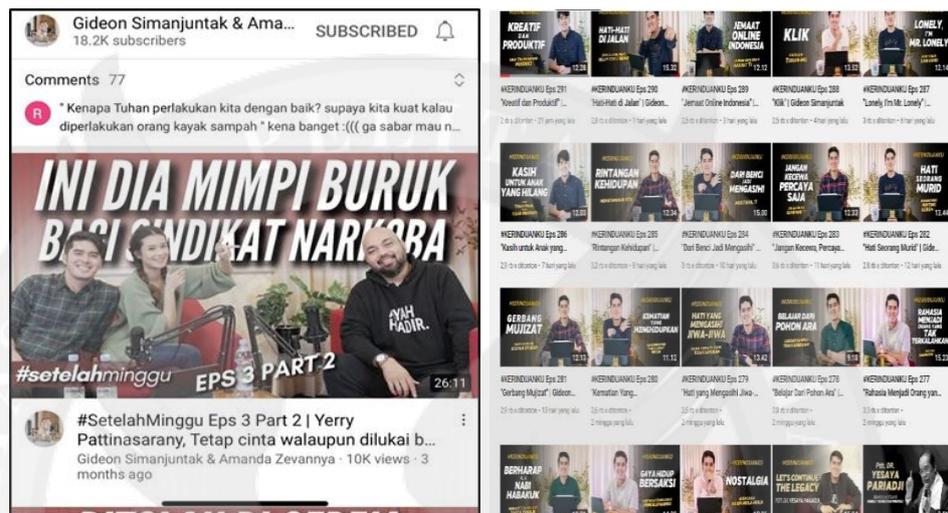
Pada permulaannya, dunia *Podcasting* bermula pada *blog audio* (Geoghegan & Klass, 2007). Namun dalam penggunaan yang terdapat di Indonesia lebih banyak menggunakan *audio* dan *visual*, seperti yang ada pada kanal youtube *Podcast* yang ada di Indonesia. Namun, Pada penelitian ini peneliti tertarik untuk mengobservasi dan meneliti terkait dengan *Podcast* spiritual kristiani yang ada di Indonesia. Peneliti menemukan sebuah *Podcast* yang membahas hal tersebut dan tergolong baru karena *Podcast* tersebut merilis episode perdananya pada masa pandemi lalu pada tanggal 18 Juni 2021 yang menamakannya dengan sebutan *Podcast #Kerinduanku* oleh kanal Youtube Gideon Simanjuntak & Amanda

Zevanya Channel. Peneliti akan membahas *Podcast* ini dikarenakan peneliti melihat sebuah kekonsistenan dari konten kreator baru yang mencoba untuk *publish* video *Podcast* setiap hari Senin-Sabtu pada pukul 05.00 WIB, yang di mana melalui konsisten yang terjadi tersebut, membangkitkan rasa ingin tahu peneliti bagaimana hingga saat ini konten kreator tersebut mencapai Episode 427.

Peneliti tertarik untuk melihat perkembangan, serta dampak apa yang terjadi dari awal pembuatan. Peneliti ingin lebih dalam melihat pengaruhnya yang terjadi terhadap audiens terkait dengan penggunaannya karena kita mengetahui bahwa teknologi dan media dapat menjangkau massa yang lebih luas. Tentunya media akan ber-adaptasi dengan perkembangan yang ada dan akan dapat menjangkau media dari berbagai aspek, dapat mendorong perkembangan yang ada.

*Podcast* saat ini dilihat sebagai media yang *fleksibel* dan dapat diperbarui. Karena setiap kali kita memiliki kebebasan untuk mendengarkan *Podcast*, konten yang ditawarkan sangat bervariasi, dan kita dapat menemukan *Podcast* yang kita inginkan. Keberadaan *Podcast* dalam beberapa tahun terakhir pun menantang keberadaan media massa saat ini, khususnya media radio (Geoghegan & Klass, 2007). Perkembangan teknologi *Internet* telah menciptakan peluang untuk penyiaran melalui berbagai format media baru, seperti media daring, media sosial, dan radio digital, dengan kemampuan platform yang berbeda tetapi esensi yang sama.

Dalam *Podcast* Kerinduanku sudah sangat banyak tema yang bervariasi yang terus menjadi topik-topik yang beragam, sesuai dengan keresahan dari jemaat/audiens dalam hal spiritualitasnya. Berikut sebuah contoh *Podcast* Kerinduanku yang terdapat dalam Kanal Youtube Gideon Simanjuntak tersebut:



Picture 1.3 - Podcast Pendeta Gideon Simanjuntak Beserta episodenya

Kita dapat melihat, bahwa hal ini menarik melihat dari sisi perkembangan yang terjadi pada saat ini. Sehingga, pendeta di mana sejauh ini dikenal atau diketahui hanya sebagai seorang yang “spiritualitas” yang sering disebut sebagai manusia tradisional. Namun, pada saat ini banyak yang mulai berkembang menjadi yang kita ketahui sebagai sebuah konten kreator yang menarik didalam dunia *Podcasting* dan media sosial. Tentu, jika menggali lebih dalam dan melihat Sebagian besar penggunaan ini bertujuan untuk menyebarkan pemberitaan firman Tuhan yang disajikan dengan berbagai macam cara seiring dengan perkembangan jaman serta teknologi komunikasi yang ada.

Peneliti mengutip seperti sebuah istilah *Communio et Progressio* yang memiliki arti dari penemuan yang ada terkini menawarkan serta menjanjikan kepada manusia dan khalayak sebuah cara baru untuk mengenalkan dan membagin

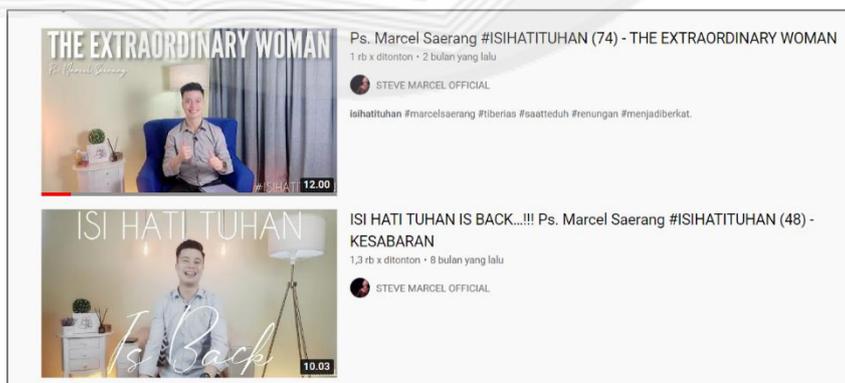
kebenaran injili. Pendeta Gideon Simanjuntak pada awal memulai dunia *Podcast*, belum ada pendeta lain yang mengikuti untuk membuat konten berupa *Podcast* yang dapat banyak didengar oleh masyarakat terutama para kaum jemaat dari Gereja Tiberias Indonesia. Peneliti melihat bahwa Pendeta Gideon merupakan awal *trendsetter* dari penggunaan *Podcast* di Gereja Tiberias Indonesia, karena setelah pendeta gideon membuat *Podcast* tersebut yang di mana cukup dibilang sukses. Pendeta lain, mulai mengikuti untuk membuat konten *Podcast* dalam channel youtube masing-masing. Berikut adalah contoh *Podcast* yang mengikuti format dari channel yang akan saya teliti yaitu #kerinduanku by Gideon Simajuntak:

- **Podcast #AKUPERCAYA by Jeffrey Adolf W**



Picture 1.4 - #AKUPERCAYA by Jeffrey Adolf

- **Podcast #ISIHATITUHAN by Marcel Saerang**



Picture 1.5 - #ISIHATITUHAN by Marcel Saerang

Dalam contoh tersebut, kita dapat melihat bahwa sekilas dari pandangan dan pengamatan yang terjadi bahwa *Podcast-Podcast* tersebut memiliki format yang hampir sama. Kedua *Podcast* lainnya, tentu memiliki tujuan yang sama yaitu menyebarkan komunikasi firman Tuhan agama kristiani melalui media sosial yang mereka gunakan yang disini adalah Youtube namun dalam sisi views yang terdapat perbedaan yang timbul dengan tidak sebanyak dengan yang ada pada *Podcast* Kerinduanku. Dalam episode pertamanya pendeta gideon menjelaskan bahwa *Podcast* yang bertemakan ini menjadi sebuah sarana penyampaian pesan komunikasi firman Tuhan.

Jika kita mendengarkan firman Tuhan didalam gereja tentu akan terbatas dengan waktu, namun jika melalui *Podcast* tersebut mungkin bisa lebih spesifik dan bisa menjawab keresahan dari jemaat yang kurang puas dalam mendengarkan firman di gereja, dengan mereka berkomentar dalam videonya yang akan pendeta gideon lihat dan akan dibuatkan sebuah *Podcast* bertema yang akan menjawabnya. Berikut adalah gambar *Podcast* pertama dari #kerinduanku by Gideon Simanjuntak:



Picture 1.6 – Episode 1 #kerinduanku by Gideon Simanjuntak

Dari hal tersebut, peneliti memutuskan untuk mengambil *Podcast* tersebut. Karena melihat perkembangannya dan respon dari jemaat dari gereja tersebut di Gereja Tiberias Indonesia yang cukup signifikan. *Podcast* ini layak untuk diteliti lebih lanjut, karena terdapat efek atau dampak secara langsung dan tidak langsung terhadap penyebaran komunikasi spiritualitas Kristen di gereja tersebut. Pembuat konten atau yang kita pahami dengan sebutan *content creator* dalam *Podcast* tersebut terbilang cukup unik di era perkembangan jaman sekarang, yaitu ialah Pendeta, atau umat kristiani lebih memahami dengan istilah hamba Tuhan.

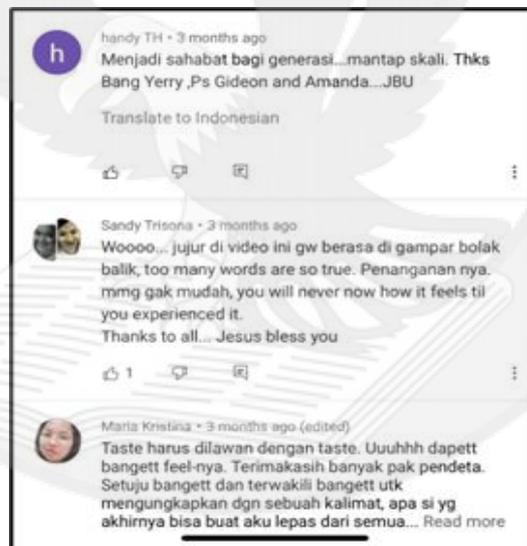
Cukup Menarik jika kita melihat perkembangan yang ada ini. Karena, dalam perkembangan dalam penyebaran komunikasi yang terjadi dalam aktifitas keagamaan ini, mulai menggunakan dari kemunculan-kemunculan serta perkembangan dari media massa, teknologi, dari *Internet* secara cepat dan menyeluruh. Konten yang dimunculkan dalam penelitian inipun terbilang cukup bervariasi mengikuti perkembangan dan keadaan social yang ada di gereja tersebut. Penyaji dalam konten *Podcast* tersebut pun seakan tidak kehabisan sebuah ide tema dalam setiap *Podcast*nya hingga berkembang saat ini dengan memiliki episode sebanyak 420 Episode hingga saat ini dengan tema atau pembahasan yang berbeda-

beda. Penonton dari *Podcast* tersebut berkisar 2.500, pada setiap episodenya, dan ratusan respon yang terdapat kolom komentar pada setiap episode.



Picture 1.7 - Episode 300 #Kerinduanku

Dalam konten *Podcast* #kerinduanku tersebut terdapat beberapa contoh komentar yang peneliti ambil langsung dari Youtube Gideon simanjuntak channel:



Picture 1.8/ komentar audiens dari *Podcast* #kerinduanku

Oleh karena itu, setelah melakukan observasi pada penelitian ini peneliti akan berfokus pada Analisa Penerimaan Audiens melalui dalam penggunaan *Podcast* #Kerinduanku sebagai media penyebaran komunikasi spiritual kristiani di

Gereja Tiberias Indonesia. Dalam penelitian ini, peneliti akan berfokus kepada manusianya kita akan melihat apakah *Podcast* tersebut sudah memenuhi standard atau apakah *Podcast* tersebut memang sebagai sarana komunikasi yang dilakukan. Komunikasi sebagai bentuk interaksi, pemahaman ini menjelaskan adanya hubungan sebab akibat atas stimulus respon yang dilakukan di dalam terjadinya komunikasi. Komunikasi tentu kita pahami sebagai sebuah proses berpusat pada pesan. Definisi komunikasi dalam dua perspektif: perspektif atau perspektif representatif dan perspektif representatif.

Dari respon audiens yang terdapat dalam komentar salah satu video kerinduanku, kita dapat melihat bahwa hasil pesan yang diterima komunikan atau audiens tersebut relatif dan bergantung pada pemahaman dari komunikan tersebut. Jadi, pada penelitian ini cukup unik bagaimana peneliti tentu akan membahas mengenai “Analisis Penerimaan Audiens” yang terjadi pada *Podcast* tersebut, yang tentunya berkaitan terhadap bagaimana *Podcast* Kerinduanku bisa menjadi media penyebaran komunikasi spiritualitas umat kristiani di Gereja Tiberias Indonesia yang akan terfokus kepada audiens dari *Podcast* dari channel Gideon Simanjuntak & Jemaat Gereja Tiberias tersebut.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dalam identifikasi masalah pada penelitian ini terdapat beberapa hal yaitu:

1. Belum diketahui seberapa jauh penggunaan *Podcast* dalam gereja

2. Belum diketahui segmentasi atau dari konten *Podcast*. Strategi dalam pembuatan *Podcast* hingga penerimaan juga feedback audiens.
3. Fokus dalam *Podcast* #kerinduanku belum teridentifikasi, apakah terfokus hanya untuk penyebaran komunikasi? Atau branding dari konten kreator tersebut.
4. Belum diketahui dampak seperti apa yang terjadi pada audiens pendengar *Podcast* #kerinduanku tersebut yang membuat mereka berkomentar
5. Pengalaman audiens dalam mengikuti konten #kerinduanku tersebut.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka pertanyaan penelitian yang akan peneliti jadikan dasar adalah:

1. Apakah dasar *Podcast* sebagai sarana penyebaran komunikasi spiritualitas umat kristiani di gereja tiberias indonesia?
2. Bagaimana proses penggunaan *Podcast* #kerinduanku sebagai penyebaran komunikasi spiritualitas umat kristiani di gereja tiberias indonesia?
3. Faktor apa saja yang mendorong audiens untuk menjadi pendengar dan berkomentar terkait isi dari konten *Podcast* #kerinduanku tersebut?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian yang akan dilakukan peneliti merumuskan sebuah tujuan penelitian yang akan diteliti, yaitu:

1. Menganalisis penggunaan terkait penerimaan audiens dalam *Podcast* #kerinduanku sebagai sarana penyebaran Komunikasi spiritualitas umat kristiani Bagi Jemaat Gereja Tiberias Indonesia.
2. Untuk mengidentifikasi dampak yang terjadi terkait penerimaan audiens dalam penggunaan *Podcast* #kerinduanku sebagai sarana penyebaran Komunikasi spiritualitas umat kristiani Bagi Jemaat Gereja Tiberias Indonesia.

#### **1.5 Signifikansi Penelitian**

Pentingnya sebuah penjabaran dari signifikan mereka dari penelitian, tentu saja berdampak pada pencapaian tujuan penelitian. Makna investigasi pada umumnya terdiri dari makna ilmiah yang diarahkan pada pengembangan ilmiah atau penggunaan teoritis. Signifikansi praktis, yaitu membantu memecahkan dan mengidentifikasi masalah yang ada pada obyek yang diteliti. Dengan kata lain, fokus penelitian untuk menulis penelitian ini adalah terhadap penerimaan khalayak. *Podcast* sebagai sarana penyebaran komunikasi spiritual umat kristiani di Gereja Tiberias Indonesia.

Didalam penelitian ini peneliti berharap dapat menghasilkan sebuah hasil dan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan dari komunikasi terkait dengan penggunaan media baru yaitu *Podcast*, dalam penyebaran komunikasi yang

berkaitan dengan hal spiritualitas umat kristiani. Didalam penelitian yang peneliti teliti, tentu dapat dijadikan sebuah evaluasi besar bagi gereja dalam menggunakan *Podcast* sebagai sarana penyabaran firman Tuhan, yaitu tercantum dalam manfaat seperti:

**a. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki dampak terkait munculnya teori komunikasi dan penerimaan komunikasi yang baru, yang berdampak dalam perkembangann teori-teori komunikasi, terutama komunikasi media massa.

**b. Manfaat Praktis**

Manfaat praktis pada bagian ini agar dapat memperlihatkan terhadap audiens terhadap manfaat yang muncul dalam dunia ilmu komunikasi, juga dunia kristiani. Yang di mana bisa dipergunakan untuk memberikan solusi dan pengertian kepada masyarakat mengapa komunikasi media saat bisa memiliki dampak terkait dengan apa yang audiens terima.

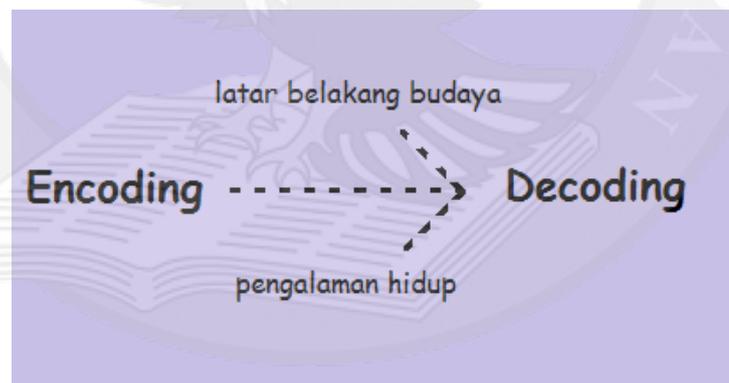
## **1.6 Tinjauan Pustaka**

*Audience Reception Theory* atau penerimaan audiens adalah sebuah teori yang menitikberatkan pada pendengar dalam menerima sebuah pesan, bukan pada penyiar pesan. Makna yang akan terjadi tergantung pada latar belakang pribadi audiens itu sendiri. Ada dua istilah yang sudah sering kita dengar yaitu adalah

*encoding* dan *decoding* yang menggap bahwa pesan juga makna yang disampaikan adalah sebuah rangkaian peristiwa yang terdapat sebuah tujuan. Menurut hall, Proses pesan melewati tiga tahap berbeda: *encoding*, *decoding*, dan interpretasi inti serta pemahaman tentang analisis respons audiens.

Model teoritis ini adalah cara untuk menekankan pesan dan interpretasi audiens terhadap pesan tersebut. Menurut Hall, *encoding* dapat didefinisikan sebagai proses menganalisis konteks sosial-politik (yang terjadi ketika konten diproduksi), sedangkan *decoding* dapat didefinisikan sebagai proses mengonsumsi konten media. Hall dalam penelitiannya percaya bahwa individu mungkin memiliki paradoksnya sendiri dalam memahami sebuah pesan. Jika orang tersebut tidak dapat menerima pesan, proses penerimaan pesan tidak akan berlangsung.

Hall menyediakan tiga tingkat distribusi semantik, seperti yang dijelaskan di bawah ini. Kesalahpahaman dapat terjadi karena *encoding* dan *decoding* dapat



dipertukarkan antara individu dan antara kelompok yang berubah yang ditentukan oleh entitas yang berbeda. Dengan kata lain, pesan yang disampaikan oleh media diterima dan ditafsirkan berbeda-beda tergantung dari latar belakang penerimanya (Hall, 1980).

*Picture 1.5 / Encoding & Decoding*

Setelah kita membicarakan teknik *encoding* dan *decoding* kita membicarakan mengenai penyebaran konsekuensi *Internet* yang melintas menjelajah dan perubahan teknologi persinggungan keterangan berbudaya yang tetap akan sangat menguasai bagaimana kebiasaan biasa bersambung. Pengenalan yang kental dari gerak-gerik teologis. Di mana, di dalam suatu teknik persinggungan tidak semata-mata berwarna mewartakan dan mengindahkan saja, namun didalam suatu teknik persinggungan harus berisi ide, pikiran, atau sebuah fakta. Kita dapat memahami dan memaklumi disini bahwa dalam pemahaman persinggungan adalah seni membaca keterangan (arahan, ide, sikap, gagasan) yang berusul komunikator kepada memindahkan adab dalam komunikasi (pola, sikap, pemikiran dan pemahamannya) kepada sebuah pola dan pengenalan yang dikehendaki oleh komunikator tersebut.

Lalu, Pendapat lain menurut Wilbur Schramm disini mempresentasikan bagian dalam karyanya *Communication Research in the United State* bahwa pemahaman akan berkembang apabila arahan yang disampaikan oleh komunikator ditambah pokok acuan *frame of reference*, yakni serangkaian liku-liku kehidupan dan pemahaman *collection of experiences and meanings* (Schramm & Roberts, 1971). Wilbur Schram, dalam penelitiannya juga mengemukakan apa yang disebutnya “kondisi untuk komunikasi yang berhasil”, kondisi yang harus dipenuhi agar sebuah pesan memperoleh respons yang diinginkan oleh pengirim pesan. Serupa dengan kondisi yang harus ada bagi anggota gereja untuk mempengaruhi *Podcast*, kondisi tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan dengan cara yang menarik perhatian komunikator.
2. Pesan hendaknya menggunakan simbol-simbol yang ditujukan untuk pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan sehingga dapat dipahami oleh keduanya.
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi akan komunikasi dan menyarankan beberapa cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut.
4. Pesan harus menyediakan cara untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan konteks kelompok komunikator ketika diminta untuk membuat tanggapan yang diinginkan.

Dalam penilaian terkait keberhasilan dari media komunikasi, terhadap pengaruh yang diberikan kepada masyarakat sehingga terbentuk sebuah pola pikir mereka sesuai dengan harapan komunikator tentu tidak akan lepas dari kualitas pembicaraan yang dimiliki komunikator saat menyampaikan pesannya. Komunikator dapat memilih berbagai media agar pesan komunikasi dapat terjangkau. Kita dapat melihat mengetahui bahwa persuasi adalah sebuah teknik yang unik untuk kegiatan komunikasi di mana komunikator berusaha untuk mengubah sikap, pola pikir, dan perilaku dalam hal mencapai tujuan komunikasi.

Sehingga hal ini tentu menimbulkan sebuah respon audiens, yang disini peneliti akan meneliti lebih dalam, apa yang menyebabkan respon tersebut muncul dalam *Podcast #kerinduanku* dari youtube channel gideon simanjuntak. Penelitian ini akan meneliti respon seperti apa atau bisa dibilang respon seperti apa yang

muncul dan penyebab respon tersebut muncul dalam konten tersebut. Sehingga teori media persuasif, dan pengaruh dari *Internet* yang akan kita liat disini berpengaruh sekali didalam berjalannya penelitian ini. Peneliti didalam peneliti ini menggunakan teori yang dikenal sebagai *Uses and Gratification*, di mana teori ini membahas tentang pengaruh media terhadap manusia.

Ini tentu menjelaskan tentang bagaimana orang menggunakan media tersebut. Model dalam teori ini menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan bukanlah bagaimana media dapat mengubah sikap dari khalayak, tetapi juga bagaimana media bisa memenuhi kebutuhan pribadinya. Jadi, bobot dalam teori dan penelitian ini ialah pada khalayak yang dengan sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus terhadap pemenuhan keinginan pribadi (Child & Haridakis, 2018).

### **1.7 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang teknologi *Podcast*, perkembangan dan potensi *Podcast*, dan penggunaan *Podcast* sebagai media untuk mengkomunikasikan Firman Tuhan Kristiani. Dalam penelitian, apa, di mana, kapan, siapa, mengapa dan bagaimana fenomena terjadi. Penelitian deskriptif sering juga disebut penelitian non-eksperimental. Jika fenomena tersebut masih dipelajari, penelitian harus meng gambarkannya dengan menjelaskan dan mengklarifikasinya (Langford et al., 2020). Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara

sistematis fakta atau karakteristik populasi atau subjek tertentu secara faktual dan akurat.

Oleh karena itu, Peneliti tidak menguji hipotesis dalam penelitian ini. Namun, bersikap secara sistematis dan mencari koneksi secara obyektif dan hati-hati. Tentu saja dalam penelitian ini, manusia merupakan kunci dan faktor esensial secara kualitatif. Bukan pada obyek pengumpulan data, yang lebih besar pengaruhnya terhadap keberhasilan proses penelitian. Peneliti dalam hal ini harus bersifat obyektif dan terbuka, mengikuti fakta-fakta yang ada tentang pengamatan yang terjadi di lapangan. Hal ini memastikan bahwa proses pengumpulan data dijalankan dengan baik dan efisien sesuai dengan situasi dan kondisi saat ini untuk menghasilkan data yang valid untuk kemajuan. Dari ilmu komunikasi.

Hal ini berdasarkan peneliti Masyhuri, yang mengatakan dalam penelitian kualitatif berakar pada konteks ilmiah yang sesuai, mengandalkan manusia sebagai alat penelitian, menggunakan metode kualitatif, melakukan analisis data secara induktif, dan menetapkan tujuan penelitian sebagai upaya pembangunan teori dari bawah ke atas. Lebih tertarik. Akibatnya, memiliki proses, membatasi fokus penelitian, memiliki seperangkat kriteria untuk memeriksa keabsahan data, dan desain penelitian bersifat eksploratif, hasil penelitian disepakati oleh peneliti dan subjek studi.

**1.8 Rencana Penelitian**

NO	URAIAN	JUNI				JULI				AGUSTUS				SEPTEMBER- OKTOBER			
		Minggu Ke															
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	BAB 1	■	■	■	■												
2	BAB 2					■	■	■	■								
3	BAB 3									■	■	■	■				
4	BAB 4													■	■	■	■
5	BAB 5																

