

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

#### **2.1. Tinjauan Pustaka**

##### **2.1.1. Review Penelitian Sejenis**

Dalam melakukan penelitian, melihat dan mengetahui *review* penelitian sejenis termasuk bagian yang penting guna mengetahui ada atau tidaknya perbedaan dari penelitian yang peneliti teliti dan penelitian terdahulu, maka dari itu terdapat penelitian terdahulu sebagai berikut:

Penelitian dilakukan oleh Azhari Putri Aulia Universitas Esa Unggul, Indonesia, Aji Satya Pujastra Universitas Esa Unggul, Indonesia, Tadeu Amaral Sarmiento Universitas Esa Unggul, Indonesia, Alan Verdiyan Tandjung Universitas Esa Unggul, Indonesia, Ruslan Ramli Universitas Esa Unggul dengan “*The Increase Of Podcast Interest Among Gen Z: The Development Of Social Reality Through Podcasts*” mengkaji bagaimana minat Generasi Z terhadap podcast, terutama konten audio-visual di platform seperti YouTube, dapat mempengaruhi keterlibatan audiens serta pembentukan realitas sosial. Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan analisis pustaka, menunjukkan bahwa aspek visual dalam podcast dapat meningkatkan kedalaman keterlibatan emosional audiens dan mempengaruhi cara Gen Z memahami dan bereaksi terhadap konten digital. Temuan ini penting untuk memahami bagaimana format dan presentasi konten

podcast bisa mempengaruhi sikap dan cara komunikasi audiens muda.

Penelitian kedua dilakukan oleh Vania Trixie Azzahra (IPB), Hudi Santoso (IPB), Leonard Dharmawan (IPB) menerapkan pendekatan kuantitatif untuk menginvestigasi dampak dari konsumsi konten hiburan di TikTok terhadap perubahan cara berkomunikasi di kalangan Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingginya tingkat konsumsi konten digital memiliki hubungan positif dan signifikan dengan perubahan dalam gaya komunikasi audiens muda. Penemuan ini memperkuat ide bahwa paparan media digital tidak hanya mempengaruhi preferensi konten, tetapi juga menyentuh pola komunikasi yang lebih luas dalam rutinitas sehari-hari Gen Z. Penelitian ini serupa dengan penelitian sebelumnya mengenai hubungan antara intensitas penggunaan media digital dan perubahan cara komunikasi di kalangan generasi muda.

Penelitian ini dilakukan oleh Sindi Pramita (UNM), Salminawati Salminawati (UNM), Zaini Dahlan (UNM) Penelitian ini tetap berfokus pada hasil belajar, studi kuantitatif ini menggali pengaruh penggunaan media podcast pada mahasiswa Gen Z. Hasilnya menunjukkan bahwa pemanfaatan media podcast memiliki pengaruh yang signifikan terhadap hasil belajar, yang menegaskan bahwa podcast sebagai bentuk media digital berdampak nyata pada perilaku audiens. Ini memperkuat dasar penelitianmu untuk menjelajahi dampak konten podcast terhadap elemen lain seperti humor sarkastik.

Penelitian lain dilaksanakan oleh Sabila Nur Anisa, Cicilia Dyah Sulistyaningrum Indrawati, dan Anton Subarno yang dimuat di JIKAP: Jurnal Informasi dan Komunikasi Administrasi Perkantoran pada tahun 2022. Studi ini

mengkaji dampak pemanfaatan media YouTube terhadap motivasi belajar Generasi Z. Metode yang diterapkan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 304 individu yang terklasifikasi dalam Generasi Z. Data yang berhasil dikumpulkan kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengevaluasi hubungan dan pengaruh antara variabel penggunaan media YouTube serta motivasi belajar. Hasil penelitian mendapati bahwa pemanfaatan media YouTube berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi belajar Generasi Z. Ini berarti, frekuensi akses dan penggunaan konten di YouTube yang lebih tinggi berhubungan dengan motivasi belajar yang juga meningkat. Hal ini terjadi karena YouTube tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, melainkan juga sebagai sumber informasi dan alat pembelajaran yang mudah diakses, menarik, serta mampu menyediakan beragam konten edukatif yang sesuai dengan kebutuhan generasi muda. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat paparan terhadap media digital dapat mempengaruhi sikap, perilaku, serta pola pikir para audiensnya. Generasi Z yang tumbuh dan berkembang di era digital cenderung menjadikan media digital sebagai salah satu pilihan utama untuk memperoleh informasi, hiburan, maupun referensi belajar. Oleh karena itu, tingginya penggunaan media digital berpotensi memberikan dampak tertentu pada pembentukan sikap dan perilaku mereka.

Berdasarkan temuan dari studi tersebut, dapat disimpulkan bahwa platform digital seperti YouTube mampu memengaruhi penonton melalui frekuensi paparan yang signifikan. Ini sejalan dengan penelitian yang akan dilaksanakan, yaitu mengenai dampak dari banyaknya penonton pada sebuah konten digital dalam

konteks ini adalah podcast terhadap audiens dari Generasi Z. Oleh karena itu, penelitian ini berpotensi menjadi salah satu acuan yang mendukung dugaan bahwa tingkat penggunaan media digital memiliki kemampuan untuk memengaruhi perilaku dan pola komunikasi di kalangan generasi muda.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fazri Candra (2022) dalam jurnal *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi* yang berjudul “Efektivitas YouTube sebagai Media Promosi Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan” bertujuan untuk mengeksplorasi seberapa efisien YouTube digunakan sebagai alat promosi untuk meningkatkan citra merek Universitas Pasundan. Metodologi penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan subjek yang terdiri dari mahasiswa dan calon mahasiswa di Universitas Pasundan. Temuan dari studi ini mengindikasikan bahwa penggunaan YouTube sebagai alat promosi memiliki kekuatan untuk memikat perhatian masyarakat dalam mencari informasi tentang kampus. Dengan konten yang disediakan di saluran YouTube, publik dapat memahami lebih dalam mengenai Universitas Pasundan sehingga dapat mengangkat citra merek universitas tersebut secara tidak langsung. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan dalam penggunaan YouTube sebagai platform promosi. Salah satu rintangan utama adalah kurangnya pengetahuan di kalangan mahasiswa serta calon mahasiswa mengenai keberadaan saluran YouTube yang dimiliki oleh Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan. Di samping itu, adanya keterbatasan dalam ide konten dan pengelolaan saluran yang belum optimal berakibat pada rendahnya tingkat keterlibatan. Oleh sebab itu, penelitian ini menyimpulkan bahwa meskipun

YouTube memiliki potensi sebagai media promosi digital, efektivitasnya belum mencapai puncaknya karena memerlukan pengelolaan konten yang lebih terencana dan strategi komunikasi digital yang lebih baik untuk menjangkau audiens yang lebih luas (Candra, 2022).

Berdasarkan pemeriksaan terhadap studi sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa platform digital, khususnya podcast dan konten hiburan, memiliki dampak yang besar terhadap sikap, perilaku, dan cara komunikasi Generasi Z. Penelitian-penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa tingkat konsumsi media digital dapat menentukan cara Generasi Z menangkap, memberi respons, dan menyampaikan pesan dalam kehidupan sehari-hari. Meski begitu, penelitian sebelumnya masih bersifat umum dalam mengeksplorasi minat, gaya berkomunikasi, dan hasil pembelajaran, serta belum menggali secara mendalam mengenai humor sarkastik. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan sudut pandang yang berbeda dan menambah nilai baru dengan menekankan bagaimana jumlah penonton Podcast Grindboys mempengaruhi pola humor sarkastik di kalangan Generasi Z menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini diharapkan dapat menutupi kekurangan dalam penelitian sebelumnya dan memberikan kontribusi akademis untuk memahami bagaimana popularitas konten podcast berpengaruh terhadap pembentukan gaya humor Generasi Z di era digital.

**Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis**

| No. | Nama Peneliti dan Judul Penelitian                                                                                                                                                                             | Persamaan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Perbedaan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1   | Azhari Putri Aulia, Aji Satya Pujastra, Tadeu Amaral Sarmento, Alan Verdiyan Tandjung, Ruslan Ramli. <i>“The Increase Of Podcast Interest Among Gen Z: The Development Of Social Reality Through Podcasts”</i> | Sama-sama meneliti podcast sebagai media digital dan menjadikan Generasi Z sebagai subjek penelitian, serta melihat pengaruh konten podcast terhadap audiens.                                                                                                                                                                                    | Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan berfokus pada minat serta pembentukan realitas sosial, sedangkan penelitian penulis menggunakan pendekatan kuantitatif dengan fokus pada pengaruh jumlah viewers terhadap pola humor sarkastik.                                                                                                                    |
| 2   | Vania Trixie Azzahra, Hudi Santoso, Leonard Dharmawan. Pengaruh Konsumsi Konten Hiburan TikTok terhadap Perubahan Gaya Komunikasi Generasi Z                                                                   | Sama-sama mengkaji pengaruh konsumsi media digital terhadap pola komunikasi Generasi Z dan menggunakan pendekatan kuantitatif.                                                                                                                                                                                                                   | Objek penelitian terdahulu adalah TikTok, sedangkan penelitian penulis berfokus pada Podcast Grindboys. Variabel dependen penelitian terdahulu adalah gaya komunikasi umum, sedangkan penelitian penulis meneliti pola humor sarkastik.                                                                                                                                 |
| 3   | Sabila Nur Anisa, Cicilia Dyah Sulistyaningrum Indrawati, Anton Subarno, Pengaruh Penggunaan Media YouTube terhadap Motivasi Belajar Generasi Z                                                                | Persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Sabila Nur Anisa Cicilia Dyah Sulistyaningrum Indrawati, dan Anton Subarno dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada fokus kajian yang sama-sama membahas pengaruh media digital terhadap Generasi Z. Kedua penelitian tersebut juga menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur | Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek media, variabel penelitian, serta fokus kajian yang diteliti. Penelitian yang dilakukan oleh Sabila Nur Anisa, Cicilia Dyah Sulistyaningrum Indrawati, dan Anton Subarno berfokus pada pengaruh penggunaan media YouTube terhadap motivasi belajar Generasi Z. Variabel |

| No. | Nama Peneliti dan Judul Penelitian                                                                                        | Persamaan                                                                                                                                                          | Perbedaan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                                                                                                           | <p>hubungan dan pengaruh antara variabel yang diteliti melalui pengumpulan data menggunakan kuesioner kepada responden yang termasuk dalam kategori Generasi Z</p> | <p>yang diteliti dalam penelitian tersebut adalah penggunaan media YouTube sebagai variabel independen dan motivasi belajar sebagai variabel dependen. Sementara itu, penelitian yang akan dilakukan memiliki fokus yang berbeda, yaitu meneliti pengaruh jumlah viewers Podcast Grindboys terhadap kalangan Generasi Z. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah viewers podcast sebagai variabel independen dan pola humor sarkastik sebagai variabel dependen. Dengan demikian, penelitian ini lebih menitikberatkan pada bagaimana tingkat popularitas suatu konten digital dapat memengaruhi gaya humor dan pola komunikasi audiens</p> |
| 4   | <p>Sindi Pramita, Salminawati, Zaini Dahlan. Pengaruh Penggunaan Media Podcast terhadap Hasil Belajar Mahasiswa Gen Z</p> | <p>Sama-sama meneliti media podcast dengan subjek Generasi Z serta melihat pengaruh media digital terhadap audiens.</p>                                            | <p>Variabel dependen penelitian terdahulu adalah hasil belajar, sedangkan penelitian penulis meneliti pola humor sarkastik dan menekankan jumlah viewers sebagai indikator paparan media.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

| No. | Nama Peneliti dan Judul Penelitian                                                                                                 | Persamaan                                                                                                                                                                                                                                                              | Perbedaan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5.  | Muhammad Fazri Candra, Universitas Pasundan<br>Efektifitas Youtube Sebagai Media Promosi Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip UNPAS | <p>Persamaan terletak pada tema yang sama yang menganalisis dampak media digital berbentuk video terhadap audiens.</p> <p>Penelitian Candra mengeksplorasi efektivitas YouTube sebagai alat promosi untuk Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan</p> | <p>Perbedaan terletak pada fokus isu dan tujuan kajian. Kajian Candra menitikberatkan pada efektivitas penggunaan media sosial sebagai alat promosi kampus, utamanya melalui platform YouTube, untuk memperkuat citra merek Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan. Di sisi lain, penelitian ini lebih memfokuskan pada dampak jumlah penonton terhadap reaksi atau daya tarik audiens, terutama pada konten Podcast Grindboys yang menasar generasi Z.</p> <p>Selain itu, perbedaan juga dapat dilihat dalam pendekatan metodologi yang dipakai. Penelitian yang dilakukan oleh Candra menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara guna mengevaluasi efektivitas promosi di YouTube. Sedangkan penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner</p> |

| No. | Nama Peneliti dan Judul Penelitian | Persamaan | Perbedaan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----|------------------------------------|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                    |           | kepada responden dari generasi Z untuk mengevaluasi seberapa besar pengaruh jumlah penonton terhadap audiens. Dengan demikian, penelitian ini lebih menekankan pada pengukuran statistik hubungan atau pengaruh antar variabel, sementara kajian Candra lebih berfokus pada pemahaman fenomena secara deskriptif melalui data kualitatif. |

## 2.2. Kerangka Konseptual

Penelitian ini menggunakan Teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R) sebagai landasan konseptual untuk menjelaskan hubungan antara gaya penyampaian konten Podcast Grindboys dengan pola komunikasi Generasi Z. Teori S-O-R yang dikemukakan oleh Carl I. Hovland menjelaskan bahwa proses komunikasi terjadi melalui tiga tahapan, yaitu Stimulus (S) sebagai rangsangan yang diterima individu, Organism (O) sebagai proses internal dalam diri individu ketika menerima dan mengolah rangsangan tersebut, serta Response (R) sebagai respons atau perubahan yang muncul setelah individu memproses pesan yang diterimanya.

Dalam penelitian ini, Stimulus (S) merupakan gaya penyampaian konten Podcast Grindboys. Gaya penyampaian tersebut meliputi penggunaan bahasa yang santai, humor yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, intonasi yang jelas, penyampaian yang ekspresif, cara penyampaian yang menarik dan tidak monoton, serta topik yang dekat

dengan kehidupan Generasi Z. Karakteristik tersebut menjadi rangsangan yang diterima oleh audiens ketika mengonsumsi konten Podcast Grindboys.

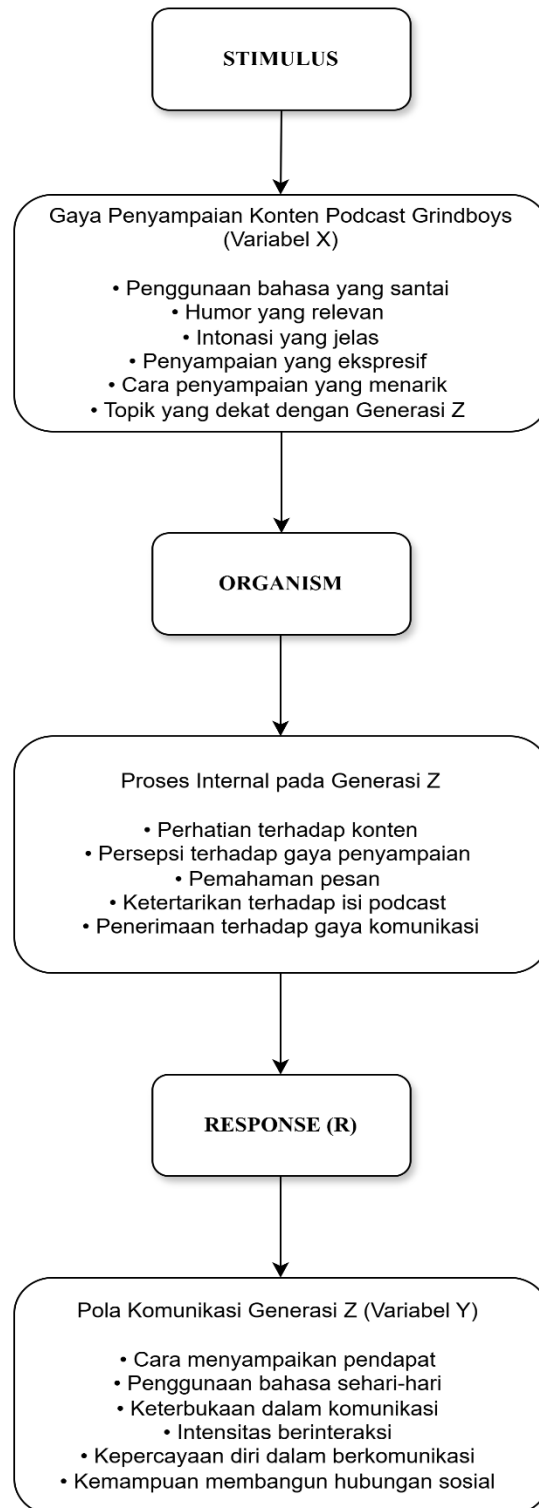
Setelah menerima stimulus, Generasi Z akan memasuki tahapan Organism (O). Pada tahap ini terjadi proses psikologis berupa perhatian terhadap konten, persepsi mengenai gaya penyampaian, pemahaman terhadap pesan yang disampaikan, ketertarikan terhadap pembahasan, serta penerimaan terhadap gaya komunikasi yang digunakan oleh pembawa acara. Proses internal tersebut menentukan sejauh mana pesan yang disampaikan mampu diterima dan dipahami oleh audiens sebelum menghasilkan suatu respons.

Tahap berikutnya adalah Response (R), yaitu hasil dari proses penerimaan dan pengolahan stimulus oleh individu. Dalam penelitian ini, respons diwujudkan dalam pola komunikasi Generasi Z. Pola komunikasi tersebut dapat terlihat melalui cara menyampaikan pendapat, penggunaan bahasa dalam komunikasi sehari-hari, keterbukaan dalam berkomunikasi, intensitas berinteraksi dengan orang lain, kepercayaan diri dalam berbicara, serta kemampuan membangun hubungan sosial. Dengan demikian, respons yang muncul merupakan bentuk perubahan perilaku komunikasi sebagai akibat dari paparan gaya penyampaian konten Podcast Grindboys.

Berdasarkan konsep Teori S-O-R, penelitian ini berasumsi bahwa semakin baik dan menarik gaya penyampaian konten Podcast Grindboys sebagai Stimulus (S), maka semakin positif persepsi, perhatian, dan pemahaman Generasi Z sebagai Organism (O). Proses tersebut selanjutnya akan menghasilkan Response (R) berupa perubahan atau kecenderungan pada pola komunikasi Generasi Z. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya persepsi Generasi Z terhadap gaya penyampaian konten Podcast Grindboys sebagai stimulus, besarnya respons internal Generasi Z sebagai organism, besarnya pola komunikasi Generasi Z sebagai response setelah mengonsumsi konten Podcast Grindboys, serta besarnya pengaruh gaya penyampaian konten Podcast

Grindboys terhadap pola komunikasi Generasi Z.

Secara konseptual, penelitian ini menempatkan gaya penyampaian konten Podcast Grindboys sebagai variabel bebas (X) yang berperan sebagai Stimulus (S), sedangkan pola komunikasi Generasi Z merupakan variabel terikat (Y) yang menjadi Response (R). Adapun Organism (O) berfungsi sebagai proses konseptual yang menjelaskan bagaimana stimulus dipersepsi, dipahami, dan diterima oleh Generasi Z sebelum akhirnya menghasilkan perubahan pada pola komunikasi. Dengan demikian, kerangka konseptual ini menggambarkan bahwa proses komunikasi tidak berlangsung secara langsung, melainkan melalui tahapan penerimaan dan pengolahan pesan dalam diri individu sebagaimana dijelaskan dalam Teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R).

**TEORI STIMULUS – ORGANISM – RESPONSE (S-O-R)**

Sumber : Olahan Peneliti (2026)

## **2.2.1 Komunikasi**

### **2.2.1.1 Definisi Komunikasi**

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan menciptakan kesamaan makna, saling memahami, serta membangun hubungan sosial antarmanusia. Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi menjadi aktivitas yang tidak dapat dipisahkan dari setiap individu karena melalui komunikasi seseorang dapat menyampaikan informasi, gagasan, pendapat, perasaan, maupun pengalaman kepada orang lain. Komunikasi juga berfungsi sebagai sarana untuk membangun interaksi, memengaruhi sikap dan perilaku, menyelesaikan permasalahan, serta menciptakan kerja sama dalam berbagai aspek kehidupan.

Menurut Siregar et al. (2021), komunikasi merupakan teknik penyampaian suatu pesan dari komunikator kepada komunikan. Komunikasi dapat dilakukan melalui berbagai bentuk, seperti bahasa lisan, tulisan, isyarat, gerakan tubuh, simbol, maupun media penyiaran. Selain itu, komunikasi dapat berlangsung secara interaktif maupun transaksional, serta dapat dilakukan dengan tujuan tertentu ataupun tanpa tujuan yang direncanakan. Pada dasarnya, komunikasi menjadi salah satu unsur terpenting dalam kehidupan manusia karena melalui komunikasi seseorang dapat memahami perilaku, perasaan, kebutuhan, maupun pemikiran individu atau kelompok lain.

Perkembangan teknologi informasi turut mengubah bentuk dan cara manusia berkomunikasi. Komunikasi tidak lagi terbatas pada interaksi secara

langsung (tatap muka), tetapi juga dapat berlangsung melalui berbagai media digital seperti media sosial, aplikasi percakapan, hingga podcast. Kehadiran media digital membuat proses komunikasi menjadi lebih cepat, lebih luas jangkauannya, dan tidak lagi dibatasi oleh ruang maupun waktu. Melalui media digital, seseorang dapat menyampaikan pesan kepada banyak orang secara bersamaan, sehingga komunikasi menjadi lebih efektif dalam menjangkau khalayak yang luas.

Menurut Harold Dwight Lasswell, proses komunikasi dapat dipahami melalui lima unsur utama yang dikenal dengan model komunikasi Lasswell, yaitu Who, yaitu siapa yang menyampaikan pesan (komunikator); Says What, yaitu pesan apa yang disampaikan; In Which Channel, yaitu media atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan; To Whom, yaitu siapa penerima pesan (komunikan); dan With What Effect, yaitu dampak atau perubahan yang terjadi setelah komunikan menerima pesan tersebut (D. Kurniawan & Kurniawan, 2018). Model ini menjelaskan bahwa komunikasi merupakan suatu proses yang sistematis, di mana setiap unsur memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan penyampaian pesan.

Dalam konteks penelitian ini, model komunikasi Lasswell dapat dijelaskan bahwa Podcast Grindboys berperan sebagai komunikator (Who) yang menyampaikan berbagai pembahasan kepada audiens. Pesan yang disampaikan (Says What) berupa informasi, opini, humor, dan pengalaman yang berkaitan dengan kehidupan Generasi Z. Media yang digunakan (In Which Channel) adalah platform YouTube sebagai media komunikasi audio-visual berbasis internet. Penerima pesan (To Whom) adalah Generasi Z sebagai audiens utama podcast.

Adapun efek komunikasi (With What Effect) yang ingin dikaji dalam penelitian ini adalah perubahan atau kecenderungan pada pola komunikasi Generasi Z setelah mengonsumsi konten Podcast Grindboys.

Selain sebagai proses penyampaian pesan, komunikasi juga memiliki fungsi yang sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat, antara lain sebagai sarana penyampaian informasi, pendidikan, hiburan, persuasi, integrasi sosial, serta pembentukan sikap dan perilaku. Melalui komunikasi, individu dapat memperoleh pengetahuan baru, membangun hubungan sosial, bertukar pengalaman, serta memengaruhi maupun dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya. Oleh karena itu, komunikasi tidak hanya dipandang sebagai proses pertukaran pesan, tetapi juga sebagai proses yang mampu menghasilkan perubahan pada aspek kognitif, afektif, maupun perilaku seseorang.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui berbagai media, baik secara verbal maupun nonverbal, dengan tujuan menciptakan kesamaan makna, membangun hubungan sosial, serta menghasilkan pengaruh tertentu terhadap penerima pesan. Dalam penelitian ini, komunikasi dipahami sebagai proses penyampaian pesan melalui Podcast Grindboys yang berpotensi memberikan pengaruh terhadap pola komunikasi Generasi Z. Proses tersebut sejalan dengan Teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R), di mana pesan yang disampaikan melalui media bertindak sebagai stimulus, kemudian diproses oleh individu sebagai organism, dan akhirnya menghasilkan response berupa perubahan sikap maupun pola komunikasi.

## **2.3. Bentuk Komunikasi**

### **2.3.1 Komunikasi Massa**

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator melalui media massa kepada audiens yang luas, heterogen, anonim, dan tersebar di berbagai wilayah dalam waktu yang relatif bersamaan. Media yang digunakan dapat berupa media cetak, media elektronik, maupun media digital berbasis internet. Tujuan komunikasi massa tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memberikan hiburan, pendidikan, persuasi, serta membentuk opini publik melalui pesan yang disebarluaskan kepada masyarakat.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, komunikasi massa mengalami perubahan yang sangat pesat. Jika sebelumnya komunikasi massa hanya mengandalkan media konvensional seperti surat kabar, radio, dan televisi, saat ini penyebaran pesan telah berkembang melalui berbagai platform digital, salah satunya YouTube. Platform digital memberikan kemudahan bagi komunikator untuk menyampaikan pesan secara cepat, menjangkau audiens dalam jumlah yang sangat besar, serta memungkinkan pesan diakses kapan saja dan di mana saja tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Perkembangan tersebut menjadikan komunikasi massa semakin interaktif karena audiens tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga dapat memberikan respons terhadap konten yang mereka konsumsi.

Dalam penelitian ini, Podcast Grindboys yang ditayangkan melalui YouTube termasuk dalam bentuk komunikasi massa karena pesan yang

disampaikan ditujukan kepada khalayak umum dan dapat diakses oleh siapa saja. Pembahasan mengenai kehidupan sehari-hari, fenomena sosial, hubungan antarmanusia, hingga berbagai isu yang dekat dengan Generasi Z disampaikan kepada audiens dalam jumlah besar tanpa adanya batasan geografis. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa Podcast Grindboys memenuhi unsur komunikasi massa, yaitu memiliki komunikator, pesan, media, khalayak, dan efek komunikasi.

Dalam komunikasi massa, komunikator umumnya berupa individu, kelompok, organisasi, atau tim produksi yang memiliki tujuan menyampaikan pesan kepada masyarakat. Pada penelitian ini, Podcast Grindboys berperan sebagai komunikator yang menyusun, mengemas, dan menyampaikan pesan kepada audiens melalui konten podcast. Penyampaian pesan dilakukan dengan gaya komunikasi yang santai, humoris, ekspresif, dan dekat dengan kehidupan Generasi Z sehingga mampu menarik perhatian serta meningkatkan minat audiens untuk mengikuti setiap pembahasan.

Pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa bersifat terbuka dan ditujukan kepada khalayak luas. Pada Podcast Grindboys, pesan yang disampaikan tidak hanya berupa informasi dan hiburan, tetapi juga berisi opini, pengalaman, kritik sosial, serta berbagai fenomena yang sedang berkembang di kalangan anak muda. Penyampaian pesan dengan bahasa yang ringan dan komunikatif membuat isi pembahasan lebih mudah dipahami oleh audiens. Meskipun demikian, penelitian ini secara khusus memfokuskan kajian pada Generasi Z sebagai kelompok yang paling banyak mengonsumsi konten digital dan memiliki karakteristik komunikasi yang sesuai dengan gaya penyampaian Podcast Grindboys.

Media yang digunakan dalam penelitian ini adalah YouTube sebagai salah satu platform komunikasi massa berbasis internet. YouTube memungkinkan penyebaran pesan dalam bentuk audio-visual sehingga pesan dapat diterima melalui indra pendengaran dan penglihatan secara bersamaan. Selain memiliki jangkauan yang luas, YouTube juga memberikan fleksibilitas kepada audiens untuk mengakses konten sesuai kebutuhan mereka. Karakteristik tersebut menjadikan YouTube sebagai media yang efektif dalam menyampaikan pesan kepada Generasi Z yang memiliki intensitas penggunaan media digital yang tinggi.

Khalayak dalam komunikasi massa memiliki karakteristik yang heterogen karena berasal dari latar belakang sosial, budaya, pendidikan, usia, dan pengalaman yang berbeda-beda. Meskipun demikian, penelitian ini membatasi fokus kajian pada Generasi Z sebagai audiens utama Podcast Grindboys. Generasi Z dipilih karena merupakan kelompok yang aktif menggunakan media digital, memiliki intensitas tinggi dalam mengonsumsi konten podcast, serta lebih mudah menerima gaya komunikasi yang bersifat santai, interaktif, dan menghibur.

Salah satu karakteristik penting komunikasi massa pada era digital adalah adanya **umpan balik (feedback)** yang lebih cepat dibandingkan komunikasi massa konvensional. Jika pada media tradisional umpan balik cenderung tertunda, media digital memungkinkan audiens memberikan respons secara langsung melalui fitur komentar, tombol suka (like), berbagi (share), maupun diskusi antarpengguna. Walaupun interaksi tersebut tidak berlangsung secara tatap muka, umpan balik tersebut menunjukkan adanya komunikasi dua arah yang dapat memperkuat hubungan antara komunikator dan audiens serta menjadi indikator keterlibatan

(engagement) terhadap konten yang dipublikasikan.

Dalam perspektif komunikasi massa, pesan yang diterima audiens secara berulang berpotensi memberikan pengaruh terhadap pengetahuan, sikap, maupun perilaku. Paparan yang terus-menerus terhadap gaya penyampaian Podcast Grindboys memungkinkan Generasi Z mengenal, memahami, bahkan mengadopsi cara berkomunikasi yang ditampilkan oleh pembawa acara. Pengaruh tersebut dapat terlihat dari penggunaan bahasa yang lebih santai, pemanfaatan humor dalam komunikasi sehari-hari, serta perubahan cara menyampaikan pendapat ketika berinteraksi dengan orang lain.

Jika dikaitkan dengan **Teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R)**, komunikasi massa melalui Podcast Grindboys berfungsi sebagai **stimulus (S)** yang diterima oleh Generasi Z melalui media YouTube. Stimulus tersebut kemudian diproses dalam diri individu sebagai **organism (O)** melalui perhatian, persepsi, pemahaman, dan penerimaan terhadap isi pesan. Proses tersebut selanjutnya menghasilkan **response (R)** berupa perubahan atau kecenderungan pada pola komunikasi Generasi Z. Dengan demikian, komunikasi massa melalui Podcast Grindboys tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi dan hiburan, tetapi juga memiliki potensi untuk memengaruhi pola komunikasi audiens sesuai dengan tujuan penelitian ini.

### 2.3.2 Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif merupakan proses komunikasi yang bertujuan untuk memengaruhi sikap, pandangan, pendapat, maupun perilaku audiens melalui

penyampaian pesan yang menarik, logis, dan tidak bersifat memaksa. Dalam komunikasi persuasif, komunikator berusaha membangun kepercayaan serta menciptakan hubungan yang positif dengan audiens sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima secara sukarela. Keberhasilan komunikasi persuasif tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh cara penyampaian, karakter komunikator, serta kemampuan dalam menyesuaikan pesan dengan karakteristik audiens yang menjadi sasaran.

Dalam konteks komunikasi massa digital melalui platform YouTube, Podcast Grindboys menyampaikan berbagai informasi dan pembahasan dengan menggunakan bahasa yang santai, humor yang khas, serta topik yang relevan dengan kehidupan Generasi Z. Gaya penyampaian tersebut menjadi salah satu bentuk komunikasi persuasif karena mampu menarik perhatian audiens tanpa memberikan kesan menggurui atau memaksa. Pendekatan yang ringan dan komunikatif membuat pendengar merasa lebih nyaman sehingga lebih terbuka dalam menerima pesan, memahami sudut pandang yang disampaikan, serta melakukan refleksi terhadap pembahasan yang diangkat.

Humor menjadi salah satu strategi persuasif yang paling menonjol dalam Podcast Grindboys. Penyampaian humor yang sesuai dengan pengalaman dan realitas kehidupan Generasi Z mampu menciptakan suasana komunikasi yang akrab dan menyenangkan. Ketika audiens menikmati suatu konten, tingkat penolakan terhadap pesan cenderung menurun sehingga proses penerimaan informasi berlangsung lebih efektif. Dengan demikian, humor tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana untuk menyampaikan gagasan, opini, maupun

nilai-nilai tertentu dengan cara yang lebih mudah diterima oleh audiens.

Selain humor, penggunaan bahasa yang sederhana, ekspresif, dan komunikatif juga memperkuat fungsi persuasif dalam podcast. Pemilihan diksi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, intonasi yang dinamis, serta penyampaian yang tidak kaku membuat audiens merasa memiliki kedekatan dengan pembawa acara. Kedekatan tersebut membangun kredibilitas komunikator sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah dipercaya dan dipahami. Dalam komunikasi persuasif, kredibilitas komunikator merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi keberhasilan penyampaian pesan.

Komunikasi persuasif dalam Podcast Grindboys juga terlihat dari kemampuan konten dalam membangun interaksi dan keterlibatan audiens. Pembahasan yang relevan dengan pengalaman Generasi Z mendorong audiens untuk memberikan tanggapan, berdiskusi, membagikan pengalaman, maupun menyampaikan pendapat mereka melalui berbagai fitur media digital. Keterlibatan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi yang terjadi tidak hanya bersifat satu arah, tetapi berkembang menjadi proses komunikasi dua arah yang mampu memperkuat hubungan antara komunikator dan audiens.

Dalam perspektif komunikasi massa, intensitas paparan terhadap gaya penyampaian yang persuasif dapat memengaruhi cara berpikir, sikap, serta perilaku komunikasi audiens. Semakin sering Generasi Z mengonsumsi konten yang dikemas dengan gaya penyampaian yang menarik, semakin besar kemungkinan mereka mengadopsi cara berbicara, penggunaan bahasa, ekspresi, maupun pola komunikasi yang ditampilkan dalam podcast. Pengaruh tersebut dapat terjadi

karena individu cenderung meniru bentuk komunikasi yang dianggap menarik, relevan, dan sesuai dengan lingkungan sosialnya.

Apabila dikaitkan dengan Teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R), gaya penyampaian yang persuasif dalam Podcast Grindboys berperan sebagai stimulus (S) yang diterima oleh Generasi Z. Stimulus tersebut kemudian diproses dalam diri audiens sebagai organism (O) melalui perhatian, persepsi, pemahaman, serta penerimaan terhadap pesan yang disampaikan. Hasil dari proses tersebut menghasilkan response (R) berupa perubahan atau kecenderungan dalam pola komunikasi Generasi Z, seperti penggunaan bahasa yang lebih santai, meningkatnya keberanian dalam menyampaikan pendapat, penggunaan humor dalam komunikasi sehari-hari, serta penyesuaian gaya komunikasi dengan lingkungan sosialnya.

Dengan demikian, komunikasi persuasif dalam Podcast Grindboys tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi dan memberikan hiburan, tetapi juga berperan dalam membentuk persepsi, memengaruhi sikap, serta mendorong perubahan pola komunikasi Generasi Z. Hal tersebut menunjukkan bahwa gaya penyampaian konten yang komunikatif, menarik, dan persuasif memiliki potensi untuk menghasilkan efek komunikasi sebagaimana dijelaskan dalam Teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R), di mana setiap pesan yang diterima individu akan diproses terlebih dahulu sebelum menghasilkan respons dalam bentuk perubahan sikap maupun perilaku komunikasi.

### 2.3.3 Komunikasi Audio-Visual

Komunikasi audio-visual adalah jenis komunikasi yang menyampaikan pesan melalui dua elemen utama secara bersamaan, yaitu suara dan gambar. Kombinasi keduanya memfasilitasi penerimaan pesan dengan cara yang lebih menyeluruh, karena tidak hanya mengandalkan kata-kata, melainkan juga reaksi wajah, bahasa tubuh, nada suara, serta aspek visual lainnya. Dalam kajian ini, Podcast Grindboys yang ditayangkan melalui platform YouTube termasuk dalam kategori komunikasi audio-visual, karena mengintegrasikan dialog lisan dengan visualisasi dari para pembicara yang tampil di layar.

Komunikasi audio-visual memiliki keunggulan dibandingkan bentuk komunikasi lainnya karena mampu menyampaikan pesan secara lebih efektif dan menarik perhatian audiens. Perpaduan unsur suara dan gambar memungkinkan proses komunikasi berlangsung lebih interaktif, sehingga pesan tidak hanya dipahami melalui bahasa verbal, tetapi juga melalui komunikasi nonverbal yang ditampilkan oleh komunikator. Ekspresi wajah, gerakan tubuh, kontak mata, serta intonasi suara menjadi bagian penting dalam memperkuat makna pesan yang disampaikan. Dengan demikian, komunikasi audio-visual mampu menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih nyata, meningkatkan daya tarik pesan, serta memudahkan audiens dalam memahami isi pembahasan.

Elemen audio dalam podcast berfungsi untuk menyampaikan isi pesan secara lisan, termasuk topik yang dibahas, pandangan, serta gaya humor yang diterapkan. Cara berbicara, kecepatan, penekanan pada kata, intonasi, serta tawa merupakan komponen penting yang membantu menciptakan suasana komunikasi

yang santai, komunikatif, dan menghibur. Gaya penyampaian tersebut menjadi ciri khas Podcast Grindboys sehingga audiens merasa lebih dekat dengan pembawa acara dan lebih mudah memahami pesan yang disampaikan.

Di sisi lain, elemen visual memperkuat komunikasi melalui ekspresi wajah, gerakan tubuh, tatap muka, pengaturan studio, penampilan komunikator, pencahayaan, serta teknik pengambilan gambar. Unsur visual memberikan konteks tambahan yang dapat meningkatkan pemahaman audiens terhadap isi pembahasan sekaligus memperkuat penyampaian humor dan emosi yang ingin ditampilkan. Bagi Generasi Z yang lebih terbiasa mengonsumsi konten berbasis video, unsur visual menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi minat dan keterlibatan mereka dalam mengikuti suatu konten.

Dalam penelitian ini, komunikasi audio-visual berfungsi sebagai media yang mendukung efektivitas gaya penyampaian konten Podcast Grindboys. Konten yang dikemas dengan kualitas audio yang baik, visual yang menarik, serta penyampaian yang komunikatif mampu meningkatkan kenyamanan audiens dalam mengikuti setiap pembahasan. Selain itu, humor yang disampaikan tidak hanya dipahami melalui dialog, tetapi juga diperkuat oleh ekspresi wajah, bahasa tubuh, dan interaksi antarpembawa acara sehingga menghasilkan pengalaman komunikasi yang lebih hidup dan menyenangkan.

Komunikasi audio-visual juga berfungsi membangun kedekatan emosional antara komunikator dan audiens. Melalui ekspresi, intonasi, dan interaksi yang ditampilkan, pendengar dapat merasakan suasana percakapan yang lebih alami sehingga tercipta rasa kedekatan, kepercayaan, dan keterlibatan terhadap konten

yang disajikan. Kedekatan tersebut membuat audiens lebih mudah menerima pesan, memahami sudut pandang yang disampaikan, bahkan terdorong untuk mengikuti gaya komunikasi yang mereka lihat dan dengar.

Dari perspektif komunikasi massa, komunikasi yang melibatkan audio dan visual mempunyai kekuatan pengaruh yang lebih besar jika dibandingkan dengan komunikasi yang hanya menggunakan satu indra. Generasi Z, yang merupakan generasi digital, sudah terbiasa mengonsumsi konten video yang cepat, interaktif, dan penuh dinamika. Oleh sebab itu, perpaduan elemen audio dan visual dalam Podcast Grindboys berpotensi memengaruhi aspek kognitif, yaitu meningkatnya pemahaman terhadap informasi yang disampaikan; aspek afektif, yaitu munculnya perasaan senang, tertarik, atau simpati terhadap isi konten; serta aspek konatif, yaitu kecenderungan untuk menerapkan atau menyesuaikan gaya komunikasi yang diperoleh dari podcast dalam kehidupan sehari-hari.

Jika dikaitkan dengan Teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R), komunikasi audio-visual pada Podcast Grindboys berperan sebagai stimulus (S) yang diterima oleh Generasi Z melalui unsur suara dan gambar secara bersamaan. Stimulus tersebut diproses dalam diri individu sebagai organism (O) melalui perhatian, persepsi, pemahaman, serta penerimaan terhadap pesan yang disampaikan. Hasil dari proses tersebut kemudian menghasilkan response (R) berupa perubahan atau kecenderungan dalam pola komunikasi Generasi Z, seperti penggunaan bahasa yang lebih santai, penyampaian pendapat yang lebih ekspresif, meningkatnya keterbukaan dalam berkomunikasi, serta penyesuaian gaya komunikasi dengan lingkungan sosialnya. Dengan demikian, komunikasi audio-

visual menjadi komponen penting dalam menjelaskan bagaimana gaya penyampaian konten Podcast Grindboys dapat memengaruhi pola komunikasi Generasi Z sesuai dengan tujuan penelitian ini.

## **2.4 Fungsi Komunikasi**

Podcast sebagai salah satu bentuk media komunikasi massa memiliki berbagai fungsi yang tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi, tetapi juga berperan dalam memberikan hiburan, memengaruhi audiens, membangun opini, serta membentuk perilaku komunikasi masyarakat. Podcast Grindboys yang ditayangkan melalui platform YouTube menjadi salah satu media digital yang memanfaatkan fungsi-fungsi komunikasi tersebut untuk menjangkau audiens, khususnya Generasi Z.

Salah satu fungsi utama komunikasi dalam Podcast Grindboys adalah fungsi informatif. Podcast ini menjadi sarana penyampaian informasi mengenai berbagai isu yang dekat dengan kehidupan Generasi Z, seperti hubungan pertemanan, percintaan, pendidikan, dunia kerja, fenomena media sosial, hingga berbagai tren yang sedang berkembang di kalangan anak muda. Informasi tersebut disampaikan dengan bahasa yang sederhana, santai, dan mudah dipahami sehingga memudahkan audiens dalam menerima serta memahami pesan yang disampaikan. Melalui fungsi informatif ini, pendengar memperoleh pengetahuan, wawasan, dan sudut pandang baru terhadap berbagai fenomena yang terjadi di lingkungan sosial mereka.

Selain sebagai media informasi, Podcast Grindboys juga menjalankan fungsi hiburan (entertainment). Humor yang khas, candaan spontan, interaksi

antarpembawa acara yang dinamis, serta pembahasan yang ringan menjadikan podcast ini sebagai salah satu media hiburan yang diminati oleh Generasi Z. Unsur hiburan tersebut mampu menciptakan suasana komunikasi yang lebih santai sehingga audiens merasa lebih nyaman menikmati setiap pembahasan. Fungsi hiburan ini juga menjadi salah satu faktor yang mendorong meningkatnya jumlah penonton, pelanggan (subscriber), dan keterlibatan audiens dalam mengikuti setiap episode yang dipublikasikan.

Di samping itu, Podcast Grindboys juga memiliki fungsi persuasif, yaitu fungsi komunikasi yang bertujuan memengaruhi sikap, pandangan, maupun cara berpikir audiens. Gaya penyampaian yang komunikatif, penggunaan humor yang relevan, serta kedekatan topik dengan kehidupan Generasi Z membuat pesan yang disampaikan terasa lebih alami dan tidak bersifat memaksa. Melalui pendekatan tersebut, audiens lebih mudah menerima, mempertimbangkan, bahkan mengadopsi nilai, cara berpikir, maupun gaya komunikasi yang ditampilkan dalam podcast. Dengan demikian, komunikasi tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk persepsi dan memengaruhi cara individu memandang suatu isu.

Fungsi komunikasi berikutnya adalah fungsi edukatif. Meskipun dikemas sebagai konten hiburan, Podcast Grindboys sering kali menghadirkan pembahasan yang mengandung nilai-nilai positif, pengalaman hidup, serta sudut pandang yang dapat menjadi bahan pembelajaran bagi pendengar. Melalui diskusi yang disampaikan secara ringan, audiens diajak untuk memahami berbagai persoalan dari berbagai perspektif sehingga dapat meningkatkan kemampuan berpikir kritis

dan mengambil pelajaran dari pengalaman yang dibagikan oleh narasumber maupun pembawa acara.

Selain itu, komunikasi dalam Podcast Grindboys juga menjalankan fungsi sosialisasi, yaitu memperkenalkan norma, nilai, kebiasaan, dan gaya komunikasi yang berkembang di kalangan Generasi Z. Paparan terhadap konten podcast secara berulang memungkinkan audiens mengenal berbagai bentuk ekspresi, istilah populer, maupun cara berinteraksi yang kemudian menjadi bagian dari komunikasi sehari-hari. Fungsi sosialisasi ini memperlihatkan bagaimana media berperan dalam proses pembentukan budaya komunikasi di masyarakat.

Selanjutnya, podcast juga memiliki fungsi pembentukan opini (*opinion forming*). Topik-topik yang dibahas sering kali berkaitan dengan isu sosial, fenomena budaya digital, maupun pengalaman yang dekat dengan kehidupan anak muda. Melalui pembahasan tersebut, audiens memperoleh sudut pandang tertentu yang dapat memengaruhi cara mereka menilai suatu peristiwa atau fenomena. Apabila pesan yang disampaikan diterima secara terus-menerus oleh banyak pendengar, maka komunikasi melalui podcast berpotensi membentuk opini publik, khususnya di kalangan Generasi Z.

Dalam perspektif komunikasi massa, paparan terhadap konten Podcast Grindboys yang berlangsung secara terus-menerus juga dapat memengaruhi cara berbahasa, cara berpikir, serta perilaku komunikasi audiens. Dengan jangkauan yang luas dan intensitas konsumsi media yang tinggi pada Generasi Z, podcast tidak hanya menjadi media penyampai pesan, tetapi juga berperan dalam membentuk pola komunikasi, nilai-nilai sosial, dan kebiasaan berinteraksi. Oleh karena itu,

fungsi komunikasi dalam penelitian ini dipandang tidak hanya sebagai proses penyampaian informasi, melainkan juga sebagai proses yang berkontribusi terhadap pembentukan pemahaman, sikap, serta kecenderungan perilaku komunikasi Generasi Z. Hal tersebut sejalan dengan Teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R) yang menjelaskan bahwa pesan yang disampaikan melalui media sebagai stimulus akan diproses oleh individu sebagai organism dan selanjutnya menghasilkan respons dalam bentuk perubahan sikap maupun perilaku komunikasi.

## 2.5. Teori Stimulus Organism Response (S-O-R)

Teori *Stimulus–Organism–Response (S-O-R)* menjelaskan bahwa proses komunikasi terjadi melalui tiga tahapan utama, yaitu adanya *stimulus (S)* yang diterima oleh individu, kemudian diproses oleh *organism (O)* sebagai penerima pesan, hingga akhirnya menghasilkan *response (R)* berupa sikap, perilaku, atau tindakan tertentu. Teori ini berpandangan bahwa suatu pesan komunikasi tidak secara otomatis menimbulkan respons, melainkan terlebih dahulu melalui proses psikologis dalam diri individu, seperti perhatian, pemahaman, penafsiran, penerimaan, dan evaluasi terhadap pesan yang diterima. Dengan demikian, efektivitas suatu komunikasi sangat dipengaruhi oleh bagaimana penerima pesan memaknai stimulus yang diberikan.

Dalam konteks penelitian ini, Podcast Grindboys diposisikan sebagai media digital yang menyajikan berbagai konten dengan karakteristik gaya penyampaian yang khas. Gaya penyampaian tersebut diwujudkan melalui penggunaan bahasa yang santai dan komunikatif, humor yang dekat dengan kehidupan sehari-hari,

intonasi yang ekspresif, dinamika percakapan yang alami, serta interaksi antarpembicara yang mampu menciptakan suasana menarik bagi audiens. Karakteristik tersebut berfungsi sebagai *stimulus (S)* yang terus diterima oleh penonton setiap kali mereka mengakses dan mengonsumsi konten Podcast Grindboys.

Selanjutnya, stimulus tersebut diproses oleh *Generasi Z sebagai organism (O)*. Pada tahap ini, audiens tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga memberikan perhatian, memahami isi pesan, menginterpretasikan makna yang disampaikan, serta mengevaluasi kesesuaian pesan dengan pengalaman, nilai, dan lingkungan sosial yang mereka miliki. Perbedaan latar belakang, pengalaman bermedia, tingkat literasi digital, serta intensitas mengonsumsi podcast dapat memengaruhi bagaimana setiap individu memaknai gaya penyampaian konten Podcast Grindboys. Oleh karena itu, proses yang terjadi pada tahap organism menjadi faktor penting yang menentukan apakah stimulus yang diterima akan menghasilkan respons tertentu atau tidak.

Sebagai hasil dari proses tersebut, akan muncul *response (R)* berupa perubahan atau kecenderungan dalam pola komunikasi Generasi Z. Respons ini dapat terlihat dari cara individu memilih bahasa dalam berinteraksi, penggunaan humor dalam percakapan, gaya berbicara yang lebih santai, cara menyampaikan pendapat, maupun kecenderungan mengadopsi ekspresi atau istilah yang sering digunakan dalam Podcast Grindboys. Meskipun tidak semua audiens akan menunjukkan respons yang sama, Teori S-O-R menjelaskan bahwa semakin efektif stimulus disampaikan dan semakin positif proses penerimaan pesan oleh organism,

maka semakin besar kemungkinan munculnya respons yang sesuai dengan karakteristik stimulus tersebut.

Dengan demikian, *Teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R)* menjadi landasan yang relevan untuk menjelaskan hubungan antara gaya penyampaian konten Podcast Grindboys sebagai stimulus, proses penerimaan dan pengolahan pesan oleh Generasi Z sebagai organism, serta pola komunikasi yang ditunjukkan oleh Generasi Z sebagai response. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris apakah gaya penyampaian konten Podcast Grindboys memiliki pengaruh terhadap pola komunikasi Generasi Z serta seberapa besar pengaruh tersebut berdasarkan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana karakteristik penyampaian pesan dalam media digital mampu memengaruhi perilaku komunikasi audiens sesuai dengan.

## **2.6 Karakteristik Generasi Z**

Generasi Z adalah kelompok yang lahir dan tumbuh pada era digital, sehingga memiliki kedekatan yang sangat tinggi dengan perkembangan teknologi, internet, dan berbagai platform media digital. Sejak usia dini, Generasi Z telah terbiasa menggunakan perangkat digital sebagai sarana untuk memperoleh informasi, belajar, berkomunikasi, hingga mencari hiburan. Kondisi tersebut menjadikan mereka sebagai generasi yang sangat adaptif terhadap perkembangan teknologi dan memiliki intensitas penggunaan media digital yang lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya.

Karakteristik Generasi Z ditandai dengan kemampuan mengakses informasi

secara cepat, kecenderungan berpikir terbuka, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan yang dinamis. Dalam kehidupan sehari-hari, Generasi Z lebih menyukai komunikasi yang bersifat interaktif, santai, autentik, dan tidak terlalu formal. Mereka juga cenderung mengutamakan komunikasi yang berlangsung secara dua arah, menghargai keterbukaan, serta lebih mudah menerima pesan yang disampaikan dengan bahasa yang sederhana, komunikatif, dan sesuai dengan pengalaman mereka.

Selain itu, Generasi Z dikenal memiliki cara berkomunikasi yang ekspresif dan kreatif. Mereka sering menggunakan bahasa gaul, istilah populer, meme, emoji, maupun humor sebagai bagian dari proses komunikasi sehari-hari, baik dalam interaksi langsung maupun melalui media digital. Bagi Generasi Z, humor bukan hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menjadi sarana untuk membangun kedekatan, mencairkan suasana, serta mengekspresikan pendapat dan identitas diri. Karakteristik tersebut menyebabkan Generasi Z lebih mudah tertarik pada konten digital yang disampaikan secara ringan, menghibur, dan relevan dengan kehidupan mereka.

Tingginya intensitas konsumsi media digital membuat Generasi Z lebih sering terpapar berbagai gaya komunikasi yang berkembang di internet, termasuk gaya komunikasi yang ditampilkan dalam podcast. Salah satu podcast yang banyak diminati adalah Podcast Grindboys, yang dikenal dengan penggunaan bahasa yang santai, humor sarkastik, penyampaian yang ekspresif, serta pembahasan yang dekat dengan kehidupan anak muda. Paparan terhadap gaya komunikasi tersebut secara terus-menerus berpotensi memengaruhi cara Generasi Z berpikir, memahami pesan,

serta membentuk pola komunikasi mereka dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan karakteristik yang dimiliki, Generasi Z merupakan kelompok yang relatif mudah menerima pengaruh dari media digital. Oleh karena itu, mereka dipandang sebagai subjek yang tepat dalam penelitian ini untuk menganalisis bagaimana gaya penyampaian konten Podcast Grindboys sebagai stimulus dapat dipersepsi dan diproses oleh audiens hingga menghasilkan respons berupa pola komunikasi. Hal tersebut sejalan dengan Teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R), yang menjelaskan bahwa pesan media yang diterima individu akan diproses terlebih dahulu sebelum memunculkan respons dalam bentuk sikap maupun perilaku komunikasi.

## **2.7 Kerangka Pemikiran**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang sangat signifikan terhadap pola konsumsi media masyarakat. Kehadiran internet sebagai bagian dari media baru (new media) telah mengubah cara individu memperoleh informasi, hiburan, maupun berinteraksi dengan orang lain. Berbeda dengan media konvensional yang bersifat satu arah, media digital memberikan ruang bagi audiens untuk terlibat secara aktif dalam proses komunikasi melalui berbagai platform seperti media sosial, video streaming, dan podcast. Perubahan tersebut menjadikan media digital tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai media yang mampu memengaruhi cara berpikir, bersikap, dan berperilaku penggunanya.

Salah satu media digital yang mengalami perkembangan pesat dalam

beberapa tahun terakhir adalah podcast. Podcast merupakan media berbasis audio maupun audio visual yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui berbagai platform digital. Keunggulan podcast terletak pada fleksibilitasnya serta kemampuannya menghadirkan pembahasan yang lebih mendalam dibandingkan media sosial berbasis teks atau gambar. Selain sebagai media hiburan, podcast juga menjadi media komunikasi yang mampu menyampaikan berbagai informasi, opini, pengalaman, maupun fenomena sosial dengan gaya penyampaian yang lebih santai dan komunikatif.

Salah satu podcast yang banyak diminati oleh Generasi Z adalah Podcast Grindboys. Podcast ini dikenal dengan gaya penyampaian yang khas melalui penggunaan bahasa yang santai, humor yang menghibur, pembawaan yang ekspresif, intonasi yang komunikatif, serta pembahasan yang dekat dengan kehidupan anak muda. Karakteristik tersebut membuat Podcast Grindboys mampu menarik perhatian audiens, khususnya Generasi Z, yang memiliki kecenderungan lebih menyukai konten yang ringan, autentik, dan mudah dipahami.

Dalam konteks komunikasi massa, keberhasilan suatu media tidak hanya ditentukan oleh isi pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh bagaimana pesan tersebut dikemas dan disampaikan kepada audiens. Gaya penyampaian merupakan salah satu unsur penting yang dapat menentukan keberhasilan proses komunikasi. Penyampaian pesan yang komunikatif, menarik, jelas, serta sesuai dengan karakteristik audiens akan lebih mudah diterima dan dipahami dibandingkan penyampaian yang monoton dan kurang menarik. Oleh karena itu, gaya penyampaian konten Podcast Grindboys dipandang sebagai salah satu faktor yang

berpotensi memengaruhi pola komunikasi para pendengarnya.

Generasi Z merupakan generasi yang lahir dan tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi digital sehingga memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Generasi ini memiliki tingkat penggunaan internet yang tinggi, aktif dalam menggunakan media sosial, serta lebih terbuka terhadap berbagai bentuk komunikasi digital. Tingginya intensitas penggunaan media digital menyebabkan Generasi Z lebih sering terpapar berbagai bentuk gaya komunikasi yang berkembang di internet, termasuk gaya komunikasi yang ditampilkan dalam Podcast Grindboys.

Paparan terhadap gaya penyampaian konten podcast secara terus-menerus memungkinkan terjadinya proses penerimaan pesan yang pada akhirnya dapat memengaruhi cara individu berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Pengaruh tersebut dapat terlihat dari penggunaan bahasa, cara menyampaikan pendapat, pemilihan diksi, ekspresi saat berbicara, maupun pola interaksi sosial yang dilakukan oleh Generasi Z. Dengan demikian, gaya penyampaian Podcast Grindboys tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga berpotensi menjadi stimulus yang mampu membentuk pola komunikasi audiens.

Penelitian ini menggunakan Teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R) yang dikemukakan oleh Carl I. Hovland sebagai landasan teori. Teori S-O-R menjelaskan bahwa komunikasi merupakan suatu proses yang diawali oleh adanya stimulus (S), kemudian diterima dan diproses oleh organism (O) sehingga menghasilkan suatu response (R). Dalam teori ini, keberhasilan suatu pesan tidak hanya ditentukan oleh pesan itu sendiri, tetapi juga oleh bagaimana individu

menerima, memahami, dan mengolah pesan tersebut sebelum akhirnya menghasilkan respons tertentu.

Pada penelitian ini, Stimulus (S) diwujudkan dalam gaya penyampaian konten Podcast Grindboys. Stimulus tersebut meliputi penggunaan bahasa yang santai, humor yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, intonasi pembicara yang jelas, penyampaian yang ekspresif, cara penyampaian yang menarik dan tidak monoton, serta topik pembahasan yang dekat dengan kehidupan Generasi Z. Karakteristik tersebut menjadi rangsangan awal yang diterima oleh audiens ketika mengonsumsi Podcast Grindboys.

Setelah menerima stimulus, akan terjadi proses pada Organism (O), yaitu proses internal yang berlangsung pada diri Generasi Z. Tahapan ini mencakup perhatian terhadap isi podcast, persepsi terhadap gaya penyampaian, pemahaman terhadap pesan yang disampaikan, ketertarikan terhadap pembahasan, serta penerimaan terhadap gaya komunikasi yang digunakan oleh pembawa acara. Organism merupakan tahapan yang sangat penting karena menentukan apakah stimulus yang diterima mampu menghasilkan pengaruh terhadap individu atau tidak. Apabila stimulus mampu menarik perhatian dan dipahami dengan baik, maka kemungkinan munculnya respons juga akan semakin besar.

Tahap terakhir adalah Response (R), yaitu perubahan yang muncul setelah individu menerima dan memproses stimulus. Dalam penelitian ini, respons diwujudkan dalam pola komunikasi Generasi Z. Pola komunikasi tersebut dapat dilihat melalui perubahan cara menyampaikan pendapat, penggunaan bahasa dalam komunikasi sehari-hari, keterbukaan dalam berkomunikasi, intensitas berinteraksi

dengan lingkungan sekitar, kepercayaan diri dalam berbicara, serta kemampuan membangun hubungan sosial. Dengan kata lain, semakin efektif gaya penyampaian Podcast Grindboys sebagai stimulus dan semakin baik proses penerimaan pesan oleh Generasi Z sebagai organism, maka semakin besar kemungkinan munculnya perubahan pada pola komunikasi sebagai response.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti, ditemukan beberapa fenomena yang menunjukkan adanya keterkaitan antara gaya penyampaian Podcast Grindboys dengan pola komunikasi Generasi Z. Sebagian responden menganggap bahwa penggunaan bahasa yang santai membuat isi podcast lebih mudah dipahami dibandingkan penyampaian yang terlalu formal. Selain itu, humor yang digunakan dianggap mampu menciptakan suasana komunikasi yang lebih akrab sehingga membuat audiens lebih tertarik mengikuti pembahasan hingga selesai.

Fenomena lainnya menunjukkan bahwa tidak sedikit Generasi Z yang mulai menggunakan istilah, gaya bahasa, maupun cara menyampaikan pendapat yang serupa dengan pembawa acara Podcast Grindboys ketika berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Namun demikian, tingkat pengaruh tersebut diduga berbeda pada setiap individu karena dipengaruhi oleh proses internal masing-masing, seperti tingkat perhatian, pemahaman, dan penerimaan terhadap pesan yang disampaikan. Oleh sebab itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui seberapa besar pengaruh gaya penyampaian konten Podcast Grindboys terhadap pola komunikasi Generasi Z.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini memandang bahwa gaya

penyampaian konten Podcast Grindboys merupakan stimulus komunikasi yang mampu memengaruhi proses psikologis Generasi Z sebagai organism, sehingga menghasilkan respons berupa perubahan pola komunikasi. Hubungan tersebut sejalan dengan Teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R) yang menjelaskan bahwa setiap stimulus yang diterima individu akan diproses terlebih dahulu sebelum menghasilkan suatu respons. Dengan demikian, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis persepsi Generasi Z terhadap gaya penyampaian konten Podcast Grindboys sebagai Stimulus (S), respons internal Generasi Z terhadap gaya penyampaian konten tersebut sebagai Organism (O), pola komunikasi Generasi Z sebagai Response (R) setelah mengonsumsi Podcast Grindboys, serta besarnya pengaruh gaya penyampaian konten Podcast Grindboys terhadap pola komunikasi Generasi Z.

Kerangka Pemikiran dalam penelitian ini menjelaskan hubungan sebab dan akibat antara variabel independen dan variabel dependen, yaitu gaya penyampaian konten Podcast Grindboys sebagai variabel X dan pola komunikasi Generasi Z sebagai variabel Y. Gaya penyampaian konten podcast dipahami sebagai cara penyampaian pesan yang meliputi penggunaan bahasa, humor, intonasi, ekspresi, serta relevansi topik dengan kehidupan audiens. Karakteristik gaya penyampaian yang santai, komunikatif, dan dekat dengan keseharian Generasi Z berpotensi meningkatkan perhatian serta keterlibatan audiens dalam menerima pesan. Dalam proses komunikasi, gaya penyampaian tersebut berfungsi sebagai stimulus yang memengaruhi bagaimana pesan dipahami, diinterpretasikan, dan diinternalisasi oleh audiens.

Selanjutnya, Generasi Z sebagai audiens akan merespons stimulus tersebut melalui proses kognitif dan afektif yang pada akhirnya memengaruhi pola komunikasi mereka. Pola komunikasi yang dimaksud mencakup cara berbicara, penggunaan bahasa sehari-hari, cara menyampaikan pendapat, serta bentuk interaksi sosial baik secara langsung maupun melalui media digital. Paparan terhadap gaya penyampaian konten podcast yang konsisten dan berulang dapat mendorong audiens untuk mengadopsi atau meniru gaya komunikasi yang mereka konsumsi, sehingga terjadi perubahan atau pembentukan pola komunikasi baru yang sesuai dengan karakteristik media tersebut.

Dengan demikian, hubungan antara kedua variabel dalam penelitian ini bersifat kausal, di mana gaya penyampaian konten Podcast Grindboys sebagai variabel independen (X) diduga memiliki pengaruh terhadap pola komunikasi Generasi Z sebagai variabel dependen (Y). Semakin menarik, relevan, dan mudah dipahami gaya penyampaian yang digunakan, maka semakin besar kemungkinan terjadinya pengaruh terhadap pola komunikasi audiens. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk menguji secara empiris sejauh mana pengaruh tersebut terjadi dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, sehingga dapat diperoleh hasil yang objektif dan terukur.

Secara teoritis, kerangka pemikiran dalam penelitian ini berlandaskan pada model *Teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R)*, di mana gaya penyampaian konten Podcast Grindboys berfungsi sebagai stimulus (rangsangan) yang diterima oleh audiens, khususnya Generasi Z. Gaya penyampaian yang mencakup penggunaan bahasa santai, humor, intonasi, serta kedekatan topik dengan

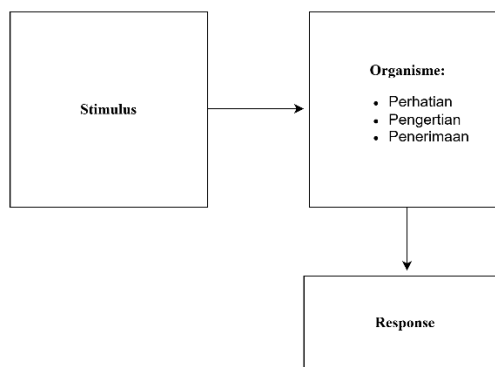
kehidupan sehari-hari menjadi faktor penting dalam menarik perhatian dan membentuk pemahaman audiens terhadap pesan yang disampaikan. Dalam hal ini, stimulus tidak hanya sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga membawa nilai-nilai komunikasi yang berpotensi diinternalisasi oleh audiens.

Selanjutnya, respon yang muncul dari Generasi Z sebagai audiens dapat berupa perubahan atau pembentukan pola komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Respon tersebut dapat dilihat melalui tiga aspek utama, yaitu aspek kognitif (peningkatan pemahaman terhadap gaya komunikasi tertentu), aspek afektif (munculnya ketertarikan atau kesukaan terhadap gaya komunikasi yang santai dan ekspresif), serta aspek konatif (kecenderungan untuk meniru atau mengadopsi gaya komunikasi tersebut dalam interaksi sosial). Dengan kata lain, paparan terhadap gaya penyampaian konten podcast yang konsisten dapat memengaruhi cara Generasi Z berbicara, berinteraksi, serta mengekspresikan diri baik secara langsung maupun melalui media digital.

Oleh karena itu, kerangka pemikiran dalam penelitian ini menggarisbawahi adanya dugaan hubungan kausal antara gaya penyampaian konten Podcast Grindboys sebagai variabel independen (X) dengan pola komunikasi Generasi Z sebagai variabel dependen (Y). Semakin menarik, komunikatif, dan relevan gaya penyampaian yang digunakan, maka semakin besar kemungkinan terjadinya pengaruh terhadap pola komunikasi audiens. Hubungan ini selanjutnya akan diuji secara empiris menggunakan pendekatan kuantitatif melalui analisis statistik untuk mengetahui tingkat pengaruh dan signifikansi hubungan antar variabel, sehingga

dapat diperoleh kesimpulan yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

### TEORI STIMULUS – ORGANISM – RESPONSE (S-O-R)



Sumber: Effendy

### Keterangan Bagan Kerangka Pemikiran

Bagan kerangka pemikiran di atas menggambarkan hubungan antar konsep penelitian berdasarkan Teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R) yang dikemukakan oleh Carl I. Hovland. Teori ini menjelaskan bahwa proses komunikasi diawali dengan adanya Stimulus (S) berupa rangsangan yang diterima oleh individu. Dalam penelitian ini, stimulus tersebut adalah gaya penyampaian konten Podcast Grindboys yang mencakup penggunaan bahasa yang santai, humor yang relevan, intonasi yang jelas, penyampaian yang ekspresif, cara penyampaian yang menarik, serta topik yang dekat dengan kehidupan Generasi Z. Gaya penyampaian tersebut menjadi rangsangan utama yang diterima oleh audiens ketika mengonsumsi konten Podcast Grindboys.

Setelah menerima stimulus, terjadi proses Organism (O), yaitu proses internal yang berlangsung dalam diri Generasi Z. Pada tahap ini, individu memberikan perhatian terhadap konten, membentuk persepsi, memahami pesan yang disampaikan, merasakan ketertarikan terhadap isi pembahasan, serta menerima gaya komunikasi yang digunakan oleh pembawa acara Podcast Grindboys. Tahap organism menunjukkan bahwa pengaruh suatu pesan tidak terjadi secara langsung, melainkan melalui proses psikologis yang menentukan bagaimana pesan tersebut dipahami dan diterima oleh audiens.

Tahap selanjutnya adalah Response (R), yaitu respons yang muncul setelah Generasi Z menerima dan mengolah stimulus. Dalam penelitian ini, respons diwujudkan dalam pola komunikasi Generasi Z, yang tercermin melalui cara menyampaikan pendapat, penggunaan bahasa dalam komunikasi sehari-hari, keterbukaan dalam berkomunikasi, intensitas berinteraksi dengan orang lain, kepercayaan diri saat berbicara, serta kemampuan membangun hubungan sosial. Respons tersebut merupakan hasil dari proses komunikasi yang terjadi setelah audiens mengonsumsi konten Podcast Grindboys.

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, penelitian ini mengasumsikan bahwa semakin positif gaya penyampaian konten Podcast Grindboys sebagai Stimulus (S), maka semakin baik proses penerimaan pesan oleh Generasi Z sebagai Organism (O). Proses tersebut selanjutnya akan menghasilkan Response (R) berupa kecenderungan perubahan atau penguatan pola komunikasi Generasi Z. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi Generasi Z terhadap gaya penyampaian konten Podcast Grindboys sebagai stimulus, respons internal

Generasi Z sebagai organism, pola komunikasi Generasi Z sebagai response setelah mengonsumsi Podcast Grindboys, serta besarnya pengaruh gaya penyampaian konten Podcast Grindboys terhadap pola komunikasi Generasi Z.

## 2.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini disusun berdasarkan asumsi teoritis bahwa gaya penyampaian konten merupakan salah satu bentuk stimulus dalam komunikasi massa, khususnya pada media digital seperti podcast. Gaya penyampaian yang meliputi penggunaan bahasa, humor, intonasi, serta cara penyampaian pesan menjadi faktor penting dalam menentukan bagaimana pesan diterima dan dipahami oleh audiens. Dalam konteks ini, gaya penyampaian konten Podcast Grindboys dipandang sebagai stimulus yang dapat memengaruhi Generasi Z sebagai audiens. Berdasarkan model *Teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R)*, stimulus berupa gaya penyampaian konten tersebut akan memunculkan respon dari audiens yang dapat dilihat dalam aspek kognitif, afektif, dan konatif. Respon kognitif berkaitan dengan pemahaman terhadap gaya komunikasi yang disampaikan, respon afektif berkaitan dengan ketertarikan atau preferensi terhadap gaya tersebut, sedangkan respon konatif berkaitan dengan kecenderungan untuk meniru atau mengadopsi gaya komunikasi dalam kehidupan sehari-hari.

Oleh karena itu, penelitian ini merumuskan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara gaya penyampaian konten Podcast Grindboys terhadap pola komunikasi Generasi Z, yang berarti semakin menarik dan efektif gaya penyampaian yang digunakan, maka semakin besar pengaruhnya

terhadap pola komunikasi audiens. Sebaliknya, hipotesis nol ( $H_0$ ) menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara gaya penyampaian konten Podcast Grindboys terhadap pola komunikasi Generasi Z. Hipotesis ini akan diuji menggunakan pendekatan kuantitatif melalui analisis statistik, seperti uji regresi, dengan membandingkan nilai signifikansi terhadap tingkat kesalahan yang telah ditentukan. Apabila hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis alternatif ( $H_1$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara kedua variabel. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima. Dengan demikian, pengujian hipotesis ini bertujuan untuk mengungkap secara empiris apakah gaya penyampaian konten Podcast Grindboys benar-benar berpengaruh terhadap pola komunikasi Generasi Z, serta seberapa besar tingkat pengaruh tersebut berdasarkan data yang diperoleh dari responden.