

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Najwa Shihab muncul sebagai figur penting dalam jurnalisme modern di tengah lanskap media digital Indonesia yang dinamis. Dengan pengalamannya sebagai jurnalis, Najwa Shihab telah membangun reputasi yang kuat di berbagai *platform* media, seperti TV dan YouTube. Bisa menjangkau audiens yang luas, menjadikannya studi kasus yang menarik untuk mempelajari bagaimana jurnalisme berubah di era digital.

Najwa Shihab, seorang jurnalis senior yang berhasil di acara *talkshow Mata Najwa* dan keahliannya dalam memperkenalkan program ke televisi nasional, telah memberinya berbagai jenis penghargaan. Najwa Shihab memenangkan penghargaan pada tahun 2006 sebagai jurnalis terbaik *Metro TV*. Pada tahun yang sama, Najwa Shihab terpilih sebagai peserta seminar senior di Amerika Selatan, dan pada tahun yang sama Najwa Shihab adalah juru bicara di acara *Dell Asia American Journalists Association Convention*. Pada tahun 2007, penghargaan *Panasonic* Najwa Shihab dinominasikan untuk *Panasonic Award* oleh *Asian Television Award*. Pada 2010, Najwa Shihab dimasukkan dalam nominasi untuk *Panasonic Award* dalam kategori Moderator Berita Terbaik. Pada tahun 2011, Najwa Shihab dianugerahi Penghargaan Pemimpin Global Muda, yang disponsori oleh *World Economic Forum* (WEF). di tahun Najwa Shihab mendapatkan penghargaan *The Influential Women of The Year* dari *Ellie Magazine*, di tahun yang sama Najwa Shihab mendapat penghargaan *Most*

*Progressive Figure* dari *Forbes Magazine*. Di tahun 2019 Najwa Shihab mendapat penghargaan *Australian Alumni Award for Journalism and Media* Pada 2019 yang sama ia mendapatkan penghargaan *Nasional Award for Journalistic Contribution to Democracy*. Selain penghargaan, Najwa Shihab telah ditunjuk sebagai Duta Besar Indonesia dari Perpustakaan Nasional Indonesia sebagai Duta Besar Indonesia<sup>1</sup>.

Karier Najwa Shihab berkembang seiring dengan langkah pertamanya di bidang jurnalisme kemampuannya untuk melangkah lebih jauh. Sebelumnya dikenal sebagai *PT Narasi Citra Sahwahita*, kini lebih dikenal dengan sebutan *Narasi TV*<sup>2</sup>. *Narasi TV* didirikan sejak tahun 2018. Dengan konsep awal idenya berasal dari Najwa Shihab yang juga selaku *Co Founder Narasi*. Empat bulan berjalan, kanal YouTube *Najwa Shihab* berhasil memperoleh 250 ribu pengikut dan mendapat *silver button*. Saat ini, jumlah pengikut akun YouTube-nya telah menembus 10,4 juta. Dalam kurun waktu 7 tahun *Narasi TV* berhasil menyentuh jutaan *viewers* dari seluruh konten yang dipublikasikan.

Berbagai video yang disajikan YouTube *Najwa Shihab* menggunakan pendekatan jurnalistik. Konten yang disajikan dalam *Narasi TV* YouTube *Najwa Shihab* membahas beberapa tema kekinian yang terbagi dalam sebuah *playlist* diantaranya adalah *Menuju Pemilu 2024*, *Mata Najwa in Collaboration With Tri*, *Mata Najwa #MelihatLebihDekat*, *Musyawarah, Shihab & Shihab Edisi Ramadhan*, *Mata Najwa 2021 II*, *Surat Untuk Najwa*, *Highlight Mata Najwa*,

<sup>1</sup> Dewi, Ni Kadek Trisna Cintya, "Perjalanan karier Najwa Shihab hingga sederet penghargaanannya" Artikel Tempo.co 16/09/2024., <https://www.tempo.co/hiburan/perjalanan-karier-najwa-shihab-hingga-sederet-penghargaannya-9088>.

<sup>2</sup> Profil Tokoh, "Biografi Najwa Shihab, sosok perempuan yang isnpiratif" Artikel Kumparan.com 07/11/2024., <https://kumparan.com/profil-tokoh/biografi-najwa-shihab-sosok-perempuan-yang-inspiratif-23rTi3Fuo61>.

*Mata Najwa, Lesson Learned, Janji Temu, Sisi Lain, Special Project, Quick Answer, Orang Dalam, Langkah Pertama, Enaknya Diobrolin, Cerita Pandemi, #PSSIBisaApa, Buka Buku, Duo Budjang, Mau Tahu, Mata Mata, Pilihan Ganda, Tompi & Glenn, Buka Mata, Catatan Najwa, Kejar Tayang.*

Berinduk dari *Narasi TV*, sebuah perusahaan perintis Indonesia yang bergerak di bidang liputan berita dan media massa. Perusahaan ini awalnya merupakan rumah produksi untuk acara-acara oleh Mata Najwa sebelum di-*rebranding* menjadi sebuah program digital yang telah disiarkan sejak 2022. Selama perkembangannya, berita-berita tersebut tidak hanya dikemas dengan produksi Najwa Shihab. YouTube Najwa Shihab membuat konten jurnalistik dalam bentuk video, diskusi, laporan, paket film dokumenter, opini, dan interaktif spasial. Kandungan Najwa Shihab dalam konsultasi konten adalah sebuah konsep yang dirancang untuk membahas isu-isu dan masalah terkini yang dikemas dengan cara yang tidak monoton.

Jurnalisme digital menggunakan berbagai *platform*, termasuk situs web, media sosial, dan aplikasi seluler, dan menawarkan pendekatan yang berbeda dibandingkan dengan jurnalisme konvensional. Dalam era digital, media massa dapat digunakan sebagai sarana komunikasi yang kreatif dan dinamis. Jaringan acara diskusi sangat cocok untuk program radio dan televisi karena dapat menampilkan hal-hal yang berguna dalam bentuk terbarunya. Salah satu fitur utama dari jurnalisme digital adalah aksesibilitas, yang memungkinkan pemirsa untuk mengakses pesan secara langsung melalui berbagai perangkat seperti *smartphone* dan komputer. Algoritma pembacaan lebih sederhana dan berperan

dalam membuat informasi yang penting bagi semua pengguna (Hikmat, 2018: 45-55).

Keberadaan kanal YouTube *Najwa Shihab* mencerminkan fenomena unik dalam ekosistem konten digital. Berbeda dengan kanal YouTube lainnya, yang memungkinkan hanya berfokus pada hiburan semata, kanal *Najwa Shihab* memberikan materi yang berharga dan analitis dengan cara yang jelas dan langsung. Sebagai seorang jurnalis, Najwa Shihab mampu menyajikan informasi dalam gaya audiovisual yang menghibur dan lebih unggul dibandingkan media cetak tradisional. Kemampuannya untuk memilih dan menyampaikan frasa yang tepat dengan efektif sangat menarik bagi audiens<sup>3</sup>. Ini menandakan bahwa materi Najwa Shihab bernilai dan memiliki dampak yang baik. Selain itu, program-program Najwa membuat perbedaan, seperti diskusi dengan pejabat pemerintah yang dapat ditonton langsung oleh penonton studio dan mendatangkan *public figure*.

*Platform* media sosial seperti X, Instagram, dan YouTube telah menjadi kanal penting untuk penyebaran berita, seringkali dalam bentuk singkat seperti infografis atau video pendek. Dengan kemajuan internet yang terus berkembang, media sosial memainkan peran penting dalam menyediakan *platform* untuk pertukaran informasi dan interaksi. Dalam konteks ini, YouTube telah berkembang sebagai *platform* berbagi video yang menghubungkan orang-orang dari berbagai latar belakang geografis dan media sosial, yang merupakan seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi modern yang memungkinkan

---

<sup>3</sup> Widiarini AD & Noviyanti S, "Mau jago public speaking? Simak dulu tips ini" Artikel Kompas.com 18/02/2020., <https://edukasi.kompas.com/read/2020/02/18/18090071/mau-jago-public-speaking-simak-dulu-tips-ini>.

berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak dapat diakses oleh masyarakat umum (Brogan, C., 2010: 11).

YouTube tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi tetapi juga mendorong penyampaian informasi yang berkualitas dan relevan kepada komunitas global. Penggunaan YouTube telah melampaui tujuan awalnya. Saat ini, *platform* ini adalah alat yang efektif untuk menyebarkan informasi. YouTube memungkinkan penyedia layanan untuk membuat dan mendistribusikan konten yang bermanfaat, informatif, dan menarik bagi audiens yang lebih besar.

Informasi yang beredar di media sosial sering kali mengandung berita palsu, rumor, kebohongan, ujaran kebencian, serta aib dan keburukan seseorang. Konten semacam itu sering diunggah untuk mendapatkan popularitas sementara, seperti simpati, suka, komentar, peluang kerja, fasilitas provokasi, atau manfaat politik dan ekonomi. Oleh karena itu, moderator perlu memiliki gaya komunikasi yang tak terbantahkan yang mudah diterima oleh audiens mereka. Penggunaan bahasa dan penyampaian informasi harus dirancang dengan cermat untuk menyampaikan makna dan interpretasi spesifik yang disampaikan oleh baik pendukung maupun penentang topik tersebut. Gaya komunikasi Najwa Shihab dapat menarik dan membangkitkan rasa ingin tahu publik, terutama di kalangan anak muda.

Para peneliti menemukan berbagai gaya komunikasi yang digunakan baik secara verbal maupun nonverbal. Analisis yang dilakukan mencakup bagaimana Najwa Shihab mengungkapkan pandangannya, menanggapi kritik, dan mengelola argumen. Dalam artikel ini, para peneliti juga menentukan bagaimana konten

konseling antara tamu dan penonton berinteraksi dan bagaimana pembawa acara membentuk hubungan melalui komunikasi verbal dan nonverbal. Ketika berkomunikasi, orang tidak dapat dipisahkan dari gaya komunikasi mereka. Ini dapat dilihat dari bagaimana seseorang menggunakan kata-kata, bahasa, retorika, dan pilihan bahasa tubuh. Tergantung pada situasi dan kondisi, setiap orang memiliki gaya komunikasi yang berbeda, sehingga setiap orang dapat memiliki gaya komunikasi yang berbeda. Di antara berbagai gaya komunikasi yang tersedia, komunikator telah memilih gaya komunikasi yang sesuai dengan situasi, sehingga ketika pesan disampaikan, respon dan jawaban yang benar akan menerima tanggapan yang baik sesuai dengan hasil yang diinginkan. Tujuan komunikasi tidak tercapai karena pilihan gaya komunikasi yang tidak tepat menyebabkan gangguan dan menciptakan kesan yang tidak menguntungkan dalam proses komunikasi (Puspitasari & Fatikh, 2021:2). Sangat bijaksana untuk selalu memilih kamus yang tepat. Pilihan kata/lisan ini penting. Kesamaan ide tidak selalu menyampaikan kesan yang sama ketika diungkapkan dalam kamus yang berbeda (Rakhmat. J., 2006: 61).

YouTube *Najwa Shihab* mampu memberikan pandangan terhadap penulis mengenai gaya komunikasi seorang pembawa acara harus memiliki karakteristik tersendiri, namun dalam penyampaian informasi tetap sesuai dengan fakta dan kejadian yang ada, dengan pendekatan yang santai dan tidak monoton menjadikan konten edukatif terlihat lebih menarik. Hal tersebut menjadikan alasan penulis ingin melakukan sebuah penelitian pada konten *Musyawaharah* untuk mencermati informasi yang disajikan oleh kanal YouTube *Najwa Shihab* dan bagaimana

proses penyampaian pesan dalam konten video tersebut. Fokus penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis bagaimana gaya komunikasi yang dilakukan Najwa Shihab sebagai pembawa acara utama pada YouTube *Najwa Shihab* di konten *Musyawarah*, juga bertujuan untuk menganalisis bagaimana kanal YouTube *Najwa Shihab* bekerja hingga terbentuknya kepercayaan publik terhadap kanal YouTube tersebut. Berdasarkan latar belakang tersebut maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul "Gaya Komunikasi Najwa Shihab (Analisis Naratif Konten *Musyawarah* YouTube *Najwa Shihab*)".

## 1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini membahas tentang bagaimana gaya komunikasi yang digunakan oleh Najwa Shihab pada konten *Musyawarah*. Penulis menyadari bahwasannya konten *Musyawarah* ini mengangkat berita-berita hangat dengan penyampaian yang lebih santai. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang dan judul penelitian di atas juga dengan menggunakan konsep yang dikembangkan oleh Robert W. Norton penulis mengungkapkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- A. Bagaimana gaya komunikasi verbal yang dilakukan Najwa Shihab dalam konten *Musyawarah* di kanal YouTube *Najwa Shihab*?
- B. Bagaimana gaya komunikasi nonverbal yang dilakukan Najwa Shihab dalam konten *Musyawarah* di kanal YouTube *Najwa Shihab*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang sudah disebutkan di atas. Maka adanya penelitian ini tentu memiliki beberapa tujuan diantaranya:

- A. Mengetahui gaya komunikasi verbal yang dilakukan Najwa Shihab dalam konten *Musyawah* di kanal YouTube *Najwa Shihab*.
- B. Mengetahui gaya komunikasi nonverbal yang dilakukan Najwa Shihab dalam konten *Musyawah* di kanal YouTube *Najwa Shihab*.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

#### 1.4.1 Kegunaan Akademis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat berguna dan memberikan kontribusi positif bagi pengembangan wawasan dan pengetahuan Ilmu Komunikasi, serta memberikan sumbangsih terhadap bidang keilmuan Jurnalistik. Selain itu, penelitian ini diharapkan nantinya dapat menjadi salah satu referensi dari penelitian terkait analisis gaya komunikasi pembawa acara yang memiliki latar belakang sebagai jurnalis khususnya di media sosial dan bagaimana kepercayaan publik terbentuk terhadap suatu media digital.

#### 1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan bahan masukan bagi mahasiswa, terutama mahasiswa Ilmu Komunikasi khususnya bidang Jurnalistik. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran wacana analisis gaya komunikasi yang dilakukan pembawa acara yang bagaimana suatu media digital dapat membentuk dan mendapat kepercayaan publik.

## 1.5 Landasan Pemikiran

### 1.5.1 Landasan Teori

Komunikasi antarpribadi dalam bukunya, Alo Liliweri menjelaskan bahwa gaya komunikasi bisa menjadi cara bagi seseorang untuk menyampaikan pesan. Gaya komunikasi Robert W. Norton menggabungkan aspek verbal dan nonverbal yang menyampaikan makna pesan dan membantu memahaminya dengan tepat. Komunikasi itu sendiri adalah sebuah aktivitas manusia yang bertujuan untuk memahami pesan orang lain antara pengirim dan penerima, yang mengarah pada umpan balik atau dampak dari komunikasi. Selain pertukaran pesan, komunikasi juga merupakan proses yang berpengaruh, di mana orang lain mencoba mempengaruhi, mengundang, atau memengaruhi orang lain, dan membuat mereka melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang disampaikan.

Memahami gaya komunikasi seseorang membuat lebih mudah untuk mencatat dan memahami pesan yang disampaikan selama proses interaksi. Hubungan antara komunikasi verbal dan nonverbal mencakup data yang saling melengkapi di mana komunikasi verbal memberikan data yang jelas dan tegas, sedangkan komunikasi nonverbal mencakup makna emosional atau memperkuat pesan verbal.

Menurut penulis komunikasi verbal dan nonverbal ini cocok untuk digunakan dalam penelitian yang mengacu pada gaya komunikasi yang digunakan oleh Najwa Shihab dalam konten *Musyawah*, dimana dalam hubungan ini komunikasi verbal sebagai kerangka utama untuk sebuah narasi sedangkan komunikasi nonverbal memperkaya narasi tersebut dengan memberikan dimensi

emosional dan visual, dalam komunikasi nonverbal peneliti lebih merujuk pada bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan intonasi suara.

Dalam penelitian ini analisis naratif konten membantu peneliti memahami bagaimana komunikasi verbal dan nonverbal Najwa Shihab menciptakan cerita yang koheren dan menarik dalam konten *Musyawarah* melalui interaksi dengan narasumber, struktur diskusi, dan pesan yang disampaikan, dari analisis ini dapat membantu mencari tahu bagaimana gaya komunikasi seorang Najwa Shihab dalam menyampaikan pesannya, menganalisis bagaimana Najwa Shihab menggunakan teknik bercerita untuk menyampaikan informasi dan memengaruhi audiens. Kemudian yang menjadi variabel pendukung dalam meneliti gaya komunikasi Najwa Shihab yaitu melalui konten *Musyawarah* pada kanal YouTube *Najwa Shihab*.

## 1.5.2 Landasan Konseptual

### 1.5.2.1 Gaya Komunikasi

Dalam konteks ini, Najwa Shihab dianggap sebagai komunikator strategis yang menggunakan berbagai aspek gaya komunikasi untuk menyampaikan pesan baik secara verbal maupun nonverbal, serta untuk menjalin hubungan baik dengan audiens. Gaya komunikasi Najwa Shihab tidak hanya dianggap sebagai ciri khas, tetapi juga sebagai produk dari proses koordinasi dengan *platform* YouTube dan kebutuhan audiens digital<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Tempo.co, "Najwa Shihab dan duta YouTube creators kampanye perubahan sosial" Artikel Tempo.co 13/06/2020., [https://www.tempo.co/hiburan/najwa-shihab-dan-duta-youtube-creators-kampanye-perubahan-sosial-612335?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.tempo.co/hiburan/najwa-shihab-dan-duta-youtube-creators-kampanye-perubahan-sosial-612335?utm_source=chatgpt.com).

a. Verbal

Simbol atau pesan verbal mencakup segala jenis simbol yang terdiri dari satu kata atau lebih. Bahasa juga dapat dipandang sebagai sebuah sistem kode verbal. Gaya komunikasi yang dilakukan secara verbal dicirikan sebagai berikut: Pertama, diksi atau pilihan katanya menunjukkan penguasaan bahasa yang baik dan kemampuan untuk menyampaikan gagasan kompleks secara ringkas. Kedua, struktur kalimat yang digunakan cenderung jelas dan mudah diikuti, menghindari penggunaan kalimat yang berbelit-belit. Ketiga, kemampuan artikulasinya memungkinkan pesan tersampaikan dengan presisi dan minim ambiguitas. Singkatnya, gaya verbal Najwa Shihab mencerminkan profesionalisme dan orientasi pada kejelasan informasi. dengan memahami gaya komunikasi seseorang akan mudah memahami pesan yang akan disampaikan Larry L. Barker dan Edi Harahap mengelompokkan beberapa aspek-aspek dalam komunikasi menjadi 3 jenis, yaitu.

Fungsi penamaan atau pelabelan (*naming atau labeling*), berkaitan dengan upaya untuk mengenali dan mengidentifikasi objek, tindakan, atau individu dengan menyebutkan namanya, sehingga hal tersebut dapat dirujuk dalam proses komunikasi. Fungsi interaksi (*interaction*), menyoroti peran bahasa dalam menyampaikan berbagai gagasan dan perasaan yang mampu memicu respons seperti simpati, pengertian, kemarahan, maupun kebingungan. Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain, yang dikenal sebagai fungsi transmisi informasi (*information transmission*), keistimewaan bahasa dalam fungsi ini adalah kemampuannya untuk menghubungkan masa lalu, masa kini, dan

masa depan, sehingga memungkinkan kelangsungan budaya dan tradisi dari generasi ke generasi.

b. Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah bentuk komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata, melainkan melalui isyarat atau tanda-tanda. Komunikasi jenis ini sering digunakan untuk mengungkapkan perasaan dan emosi seseorang. Jika pesan yang diterima melalui sistem nonverbal kurang kuat, maka kita cenderung mencari tanda-tanda nonverbal lain sebagai pelengkap atau penegas pesan tersebut.

Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan dalam konteks komunikasi, kecuali rangsangan verbal, yang dihasilkan oleh individu serta penggunaan lingkungan yang memiliki nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima. Sendjaja mendefinisikan komunikasi nonverbal sebagai komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata, melainkan melalui gejala-gejala seperti gerak-gerik, sikap tubuh, ekspresi wajah, penggunaan pakaian simbolik, isyarat, dan elemen serupa yang tidak melibatkan bahasa lisan maupun tulisan.

Onong berpendapat bahwa komunikasi nonverbal melibatkan gejala-gejala yang sama dengan Sendjaja, seperti gerak-gerik, sikap tubuh, ekspresi wajah, pakaian yang bersifat simbolik, isyarat, dan elemen-elemen lain yang tidak menggunakan bahasa lisan maupun tulisan. Samovar dan Porter memperluas definisi dengan menyatakan bahwa komunikasi nonverbal mencakup semua

rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam konteks komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu tersebut.

Gaya komunikasi nonverbal Najwa Shihab mencerminkan profesionalisme. dengan memahami gaya komunikasi seseorang akan mudah memahami pesan tersirat yang akan disampaikan Jalaluddin Rakhmat mengelompokkan beberapa aspek-aspek dalam gaya komunikasi dibagi menjadi 6 jenis, yaitu.

Pesan fasial yang menggunakan ekspresi wajah untuk menyampaikan arti tertentu; berbagai penelitian mengidentifikasi setidaknya sepuluh jenis ekspresi wajah yang umum, seperti kebahagiaan, keterkejutan, ketakutan, kemarahan, kesedihan, rasa jijik, penolakan, minat, kekaguman, dan tekad.

Pesan gestural yang melibatkan gerakan anggota tubuh seperti mata dan tangan untuk mengkomunikasikan makna, pesan postural yang berkaitan dengan posisi dan sikap tubuh secara keseluruhan. Pesan postural dapat menyampaikan beberapa makna, antara lain: *immediacy* (menunjukkan rasa suka atau tidak suka terhadap orang lain, misalnya dengan tubuh yang condong ke arah lawan bicara menandakan ketertarikan), *power* (menggambarkan status atau kekuasaan komunikator melalui postur tubuh), dan *responsiveness* (reaksi emosional yang dapat positif atau negatif, di mana postur yang tidak berubah menunjukkan sikap tidak responsif).

Pesan proksemik yang disampaikan melalui pengaturan jarak dan ruang untuk menunjukkan tingkat keakraban antarindividu. Pesan artifaktual disampaikan lewat penampilan fisik, seperti pakaian dan kosmetik, yang mencerminkan citra tubuh dan dapat memberikan sinyal tertentu dalam

komunikasi nonverbal. Contohnya, seorang wanita pekerja seks komersial dapat menggunakan kostum dan parfum sebagai bentuk komunikasi nonverbal yang mengundang perhatian lawan jenis.

Pesan paralinguistik adalah aspek nonverbal yang berkaitan dengan cara penyampaian pesan verbal, seperti intonasi, volume, dan nada suara. Sebuah pesan verbal yang sama bisa memiliki arti berbeda tergantung pada bagaimana cara pengucapannya.

#### **1.5.2.2 Analisis Naratif**

Penelitian ini tidak hanya berfokus pada aspek persuasif dari gaya komunikasi Najwa Shihab. Penelitian ini juga mengakui pentingnya narasi dalam membentuk makna dan memengaruhi audiens. Oleh karena itu, penelitian ini mengadopsi pendekatan analisis naratif untuk mengurai bagaimana Najwa Shihab membangun cerita dan menyampaikan pesan melalui konten *Musyawarah*.

### **1.6 Langkah-Langkah Penelitian**

#### **1.6.1 Analisis Naratif**

Fokus pembahasan pada penelitian ini adalah gaya komunikasi Najwa Shihab sebagai pembawa acara di kanal YouTube Najwa Shihab pada konten *Musyawarah*.

#### **1.6.2 Paradigma dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif yang relevan karena judul penelitian mengenai studi naratif dimana penelitian ini nantinya berfokus pada bagaimana Najwa Shihab sebagai pembawa acara utama memberikan makna pada interaksi komunikatif.

Seperti yang tertera pada judul pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dimana pendekatan ini berfokus pada bagaimana informasi atau narasi cerita dibentuk dalam konteks komunikasi. Dalam pendekatan ini nantinya penulis akan menganalisis bagaimana Najwa Shihab menyusun narasi dalam dialognya, serta bagaimana narasi tersebut dapat menciptakan makna bagi audiens.

### **1.6.3 Metode Penelitian**

Dalam penelitian kualitatif metode analisis naratif sangat relevan untuk digunakan untuk meneliti bagaimana suatu informasi disusun menjadi sebuah cerita, bagaimana peristiwa atau interaksi terjalin dalam percakapan, dan bagaimana gaya komunikasi menciptakan makna melalui narasi yang disampaikan Najwa Shihab dalam konten *Musyawah*. Bagian terpenting yang dapat dikaji dalam analisis ini adalah struktur cerita, tema-tema utama, dan cara Najwa Shihab mengelola narasi dalam konteks dialog publik.

Penelitian naratif merupakan penelitian baru, cara untuk membangun hubungan dengan disiplin ilmu seperti studi budaya dan sastra (Squire & et.al, 2014: 1). Narasi adalah rangkaian simbol dengan menggunakan tulisan, lisan, atau bentuk visual lainnya.

Analisis naratif memiliki beberapa pendekatan, antara lain analisis naratif dengan model Propp dan model Aktan yang dikembangkan oleh Greimas. Model Aktan merupakan bentuk sederhana dari model Prop dengan melihat karakter melalui beberapa fungsi, diantaranya, subjek, objek, pengirim, penerima, dan halangan (Srimayasandy, 2023: 41).

## **1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data**

### **1.6.4.1 Jenis Data**

Unit analisis pada penelitian ini dilakukan pada transkrip dan konten-konten dalam kanal YouTube Najwa Shihab segmentasi konten *Musyawarah* dengan tujuan untuk mengetahui gaya komunikasi Najwa Shihab dan makna penyajian konten di kanal YouTube tersebut.

### **1.6.4.2 Sumber Data**

#### **a. Data Primer**

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah konten *Musyawarah* yang berupa transkrip percakapan dan observasi video yang ditayangkan di kanal YouTube *Najwa Shihab* serta menjadi bagian dari YouTube *Narasi TV*.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari sumber lain yang sudah tersedia, diantaranya yaitu artikel yang berkaitan, buku literatur, karya tulis lain yang telah dipublikasi di internet, dan dalam bentuk lainnya sebagai pendukung penulisan karya ilmiah ini.

## **1.6.5 Unit Analisis**

Peneliti membatasi objek yang diteliti sesuai dengan sumber data primer. Informasi tambahan yang bisa digunakan dalam penelitian ini, penulis menganalisis narasi yang terjalin antara Najwa Shihab sebagai pembawa acara dan bintang tamu dalam konten tersebut.

Adapun unit analisis pada penelitian ini adalah konten *Musyawarah* dalam YouTube *Najwa Shihab*.

#### **1.6.6 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik dalam pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan analisis naratif terhadap konten *Musyawarah* dan studi pustaka.

##### **1.6.6.1 Analisis Naratif**

Pada penelitian ini langkah awal dalam teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah analisis naratif konten *Musyawarah*. Analisis ini dilakukan untuk mendapat gambaran terhadap karakteristik isi dari konten yang diteliti. Analisis naratif merupakan salah satu teknik analisis data kualitatif yang digunakan dalam penelitian yang membahas isi suatu informasi secara mendalam baik secara tertulis maupun melalui media massa.

Dalam penelitian ini analisis naratif dilakukan dengan menonton dan mencatat konten *Musyawarah*, mentranskrip dialog dan deskripsi visual, mengidentifikasi elemen-elemen naratif, menganalisis gaya komunikasi Najwa Shihab (verbal dan nonverbal), menghubungkan gaya komunikasi Najwa Shihab dengan pembentukan narasi dan pesan yang disampaikan.

##### **1.6.6.2 Studi Pustaka**

Langkah kedua dalam teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis adalah dengan melakukan studi pustaka, dimana penulis mendapat informasi melalui data-data yang telah ada baik melalui situs internet, penelitian terdahulu dengan pembahasan yang serupa, melalui karya literatur yang dihasilkan oleh objek penelitian.

### **1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data**

Teknik keabsahan data ini dilakukan sebagai langkah untuk memastikan bahwa data yang telah diperoleh dapat dipercaya, akurat, dan sesuai dengan fakta. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan dalam memastikan keabsahan data dengan ketercukupan referensial, dengan teknik ini peneliti memastikan bahwa data yang digunakan cukup untuk mendukung kesimpulan, jika data yang dikumpulkan kurang, hasilnya mungkin tidak valid.

### **1.6.8 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data merupakan langkah yang sistematis dalam mengumpulkan data untuk mempermudah penelitian dalam menarik kesimpulan. Analisis data disebut juga sebagai pengolahan data ataupun penafsiran data. Analisis data adalah sebuah rangkaian kegiatan untuk menelaah, mengelompokkan, sistematisasi, penafsiran serta verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki sebuah nilai sosial, akademis dan ilmiah.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif memiliki empat tahap yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan yang terakhir tahap penarikan kesimpulan dan verifikasi. Tujuan dari analisis data adalah untuk menyederhanakan data dalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca dan diinterpretasikan.