

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Youtube merupakan *new media* (media baru) dengan situs yang memiliki tujuan memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi video, sumber informasi, pendidikan, atau sebagai hiburan. Menurut data yang diunggah *We Are Social* pada Oktober 2023 *youtube* berada di urutan kedua di dunia dan urutan keempat di Indonesia sebagai *platform* yang sering digunakan¹. Di era digital saat ini banyak individu, kelompok dan berbagai perusahaan memanfaatkan *youtube* sebagai sarana untuk melakukan proses komunikasi sesuai ide kreatifnya berbentuk video kepada khalayak luas, salah satunya dalam bentuk *talkshow*.

Talkshow merupakan program bincang-bincang antara satu orang atau lebih yang dipandu oleh *host* untuk membahas suatu topik yang telah ditentukan. Narasumber yang menjadi bintang tamu dalam acara tersebut merupakan orang yang memiliki nilai berita atau pengalaman yang berkaitan dengan topik yang dibahas. Menurut (Susanti, 2012:38-39) *talkshow* adalah pertunjukkan bincang-bincang yang menunjukkan suatu topik dengan konsep yang dirancang sebaik mungkin.

Sukses atau tidaknya suatu acara dapat dilihat dari bagaimana seorang *host* membawakan atau memandu acara tersebut. Komunikasi memiliki kekuatan untuk

¹<https://wearesocial.com/id/blog/2023/10/digital-2023-october-global-statshot-report/> diakses pada 28 Februari 2024

mempengaruhi khalayak dalam melakukan sesuatu, maka kemampuan manusia dalam berkomunikasi sangat diperlukan ketika hendak melakukan interaksi dengan manusia lain, baik dengan individu atau kelompok. Komunikasi yang terjadi setidaknya memiliki makna yang sama antara komunikator dan komunikan. Menurut (Effendy, 2001:23) komunikasi merupakan pengalihan informasi dari individu atau kelompok kepada individu atau kelompok lainnya menggunakan simbol. Dengan adanya komunikasi maka memudahkan setiap orang dalam bertukar informasi, sikap, ide, maupun gagasan.

Dalam melakukan komunikasi, setiap orang tidak lepas dari gaya komunikasi yang digunakan. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana seseorang dalam pemilihan kata, bahasa, retorika (*verbal*) dan bahasa tubuhnya (*nonverbal*). Setiap individu memiliki gaya komunikasi yang berbeda biasanya tergantung pada situasi dan kondisi yang sedang dihadapi. Gaya komunikasi sangat penting untuk mempengaruhi khalayak pendengar sehingga *host* harus mampu melafalkan kata dengan tepat dan jelas, artinya *host* dituntut bersikap tegas dan lugas serta memiliki bahasa tubuh yang sesuai, berwawasan yang luas serta kemahiran dan *skill* yang harus dilatih dengan ketekunan dan pengalaman praktik yang panjang sehingga tidak diragukan lagi kemahirannya. Menjadi seorang *host* tidak hanya mengandalkan paras atau dapat berbicara di depan umum, tetapi lebih dari itu. Selain itu, seorang *host* harus menguasai topik yang dibahas, seperti bidang ekonomi, politik, budaya, atau masalah sosial kemasyarakatan dan isu-isu *human interest* lainnya.

Dalam membuat sebuah tayangan selain konsep yang dikemas dengan kreatif dan informatif mengenai isu-isu masa kini yang sedang *hype*, gaya komunikasi menjadi faktor penting dalam membawakan suatu acara, komunikasi yang menarik dan mudah dipahami serta gaya komunikasi yang tidak *monotone* membuat khalayak tertarik sehingga mengikuti program tersebut sampai akhir.

Untuk mendapatkan ketertarikan dan minat dari khalayak, seorang *host* tentu memiliki strategi dalam membangun suasana agar menarik bagi khalayak, seperti nada bicara, intonasi, pelafalan, humor, komunikatif, dan kesamaan perilaku.

Penelitian mengenai gaya komunikasi *talkshow* ini sangat menarik untuk diteliti karena setiap acara *talkshow* memiliki ciri khas tersendiri dalam menyajikan sebuah tayangan. Penelitian ini pun memiliki ketertarikan dengan dunia jurnalistik, karena *youtube* merupakan media massa atau *new media* yang sebagian program tayangannya termasuk kategori karya jurnalistik. Sedangkan gaya komunikasi memiliki keterkaitan dengan kejournalistikan karena tidak ada karya jurnalistik tanpa komunikasi. Gaya komunikasi sendiri memiliki peranan yang penting dengan kejournalistikan *talkshow* dimana melewati poses pengumpulan, pengolahan dan wawancara. Hal ini menjadi salah satu aspek ketertarikan penulis untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai gaya komunikasi *talkshow*.

Host merupakan pembawa acara/*talkshow* yang berinteraksi langsung dengan narasumbernya, maka *host* dituntut mampu menarik minat khalayak untuk tetap menyimak suatu program yang dipandunya. Selain itu *host* dituntut untuk bersikap terbuka agar narasumber tidak merasa canggung dalam berinteraksi. Salah

satu program *talkshow* yang banyak diminati oleh khalayak dari berbagai kalangan yaitu *channel youtube Najwa Shihab*, dibuktikan dengan angka *subscriber* yang mencapai 9,97 juta.

Gambar 1.1 Profil *Channel Youtube Najwa Shihab*



Sumber: *Channel Youtube Najwa Shihab*

Channel youtube Najwa Shihab merupakan program acara di bawah naungan *Narasi Tv*. *Narasi TV* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kejournalistikan yang dikemas menjadi ruang untuk bertukar ide dan gagasan yang berkiblat kepada idealisme serta nilai-nilai kemajemukan, kritis dan toleran, serta mendorong anak bangsa untuk menggagas peran. dengan menyuguhkan beberapa program melalui perbincangan, *reportase*, kemas dokumenter, opini dan ruang interaksi, mengelola komunitas, aktivitas *online* dan *offline* yang diselenggarakan melalui kanal digital *Narasi TV*.

Najwa Shihab merupakan *channel youtube* yang program-program nya dibawakan oleh jurnalis senior Najwa Shihab. Video perdananya tayang pada 4 Juni 2020 dengan judul *Belajar Pandemi – Bintang Emon: Pandemi ini Menguji Kekompakan Kita (Part 1)*. Kini telah tersedia berbagai tema tayangan yang dapat disaksikan seperti *Musyawah, Mata-Mata, Buka Mata, Mata Najwa #MelihatLebihDalam, Mata Najwa in Collaboration with Tri, Menuju Pemilu 2024*, dan masih banyak lagi.

Salah satu tema menarik yang diangkat dalam penelitian ini oleh penulis yaitu *Menuju Pemilu 2024* dengan judul *Monopoli Elit*. *Monopoli Elit* merupakan pemerintah atau sekelompok orang yang berkuasa dan memiliki pengaruh yang luar biasa dalam mengendalikan keadaan untuk kepentingan pribadi mereka. Hal ini disebabkan oleh perbedaan, seperti perbedaan pendidikan, kecakapan, kekayaan, kedudukan, dan minat serta pengalaman berpolitik. Menurut (Sastroatmodjo, 1995:228) dalam bermasyarakat memiliki dua kelas penduduk, pertama kelas yang menguasai dan kedua kelas yang dikuasai. Kelas pertama memiliki jumlah atau anggota lebih kecil dalam menjalankan aktivitas politik, memonopoli kekuasaan, dan menikmati keuntungan yang telah dicapai dari kekuasaan tersebut. Sedangkan kelas kedua memiliki jumlah yang jauh lebih besar cenderung diatur dan dikendalikan oleh kelas pertama.

Gambar 1.2 Halaman Tayangan Youtube *Monopoli Elit*



Monopoli Elite - Part 1 | Mata Najwa

Najwa Shihab  9,97 jt subscriber [Subscribe](#)  6,6 rb   Bagikan

371 rb x ditonton 9 bulan yang lalu #SuaraPenentu #JadiPaham #IndonesiaButuhAnakMuda
Pemilu biasa disebut juga pesta demokrasi atau pesta rakyat. Tapi kenyataannya, pemilu hanya menjadi pesta kalangan tertentu, dimonopoli oleh para elite. Rakyat pun cuma jadi penonton.
...lainnya

Lisensi [Lisensi Atribusi Creative Commons \(boleh digunakan kembali\)](#)

787 Komentar  Urutkan

Sumber: *Channel Youtube Najwa Shihab*

Data di atas menjelaskan banyaknya minat khalayak terhadap tayangan *youtube* yang dibawakan oleh Najwa Shihab khususnya dalam judul *Monopoli Elit Part 1* dengan 371 ribu penonton serta 787 komentar. Selain minat terhadap konten tersebut penulis juga ingin menganalisis gaya komunikasi yang digunakan oleh Najwa Shihab ketika mewawancara tamunya. Najwa Shihab merupakan jurnalis

senior yang sudah belasan tahun berkecimpung di dunia kejournalistikan, pengalaman dan *take record* perjalanannya serta kepiawannya dalam berkomunikasi di dunia jurnalis membawa Najwa menjadi *host* yang sukses di bidangnya, dibuktikan dengan berbagai penghargaan yang diraihinya, seperti *Public Figure Inspirative Terpopuler* pada penghargaan *Indonesian Television Awards tahun 2022*, *pembawa acara talkshow* dan *pendiri Narasi Tv* pada *Australian Alumni of the Year*, *Inspiring Figur of the Year*, dan lain sebagainya.

Najwa Shihab terkenal sebagai *host* acara *talkshow* yang cukup mendebarkan dalam menyuguhkan pertanyaan-pertanyaan. Kepiawannya dalam berkata yang lugas dengan sorot mata yang tajam terkadang membuat narasumber mendadak gelisah ketika mendapat pertanyaan yang tidak diharapkan dan harus memberikan jawaban yang mungkin dapat merusak citra yang telah dibangunnya. Dengan segudang pengalaman dan prestasi yang telah diraihinya Najwa Shihab memiliki kemampuan dalam berkomunikasi sehingga terciptanya ide-ide berlian baik lisan maupun tulisan. Dengan adanya penelitian ini diharapkan pembaca mendapatkan wawasan mengenai gaya komunikasi yang digunakan Najwa Shihab khususnya pada tayangan *youtube* berjudul *Monopoli Elit*.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Dari penjelasan dan latar belakang di atas, demi efektivitasnya penelitian, masalah yang diteliti dibatasi hanya salah satu judul dari tema *Menuju Pemilu 2024*, sebagai berikut:

1. Bagaimana gaya komunikasi *verbal* Najwa Shihab pada tayangan *Youtube* *Najwa Shihab* pada *playlist Menuju Pemilu 2024* dengan judul *Monopoli Elit*?

2. Bagaimana gaya komunikasi *nonverbal* Najwa Shihab pada tayangan *Youtube Najwa Shihab* pada *playlist Menuju Pemilu 2024* dengan judul *Monopoli Elit*?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gaya komunikasi *verbal* Najwa Shihab pada tayangan *Youtube Najwa Shihab* pada *playlist Menuju Pemilu 2024* dengan judul *Monopoli Elit*
2. Untuk mengetahui gaya komunikasi *nonverbal* Najwa Shihab pada tayangan *Youtube Najwa Shihab* pada *playlist Menuju Pemilu 2024* dengan judul *Monopoli Elit*

D. Kegunaan Penelitian

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini memberikan manfaat yang dapat diambil baik dalam akademis maupun praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Teoritis

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung mengenai gaya komunikasi yang digunakan oleh Najwa Shihab, dan dapat melengkapi serta memperjelas penelitian-penelitian yang sudah ada sebelumnya mengenai gaya komunikasi Najwa Shihab pada tayangan *Youtube Menuju Pemilu 2024* dengan judul *Monopoli Elit*.

2. Praktis

Manfaat praktis yang diperoleh dari penelitian ini yaitu:

- a. Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi sarana yang bermanfaat terutama bagi penulis sendiri baik dalam hal berinteraksi, cara berfikir, serta tidak berasumsi hal negatif sebelumnya menelitinya.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan penelitian selanjutnya mengenai gaya komunikasi Najwa Shihab.

E. Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan sebuah penelitian pada dasarnya penulis terlebih dahulu harus memperbanyak bacaan yang telah peneliti buat sebelumnya mengenai hal yang sama dengan yang ingin penulis teliti, sehingga nantinya diharapkan penulis paham akan kemana arah penelitian yang dilakukan. Penulis juga mencari referensi baru yang dapat menghasilkan informasi lebih banyak dari penelitian yang telah ada sebelumnya.

Hasil penelitian yang dijadikan sebagai acuan yang relevan pada penelitian ini, antara lain:

Pertama, penelitian ini dilakukan oleh Heni Krisma Lilik Agustina mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo berjudul “*Gaya Komunikasi Suhay Salim Dalam Konten Youtube May Favorites 2021*”. Tujuan dari penelitian ini untuk menjelaskan bentuk komunikasi verbal dan nonverbal dan penjelasan gaya komunikasi yang digunakan Suhay Salim pada Konten *May Favorites 2021*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bentuk komunikasi verbal Suhay Salim dalam bentuk peribahasa, cerita dan humor disertai permainan intonasi, sedangkan bahasa nonverbal ditunjukkan dengan penggunaan bahasa tubuh dan

gerak mata. Persamaan dalam penelitian ini yaitu menganalisa gaya bahasa. Perbedaan penelitian yaitu subjek yang diteliti untuk mengetahui gaya bahasa verbal dan nonverbal *channel youtube Suhay Salim*, sedangkan peneliti menganalisa gaya komunikasi *channel youtube Najwa Sihab*. Penelitian tersebut memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, yaitu terkait gaya komunikasi verbal dan *nonverbal*.

Kedua, penelitian ini dilakukan oleh Nur Asiah mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim yang berjudul “*Gaya Komunikasi Selebgram Anggarita Dalam Product Endorsment di Instagram*”. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan gaya komunikasi yang dilakukan oleh selebgram Anggarita dalam *Product Endorsment* di media sosial *Instagram*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini terdapatnya komunikasi interpersonal yang digunakan oleh selebgram Anggarita dalam berkomunikasi dengan komunikannya atau *followers* di media sosial *Instagram*. Sedangkan gaya komunikasi yang diterapkan oleh Anggarita dalam proses *Endorsment* di media sosial *Instagram* yaitu *the controlling style*, *the equalitarian style*, dan *the structuring style*. Persamaan dari penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menganalisis gaya bahasa yang dilakukan. Perbedaan dari penelitian ini subjek yang diteliti yaitu gaya komunikasi selebgram Anggarita pada proses *Product Endorsment* sedangkan peneliti menganalisis gaya bahasa yang dilakukan oleh Najwa Sihab pada tayangan Youtube. Penelitian tersebut memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, yaitu terkait gaya komunikasi.

Ketiga, penelitian ini dilakukan oleh Yudha Arta Mukti mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang berjudul “*Gaya Komunikasi M.Quraish Shihhab Dalam Penanaman Nilai-Nilai Islam Moderat*”. Tujuan dari penelitian ini yaitu mampu memberikan pemahaman terhadap da’i dalam berdakwah agar mengedepankan prinsip-prinsip Islam moderat ketika berdakwah. Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan gaya komunikasi yang dipakai oleh M. Quraish Shihhab dalam bukunya yang paling dominan adalah *controlling style*. Sedangkan nilai moderat yang paling ditampilkan dalam bukunya adalah nilai toleransi. Persamaan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian yang digunakan dalam analisis gaya komunikasi. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu subjek yang diteliti gaya komunikasi M. Quraish Shihhab dalam melakukan berdakwah, sedangkan peneliti menganalisis gaya komunikasi Najwa Sihab pada tayangan *youtube*. Penelitian tersebut memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, yaitu terkait gaya komunikasi.

Keempat, penelitian ini dilakukan oleh Khairul Fahmi mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Mataram yang berjudul “*Gaya Komunikasi Generasi Milenial Dalam Keluarga Perkotaan (Studi Kasus di Kelurahan Pejeruk Kecamatan Ampenan Kota Mataram)*”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan gaya komunikasi milenial dalam keluarga perkotaan serta mendeskripsikan dampak negatif gaya komunikasi milenial dalam keluarga setempat. Metode yang dipakai dalam penelitian ini yaitu *mix method*. Hasil yang diperoleh dalam penelitian yaitu berkomunikasi menggunakan media

atau *smartphone* dengan keluarga di dalam rumah namun tidak berarti tidak ada komunikasi tatap muka, biasanya terjadi dalam rumah bertingkat, kemudian dampak negatifnya adalah keterlamabatan menerima pesan kepada komunikan, kurang rasa peduli serta kesopanan. Persamaan dalam menganalisis gaya komunikasi yang dilakukan. Perbedaan dari penelitian ini yaitu subjek yang diteliti keluarga yang berada di Kelurahan Pejeruk, sedangkan peneliti menganalisis gaya komunikasi Najwa Sihab pada tayangan *Youtube*. Penelitian tersebut memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, yaitu terkait gaya komunikasi.

Kelima, penelitian ini dilakukan oleh Nurlaeli Alawiyah mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang berjudul “*Gaya Komunikasi Penyiar Berita NET TV dan TVRI Yogyakarta*”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan gaya komunikasi penyiar *NET TV*, untuk mendeskripsikan gaya komunikasi penyiar berita *TVRI*, dan untuk mengetahui perbandingan antara penyiar berita keduanya. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan dari gaya penampilan, gaya bicara antara penyiar berita *NET TV* dan *TVRI* mengandung banyak persamaan, yang hanya membedakan dari kedua penyiar ini adalah gaya busana. Persamaan dalam penelitian ini yaitu metode yang digunakan dan menganalisis gaya komunikasi yang digunakan. Perbedaan dari penelitian ini adalah subjek penelitian penyiar berita *NET TV* dan *TVRI* Yogyakarta, sedangkan peneliti yaitu Najwa Sihab pada

tayangan *Youtube*. Penelitian tersebut memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, yaitu terkait gaya komunikasi.

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama dan Judul Penelitian	Metode dan Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan	Relevansi
1.	Heni Krisma Lilik Agustina. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. <i>Gaya Komunikasi Suhay Salim dalam Konten Youtube May Favorite 2021.</i>	Metode yang digunakan yaitu kualitatif, dengan hasil penelitian menunjukkan adanya komunikasi verbal dalam bentuk peribahasa, cerita dan humor disertai permainan intonasi. Sedangkan bahasa <i>nonverbal</i> dalam bentuk bahasa tubuh dan gerak mata.	Persamaan penelitian ini sama-sama menganalisa gaya bahasa/komunikasi. Perbedaannya terletak pada subjek yang diteliti. Penulis menganalisa gaya komunikasi dalam channel <i>Youtune Najwa Shihab.</i>	relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, yaitu terkait gaya komunikasi verbal dan <i>nonverbal.</i>
2.	Nur Asiah. Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. <i>Gaya Komunikasi Selebgram Anggarita dalam Product Endorsment di Instagram.</i>	Metode yang digunakan yaitu kualitatif dengan hasil penelitian adanya komunikasi <i>interpersonal</i> yang digunakan oleh Anggarita dalam berkomunikasi dengan <i>followers</i> di media sosial <i>Instagram</i> , yaitu <i>the controlling style</i> , <i>the equalitarium style</i> , dan <i>the structuring style.</i>	Persamaan penelitian ini terletak pada metode yang digunakan. Sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada subjek yang diteliti	Relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, yaitu terkait gaya komunikasi.

3.	Yudha Arta Mukti. Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. <i>Gaya Komunikasi M.Quraish Shihab dalam Penanaman Nilai-Nilai Islam Moderat.</i>	Metode yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan hasil penelitian gaya komunikasi paling dominan yang dipakai M.Quraish Shihab pada bukunya yaitu <i>controlling style</i> . Sedangkan nilai moderat yang ditampilkan yaitu nilai toleransi.	Persamaan penelitian ini terletak pada metode penelitian yang digunakan. Perbedaan penelitian terletak pada subjek yang diteliti.	Relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terkait gaya komunikasi.
4.	Khairul Fahmi. Skripsi Universitas Islam Negeri Mataram. <i>Gaya Komunikasi Generasi Milenial dalam Keluarga Perkotaan (Studi Kasus di Kelurahan Pejeruk Kecamatan Ampenan Kota Mataram).</i>	Metode yang digunakan yaitu <i>mix method</i> dengan hasil penelitian berkomunikasi menggunakan media atau <i>smartphone</i> dengan keluarga di rumah tidak berarti tidak ada komunikasi tatap muka, biasanya terjadi di dalam rumah bertingkat dengan dampak negatif keterlamabtan pesan kepada komunikan, kurangnya rasa peduli dan kesopanan.	Persamaan penelitian ini terletak pada analisis gaya komunikasi. Perbedaan penelitian ini terletak subjek yang diteliti.	Relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terkait gaya komunikasi.

5.	Nurlaeli Awaliyah. Skripsi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. <i>Gaya Komunikasi Penyiar Berita NET TV dan TVRI Yogyakarta.</i>	Metode yang digunakan yaitu kualitatif analisis deskriptif kualitatif dengan hasil penelitian adanya persamaan gaya penampilan dan gaul bicara penyiar dari kedua media, yang membedakan hanya gaya busana.	Persamaan penelitian ini terletak pada analisis gaya komunikasi. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitian.	Relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terkait gaya komunikasi.
----	---	---	--	--

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teori

Penelitian ini menggunakan dua konsep gaya komunikasi Norton, Tubbs dan Moss. Menurut Norton seperti yang dikutip oleh Allen mengungkapkan gaya komunikasi didefinisikan sebagai cara seseorang berkomunikasi melalui kata-kata (*verbal*) dan tindakan (*nonverbal*) yang memberikan petunjuk atau pesan yang harus dipahami atau dimengerti oleh orang lain (Jannah, 2021:12). Tubbs dan Moss mengungkapkan bahwa gaya komunikasi merupakan sekumpulan perilaku antarpribadi dengan maksud mendapatkan umpan balik atau tanggapan tertentu yang terspesialisasi pada situasi tertentu. Oleh sebab itu, keberagaman gaya komunikasi yang digunakan tergantung pada maksud pesan yang disampaikan komunikator sebagai pengirim pesan atau informasi (*sender*) dan tanggapan dari komunikan sebagai penerima pesan (*receiver*) (Ruliana, 2014:31).

Gaya komunikasi dipengaruhi situasi yang sedang terjadi, bukan dari tipe seseorang. Setiap individu atau kelompok akan menggunakan gaya komunikasi

yang berbeda-beda tergantung situasi yang dihadapinya. Selain dipengaruhi oleh situasi, gaya komunikasi juga dipengaruhi oleh banyak faktor. Misalnya gaya komunikasi seseorang kepada sahabat akan berbeda dengan gaya komunikasi seseorang dengan kepala pimpinan atau narasumber.

Berdasarkan pengertian di atas, disimpulkan bahwa gaya komunikasi merupakan cara seseorang untuk berkomunikasi, berinteraksi, berperilaku, dan bertindak dengan maksud memberi pemahaman terhadap pesan *verbal* dan *nonverbal* dari pengirim pesan kepada penerima pesan tergantung pada situasi yang sedang terjadi.

2. Landasan Konseptual

a. Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi merupakan sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai dalam kehidupan sehari-hari mencakup segala bentuk interaksi dengan orang lain berupa percakapan biasa, bujukan, mengajar, dan negosiasi. Gaya komunikasi terbagi menjadi dua, yaitu komunikasi *verbal* dan *nonverbal* antara lain:

1) Komunikasi Verbal

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak terlepas dari aktivitas komunikasi. Komunikasi menjadi landasan utama dalam berinteraksi untuk menciptakan kemudahan memahami antara dua pihak baik menggunakan lisan, simbol, atau tindakan perilaku. Bahasa termasuk ke dalam sistem kode *verbal* yang merupakan seperangkat simbol dengan aturan yang mengkombinasi simbol-simbol tertentu yang digunakan dan dipahami oleh suatu komunitas (Mulyana, 2008:340).

Komunikasi *verbal* merupakan bentuk komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan melalui lisan ataupun tulisan. Komunikasi *verbal* lisan dilakukan secara langsung *face to face* atau melalui media pendukung seperti *handphone*. Sedangkan komunikasi *verbal* dalam bentuk tulisan dilakukan menggunakan perantara media seperti surat, lukisan atau gambar, dan lain sebagainya.

2) Komunikasi *Nonverbal*

Dalam melakukan komunikasi seseorang tidak luput dari bahasa tubuh (*nonverbal*) baik secara sengaja maupun tidak disengaja, baik itu gerakan tubuh, mimik wajah, gerakan mata, jarak, dan lain sebagainya. Menurut (Pratiwi, 2017:380) komunikasi *nonverbal* merupakan bentuk penyampaian pesan melalui alat indra dan komponen lainnya. Komunikasi *nonverbal* dinilai sebagai komunikasi yang jujur karena terjadi secara spontan.

Adapun fungsi dari komunikasi nonverbal menurut Knapp dan Ekman (Nurudin, 2017:134-137) yaitu sebagai penekanan, pelengkap dari komunikasi *verbal*, menunjukkan kontradiksi, mengatur, mengulangi, menggantikan, dan melihat kejujuran.

b. *Talkshow*

Talkshow merupakan suatu jenis acara televisi dan radio yang kini merambah ke salah satu media sosial, yakni *Youtube*. *Talkshow* menjadi salah satu acara yang diminati oleh khalayak karena memiliki konsep berupa perbincangan atau diskusi antara individu dengan individu, atau individu dengan kelompok mengenai suatu topik tertentu yang dipandu oleh *presenter*, dengan menerapkan

gaya komunikasi yang digunakan dikemas secara santai dan mengangkat isu-isu dan fenomena yang sedang hangat diperbincangkan.

c. Youtube

Youtube merupakan salah satu media sosial berbentuk portal website yang menyediakan pelayanan berupa audio visual yang dapat dijangkau oleh semua kalangan, serta menyediakan fitur video *sharing* yang dapat dilihat oleh khalayak dan diakses oleh seluruh dunia.

Youtube pertama kali didirikan pada tahun 2005 oleh tiga karyawan yang bekerja di *Paypal* yakni Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Didirikan pertama kali dengan fasilitas yang cukup mumpuni berupa *audio visual* atau video, sehingga khalayak pengguna dapat menonton dan mendengar dengan berbagai video klip yang disediakan secara gratis.

Berdasarkan *APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)* tahun 2023, tercatat sebanyak 78,19%. Artinya sebanyak 215,52 juta jiwa dari total populasi 275,77 juta penduduk Indonesia menggunakan jasa internet, khususnya *Youtube*. *Youtube* sendiri di Indonesia masih menjadi *platform* media sosial paling populer dibandingkan media sosial lainnya. Sedangkan berdasarkan laporan yang diberikan oleh *We Are Social* dan *Hootsuite* pada Januari 2023, Indonesia menjadi peringkat keempat pengguna *Youtube* di dunia, yaitu skitar 139 juta pengguna. Angka tersebut diperoleh berdasarkan jumlah pengguna aktif di setiap bulannya, termasuk para *youtobers*, *influencer*, *public figure*, media online, termasuk selebritis Indonesia.

3) Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di media sosial *Channel Youtube Najwa Shihab* yang bertajuk *Monopoli Elit* pada *playlist Menuju Pemilu 2024*. Gaya bahasa Najwa Shihab adalah objek dalam penelitian ini karena beliau merupakan presenter acara *talk show* tersebut dengan kepiawannya dalam berkomunikasi dan menjadi perbincangan dengan gaya komunikasi yang diterapkan.

2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Selanjutnya, penelitian ini menganalisis gaya komunikasi, yang mana penelitian ini menafsirkan gaya komunikasi *verbal* dan *nonverbal* untuk khalayak. Paradigma ini menunjukkan ilmu sosial sebagai studi menyeluruh mengenai tindakan yang bermakna bagi masyarakat melalui pengamatan langsung dan mendalam terhadap objek yang terlibat. Menurut Sugiyono dalam Oktaviani (2023:15) paradigma merupakan cara untuk persepsi, berpikir, menilai, dan melakukan sesuatu yang berhubungan dengan sesuatu secara khusus tentang realitas yang terjadi. Kemudian penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menekankan pada objektivitas.

3. Metode Penelitian

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu metode analisis data deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2017:147) analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mengobservasi dan

menjelaskan data sesuai dengan apa adanya, tanpa bermaksud untuk mengambil kesimpulan yang relevan dengan audiens.

Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk memberikan gambaran mekanisme secara terperinci baik secara *verbal* maupun *nonverbal*, memberikan informasi dasar mengenai suatu hubungan, menciptakan suatu kategori dan mengklasifikasikan subjek penelitian, menjelaskan susunan tahapan serta proses, serta untuk menyaring informasi yang sifatnya kontradiktif terhadap subjek penelitian.

Tujuan dari metode ini adalah untuk menyajikan gambaran secara terperinci mengenai gaya komunikasi Najwa Sihab pada *Channel Youtube Narasi TV* bertajuk *Monopoli Elit* pada playlist *Menuju Pemilu 2024*.

4. Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Jenis data yang dilakukan oleh peneliti adalah jenis data primer dan sekunder. Jenis data primer adalah data yang diperoleh serta dikumpulkan langsung dari lapangan oleh peneliti. Sedangkan data sekunder adalah jenis data yang didapat dari sumber rujukan seperti jurnal, skripsi, buku, dan lain sebagainya.

2) Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Data primer dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh langsung dari video yang diunggah pada *channel youtube Najwa Sihab* dalam *playlist Menuju Pemilu 2024* dengan judul *Monopoli Elite*.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini yaitu sumber lainnya untuk melengkapi data atau sumber kedua yang diperoleh melalui buku, jurnal, artikel ilmiah, dokumen, dan sumber referensi lainnya yang relevan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian, salah bagian yang penting yang tidak boleh terlewat adalah teknik pengumpulan data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Selanjutnya, peneliti menggunakan teknik observasi dalam pengumpulan data. Peneliti melakukan observasi dengan mengamati dan mencatat video yang ditemukan dari sumber penelitian yaitu pada tayangan video *Menuju Pemilu 2024* dengan judul *Monopoli Elit* pada *chanel youtube Najwa Sihab*, dengan harapan dapat mendeskripsikan hasil observasi secara mendalam dan terstruktur.

b. Dokumentasi

Langkah selanjutnya teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dokumentasi, guna mendukung dua teknik yang dilakukan sebelumnya. Teknik ini digunakan untuk mengkaji dokumen-dokumen yang relevan dengan kebutuhan penelitian. Dokumen tersebut mengenai media terkait, video, catatan-catatan, rekaman suara, dan lain sebagainya.

6. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Keabsahan data pada penelitian ini diuji dengan teknik berikut:

a. Editing

Dalam penelitian editing berguna untuk mengoreksi dan memeriksa ulang semua data yang diperoleh. Hasil dari pengamatan tersebut nantinya akan diolah menjadi bentuk teks yang terperinci.

b. Triangulasi

Triangulasi data merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan beberapa data dan sumber yang telah ada sebelumnya (Sugiyono 2015: 83)

7. Teknik Analisis Data

Data yang telah diperoleh dianalisa menggunakan teknik atau cara deskriptif dengan tujuan data tersebut menjadi lebih sederhana dan mudah dibaca serta dipresentasikan. Teknik tersebut terdiri dari:

a. Pengumpulan Data

Merupakan suatu proses analisis data yang dimulai setelah peneliti memahami fenomena sosial menjadi fokus penelitian.

b. Reduksi Data

Merupakan suatu proses pemilihan, penyederhanaan dan pemusatan perhatian yang muncul dari hasil pengamatan.

c. Penyajian Data

Merupakan proses penyajian sebuah informasi yang telah terkumpul dan disusun untuk kemudian ditarik kesimpulan.

d. Menarik Kesimpulan

Merupakan proses yang dilakukan setelah selesai pengecekan ulang pada hasil dari pengamatan agar tidak terjadi kesalahan pada penelitian yang dilakukan.

