

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan berjalannya waktu teknologi terus berkembang menjadi lebih canggih. Berkembangnya teknologi ini merupakan hal yang tidak bisa dihindari jika mengingat dampak bagi kemudahan kita untuk melakukan berbagai hal. Seperti mengakses informasi, bersosialisasi, sampai berkomunikasi dengan banyak khalayak. Pada dasarnya perkembangan komunikasi juga dimulai dari zaman tanda dan isyarat, bahasa lisan, tulisan, cetak, hingga komunikasi massa berkembang pada internet yang dikenal dengan sebutan *new media* yang saat ini kita rasakan.¹ Oleh karena itu salah satu sarana untuk memenuhi kebutuhan kita untuk berkomunikasi adalah media sosial. Manfaat dari media sosial begitu banyak, yaitu sebagai hiburan, mencari informasi, memperbanyak wawasan, dan lain-lain.

Diantara berbagai media sosial, salah satu media sosial adalah *YouTube*. Selain dapat menonton video, melalui *YouTube* para penggunanya juga dapat membuat dan berbagi konten dalam bentuk video secara gratis dengan konten yang beragam. *Content Creator* atau pembuat konten adalah mereka yang nantinya berinovasi di dalam *YouTube* dengan membuat berbagai macam video sesuai dengan jenis konten yang diminati. Mulai dari *Beauty Vlogger* (kecantikan), *Food Vlogger* (kuliner), *Vlog Daily Activity* (kegiatan keseharian), Otomotif, *Podcast* (berbincang-bincang mengenai suatu pembahasan) dan sebagainya. *Vlogger* (konten kreator vlog) yang

¹ Agus Hendrayady, dkk, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Bandung, Media Sains Indonesia, 2021, hlm 18

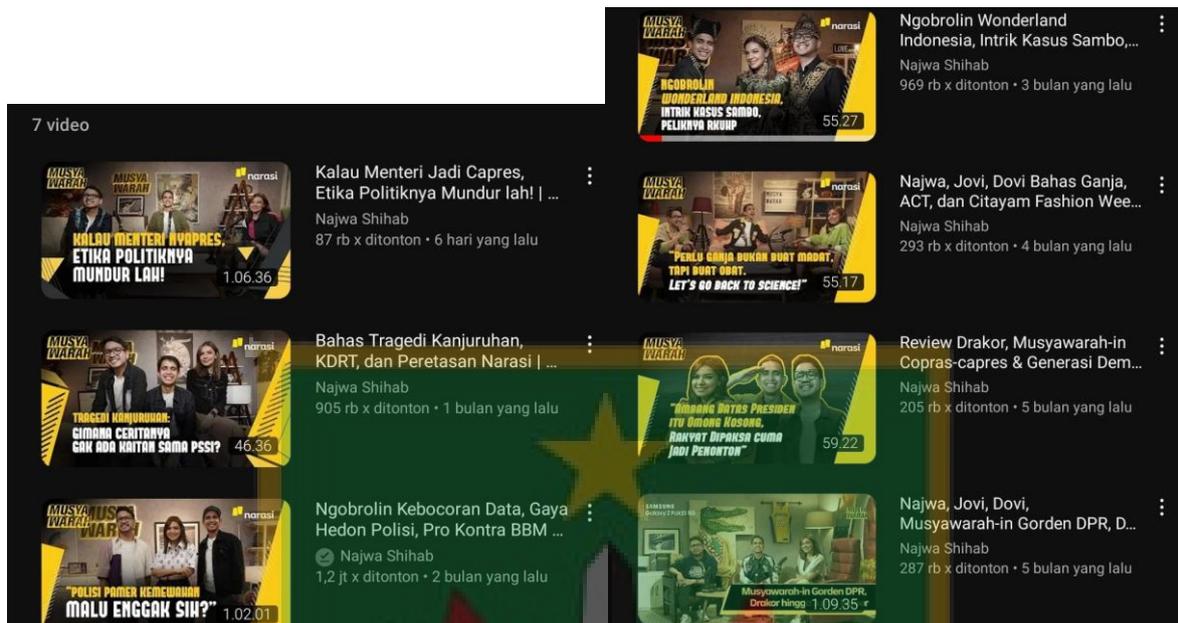
bahkan masih eksis sampai saat ini adalah Raditya Dika, Ria Ricis, Andovi Da Lopez, Jovial Da Lopez, Chandra Liow, dan masih banyak lagi.

Jumlah pembuat konten saat ini terus meningkat karena semakin banyaknya minat masyarakat, karena mudahnya mengakses teknologi, dan berbagai faktor lainnya. Tak terkecuali Najwa Shihab, beliau terkenal sebagai sosok jurnalis yang sangat kritis dan seringkali menyorot isu-isu hangat mengenai dunia politik. Jurnalis yang kerap disapa Mba Nana ini pun memiliki akun/*Channel YouTube* yang berisikan berbagai konten dan program yang menarik.

Pada tanggal 7 Oktober 2022 *Channel YouTube* Najwa Shihab memiliki 8,7 juta subscribers dan 2.487 video dengan konten dan program yang beragam.² Dalam *YouTube* nya, Najwa Shihab memiliki beberapa konten dan program yang seringkali menampilkan *podcast* dan wawancara para tokoh dengan membahas isu politik. Namun, salah satu program ini sedikit berbeda dan diminati oleh penikmat *YouTube* yang termasuk dalam program baru dari Narasi yaitu “Masyarakat.” Narasi merupakan salah satu perusahaan yang memanfaatkan media sosial *YouTube* sebagai pendongkrak citra perusahaannya yang didirikan sejak tahun 2018. Dengan konsep awal idenya berasal dari Najwa Shihab sebagai *Co Founder* dari Narasi. Program Musyawarah ini membahas mengenai isu-isu terkini dibarengi dengan ngobrol-ngobrol santai dalam satu meja bersama Najwa Shihab, Andovi da Lopez, dan Jovial da Lopez.³

² <https://www.youtube.com/c/NajwaShihab> di akses pada 7 Oktober 2022 pukul 20.02

³ <https://www.youtube.com/@NajwaShihab/about> di akses pada 18 November 2022 pukul 9.52



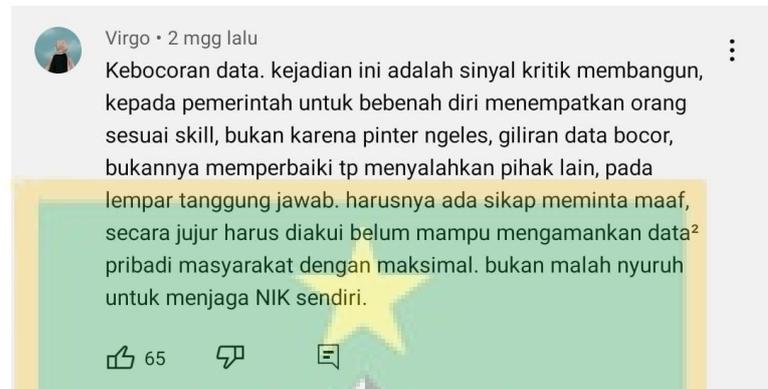
Gambar 1.1. Daftar Seluruh Episode dan Jumlah Penonton Program

Musyawarah di *Channel YouTube* Najwa Shihab

Di akses pada 18 November 2022, salah satu episode nya yang berjudul “Ngobrolin Kebocoran Data, Gaya Hedon Polisi, Pro Kontra BBM Naik” menjadi episode yang paling banyak ditonton dengan jumlah penonton sebanyak 1,2 juta.⁴ Dalam video tersebut Najwa, Andovi, dan Jovial berkomunikasi dengan bahasa yang *nonformal*, dimana penggunaan bahasa yang tidak baku lebih sering digunakan. Ketika penulis mengamati video yang berdurasi 1 jam 2 detik tersebut, peneliti menemukan berbagai reaksi dari penonton melalui kolom komentar yang menunjukkan bahwa muncul berbagai macam gaya komunikasi Najwa Shihab melalui pembahasan topik di dalamnya. Berikut adalah tabel beberapa data yang

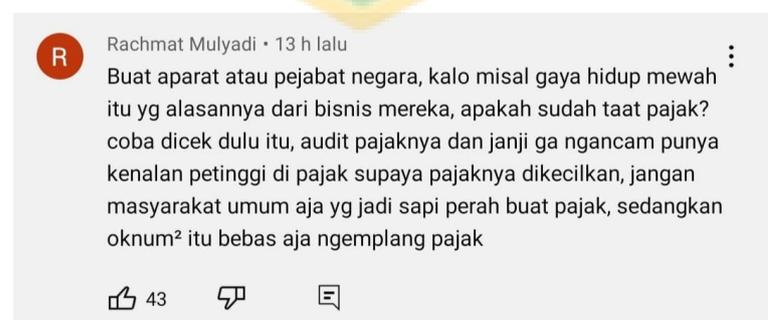
⁴ https://www.youtube.com/playlist?list=PL2VXOB_zPEPwUx0wIqDF82CuR3awrRcV2 di akses pada 18 November 2022

dapat membuktikan adanya berbagai macam reaksi atau respon dari penonton melalui tayangan program Musyawarah pada episode tersebut:



Gambar 1.2. Reaksi Penonton di Kolom Komentar

Pada gambar di atas terlihat reaksi penonton dalam menanggapi kebocoran dan pencurian data yang mengkhawatirkan dalam salah satu topik pembahasan dalam program. Dengan adanya kejadian seperti ini adalah kritik untuk pemerintah agar memperbaiki sistem keamanan data sehingga tidak bocor dan diretas oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Keputusan untuk menjaga NIK sendiri bukan solusi yang tepat untuk menanggapi permasalahan ini. Karena jika dilihat saat registrasi SIM Card pun pasti melibatkan nomor dari NIK sebagai syarat nya.



Gambar 1.3. Reaksi Penonton di Kolom Komentar

Pada gambar di atas terlihat reaksi penonton mengenai pembahasan penampilan hedon aparat negara. Memang sangat tidak etis jika melihat penampilan seorang aparat negara yang di gaji menggunakan uang pajak negara untuk tampil bermewah-mewahan. Dari reaksi tersebut lalu munculah pertanyaan, apakah aparat-aparat tersebut taat pajak dan tidak ada kerabat lain yang bersekongkol untuk mengecilkan pajak mereka? Di sisi lain, dalam pembahasan topik gaya hedon ini juga menyebabkan kontroversi antara Najwa Shihab dan Nikita Mirzani. Menurut Nikita, Najwa dianggap telah semena-mena terhadap polisi dengan menyinggung soal gaya hidup hedon oknum kepolisian.



Gambar 1.4. Pemberitaan Kontroversi Najwa Shihab dan Nikita Mirzani 3 Oktober 2022 di Portal Berita tvonenews.com⁵

Pernyataan Najwa Shihab mengenai gaya hedon polisi tersebut dianggap berlebihan oleh Nikita. Karena menurutnya tidak semua polisi bergaya hedon.

⁵ <https://www.tvonenews.com/lifestyle/trend/71870-najwa-shihab-sedang-hadapi-masalah-besar-nikita-mirzani-malah-mengolok-olok-nana-begini-kata-nyai?page=1> di akses pada 16 November 2022

Nikita juga mempertanyakan mengapa Najwa begitu tegas mengkritik kepolisian. Dengan sindirannya itu Nikita mengungkapkan agar Najwa *to the point* (mengungkapkan nama oknum) bukan menyebut instansi kepolisian. Karena menurutnya yang disampaikan oleh Najwa membuat sakit hati ibu-ibu bhayangkari yang hidupnya sederhana (bahkan tergolong miskin).

Maka dari itu, jika dilihat dari berbagai rekasi penonton, gaya komunikasi yang dilakukan oleh pembuat program yaitu Najwa Shihab yang berperan sebagai pembawa acara ini merupakan salah satu faktor yang membuat masyarakat memilih untuk menonton, tertarik, dan terpengaruh. Hal ini yang membuat penulis nantinya akan mengidentifikasi bagaimana gaya komunikasi yang diutarakan Najwa Shihab dalam menyampaikan informasi mengenai pembahasan topik pada salah satu episode program Musyawarah tersebut.

Gaya adalah bagaimana kita cara berperilaku ketika melakukan suatu hal, sama halnya seperti berkomunikasi dalam menerima dan memberi sebuah pesan. Gaya yang dimaksud adalah gaya komunikasi yang digunakan oleh Najwa Shihab baik secara *verbal* (kata-kata/tulisan) atau *nonverbal* (tidak langsung/melalui gerakan tubuh). Gaya komunikasi sendiri menjelaskan bagaimana kita berperilaku ketika mengirim pesan dan menerima pesan. Setiap orang memiliki gaya komunikasi yang unik, jika kita mengenal gaya komunikasi seseorang maka kita dapat mengembangkan interaksi dan relasi antarpersonal demi tercapainya komunikasi

yang efektif. ⁶Gaya komunikasi ini sendiri merupakan campuran unsur-unsur komunikasi lisan dan pesan-pesan secara verbal.

Karena dikenal dengan sosok jurnalis dan pembawa acara yang tegas dalam komunikasinya, Najwa pernah terpilih menjadi pemenang di berbagai ajang bergengsi. Najwa terpilih sebagai Insan Pertelevision Terbaik dalam ajang Panasonic Gobel Awards (2016). Najwa juga memenangkan Presenter Talkshow Terfavorit Panasonic Gobel Awards (2015). Najwa juga meraih gelar *Highly Commended for the Best Current Affairs Presenter* di Asian Television Award pada 2009 dan 2007.⁷

Dengan begitu fokus penelitian ini yaitu pada analisis gaya komunikasi yang digunakan oleh Najwa Shihab melalui program Musyawarah yang ada pada *Channel YouTube* dengan nama Najwa Shihab. Penulis ingin mengetahui bagaimana gaya komunikasi yang digunakan Najwa Shihab dalam episodenya yang berjudul “Ngobrolin Kebocoran Data, Gaya Hedon Polisi, Pro Kontra BBM Naik.” Dengan judul penelitiannya yaitu **Analisis Gaya Komunikasi Pembawa Acara Dalam Program Musyawarah di Channel YouTube Najwa Shihab.**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, terdapat rumusan masalah dalam penelitian ini. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “**Bagaimana**

⁶ Alo Liliweri, *Komunikasi Antarpersonal*, Jakarta: Prenada Media Kencana, (2017), hlm 254

⁷ Najwa Shihab, *Catatan Najwa*, Tangerang: Lentera Hati, 2016, hlm 183

gaya komunikasi yang digunakan oleh pembawa Najwa Shihab dalam menyampaikan informasi pada program Musyawarah episode ‘Ngobrolin Kebocoran Data, Gaya Hedon Polisi, Pro Kontra BBM Naik’ dengan komunikasi nonverbal nya?”

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan gaya komunikasi yang digunakan oleh pembawa acara Najwa Shihab dalam menyampaikan informasi pada program Musyawarah episode ‘Ngobrolin Kebocoran Data, Gaya Hedon Polisi, Pro Kontra BBM Naik’ dengan komunikasi nonverbal nya.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan, penelitian ini memiliki manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Adanya manfaat teoritis dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian mengenai gaya komunikasi dalam sebuah proses komunikasi. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai gaya komunikasi pada media komunikasi.

1.4.2. Manfaat Praktis

Adanya manfaat praktis dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi banyak khalayak dalam mendalami dan memberi pemahaman lebih mengenai gaya komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan komunikasi pada media baru komunikasi.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I

PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan lima sub bab. **Sub bab pertama**, yaitu latar belakang yang menjelaskan tentang gaya komunikasi dari Najwa Shihab dalam tayangan program Musyawarah dengan episode yang paling banyak di tonton yang berjudul ‘Ngobrolin Kebocoran Data, Gaya Hedon Polisi, Pro Kontra BBM Naik’ dengan melihat dari beberapa reaksi dari penonton.

Sub bab kedua, yaitu menjelaskan rumusan masalah penelitian dengan fokus bagaimana gaya komunikasi yang digunakan oleh pembawa acara yaitu Najwa Shihab dalam menyampaikan informasi pada program Musyawarah episode Ngobrolin Kebocoran Data, Gaya Hedon Polisi, Pro Kontra BBM Naik. **Sub bab ketiga** yaitu tujuan dari penelitian yaitu mengetahui dan mendeskripsikan gaya komunikasi yang digunakan oleh Najwa Shihab dalam menyampaikan informasi pada program Musyawarah episode

Ngobrolin Kebocoran Data, Gaya Hedon Polisi, Pro Kontra BBM Naik. **Sub bab keempat** yaitu manfaat penelitian yang terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis. Serta sub bab kelima, yaitu sistematika penulisan yang menjelaskan susunan dai penelitian yang diteliti.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisikan pemaparan empat sub bab. **Sub bab pertama**, memaparkan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian untuk dijadikan sebagai referensi oleh penulis. **Sub bab kedua**, memaparkan beberapa konsep komunikasi, unsur-unsur komunikasi, fungsi komunikasi, tujuan komunikasi, komunikasi verbal dan nonverbal, gaya komunikasi, pembawa acara, program acara, dan *YouTube*. **Sub bab ketiga**, memaparkan teori yang digunakan dalam penelitian yaitu Teori Tanda Nonverbal dari Jude Burgoon. Serta **sub bab keempat**, memaparkan kerangka pemikiran dari penelitian yang diteliti oleh penulis.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan **sembilan sub bab**. **Sub bab pertama**, memaparkan paradigma penelitian yang digunakan yaitu paradigma interpretif. **Sub bab kedua** memaparkan metode penelitian yang digunakan yaitu metode analisis semiotika. **Sub bab ketiga**,

memaparkan jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan jenis deskriptif. **Sub bab keempat**, memaparkan subjek penelitian yang digunakan yaitu media sosial *YouTube* Pada *Channel YouTube* Najwa Shihab.

Sub bab kelima, memaparkan sumber data yaitu dengan menggunakan data primer dan data sekunder dengan dokumentasi. **Sub bab keenam**, menerapkan teknik pengumpulan data dengan melakukan dokumentasi pada tayangan program. **Sub bab ketujuh**, memaparkan teknik analisis data dengan menggunakan analisis semiotika. **Sub bab kedelapan**, memaparkan teknik keabsahan data yang digunakan yaitu konfirmabilitas. **Serta sub bab kesembilan** memaparkan lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi pemaparan tiga sub bab. **Sub bab pertama**, memaparkan gambaran umum, yaitu profil Najwa Shihab, profil *Channel YouTube* Najwa Shihab dan Profil Program Musyawarah. **Sub bab kedua**, memaparkan hasil dari temuan berupa data-data yang penulis peroleh dari tayangan yang diamati. Serta **sub bab ketiga**, memaparkan pembahasan yang berupa hasil analisis penulis dari temuan-temuan yang didapatkan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi pemaparan dua sub bab. Sub bab pertama, memaparkan kesimpulan penulis dari keseluruhan hasil penelitian. Serta sub bab kedua, memaparkan saran penelitian yang ditujukan untuk Najwa Shihab dalam penyampaian informasinya terkait hal-hal yang perlu dievaluasi agar informasi yang disampaikan lebih efektif.

