

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Everett M. Rogers (1986) dalam bukunya *Communication Technology: the New Media in Society* menyebutkan bahwa sejarah komunikasi diperkirakan dimulai sejak sekitar 35.000 tahun sebelum masehi (SM). Sejarah komunikasi menunjukkan perjalanan panjang manusia dalam mengembangkan cara menyampaikan informasi. Komunikasi dimulai dari bentuk lisan, kemudian berkembang menjadi tulisan, media cetak, dan akhirnya teknologi elektronik. Setiap inovasi komunikasi tidak hanya memudahkan penyebaran informasi, tetapi juga memengaruhi bagaimana masyarakat berinteraksi, menyusun pengetahuan, dan memahami lingkungan sosial mereka. Rogers menekankan bahwa perubahan dalam media komunikasi selalu terkait dengan kebutuhan manusia untuk berbagi ide, pengalaman, dan informasi secara lebih efisien dan luas (Dewi, *et al.*, 2024).

Selain itu, Rogers menyoroti bahwa perkembangan teknologi komunikasi tidak berdiri sendiri, tetapi selalu terkait dengan perubahan sosial dan budaya. Media baru memengaruhi struktur sosial, pola interaksi, serta proses adopsi informasi dalam masyarakat. Dengan kata lain, komunikasi dan teknologi saling memengaruhi seperti media komunikasi membentuk cara individu dan kelompok menyampaikan serta menerima pesan, sekaligus mencerminkan dinamika sosial yang terus berkembang. Perspektif ini menunjukkan bahwa studi komunikasi tidak hanya berkaitan dengan teknologi itu sendiri, tetapi juga dengan implikasi sosial dan budaya yang dihasilkannya.

Istilah komunikasi ini berasal dari bahasa Latin “*communicatio*”, yang merupakan turunan dari kata *communis* yang berarti “kesamaan”. Kesamaan ini merujuk pada kesamaan makna atau pengertian antara pihak-pihak yang terlibat. Sejalan dengan pengertian tersebut, Hafied Cangara juga menjelaskan bahwa,

komunikasi berasal dari “*communis*”, yang mengandung arti membangun pemahaman bersama atau menciptakan kebersamaan antara dua orang atau lebih. Jenis & Kelly mengatakan bahwa, “Komunikasi adalah proses yang di mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (dalam bentuk kata-kata) yang tujuannya untuk mengubah atau membentuk perilaku orang lain (khalayak)” (Sukma, *et al.*, 2025).

Manusia bukanlah makhluk yang hidup sendiri, melainkan makhluk sosial yang sangat bergantung pada interaksi dengan orang lain. Oleh karena itu, setiap kali seseorang bertukar pikiran, menyampaikan gagasan, atau mencoba memengaruhi orang lain, berarti sedang melakukan komunikasi. Dalam konteks publik, cara seorang tokoh publik berkomunikasi menentukan sejauh mana pesan yang disampaikan dapat diterima, dipahami, dan memengaruhi audiens. Cara komunikasi yang konsisten dan terstruktur dari seorang komunikator publik dapat membentuk persepsi dan sikap masyarakat, sehingga efektivitas komunikasi sangat bergantung pada kemampuan tokoh publik dalam menyesuaikan gaya komunikasinya dengan situasi dan audiens.

Proses komunikasi dalam konteks publik sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang melekat pada komunikator maupun situasi komunikasi itu sendiri. Banyak hal yang dapat memengaruhi cara tokoh publik menyampaikan pesan, seperti kepribadian, keadaan emosional, dan kondisi lingkungan komunikasi. Kepribadian komunikator mencakup cara mereka memandang diri sendiri dan persepsi audiens terhadap kemampuan mereka, sehingga hal ini akan memengaruhi cara mereka bereaksi dan menyaring informasi sebelum menyampaikannya. Selain itu, keadaan emosional, seperti rasa senang, marah, atau cemas, dapat memengaruhi kelancaran penyampaian pesan. Kondisi lingkungan, seperti forum diskusi atau kanal media, juga turut menentukan gaya komunikasi apa saja yang seorang tokoh publik gunakan, seperti Najwa Shihab dan Rocky Gerung, yang dapat diterima serta dipahami oleh audiens secara efektif (Amelia, 2025).

Dalam kajian ilmu komunikasi, proses komunikasi tidak berlangsung secara sederhana. Komunikasi melibatkan lebih dari sekedar penyampaian pesan dari

komunikator kepada komunikan, tetapi mencakup proses penafsiran makna yang dipengaruhi oleh latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman masing-masing pihak. Oleh karena itu, komunikasi dipahami sebagai proses yang dinamis dan berkelanjutan, di mana makna pesan dapat berkembang seiring dengan interaksi yang terjadi. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi bukan sekedar aktivitas teknis, melainkan proses sosial yang kompleks.

Fungsi komunikasi dalam kehidupan sosial tidak terbatas pada penyampaian informasi, tetapi juga mencakup pembentukan sikap, pengaruh terhadap pandangan, serta penciptaan hubungan sosial. Melalui komunikasi, individu dapat mengemukakan pendapat, mempertahankan argumen, serta memengaruhi cara berpikir orang lain. Dalam konteks publik, fungsi komunikasi menjadi semakin kompleks karena pesan yang disampaikan tidak hanya ditujukan kepada satu individu, tetapi kepada audiens yang beragam dengan latar belakang yang berbeda-beda. Oleh karena itu, efektifitas komunikasi publik sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam mengelola proses komunikasi secara tepat (Akbar, *et al.*, 2019).

Tujuan komunikasi dalam konteks publik tidak selalu untuk mencapai kesepakatan, melainkan untuk membuka ruang dialog dan pertukaran gagasan. Komunikasi publik memungkinkan terjadinya perbedaan pandangan yang disampaikan secara terbuka dalam suatu forum diskusi. Perbedaan tersebut merupakan bagian dari dinamika komunikasi yang wajar, terutama dalam diskursus politik dan sosial. Oleh karena itu, komunikasi publik tidak hanya berorientasi pada hasil akhir berupa persetujuan, tetapi juga pada proses penyampaian dan pertukaran gagasan itu sendiri.

Dalam penelitian ini, komunikasi dipahami sebagai proses interaksi yang berlangsung dalam ruang publik dan dapat diamati melalui tuturan yang disampaikan oleh komunikator. Proses komunikasi tersebut mencerminkan bagaimana pesan disusun, disampaikan, dan dikontekstualisasikan dalam situasi tertentu. Oleh karena itu, komunikasi dalam penelitian ini menjadi landasan penting untuk memahami bagaimana gaya komunikasi muncul dan ditampilkan oleh komunikator publik dalam forum diskusi (Devanda, 2025).

Pemahaman komunikasi sebagai proses sosial, simbolik, dan pertukaran makna memberikan dasar konseptual dalam mengkaji peran komunikator dan cara penyampaian pesan. Dengan melihat komunikasi sebagai proses yang melibatkan berbagai unsur dan dinamika, penelitian ini memfokuskan pada isi pesan tersebut. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang lebih mendalam terhadap gaya komunikasi yang ditampilkan oleh komunikator dalam konteks komunikasi publik.

Berdasarkan definisi yang telah diuraikan di atas, secara konseptual komunikasi dapat dipahami melalui beberapa pokok pengertian sebagai berikut:

1. Komunikasi merupakan suatu proses yang berlangsung antara komunikator dan komunikan, di mana terjadi kegiatan menyampaikan, mengirim, menerima, menafsirkan, serta mengelola pesan dalam suatu interaksi. Proses ini tidak bersifat statis, melainkan dinamis dan terus berkembang sesuai dengan situasi komunikasi.
2. Salah satu hakikat terpenting dalam komunikasi adalah pesan. Pesan menjadi inti proses komunikasi karena memuat ide, gagasan, perasaan, maupun sikap yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Tanpa pesan, proses komunikasi tidak dapat berlangsung secara utuh.
3. Komunikasi melibatkan keterlibatan aktif dari komunikator dan komunikan. Kedua pihak tidak hanya berperan sebagai pengirim dan penerima pesan, tetapi juga sebagai penafsir makna dalam proses interaksi yang terjadi.
4. Setiap proses komunikasi memiliki tujuan tertentu yang ingin dicapai, baik untuk memberikan informasi, memengaruhi sikap, membangun pemahaman, maupun menciptakan kesepakatan antara pihak-pihak yang terlibat.
5. Tindakan komunikasi dilakukan dengan menggunakan lambang-lambang atau simbol, baik dalam bentuk bahasa verbal maupun nonverbal, yang digunakan untuk mewakili makna tertentu.
6. Dalam komunikasi terdapat tindakan memberi dan menerima secara timbal balik. Proses ini menunjukkan bahwa komunikasi tidak bersifat satu arah,

melainkan melibatkan menunjukkan bahwa komunikasi tidak bersifat satu arah, melainkan melibatkan adanya respon atau umpan balik dari komunikan.

7. Komunikasi biasanya terjadi karena adanya motivasi, keinginan, kepentingan, serta minat tertentu, baik untuk mengetahui, memahami, maupun mempengaruhi pihak lain dalam suatu situasi komunikasi.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses yang kompleks dan melibatkan berbagai unsur yang saling berkaitan (Dewi, *et al.*, 2024). Untuk memahami bagaimana komunikasi berlangsung secara utuh, diperlukan pembahasan mengenai elemen-elemen yang membentuk proses komunikasi itu sendiri. Oleh karena itu, pada bagian selanjutnya akan dijelaskan mengenai elemen-elemen komunikasi yang menjadi komponen utama dalam terjadinya suatu proses komunikasi.

2.1.1 Elemen-Elemen Komunikasi

Elemen-elemen komunikasi dalam konteks komunikasi publik pada prinsipnya tidak jauh berbeda dengan unsur komunikasi pada umumnya. Hafied Cangara (2018) Menyatakan bahwa, dalam setiap proses komunikasi selalu terdapat unsur utama, yaitu komunikator sebagai penyampaian pesan, *message* atau pesan itu sendiri, serta komunikan sebagai penerima pesan. Selaras dengan pendapat tersebut, Nimmo (1989) Juga menjelaskan bahwa proses komunikasi melibatkan unsur komunikator, pesan, media, khalayak, serta efek atau dampak yang dihasilkan. Dalam komunikasi publik, proses ini merupakan aktivitas penyampaian gagasan di ruang publik yang melibatkan berbagai unsur komunikasi dan menimbulkan pengaruh tertentu bagi masyarakat (Marzuki, *et al.*, 2025).

Adapun elemen-elemen komunikasi dalam komunikasi publik dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Komunikator

Komunikator merupakan pihak yang berperan sebagai sumber atau pengirim pesan kepada khalayak dalam suatu proses komunikasi. Dalam konteks komunikasi publik, komunikator tidak hanya berasal dari individu secara personal, tetapi juga dapat berupa tokoh publik, lembaga, maupun institusi tertentu yang memiliki peran dalam menyampaikan informasi kepada audiens yang luas. Keberadaan komunikator menjadi elemen penting karena dari pihak inilah pesan dirancang, disusun, dan disampaikan kepada publik.

Komunikator publik merupakan pihak yang memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi, gagasan, atau pandangan yang mengandung makna serta berpotensi memengaruhi audiens. Oleh karena itu, komunikator publik sering kali dipandang sebagai figur yang memiliki peran strategis dalam membentuk pemahaman dan opini publik. Dalam penelitian ini, komunikator yang menjadi fokus kajian adalah Najwa Shihab dan Rocky Gerung sebagai tokoh publik yang berperan sebagai narasumber dan menyampaikan pesan dalam forum diskusi publik.

2. Pesan

Pesan merupakan isi atau materi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dalam proses komunikasi. Pesan dapat disampaikan dalam berbagai bentuk, baik secara lisan maupun tulisan, melalui simbol verbal maupun nonverbal, serta dapat bersifat tersirat maupun tersurat. Selain itu, pesan juga dapat disampaikan secara sadar ataupun tidak sadar, tergantung pada situasi dan konteks komunikasi yang berlangsung. Dalam komunikasi publik, pesan yang disampaikan umumnya memuat gagasan, pendapat, kritik, serta pandangan tertentu yang berkaitan dengan isu-isu sosial, politik, maupun kebangsaan. Pesan tersebut ditujukan kepada khalayak yang luas sehingga

penyampaiannya menuntut kejelasan makna agar dapat dipahami secara umum oleh audiens.

3. Saluran atau Media

Saluran atau media merupakan sarana yang digunakan untuk menyalurkan pesan dari komunikator kepada komunikan. Media dapat berupa media massa, media elektronik, maupun media digital seperti YouTube. Selain itu, saluran komunikasi juga dapat berbentuk komunikasi kelompok, komunikasi publik, dan komunikasi sosial. Dalam penelitian ini, media yang digunakan sebagai saluran komunikasi publik adalah kanal YouTube yang menayangkan acara peluncuran buku "*Visioning Indonesia*".

4. Sasaran atau Target (Komunikan)

Media atau saluran adalah alat yang dipakai untuk mengirim pesan dari komunikator kepada pendengar dalam komunikasi. Media yang digunakan dapat beragam, mulai dari media massa, media elektronik, hingga media digital seperti kanal YouTube. Selain itu, saluran komunikasi juga dapat berbentuk komunikasi kelompok, komunikasi publik, maupun komunikasi sosial yang memungkinkan terjadinya interaksi antara komunikator dan audiens. Dalam konteks komunikasi publik saat ini, media digital menjadi salah satu saluran yang banyak digunakan karena mampu menjangkau khalayak yang lebih luas. Dalam penelitian ini, media yang digunakan sebagai saluran komunikasi publik adalah kanal YouTube yang menayangkan acara peluncuran buku "*Visioning Indonesia*", sehingga pesan yang disampaikan oleh narasumber dapat diakses dan disaksikan oleh masyarakat secara luas.

5. Efek Komunikasi

Efek komunikasi merupakan dampak atau pengaruh yang muncul setelah proses komunikasi berlangsung antara komunikator dan

komunikasikan. Efek tersebut dapat terlihat dalam berbagai bentuk, seperti perubahan pengetahuan, sikap, pendapat, maupun perilaku khalayak setelah menerima pesan. Dalam konteks komunikasi publik, efek komunikasi menjadi penting karena pesan yang disampaikan ditujukan kepada audiens yang luas dan beragam. Efek yang diharapkan dari komunikasi publik antara lain meningkatnya pemahaman khalayak terhadap isu yang dibahas, terbentuknya opini publik, serta munculnya sikap tertentu terhadap gagasan atau pandangan yang disampaikan oleh tokoh publik.

2.2 Sumber dalam Komunikasi (Komunikator)

Dalam proses komunikasi, keberadaan sumber atau komunikator menjadi bagian yang sangat penting karena dari pihak inilah pesan pertama kali disampaikan kepada penerima. Komunikator dapat diartikan sebagai individu atau pihak yang memiliki ide, gagasan, informasi, atau pesan yang kemudian disampaikan kepada orang lain melalui suatu media. Tanpa adanya komunikator, proses komunikasi tidak akan dapat berlangsung karena tidak ada pihak yang memulai penyampaian pesan (Murniarti, 2019).

Peran komunikator dalam komunikasi sangat menentukan arah dan keberhasilan komunikasi itu sendiri. Komunikator berperan sebagai pihak yang merancang pesan, memilih cara penyampaian, serta menentukan tujuan dari komunikasi yang dilakukan. Dalam komunikasi publik, komunikator juga berperan sebagai pihak yang mampu mempengaruhi pemahaman, sikap, bahkan pandangan audiens terhadap suatu isu yang disampaikan (Harahap, *et al.*, 2025).

Selain memiliki peran, komunikator juga memiliki beberapa tugas dalam proses komunikasi. Tugas utama komunikator adalah menyusun pesan agar mudah dipahami oleh komunikasikan. Komunikator juga bertugas menyesuaikan bahasa, gaya penyampaian, serta konteks pesan dengan karakteristik audiens yang dihadapi. Dengan

demikian, pesan yang disampaikan tidak hanya sampai, tetapi juga dapat dimaknai dengan baik oleh penerima.

Dalam konteks komunikasi publik, fungsi komunikator menjadi semakin luas. Komunikator tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk opini, mempengaruhi cara berfikir, serta mengarahkan perhatian publik terhadap isu tertentu. Oleh karena itu, komunikator dituntut untuk memiliki kemampuan komunikasi yang baik, pemahaman terhadap pesan yang disampaikan, serta tanggung jawab atas dampak dari komunikasi yang dilakukannya.

Dalam kajian ilmu komunikasi, komunikator tidak sekadar penyampai pesan, tetapi aktor utama yang menentukan bagaimana pesan dibentuk, disusun, dan disampaikan kepada audiens. Karakteristik pribadi komunikator, seperti latar belakang pendidikan, pengalaman, cara berpikir, dan nilai yang dianut seperti mempengaruhi pilihan kata, penyusunan argumen, serta ekspresi pesan, sehingga pesan yang sama dapat disampaikan berbeda oleh komunikator yang berbeda (Siregar, 2016).

Dalam komunikasi publik, peran komunikator semakin penting karena audiensnya luas dan beragam, menuntut kemampuan adaptasi agar pesan dapat dipahami tanpa kehilangan makna utama. Selain itu, persepsi audiens terhadap otoritas dan kredibilitas komunikator turut memengaruhi tingkat kepercayaan terhadap pesan. Efektivitas komunikasi juga dipengaruhi oleh kemampuan komunikator mengelola konteks forum, situasi komunikasi, dan media yang digunakan, termasuk dinamika interaksi audiens.

Dalam era media digital, kompleksitas peran komunikator meningkat karena pesan dapat diakses dan ditafsirkan lebih luas, sehingga cara penyampaian menjadi kunci untuk menghindari kesalahpahaman. Dengan demikian, komunikator merupakan unsur kunci dalam komunikasi publik, dan kajian mengenai perannya menjadi landasan penting untuk memahami pembentukan dan penampilan gaya komunikasi. Pendekatan ini memungkinkan penelitian menganalisis gaya komunikasi sebagai bagian tak terpisahkan dari peran komunikator dalam menyampaikan gagasan di forum publik.

2.2.1 Karakteristik Komunikator

Karakteristik komunikator merupakan salah satu faktor penting yang menentukan bagaimana suatu pesan dapat diterima, dipahami, dan ditanggapi oleh khalayak. Setiap komunikator memiliki ciri-ciri yang berbeda, meskipun menyampaikan pesan dalam konteks komunikasi yang sama. Keberagaman tersebut dipengaruhi oleh sejumlah aspek yang melekat pada diri komunikator, seperti kredibilitas, keahlian, kepercayaan, kepribadian, serta daya tarik yang dimilikinya. Aspek-aspek ini membentuk cara komunikator menyampaikan pesan sekaligus memengaruhi persepsi audiens terhadap pesan yang diterima. Kredibilitas komunikator berkaitan dengan sejauh mana seorang komunikator dipandang layak dipercaya dan dianggap memiliki kemampuan dalam menyampaikan informasi kepada publik. Komunikator dengan tingkat kredibilitas yang tinggi cenderung lebih mudah diterima pandangan serta pesannya oleh khalayak dibandingkan dengan komunikator yang memiliki kredibilitas rendah (Hasmawati, 2020).

Selain kredibilitas, keahlian juga menjadi bagian penting dalam membentuk karakteristik komunikator. Keahlian menunjukkan tingkat penguasaan komunikator terhadap topik yang dibicarakan serta kemampuannya dalam menjelaskan isu secara jelas dan meyakinkan. Komunikator yang memiliki pemahaman dan pengalaman yang cukup di bidang tertentu akan lebih mampu menyampaikan pesan secara sistematis dan argumentatif. Di sisi lain, kepercayaan berkaitan dengan penilaian audiens terhadap kejujuran, integritas, serta niat baik komunikator dalam menyampaikan pesan. Apabila komunikator dinilai bahwa komunikator bersikap jujur dan memiliki itikad baik, maka isi yang disampaikan akan lebih mudah diterima tanpa penolakan yang berarti.

Ciri lain yang juga sangat penting adalah kepribadian dan daya tarik dari komunikator. Kepribadian tercermin melalui cara berbicara, sikap, ekspresi, serta bagaimana seorang komunikator membawa dirinya dalam situasi komunikasi publik. Kepribadian ini turut memengaruhi cara audiens menilai

keseriusan, ketegasan, maupun keterbukaan komunikator. Sementara itu, daya tarik komunikator dapat bersifat fisik maupun nonfisik. Daya tarik nonfisik, seperti gaya berbicara yang menarik, sikap percaya diri, serta kemampuan membangun kedekatan emosional dengan audiens, sering kali menjadi faktor yang membuat pesan lebih diperhatikan dan diingat oleh khalayak (Siregar, 2016).

Keberagaman karakteristik tersebut menyebabkan setiap komunikator memiliki cara dan kecenderungan berkomunikasi yang berbeda. Oleh karena itu, dalam konteks komunikasi yang sama, dua tokoh publik dapat menampilkan gaya komunikasi yang tidak serupa (Hasmawati, 2020). Perbedaan tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh isi pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh karakteristik personal yang melekat pada masing-masing komunikator. Dalam penelitian ini, karakteristik komunikator menjadi aspek penting untuk menjelaskan mengapa Najwa Shihab dan Rocky Gerung menampilkan gaya komunikasi yang berbeda, meskipun keduanya berada dalam satu forum diskusi publik yang sama.

Karakteristik komunikator tidak berdiri secara terpisah, melainkan saling berhubungan dan bekerja secara simultan dalam membentuk cara komunikator menyampaikan pesan dan berinteraksi dengan audiens. Kredibilitas, keahlian, kepercayaan, kepribadian, serta daya tarik secara bersama-sama membangun citra komunikator di mata khalayak. Citra tersebut kemudian memengaruhi bagaimana pesan dipersepsikan, apakah dianggap meyakinkan, relevan, atau justru diragukan. Dengan demikian, karakteristik komunikator menjadi faktor penting dalam menentukan efektivitas komunikasi, khususnya dalam konteks komunikasi publik.

Dalam komunikasi publik, karakteristik komunikator memiliki peran yang semakin signifikan karena audiens yang dihadapi bersifat heterogen dan tidak berada dalam hubungan interpersonal yang dekat dengan komunikator. Audiens menilai komunikator berdasarkan kesan yang muncul dari cara

berbicara, sikap, konsistensi pesan, serta tanggapan yang ditampilkan selama proses komunikasi berlangsung. Penilaian tersebut bersifat subjektif, namun memiliki pengaruh besar terhadap tingkat penerimaan pesan. Oleh karena itu, ciri-ciri komunikator tidak hanya terkait dengan kualitas pribadi, tetapi juga tentang seberapa baik tersebut ditampilkan dan dikelola dalam situasi komunikasi publik.

Karakteristik komunikator juga berperan dalam mengelola dinamika komunikasi dalam forum diskusi. Dalam situasi diskusi publik, komunikator dihadapkan pada perbedaan pandangan, tanggapan kritis, serta respon yang beragam dari audiens maupun narasumber lain. Cara komunikator menanggapi keberagaman tersebut mencerminkan kepribadian, tingkat kepercayaan diri, serta kemampuan komunikatif yang dimilikinya. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik komunikator dapat diamati secara langsung melalui proses komunikasi yang berlangsung, bukan hanya melalui isi pesan yang disampaikan (Edvra & Ahmad, 2023).

Selain itu, karakteristik komunikator turut berperan dalam membangun hubungan simbolik antara komunikator dan audiens. Hubungan ini tidak selalu bersifat personal, melainkan terbentuk melalui persepsi, kepercayaan, dan perhatian audiens terhadap komunikator. Komunikator yang dipersepsikan memiliki karakteristik positif cenderung lebih mudah memperoleh perhatian serta kepercayaan audiens, sehingga pesan yang disampaikan memiliki peluang lebih besar untuk dipahami dan diterima. Kondisi ini semakin menegaskan bahwa karakteristik komunikator merupakan fondasi penting dalam proses komunikasi publik.

Berdasarkan uraian tersebut, karakteristik komunikator dapat dipandang sebagai landasan utama dalam memahami munculnya gaya komunikasi. Gaya komunikasi merupakan manifestasi dari karakteristik yang dimiliki oleh komunikator dalam proses penyampaian pesan. Oleh karena itu, kajian mengenai karakteristik komunikator menjadi bagian yang tidak

terpisahkan dalam penelitian ini untuk menjelaskan bagaimana gaya komunikasi ditampilkan oleh komunikator publik dalam forum diskusi.

2.3 Gaya Komunikasi Komunikator

Gaya komunikasi merupakan salah satu aspek penting dalam upaya memahami bagaimana proses komunikasi berlangsung dalam interaksi sosial, khususnya dalam percakapan yang melibatkan pertukaran gagasan dan pandangan. Menurut Sendjaja (2004) dalam (Adyawanti, 2021), gaya komunikasi atau *communication style* memberikan pemahaman mengenai bagaimana perilaku individu ditampilkan ketika mereka melakukan aktivitas berbagi informasi dan gagasan. Lebih lanjut, Sendjaja menjelaskan bahwa gaya komunikasi dapat dipahami sebagai kumpulan perilaku antarindividu yang bersifat khas dan digunakan dalam situasi tertentu dengan tujuan untuk memperoleh respon atau tanggapan tertentu dari pihak lain. Meskipun konsep gaya komunikasi banyak digunakan dalam kajian organisasi, pendekatan ini juga relevan untuk memahami perilaku komunikasi individu dalam ruang publik, termasuk dalam forum diskusi yang melibatkan tokoh-tokoh publik.

Gaya komunikasi menjadi cerminan bagaimana seseorang mengekspresikan diri sekaligus membangun hubungan dengan orang lain melalui pesan-pesan yang disampaikan. Devanda (2025) menyatakan bahwa gaya komunikasi merepresentasikan cara individu menampilkan dirinya dalam komunikasi berlangsung, baik dengan kata-kata maupun gerak tubuh. Dengan demikian, gaya komunikasi merupakan salah satu unsur penting yang melekat pada diri seorang komunikator. Gaya komunikasi dapat dipahami sebagai cara khas seseorang dalam menyampaikan pesan, yang terbentuk dari kebiasaan berbicara, pola penyampaian pesan, serta cara mengekspresikan gagasan dalam interaksi komunikasi. Melalui gaya komunikasi tersebut, setiap komunikator menampilkan ciri tertentu yang membedakannya dari komunikator lain, meskipun berada dalam situasi dan konteks komunikasi yang sama.

Selain sebagai cara penyampaian pesan, gaya komunikasi juga berfungsi sebagai identitas komunikasi seseorang. Melalui gaya komunikasi, khalayak dapat

mengenal karakter komunikator, baik dari cara berbicara, cara menanggapi lawan bicara, hingga bagaimana komunikator menyusun dan menyampaikan argumen. Pernyataan ini sejalan dengan pendapat DeVito (2015) yang mengatakan bahwa gaya komunikasi mencerminkan kepribadian, sikap, serta orientasi komunikator terhadap proses komunikasi. Oleh karena itu, gaya komunikasi komunikasi bukan hanya soal cara berbicara, tetapi juga mencerminkan cara berpikir, sikap, serta cara komunikator memosisikan dirinya di hadapan audiens.

Bentuk kalimat yang digunakan oleh komunikator memperlihatkan bagaimana pernyataan, pertanyaan, penegasan, maupun sanggahan disusun dalam proses komunikasi. Sementara itu, cara penyampaian argumen dapat diamati melalui bagaimana komunikator membangun alur berpikir, menyusun alasan, serta menyampaikan pendapat secara runtut dan logis. Dalam kajian ilmu komunikasi, komunikator dipahami sebagai aktor utama yang memiliki peran strategis dalam keseluruhan proses komunikasi. Komunikator tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga menentukan bagaimana pesan tersebut dibentuk, disusun, dan disampaikan kepada audiens (Littlejohn & Foss, 2011). Oleh karena itu, peran komunikator menjadi landasan penting dalam memahami munculnya gaya komunikasi dalam suatu konteks komunikasi tertentu.

Karakteristik yang melekat pada diri komunikator tercermin secara langsung dalam gaya komunikasi yang ditampilkan. Latar belakang, pengalaman, serta cara berpikir komunikator akan memengaruhi pemilihan kata, penyusunan argumen, dan sikap yang ditampilkan saat berkomunikasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa, pesan yang sama bisa disampaikan dengan cara yang berbeda oleh komunikator yang berbeda juga. Dengan demikian, gaya komunikasi dapat dipandang sebagai manifestasi dari karakteristik personal komunikator dalam proses penyampaian pesan.

Dalam konteks komunikasi publik, gaya komunikasi memiliki peran yang semakin penting karena pesan yang disampaikan ditujukan kepada audiens yang luas dan beragam. Audiens dengan latar belakang sosial, pendidikan, dan pengalaman yang berbeda menuntut komunikator untuk mampu menyesuaikan cara penyampaian pesan

agar dapat dipahami secara umum tanpa menghilangkan makna utama yang ingin disampaikan. Oleh karena itu, kemampuan adaptasi komunikator dalam menampilkan gaya komunikasi yang sesuai dengan situasi dan audiens menjadi hal yang sangat penting untuk suksesnya komunikasi di depan publik (Dewi, *et al.*, 2024).

Komunikator dalam ruang publik juga sering dipersepsikan sebagai figur yang memiliki otoritas dan kredibilitas tertentu. Persepsi audiens terhadap kredibilitas komunikator akan memengaruhi tingkat kepercayaan terhadap pesan yang disampaikan. Dalam hal ini, cara berkomunikasi tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk membangun kepercayaan audiens terhadap komunikator. Cara berbicara, konsistensi argumen, serta sikap komunikator dalam menanggapi pandangan lain menjadi bagian dari penilaian audiens terhadap kredibilitas tersebut.

Dalam konteks media digital, peran gaya komunikasi menjadi semakin kompleks. Pesan yang disampaikan melalui media digital dapat diakses, ditafsirkan, dan disebarluaskan oleh audiens yang lebih luas. Kondisi ini menuntut komunikator untuk lebih cermat dalam menampilkan gaya komunikasi agar pesan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Oleh karena itu, kajian mengenai gaya komunikasi komunikator menjadi landasan penting dalam memahami bagaimana pesan publik disampaikan dan dimaknai dalam ruang komunikasi digital. Dengan demikian, pembahasan mengenai gaya komunikasi dalam penelitian ini menjadi relevan untuk menjelaskan bagaimana komunikator publik menampilkan cara khas dalam menyampaikan gagasan di forum diskusi yang disiarkan melalui media digital.

2.4 Teori Gaya Komunikasi Robert W. Norton

Teori gaya komunikasi yang dikemukakan oleh Robert W. Norton menjelaskan bahwa setiap individu memiliki cara khas dalam berkomunikasi yang relatif konsisten dan dapat dikenali. Norton mengemukakan teori ini sebagai upaya untuk memahami keberagaman cara individu menyampaikan pesan dalam proses interaksi komunikasi. Menurut Norton, gaya komunikasi menjadi salah satu aspek penting dalam melihat

bagaimana seseorang berperilaku saat berkomunikasi, khususnya dalam situasi yang melibatkan pertukaran gagasan dan pendapat (Dalimunthe, 2025).

Dalam teori ini, gaya komunikasi dipahami sebagai pola perilaku yang tampak dari cara seseorang berbicara, menyampaikan pesan, merespons lawan bicara, serta mengekspresikan gagasannya dalam proses interaksi. Pola perilaku tersebut dapat diamati melalui pilihan kata, cara menyusun kalimat, serta sikap yang ditampilkan dalam komunikasi verbal. Dengan demikian, gaya komunikasi tidak hanya berhubungan dengan apa yang disampaikan, tetapi juga dengan cara penyampaian tersebut.

Gaya komunikasi menurut Robert W. Norton tidak muncul secara kebetulan, melainkan terbentuk dari berbagai faktor yang melekat pada diri individu, seperti kepribadian, kebiasaan berkomunikasi, pengalaman hidup, serta lingkungan sosial yang memengaruhi individu dalam berinteraksi (Rariq, 2025). Oleh karena itu, gaya komunikasi dapat dipandang sebagai cerminan karakter seseorang dalam proses komunikasi dan menjadi dasar untuk memahami perbedaan cara berkomunikasi antarindividu.

Menurut Norton, cara berkomunikasi tidak hanya berfungsi untuk mengirim pesan, tetapi juga mencerminkan posisi, sikap, dan kecenderungan seseorang dalam interaksi sosial. Melalui gaya komunikasi, seseorang dapat menunjukkan sikap kritis, perhatian, ketegasan, keterbukaan, hingga kecenderungan untuk berdebat. Oleh karena itu, komunikasi menjadi bagian yang krusial untuk memahami bagaimana seseorang menjalin hubungan, mempengaruhi audiens, serta mengarahkan jalannya diskusi dalam ruang publik.

Pemilihan teori gaya komunikasi Robert W. Norton dalam penelitian ini didasarkan pada kesesuaiannya dengan fokus penelitian yang menelaah gaya komunikasi tokoh publik dalam konteks komunikasi politik di ruang publik. Teori Norton menawarkan klasifikasi gaya komunikasi yang komprehensif dan operasional, seperti *contentious*, *attentive*, *dramatic*, *dominant*, *open*, *relaxed*, *friendly*, *impression-leaving*, *animated*, dan *precise* sehingga memungkinkan peneliti mengidentifikasi

kecenderungan gaya komunikasi secara sistematis melalui tuturan verbal. Dibandingkan dengan teori gaya komunikasi lain yang cenderung menitikberatkan pada aspek kepribadian, sikap interpersonal, atau konteks budaya tertentu, pendekatan Norton lebih relevan digunakan dalam analisis isi media karena kategorinya dapat diaplikasikan secara langsung pada data komunikasi publik yang bersifat tekstual dan terbuka. Menurut Norton, setiap orang memiliki kecenderungan gaya komunikasi yang berbeda-beda. Alo Liliweri (2011) dalam (Nuuruddin, 2025) Mengatakan, terdapat sepuluh jenis atau jenis-jenis gaya komunikasi menurut Norton, yaitu sebagai berikut:

a. Gaya Atentif (*Attentive Style*)

Komunikator dengan gaya atentif menunjukkan perhatian penuh kepada lawan bicara. Ia mendengarkan secara aktif, memberi respon yang menunjukkan empati, serta berusaha memahami apa yang disampaikan orang lain dengan sungguh-sungguh.

b. Gaya Dominan (*Dominant Style*)

Gaya komunikasi dominan ditunjukkan oleh komunikator yang cenderung menguasai jalannya pembicaraan. Komunikator dengan gaya ini biasanya ingin menonjol, tampil berpengaruh, dan menunjukkan kendali atas situasi komunikasi.

c. Gaya Dramatis (*Dramatic Style*)

Gaya komunikasi dramatis ditandai dengan penyampaian pesan yang berlebihan dan penuh ekspresi. Komunikator sering menggunakan metafora, kiasan, imajinasi, serta permainan suara dalam berbicara. Gaya ini kerap digunakan untuk mengekspresikan perasaan dan emosi secara kuat.

d. Gaya Animatif (*Animated Style*)

Gaya komunikasi animatif terlihat dari penggunaan bahasa tubuh yang aktif. Komunikator dengan gaya ini sangat ekspresif dan menonjolkan kontak mata, ekspresi wajah, serta gerakan tubuh sebagai

bagian dari penyampaian pesan, terutama saat melibatkan emosi yang kuat.

e. Gaya Kontroversial (*Contentious Style*)

Gaya komunikasi kontroversial cenderung digunakan oleh komunikator yang gemar berdebat. Gaya ini sering kali memunculkan perbedaan pendapat secara tajam dan terkadang berkaitan dengan gaya dominan, namun memiliki kecenderungan negatif karena bersifat menyerang atau menantang.

f. Gaya Berkesan (*Impression-Leaving Style*)

Gaya berkesan ditunjukkan oleh komunikator yang berusaha meninggalkan kesan kuat pada lawan bicaranya. Pesan disampaikan dengan cara yang menonjol agar mudah diingat dan dapat memengaruhi persepsi orang lain terhadap dirinya.

g. Gaya Santai (*Relaxed Style*)

Gaya komunikasi santai ditandai dengan suasana komunikasi yang tenang dan tidak tegang. Komunikator mampu menyampaikan pesan dengan sikap positif, tanpa rasa gugup, sehingga tercipta rasa nyaman, damai, dan rileks dalam berkomunikasi.

h. Gaya Terbuka (*Open Style*)

Gaya komunikasi terbuka ditandai dengan sikap komunikator yang jujur, blak-blakkan, dan tidak menyembunyikan informasi. Komunikator dengan gaya ini biasanya mudah dipercaya karena bersikap apa adanya dan tidak terlihat canggung dalam berbicara.

i. Gaya Bersahabat (*Friendly Style*)

Gaya bersahabat terlihat dari sikap komunikator yang ramah, mudah didekati, serta selalu memberikan respon yang positif dan mendukung. Komunikasi dengan gaya ini terasa menyenangkan dan membuat lawan bicara merasa dihargai.

j. *Gaya Tepat (Precise Style)*

Gaya komunikasi tepat ditandai dengan kemampuan berbicara yang jelas, terarah, dan efektif. Komunikator mampu menyampaikan pesan secara terstruktur sehingga mudah dipahami oleh berbagai kalangan, baik teman dekat maupun orang baru. gaya ini mencerminkan kecakapan komunikasi secara umum.

Teori gaya komunikasi Robert W. Norton digunakan sebagai kerangka analisis untuk memahami bagaimana komunikasi yang digunakan oleh tokoh publik dalam membangun dan menyampaikan makna pesan. Gaya komunikasi dipandang sebagai representasi cara berpikir dan cara individu memposisikan diri dalam interaksi komunikasi, yang turut memengaruhi hubungan antara komunikator dan audiens. Melalui pemahaman gaya komunikasi, penelitian ini berupaya mengidentifikasi kecenderungan gaya komunikasi yang ditampilkan oleh Najwa Shihab dan Rocky Gerung dalam diskusi publik pada acara peluncuran buku “*Visioning Indonesia*” di kanal YouTube, sehingga analisis tidak hanya berfokus pada isi pesan, tetapi juga pada cara pesan tersebut disampaikan (Nuuruddin, 2025).

2.5 Kategorisasi

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori gaya komunikasi yang dikemukakan oleh Robert W. Norton sebagai dasar untuk menganalisis cara Najwa Shihab dan Rocky Gerung menyampaikan pesan dalam konteks peluncuran buku “*Visioning Indonesia*”. Norton membagi gaya komunikasi ke dalam beberapa kategori yang masing-masing memiliki karakteristik, pola perilaku, dan indikator yang dapat diamati melalui ujaran, ekspresi, maupun struktur penyampaian pesan.

Oleh karena itu, pada subbab ini dijelaskan ciri-ciri utama serta indikator spesifik dari masing-masing gaya komunikasi Norton. Kategorisasi ini nantinya menjadi dasar analisis pada Bab IV untuk menghubungkan kutipan naratif para tokoh dengan gaya komunikasi yang relevan (Nuuruddin, 2025).

1. *Contentious Style* (Gaya Argumentatif / Perdebatan)

- a. Mengungkapkan ketidaksetujuan dengan menyoroti ketimpangan, ketidakidealan, atau kelemahan sistem dalam bentuk pernyataan evaluatif.
- b. Mengungkapkan ketidaksetujuan dengan menyoroti ketimpangan, ketidakidealan, atau kelemahan sistem dalam bentuk pernyataan evaluatif.
- c. Menggunakan kalimat penilaian kritis yang menguji logika, misalnya dengan menyebut institusi tidak berfungsi, tidak konsisten, atau keliru secara konseptual.
- d. Nada Tuturan berorientasi pada pembongkaran argumen dan penantangan gagasan yang sedang dibahas.

2. *Attentive Style* (Gaya Atentif / Penuh Perhatian)

- a. Memberikan respons yang berfokus pada substansi isi pembicaraan, bukan pada pribadi lawan bicara.
- b. Mengaitkan pernyataan narasumber sebelumnya dengan argumen yang sedang disampaikan melalui rujukan eksplisit dalam tuturan.
- c. Menyoroti atau mengulang kata kunci atau gagasan penting dari pembicara lain, misalnya dengan menyebut istilah tertentu yang dianggap sentral.
- d. Menyusun respons secara runtut dan sistematis, menunjukkan proses pemahaman terhadap pesan yang diterima.

3. *Dramatic Style* (Gaya Dramatis / *Hyper-Expressive*)

- a. Menggunakan metafora, analogi, atau rujukan historis dan filosofis untuk memperkuat makna pesan.
- b. Menyisipkan humor verbal, ironi, atau hiperbola linguistik untuk menegaskan posisi argumen.
- c. Menyusun tuturan dalam bentuk narasi atau storytelling verbal yang bersifat ilustratif dan mudah diingat.

- d. Kalimat disampaikan dengan pilihan diksi yang bersifat retorik dan simbolik.

4. *Dominant Style* (Gaya Dominan / Mengendalikan)

- a. Mengarahkan alur diskusi melalui pernyataan tegas, deklaratif, atau instruktif secara verbal.
- b. Menegaskan posisi dan pandangan pribadi dengan bahasa yang menunjukkan keyakinan tinggi.
- c. Mengambil peran sebagai penentu kerangka pemahaman audiens melalui klaim makna atau interpretasi situasi.

5. *Friendly Style* (Gaya Ramah / Akrab)

- a. Menyisipkan candaan verbal atau komentar ringan dalam tuturan.
- b. Menggunakan pilihan kata yang menciptakan kesan akrab dan bersahabat dalam interaksi.
- c. Menghadirkan humor intelektual secara lisan untuk mencairkan ketegangan diskusi.

6. *Relaxed Style* (Gaya Santai / Tidak Tegang)

- a. Menyampaikan pesan dengan bahasa yang sederhana, tidak kaku, dan tidak berlebihan secara verbal.
- b. Tuturan tidak menunjukkan tekanan atau urgensi berlebihan meskipun membahas isu serius.
- c. Menggunakan struktur kalimat yang natural dan mengalir, mencerminkan kenyamanan dalam forum.

7. *Open Style* (Gaya Terbuka / Transparan)

- a. Mengungkapkan pandangan atau penilaian pribadi secara langsung dan eksplisit melalui tuturan.
- b. Menggunakan bahasa personal seperti “*menurut saya*”, “*saya melihat*”, atau “*saya hanya mengingatkan*”.
- c. Menunjukkan keterbukaan sikap dan penilaian terhadap situasi politik melalui pernyataan verbal yang jujur.

8. *Animates Style* (Gaya Ekspresif / Penuh Gerak)

- a. Menggunakan variasi diksi dan pilihan kata yang ekspresif untuk menekankan pesan.
- b. Menyusun tuturan dengan pola kalimat yang dinamis sehingga penyampaian terasa hidup.

9. *Impression-Leaving Style* (Gaya Meninggalkan Kesan)

- a. Menghasilkan kalimat penutup atau pernyataan reflektif yang kuat dan mudah diingat.
- b. Menggunakan metafora, frasa kunci, atau slogan pemikiran yang bersifat retorik dan bermakna mendalam.
- c. Tuturan dirancang untuk meninggalkan kesan intelektual pada audiens.

10. *Precise Style* (Gaya Presisi / Ketelitian Verbal)

- a. Menggunakan struktur bahasa yang jelas, sistematis, dan terdefinisi dengan baik.
- b. Menekankan kejelasan konsep, istilah, atau data melalui penjelasan verbal yang rinci dan spesifik.
- c. Menghindari ambiguitas dengan pemilihan kata yang akurat dan terkontrol.

2.6 Penelitian Terdahulu

Untuk memastikan penelitian ini tetap berada pada fokus permasalahan yang relevan serta memiliki arah yang jelas, peneliti menelusuri berbagai penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik yang dikaji. Maka dari itu, peneliti melakukan studi literatur tentang hasil penelitian sebelumnya yang kemudian dirangkum seperti berikut:

PENELITIAN TERDAHULU 1

Asriyanti, Muahemin, dan Dulwahab (2023) dengan judul penelitian “Gaya Komunikasi Najwa Shihab pada Tayangan *Talkshow* YouTube Monopoli Elit”. Penelitian ini membahas gaya komunikasi yang diterapkan oleh Najwa Shihab dalam memandu dan menyampaikan pesan pada program *talkshow* Monopoli Elit yang

ditayangkan melalui YouTube. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk gaya komunikasi Najwa Shihab sebagai tokoh publik dalam menyampaikan isu-isu politik kepada audiens.

Hasil dari penelitian ini, menyimpulkan bahwa Najwa Shihab memiliki gaya komunikasi yang tegas, kritis, dan argumentatif dalam menggali informasi dari narasumber. Ia juga menunjukkan kemampuan mengendalikan alur diskusi serta menyampaikan pertanyaan secara sistematis dan terstruktur. Gaya komunikasi yang ditampilkan berberan besar dalam membangun diskusi yang hidup dan mempengaruhi cara audiens memahami isu politik yang dibahas.

Perbedaan: Perbedaannya terletak pada objek penelitian, di mana penelitian terdahulu ini hanya berfokus pada satu tokoh yaitu Najwa Shihab, sedangkan penelitian ini penulis mendeskripsikan dua tokoh sekaligus, yaitu Najwa Shihab dan Rocky Gerung dalam satu forum diskusi yang sama.

Persamaan: Sama-sama meneliti gaya komunikasi tokoh publik di kanal YouTube dan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif sebagai metode penelitian.

PENELITIAN TERDAHULU 2

Kusumawijayanti dan Sunardi (2022) dengan judul penelitian “Gaya Komunikasi Analisa Widyaningrum dalam Konten YouTube dan Dampaknya terhadap Audiens”. Penelitian ini membahas bagaimana gaya komunikasi yang digunakan oleh seorang figur publik dalam menyampaikan pesan di media digital serta bagaimana dampaknya terhadap audiens. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami karakteristik dari gaya komunikasi yang ditampilkan serta tanggapan yang muncul dari masyarakat sebagai penerima pesan. Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif deskriptif dengan cara pengumpulan data seperti pengamatan video, dokumentasi, dan analisis isi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi komunikator memiliki pengaruh besar terhadap ketertarikan audiens, tingkat pemahaman pesan, serta

pembentukan opini publik. Komunikator yang menyampaikan pesan dengan gaya yang jelas, tegas, dan komunikatif cenderung lebih mudah diterima oleh masyarakat.

Perbedaan: Perbedaannya terletak pada objek penelitian, yaitu penelitian terdahulu ini meneliti satu figur publik di luar konteks diskusi politik, sedangkan penelitian penulis meneliti dua tokoh publik dalam konteks diskusi peluncuran buku yang bersifat politis.

Persamaan: Sama-sama meneliti gaya komunikasi tokoh publik di kanal YouTube serta menggunakan pendekatan kualitatif dan analisis isi dalam mengkaji pesan komunikasi.

PENELITIAN TERDAHULU 3

Anggraeni, Dzaljad, dan Maududi (2025) dengan judul “Gaya Komunikasi Asertif Ustadz Nasrullah pada Program Netizen Bertanya Ustadz Menjawab dalam YouTube @TVMU”. Penelitian ini mengkaji bagaimana Ustadz Nasrullah menyampaikan pesan dan menjawab pertanyaan audiens dalam program dakwah yang ditayangkan melalui kanal Youtube. Fokus penelitian diarahkan pada cara komunikasi yang bersifat tegas, jelas, dan tetap santun dalam menanggapi berbagai pertanyaan dari netizen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tokoh publik cenderung menampilkan gaya komunikasi asertif dalam menyampaikan padangan politik, yang ditandai dengan keberanian mengemukakan pendapat secara langsung, penggunaan argumen yang rasional, serta kemampuan mengendalikan emosi dalam proses komunikasi. Gaya komunikasi tersebut berperan dalam membangun citra tokoh sebagai komunikator yang kredibel dan mampu menyampaikan pesan politik secara efektif di ruang publik digital.

Perbedaan: Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian penulis terletak pada konteks dan objek yang dipelajari. Penelitian terdahulu berfokus pada gaya komunikasi asertif dalam program dakwah keagamaan, sedangkan penelitian penulis mengkaji gaya komunikasi Najwa

Shihab dan Rocky Gerung dalam konteks diskusi politik pada acara peluncuran buku “*Visioning Indonesia*”.

Persamaan: Sama-sama terletak pada kajian gaya komunikasi tokoh publik yang ditayangkan melalui kanal YouTube dengan pendekatan kualitatif deskriptif.

Berdasarkan tiga penelitian sebelumnya yang telah dijelaskan, bisa disimpulkan bahwa kajian mengenai komunikasi tokoh publik pada umumnya masih berfokus pada satu individu, baik dari sisi gaya komunikasi, pesan politik, maupun representasi citra di media. Penelitian-penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dan sama-sama menekankan pentingnya peran tokoh publik dalam membentuk persepsi audiens melalui pesan yang disampaikan. Dengan kata lain, penelitian sebelumnya memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana satu tokoh publik memengaruhi audiens, namun cakupannya terbatas pada perspektif individual.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini menampilkan dua tokoh publik dengan gaya komunikasi yang berbeda dalam satu forum yang sama. Hal ini membuat peneliti bisa melihat variasi gaya komunikasi secara lebih lengkap dan memahami cara masing-masing tokoh menyampaikan pesannya. Dengan menggunakan teori Robert W. Norton, penelitian ini memberikan perspektif yang lebih kaya dan dinamis, sehingga menjadi keunikan dan nilai baru dibandingkan studi sebelumnya.