

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Komunikasi Politik**

Komunikasi politik merupakan disiplin ilmu yang mengkaji tentang cara-cara penyebaran, pertukaran, dan penerimaan informasi serta pesan-pesan yang berkaitan dengan politik oleh berbagai pihak dalam konteks kehidupan politik (Mukarom, 2020). Bidang ini mencakup proses komunikasi yang terjadi antara para politisi, lembaga-lembaga negara, media massa, dan juga masyarakat umum. Komunikasi politik memiliki peran yang sangat penting dalam sistem demokrasi dan tata kelola pemerintahan suatu negara karena komunikasi politik memfasilitasi terjadinya dialog, partisipasi masyarakat, serta akuntabilitas penyelenggaraan pemerintahan.

Selain itu, menurut (Alvin, 2020) komunikasi politik juga merupakan proses penyampaian informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan politik dari pihak pemerintah kepada masyarakat, dan sebaliknya dari masyarakat kepada pemerintah. Dalam komunikasi politik juga terlibat kegiatan-kegiatan untuk memperebutkan dan mempertahankan kekuasaan melalui penyampaian pesan-pesan politik oleh berbagai pihak yang terlibat.

Berdasarkan (Indrawan, 2017), komunikasi politik memiliki tujuan utama untuk mempengaruhi opini publik, membentuk persepsi masyarakat, serta mempengaruhi perilaku dan partisipasi politik dari masyarakat itu sendiri. Komunikasi politik juga bertujuan untuk meningkatkan legitimasi dan dukungan masyarakat terhadap pemerintahan yang berkuasa. Dalam prosesnya, komunikasi politik melibatkan penyampaian pesan dari komunikator (seperti politisi, pejabat pemerintah, media massa) kepada komunikan (masyarakat umum, para pemilih). Proses ini mencakup kegiatan pembuatan pesan, pengemasan pesan, penyampaian pesan, hingga penerimaan pesan tersebut oleh khalayak sasaran.

## 2.2 Retorika

Retorika dalam komunikasi politik merupakan sebuah seni penggunaan bahasa yang dilakukan secara persuasif dan strategis oleh para aktor politik dengan tujuan untuk menyampaikan pesan, gagasan, dan ideologi tertentu kepada publik atau masyarakat luas. Retorika dalam konteks ini memiliki peran yang sangat penting karena melalui retorika, para aktor politik berusaha untuk mempengaruhi opini publik, membentuk persepsi, dan memobilisasi dukungan dari masyarakat untuk mencapai tujuan-tujuan politik mereka yang dikutip dari (Maulany & Jelantik, 2023).

Dalam praktiknya, retorika komunikasi politik memiliki beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan oleh para aktor politik agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Berikut adalah beberapa aspek penting dalam retorika komunikasi politik (Aritonang, 2018):

1. **Gaya Bahasa:** Para komunikator politik sangat ahli dalam menggunakan berbagai gaya bahasa yang khas dan distingtif untuk menarik perhatian audiens. Mereka kerap kali menggunakan metafora atau analogi untuk menjelaskan konsep abstrak dengan lebih mudah dipahami, repetisi atau pengulangan kata-kata kunci untuk menekankan pesan utama, serta pertanyaan retorik untuk melibatkan audiens secara aktif dalam pemikiran. Penggunaan gaya bahasa yang terampil ini bertujuan untuk membuat pesan mereka lebih memikat, mudah diingat, dan memicu reaksi emosional pada audiens.
2. **Framing Pesan:** Dalam menyampaikan pesan, para komunikator politik dengan sengaja mengemas atau membingkai isu-isu tertentu dengan cara yang spesifik. Pembingkaiian pesan ini dilakukan untuk mempengaruhi persepsi dan interpretasi publik terhadap isu-isu yang dibahas. Mereka menonjolkan aspek-aspek tertentu dan menyembunyikan aspek lainnya

untuk membentuk sudut pandang yang menguntungkan bagi agenda atau kepentingan mereka.

3. Penyederhanaan Isu: Isu-isu politik seringkali kompleks dan multi-dimensi, namun para komunikator politik berusaha menyederhanakan isu-isu tersebut menjadi ungkapan atau slogan yang ringkas dan mudah dimengerti oleh masyarakat luas. Penyederhanaan ini dilakukan untuk memudahkan audiens dalam memahami esensi pesan tanpa harus mempelajari seluruh kompleksitas isu yang dibahas.
4. Penggunaan Simbol: Dalam retorika komunikasi politik, simbol-simbol tertentu seperti bendera, lambang, atau ikon sering digunakan untuk memperkuat pesan dan membangun identitas kelompok. Simbol-simbol ini mewakili nilai-nilai, sejarah, atau aspirasi tertentu yang dianut oleh suatu kelompok atau bangsa. Penggunaan simbol yang tepat dapat memicu emosi dan rasa memiliki pada audiens.
5. Narasi dan Cerita: Para komunikator politik juga menggunakan narasi atau cerita yang menarik untuk menggambarkan situasi tertentu, mempersonifikasikan kelompok atau individu tertentu, dan menciptakan emosi tertentu pada audiens. Cerita yang baik dapat membuat pesan menjadi lebih hidup, mudah diingat, dan mampu menyentuh sisi emosional audiens.
6. Retorika Identitas: Retorika dalam komunikasi politik seringkali digunakan untuk membangun dan memelihara identitas kolektif, seperti identitas nasional, etnis, atau kelompok tertentu. Melalui penggunaan bahasa dan simbol yang spesifik, para komunikator politik berusaha membangkitkan rasa kebanggaan, loyalitas, dan solidaritas dalam kelompok tersebut.
7. Ethos, Pathos, dan Logos: Dalam retorika komunikasi politik, para komunikator politik berusaha mengombinasikan tiga unsur penting, yaitu kredibilitas (ethos), daya tarik emosional (pathos), dan argumen logis (logos). Mereka membangun kepercayaan dan otoritas dengan menunjukkan kredibilitas, menarik perhatian emosional audiens, serta menyajikan argumen yang logis dan masuk akal.

Retorika komunikasi politik merupakan alat penting bagi para aktor politik untuk mempengaruhi opini publik, memobilisasi dukungan, dan mencapai tujuan politik tertentu. Namun, penggunaan retorika yang berlebihan atau manipulatif dapat menimbulkan bias, polarisasi, dan ketidakpercayaan publik terhadap para pemimpin politik.

### **2.3 Komunikasi Publik atau Massa**

Komunikasi massa atau komunikasi publik mengacu pada proses penyampaian informasi, ide, atau pesan kepada khalayak luas atau massa yang tersebar luas secara geografis melalui media massa (Tambunan, 2018). Salah satu ciri khas dari komunikasi massa adalah sifat komunikasinya yang satu arah, di mana pesan mengalir dari sumber atau pengirim kepada banyak penerima atau audiens. Dalam konteks ini, tidak terjadi interaksi langsung antara pengirim dan penerima pesan, sehingga audiens hanya berperan sebagai penerima informasi secara pasif. Selain itu, pesan dalam komunikasi massa disiarkan atau disebarluaskan secara serentak kepada seluruh audiens dalam waktu yang bersamaan. Hal ini memungkinkan informasi atau pesan tersebut dapat diterima oleh audiens dalam jumlah besar secara simultan.

Komunikasi publik merujuk pada bentuk komunikasi yang terjadi secara langsung di hadapan khalayak ramai atau publik. Bentuk komunikasi ini mencakup berbagai kegiatan seperti pidato, kampanye politik, debat publik, seminar, atau presentasi (Browning & Yang, 2024). Komunikasi publik melibatkan interaksi tatap muka langsung antara pembicara dengan audiens. Tidak ada perantara media seperti televisi atau radio. Pembicara dapat melihat dan berinteraksi secara langsung dengan audiens yang hadir. Audiens dalam komunikasi publik terdiri dari sekumpulan individu yang berkumpul di satu lokasi atau tempat yang sama. Mereka hadir secara fisik untuk menyaksikan atau mengikuti acara tersebut.

Kedua bentuk komunikasi ini memiliki peran penting dalam kehidupan modern, baik dalam konteks politik, ekonomi, sosial, maupun budaya. Komunikasi massa dan komunikasi publik yang efektif membutuhkan pemahaman mendalam tentang

audiens sasaran, penggunaan strategi yang tepat, dan pertimbangan etika serta tanggung jawab.

## 2.4 Pidato

Hampir semua individu memiliki kemampuan untuk berbicara, namun tidak semua dari mereka memiliki keahlian yang mumpuni dalam hal tersebut. Keterampilan berbicara yang efektif memerlukan strategi yang dapat menarik perhatian pendengar. Oleh karena itu, pengetahuan dan latihan secara konsisten sangatlah penting untuk mengembangkan kemampuan berbicara yang berkualitas. Dalam konteks komunikasi, retorika, orator, dan pidato adalah istilah-istilah yang mengacu pada keterampilan berbicara yang terampil, di mana pidato atau orasi sering kali digunakan untuk menyampaikan pesan kepada audiens yang lebih luas (Helmi, 2023). Pembahasan mengenai pidato akan diperinci secara komprehensif dalam skripsi ini.

Menurut definisi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) oleh (Pusat Bahasa, 2019), pidato adalah ekspresi dari pemikiran yang disampaikan dalam bentuk kata-kata secara terbuka kepada khalayak. Pendekatan lain terhadap pengertian pidato adalah sebagai suatu wacana yang disiapkan untuk disampaikan di hadapan khalayak ramai. Aristoteles, sebagaimana dikutip oleh (Fikry, 2020) menggambarkan pidato sebagai seni mempengaruhi, di mana pidato dianggap sebagai keterampilan untuk memikat perhatian audiens. Oleh karena itu, seni pidato dapat dijelaskan sebagai keterampilan berbahasa yang memiliki tujuan korektif, instruktif, sugestif, dan defensif.

Menurut Avianto yang dirujuk oleh (Nurhidayat et al., 2022) pidato adalah ekspresi pikiran yang diucapkan dalam bentuk kata-kata yang ditujukan kepada banyak orang. Sementara itu, menurut Asep Juanda dalam buku New Edition Pocket Book Bahasa Indonesia SMP/MTs Kelas VII, VIII, dan IX, yang dikutip oleh (Sayuti, 2021) pidato diartikan sebagai salah satu bentuk komunikasi lisan di mana seseorang berbicara secara langsung di atas podium atau mimbar, dengan pesan yang ditujukan kepada sejumlah besar audiens. Asep Juanda menyoroti

beberapa faktor yang berperan penting dalam keberhasilan komunikasi lisan, seperti intonasi (tempo, tekanan, dan panjang ucapan), gerak tubuh, dan ekspresi wajah. Dia juga menekankan pentingnya memiliki kemampuan dasar, seperti kemampuan untuk menyampaikan ide dengan lancar, menguasai penggunaan bahasa yang tepat, dan memiliki keberanian untuk berbicara di depan publik.

Berdasarkan tinjauan atas pendapat-pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa pidato adalah aktivitas berbicara atau berkomunikasi secara lisan di hadapan khalayak luas, dengan tujuan menyampaikan informasi tertentu dalam konteks tertentu, dengan tujuan mempengaruhi masyarakat umum atau audiens. Dalam setiap pidato, terdapat orator (penyampai pesan) dan audiens (pendengar) (Helmi, 2023). Orator bertanggung jawab atas penyampaian pesan secara jelas dan persuasif, sementara audiens berperan dalam menerima dan memproses informasi yang disampaikan.

#### 2.4.1 Tujuan Pidato

Dikutip dari (Sayuti, 2021), Pada dasarnya, semua jenis dan bentuk pidato memuat pesan-pesan yang sebagai berikut:

- a. **Informatif:** Pidato yang memiliki tujuan untuk memberikan informasi, memperkenalkan, atau mempresentasikan suatu topik disebut sebagai pidato informatif. Jenis pidato ini sering kali berfokus pada penyampaian laporan lisan mengenai pengetahuan akademik, ilmiah, atau profesional. Contohnya dapat berupa kuliah umum, presentasi, atau seminar. Pidato informatif, dalam segala bentuknya, memiliki tujuan utama yaitu memberikan pengetahuan baru atau memperdalam pemahaman audiens tentang suatu topik yang dibahas.
- b. **Persuasif:** Pidato yang disusun dengan tujuan mendorong audiens untuk memahami suatu masalah, menginspirasi tindakan, atau membentuk opini publik dikenal sebagai pidato persuasif. Dalam jenis pidato ini, orator berupaya secara halus memengaruhi pendapat, sikap, dan perilaku

pendengar dengan maksud agar mereka secara sukarela mengambil tindakan atau memperkuat keyakinan tanpa merasa dipaksa. Dengan kata lain, tujuan utama dari pidato persuasif adalah untuk meyakinkan audiens tentang suatu gagasan, pandangan, atau tindakan tertentu, namun tetap memberikan mereka kebebasan untuk membuat keputusan sendiri.

- c. **Rekreatif:** Pidato yang memiliki tujuan untuk menghibur audiens dikenal sebagai pidato hiburan. Fokus utama dari pidato ini adalah untuk membuat pendengar merasa senang, melepaskan ketegangan, dan menciptakan suasana yang lebih menyenangkan, tanpa harus memberikan informasi yang mendalam atau mencoba untuk memengaruhi pendapat mereka. Dalam pidato hiburan, materi yang disampaikan tidak selalu harus sangat kreatif atau unik; yang terpenting adalah memilih topik yang menarik minat audiens dan mampu membuat mereka tertawa atau merasa terhibur. Tujuan dari pidato hiburan adalah untuk menciptakan momen yang menggembirakan dan menghibur bagi para pendengar. Orator biasanya menggunakan humor, cerita, atau anekdot yang lucu untuk menarik perhatian audiens dan membuat mereka merasa lebih santai dan bahagia selama pidato tersebut. Meskipun pidato hiburan tidak memiliki agenda yang serius, namun kemampuan untuk menghibur dan menyenangkan audiens dapat menjadi keterampilan yang sangat berharga dalam berbagai konteks, mulai dari acara formal hingga pertemuan informal.

#### 2.4.2 Macam Macam Pidato

Menurut Jalaluddin Rahmat, yang dirujuk oleh (Harista, 2017), terdapat empat kategori pidato yang memiliki ciri khas dan tantangan yang berbeda-beda.

Jenis pertama adalah pidato **impromptu**, yang mana pidato ini disampaikan tanpa persiapan sebelumnya. Contohnya adalah ketika seseorang tiba-tiba diminta memberikan pidato di acara penganugerahan gelar. Meskipun orator bisa mengekspresikan gagasan dan perasaannya secara spontan, namun hal ini sering kali mengakibatkan gagasan yang disampaikan menjadi terputus-putus dan kurang

sistematis. Selain itu, kesimpulan yang dihasilkan cenderung lemah karena kurang didukung oleh pengetahuan yang memadai. Namun, bagi orator yang berpengalaman, tantangan ini mungkin tidaklah terlalu signifikan.

Jenis kedua adalah pidato **manuskrip**, di mana pidato ini dibacakan secara langsung dari teks atau naskah yang telah disiapkan dari awal hingga akhir. Pendekatan ini digunakan untuk menghindari kesalahan dalam penyampaian informasi dan untuk menjaga kredibilitas orator di mata audiens. Namun, penggunaan naskah dapat membuat interaksi antara orator dan audiens menjadi kaku karena orator terikat pada teks yang telah disiapkan. Hal ini dapat menyebabkan audiens merasa bosan, dan jenis pidato ini seringkali sulit untuk menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi yang mungkin muncul, karena pesan yang disampaikan tidak dapat diubah atau disesuaikan secara spontan.

Jenis ketiga adalah pidato **memoriter**, di mana orator menyampaikan pidato dengan mengingat naskah secara kata demi kata tanpa membacanya secara langsung. Pendekatan ini memiliki keuntungan yang serupa dengan pidato manuskrip, seperti kemampuan untuk menghindari kesalahan dalam penyampaian dan penyusunan pesan yang sistematis. Namun, perbedaannya terletak pada fleksibilitas yang dimiliki orator dalam mengekspresikan bahasa tubuhnya, yang dapat memungkinkan terciptanya hubungan yang lebih dekat dengan audiens. Meskipun demikian, karena pesan sudah disusun sebelumnya, gaya penyampaian sering kali kurang spontan. Jika persiapan tidak memadai, orator mungkin terlihat seperti sedang menghafal, sehingga ekspresi dan bahasa tubuhnya tampak tidak alami.

Jenis keempat adalah pidato **ekstemporan**, di mana orator menyampaikan pidato tanpa membaca atau menghafal naskah secara kata demi kata. Persiapan untuk jenis pidato ini terdiri dari outline dan poin-poin utama yang membantu orator dalam menyampaikan pesan secara terstruktur. Berbeda dengan pidato memoriter, pendekatan ini tidak membutuhkan hafalan kata demi kata, namun lebih mengandalkan panduan garis besar. Pidato ekstemporan biasanya hanya dapat



dilakukan oleh orator yang sudah berpengalaman, karena bagi pemula, kurangnya persiapan dapat mengakibatkan penggunaan kata-kata yang tidak relevan dengan topik, penyampaian pesan yang tidak jelas, dan penggunaan bahasa yang kurang lancar. Bahkan, ada kemungkinan orator akan menyimpang dari outline yang telah disiapkan jika tidak memiliki pengalaman yang cukup.

Dalam segala bentuk pidato tersebut, baik impromptu, manuskrip, memoriter, maupun ekstemporan, pengalaman serta persiapan memegang peranan krusial dalam menentukan keberhasilan penyampaian pesan kepada audiens.

## **2.5 Analisis isi**

Dikutip dari (Arafat, 2018), Analisis isi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang terfokus pada eksplorasi dan penafsiran isi dari suatu materi. Isi materi tersebut dapat meliputi kata-kata, makna, gambar, simbol, ide, tema, dan pesan yang terdapat di dalamnya. Media-media seperti surat kabar, radio, film, dan televisi sering digunakan sebagai objek penelitian untuk memeriksa serta memahami konten yang terdapat di dalamnya. Melalui metode ini, para peneliti dapat mengidentifikasi gambaran umum dari materi yang dianalisis, menemukan ciri-ciri khusus dari pesan yang disampaikan, serta melacak perkembangan dari materi tersebut. Perlu dicatat bahwa analisis isi merupakan metode penelitian yang tidak memusatkan perhatian pada individu sebagai subjek penelitian, melainkan pada simbol atau teks yang terdapat dalam media. Simbol atau teks ini kemudian diproses melalui prosedur analisis isi untuk memahami lebih dalam konten yang disampaikan.

Berdasarkan (Sari & Tarigan, 2022), Analisis isi dikenal sebagai suatu metode ilmiah yang sangat berharga dalam penelitian karena mampu menggali informasi dari teks untuk mengkaji fenomena tertentu. Karena kualitasnya yang terbukti efektif, banyak peneliti lain sering kali memilih untuk menggunakan metode ini. Analisis isi memiliki kemampuan untuk menjelaskan dan memahami berbagai perilaku manusia melalui analisis berbagai jenis genre dan format bahasa, termasuk panduan pengguna, lagu, pidato kampanye politik, novel, esai, cerita

pendek, drama, majalah, serta gambar-gambar yang melambangkan pesan tertentu (Sumarno, 2020). Karena tindakan komunikasi seringkali menjadi sarana untuk mengungkapkan pendapat, sikap, nilai, dan keyakinan individu atau kelompok individu, maka analisis isi dapat diterapkan pada setiap jenis komunikasi untuk mengungkapkan makna yang tersembunyi di dalamnya.

Dikutip dari (Cholis, 2023), untuk meraih pemahaman yang lebih mendalam terhadap fenomena komunikasi yang terungkap dalam suatu konten tertentu, seorang peneliti harus dilengkapi dengan keterampilan analisis yang diperlukan untuk menjalankan proses analisis isi. Dengan kesadaran bahwa makna dan cara simbol-simbol berinteraksi dapat bervariasi secara signifikan, ini menimbulkan peluang untuk adanya berbagai interpretasi terhadap pesan yang disampaikan oleh simbol-simbol atau lambang-lambang bahasa tersebut. Karenanya, analisis isi bukan sekadar suatu teknik, melainkan menjadi alat yang sangat berharga dan serbaguna dalam membantu dalam memecahkan kompleksitas dari komunikasi manusia serta melakukan analisis mendalam terhadap fenomena-fenomena sosial yang terwujud di dalamnya.

Berdasarkan uraian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa analisis isi merupakan suatu teknik yang digunakan untuk menghimpun informasi dari berbagai sumber, baik berupa kata-kata, gambar, simbol, maupun jenis informasi lainnya, dengan tujuan untuk memahami esensi serta pesan yang terkandung di dalamnya. Teknik ini memberikan landasan yang kokoh untuk menggali makna yang tersembunyi di dalam konten tersebut, memungkinkan kita untuk mengeksplorasi beragam aspek dari suatu materi dan mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang pesan yang ingin disampaikan melalui media tersebut (Saadah, 2019).

## **2.6 Gaya Komunikasi**

Mengutip dari (Nurfaiza, 2018), Gaya komunikasi merupakan aspek yang tak terpisahkan dari identitas tiap individu dan seringkali sulit untuk dimodifikasi. Setiap orang memperlihatkan gaya komunikasi yang khas dan unik saat

berhubungan dengan orang lain. Memahami serta mempertahankan gaya komunikasi yang personal sebagai bagian tak terpisahkan dari karakter seseorang sangatlah vital dalam segala interaksi. Ini membentuk bagian esensial dari cara individu tersebut berinteraksi dengan dunia di sekitarnya, dan dapat memengaruhi bagaimana pesan mereka diterima dan dipahami oleh orang lain.

Menurut Norton, Krittley, dan Weaver yang dikutip oleh (Liliweri, 2011), gaya komunikasi adalah suatu proses mental yang menggabungkan berbagai elemen konten sehingga dapat dievaluasi secara menyeluruh. Setiap gaya komunikasi mencerminkan cara seseorang mempersepsikan dirinya sendiri ketika berhubungan dengan orang lain. Dalam hal ini, gaya komunikasi tidak hanya mencakup aspek verbal dan nonverbal dari interaksi, tetapi juga mencerminkan pemahaman individu terhadap diri mereka sendiri dalam konteks komunikasi interpersonal. Hal ini menekankan pentingnya aspek psikologis dalam membentuk pola komunikasi seseorang serta bagaimana individu tersebut merespons lingkungan sosialnya.

Dikutip dari (Sayuti, 2021), proses kognitif dalam komunikasi melibatkan usaha untuk mempelajari dan menerapkan logika dalam menangani berbagai masalah, seperti menyelesaikan ketidaksepahaman dalam penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan pendekatan logis yang serupa. Ini mengacu pada kemampuan individu untuk memproses informasi secara kritis dan rasional, mengidentifikasi akar masalah, serta mengembangkan strategi untuk mengatasi hambatan-hambatan dalam komunikasi. Dalam konteks ini, penggunaan logika menjadi alat penting untuk merumuskan solusi yang efektif dalam mengatasi tantangan-tantangan komunikatif yang muncul.

Gaya komunikasi memainkan peran penting dalam membentuk interaksi manusia, karena tidak hanya mengirimkan pesan secara verbal, tetapi juga mencerminkan identitas individu yang dapat memengaruhi bagaimana pesan tersebut diterima oleh orang lain. Konsep ini menyoroti pentingnya konteks dalam menginterpretasikan pesan, karena gaya komunikasi tidak hanya tentang kata-kata

yang disampaikan, tetapi juga tentang cara penyampaiannya. Melalui penekanan pada elemen verbal dan nonverbal seperti nada, volume, dan kata-kata yang digunakan, gaya komunikasi menandai pesan dengan karakteristik unik yang mengarah pada pemahaman yang lebih dalam menurut penjelasan (Liliweri, 2011). Gaya komunikasi tidak hanya terbatas pada dimensi verbal, melainkan juga mencakup aspek-aspek seperti bahasa tubuh, ekspresi wajah, penggunaan waktu, serta pengaturan ruang dan jarak antara komunikator. Lebih dari sekadar teknik penyampaian, gaya komunikasi mencakup kumpulan perilaku yang disesuaikan untuk mendapatkan respons tertentu dalam situasi tertentu, dengan kesesuaian yang ditentukan oleh tujuan dari pengirim pesan dan harapan dari penerima pesan. Dalam konteks ini, (Sembodo et al., 2022) mengutip bahwa gaya komunikasi menjadi sebuah konstruksi kompleks yang tidak hanya mencerminkan cara seseorang berkomunikasi, tetapi juga mempengaruhi dinamika hubungan interpersonal.

Menurut (Cholis, 2023), setiap individu memiliki ciri khas, keunikan, dan gaya komunikasi yang berbeda-beda. Gaya komunikasi adalah metode yang digunakan oleh setiap orang untuk menyampaikan pesan dengan cara yang paling sesuai bagi mereka. Gaya ini dapat diwujudkan melalui berbagai bentuk, seperti bahasa lisan, bahasa nonverbal, dan bahasa tubuh. Gaya komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan pesan, tetapi juga dapat meningkatkan kelancaran interaksi dan mendekatkan hubungan antar individu. Cara seseorang berbicara juga berfungsi sebagai alat untuk bertindak secara khusus dalam berbagai situasi.

Deddy Mulyana, dalam (A. Pratiwi, 2019), menjelaskan bahwa gaya komunikasi yang efektif adalah gabungan dari aspek-aspek positif dalam komunikasi konteks tinggi (high context) dan komunikasi konteks rendah (low context). Gaya komunikasi yang efektif ini ditandai dengan ketulusan, kejelasan, kejujuran, keringkas, dan kesantunan dalam berbicara. Pemimpin yang memiliki gaya komunikasi yang baik cenderung menggunakan komunikasi yang konsisten dalam aktivitas sehari-hari dan menerapkannya dalam konteks kepemimpinan organisasi. Pemimpin yang efektif biasanya memiliki kemampuan berkomunikasi

yang mampu memotivasi dan meningkatkan partisipasi dari anggota kelompok yang dipimpinnya. Selain itu, pemimpin yang baik juga menunjukkan berbagai sikap seperti kecakapan, tanggung jawab, komitmen, keyakinan, sensitivitas, fleksibilitas, dan empati. Kompetensi-kompetensi komunikasi ini membantu pemimpin dalam mempengaruhi dan mengarahkan bawahan untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Dengan menggunakan serangkaian metode komunikasi yang tepat, pemimpin mampu mengarahkan timnya menuju pencapaian tujuan bersama (Sembodo et al., 2022).

Sendjaya yang dikutip oleh (Cholis, 2023) menyatakan bahwa gaya komunikasi adalah serangkaian perilaku interpersonal yang spesifik dan digunakan dalam situasi tertentu untuk memperoleh respons atau tanggapan tertentu. Gaya komunikasi mencakup proses pengiriman pesan dari komunikator kepada komunikan, yang diwarnai oleh berbagai perilaku yang disesuaikan dengan situasi dan tujuan tertentu. Dengan kata lain, gaya komunikasi tidak hanya sebatas cara menyampaikan pesan, tetapi juga mencakup bagaimana pesan tersebut diadaptasi dan disesuaikan dengan konteks situasi yang ada.

Dalam lingkup organisasi, gaya komunikasi menjadi aspek penting yang tidak bisa dipisahkan dari upaya memahami dinamika komunikasi. Menurut Sendjaya, gaya komunikasi atau communication style memberikan wawasan mengenai bagaimana perilaku individu dalam suatu organisasi saat mereka berinteraksi, berbagi informasi, dan mengemukakan ide-ide mereka (Wahdania, 2021). Dengan memahami gaya komunikasi ini, kita bisa mengetahui cara-cara yang efektif untuk menyampaikan pesan dan memastikan pesan tersebut diterima dengan baik oleh orang lain.

Gaya komunikasi dalam organisasi membantu mengidentifikasi pola interaksi yang terjadi antara anggota organisasi menurut (Mahmuda, 2015). Misalnya, beberapa orang mungkin lebih cenderung menggunakan gaya komunikasi langsung dan to the point, sementara yang lain mungkin lebih memilih pendekatan yang lebih halus dan diplomatis. Pemahaman tentang gaya komunikasi

ini tidak hanya membantu dalam menyampaikan pesan dengan lebih efektif tetapi juga dalam menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan produktif.

Dalam konteks organisasi, gaya komunikasi yang baik dapat membantu memperjelas tujuan dan visi organisasi, meningkatkan kolaborasi antar tim, dan meminimalkan konflik. Dalam (Adyawanti, 2021) menjelaskan bahwa gaya komunikasi yang efektif juga dapat mendukung proses pengambilan keputusan yang lebih baik, karena informasi dapat disampaikan dengan jelas dan dipahami oleh semua pihak yang terlibat. Dengan demikian, gaya komunikasi menjadi elemen penting dalam keberhasilan komunikasi organisasi secara keseluruhan.

Menurut (Liliweri, 2017) gaya komunikasi memiliki konotasi sebagai kemampuan atau kecenderungan untuk melakukan tindakan tertentu dalam konteks berkomunikasi. Gaya ini juga dapat dipahami sebagai cara seseorang menggunakan bahasa untuk menyampaikan ide atau gagasan mereka. Chaniago menambahkan bahwa gaya komunikasi menjadi tanda khusus yang digunakan untuk mengekspresikan emosi saat menyampaikan pesan, baik secara lisan maupun tertulis. Gaya komunikasi mencerminkan keterampilan individu dalam menyampaikan pesan serta kemampuan untuk menerima dan memahami pesan dari orang lain.

Setiap individu memiliki karakteristik unik dalam gaya komunikasinya, yang sering kali menjadi ciri khas yang membedakan satu orang dari yang lain. Gaya komunikasi seseorang dapat mencerminkan banyak aspek pribadi dan sosial, termasuk preferensi, persepsi, dan pandangan dunia mereka (Mahmuda, 2015). Misalnya, seseorang yang menggunakan banyak gestur dan intonasi bervariasi dalam percakapannya mungkin menunjukkan ekspresivitas tinggi, sementara seseorang yang lebih tenang dan terukur mungkin menunjukkan kontrol diri yang kuat.

Dengan memahami gaya komunikasi yang dimiliki oleh setiap individu, interaksi komunikasi dapat menjadi lebih efektif dan harmonis. Hal ini karena gaya komunikasi yang unik ini membentuk persepsi, pandangan, preferensi pribadi, dan

konstruksi sosial yang memengaruhi cara pesan diterima dan diinterpretasikan (Mahmuda, 2015). Memahami dan menghargai perbedaan dalam gaya komunikasi dapat membantu mengurangi kesalahpahaman dan meningkatkan kualitas interaksi antarpribadi. Dalam konteks ini, pengetahuan tentang gaya komunikasi tidak hanya penting untuk komunikasi sehari-hari, tetapi juga krusial dalam berbagai situasi profesional dan sosial, di mana efektivitas komunikasi sangat menentukan keberhasilan interaksi dan kerjasama.

Gaya komunikasi melibatkan serangkaian tindakan kecil yang secara kolektif membentuk konten pesan dan mencerminkan perhatian seseorang terhadap dirinya sendiri saat berinteraksi dengan orang lain. Dalam perspektif ini, gaya komunikasi dapat dipahami sebagai perpaduan antara elemen komunikasi lisan dan visual. Pesan yang disampaikan secara verbal dapat dipengaruhi oleh intonasi, nada, dan volume suara, yang semuanya merupakan aspek-aspek yang mencerminkan gaya komunikasi yang digunakan. Menurut (Juarsa, 2016) terdapat beberapa prinsip utama dalam membentuk gaya komunikasi yang umum. Pertama, gaya komunikasi adalah tendensi situasional, bukan jenis komunikasi yang tetap; ini berarti bahwa gaya komunikasi dapat berubah tergantung pada situasi. Kedua, gaya komunikasi dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk budaya, yang membentuk cara seseorang berkomunikasi. Ketiga, deskripsi netral dari gaya komunikasi diperlukan untuk pemahaman yang objektif, namun deskripsi ini memiliki kelemahan dan kelebihan tersendiri.

Dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi menghubungkan antara perilaku yang dapat diamati dan motivasi yang tidak disadari, sehingga menciptakan pemahaman yang lebih mendalam tentang cara seseorang berkomunikasi. Gaya komunikasi mencakup berbagai aspek, mulai dari pilihan kata hingga bahasa tubuh, dan setiap elemen ini berkontribusi pada bagaimana pesan tersebut diterima dan dipahami oleh orang lain (Suprayitno et al., 2023). Dengan memahami prinsip-prinsip ini, kita dapat lebih efektif dalam menyesuaikan gaya komunikasi kita untuk berbagai situasi dan audiens, sehingga dapat meningkatkan kualitas interaksi dan hubungan interpersonal.

### **2.6.1 Macam-Macam Gaya Komunikasi**

Gaya komunikasi mencerminkan proses pengiriman pesan dari seorang komunikator kepada komunikan dengan menggunakan perilaku tertentu yang disesuaikan berdasarkan situasi dan tujuan yang ingin dicapai. Menurut Sendjaya (2004: 4.14) yang dikutip oleh (Adyawanti, 2021), terdapat enam gaya komunikasi yang dikembangkan oleh Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss. Masing-masing terdiri dari serangkaian perilaku komunikasi yang dirancang untuk memperoleh respons atau tanggapan tertentu dalam berbagai situasi. Keenam gaya tersebut adalah:

#### **Gaya komunikasi mengendalikan (The Controlling Style)**

Gaya komunikasi mengendalikan, atau sering disebut sebagai "The Controlling Style", merujuk pada pola komunikasi di mana individu cenderung untuk mengambil kendali atas percakapan atau situasi komunikasi (Zahara, 2018). Dalam gaya ini, individu yang menggunakan pendekatan ini cenderung dominan, menekankan keinginan untuk mengatur, memimpin, atau mengarahkan interaksi sesuai dengan keinginan atau tujuan mereka sendiri. Mereka mungkin memiliki dorongan yang kuat untuk mengontrol arah dan hasil dari percakapan atau situasi komunikasi, kadang-kadang tanpa memperhatikan perasaan atau perspektif orang lain yang terlibat.

Gaya komunikasi yang terkontrol ditandai dengan adanya keinginan atau tujuan untuk mengatur, mempengaruhi, dan membimbing pikiran, perilaku, serta reaksi orang lain. Pemimpin yang menggunakan pendekatan ini sering disebut sebagai komunikator satu arah (*one-way communication*) (Adyawanti, 2021). Dalam gaya komunikasi ini, kekuasaan dan tekanan sering kali digunakan untuk memaksa kepatuhan dari orang lain, tanpa memberikan banyak ruang untuk umpan balik atau interaksi dua arah. Pemimpin yang mengadopsi gaya ini lebih fokus pada bagaimana mengarahkan dan mengendalikan orang lain daripada mendengarkan atau mempertimbangkan tanggapan mereka.



Pendekatan ini menunjukkan kecenderungan untuk menggunakan otoritas dan dominasi sebagai alat utama dalam komunikasi, dengan sedikit atau tanpa perhatian terhadap dinamika interaktif yang biasanya ditemukan dalam komunikasi dua arah. Mereka yang menggunakan gaya komunikasi terkontrol mungkin memiliki karakteristik seperti keinginan untuk memiliki kekuasaan, perasaan superioritas, atau kebutuhan untuk menonjolkan diri (Hidayati, 2021). Mereka mungkin merasa tidak nyaman atau kehilangan kendali ketika mereka tidak memiliki dominasi dalam situasi komunikasi. Gaya ini dapat muncul dalam berbagai konteks, baik dalam hubungan personal, profesional, maupun sosial. Selain itu, sering kali menunjukkan minat yang rendah terhadap reaksi atau pandangan orang lain, lebih memilih untuk menetapkan arahan yang tegas dan menegakkan kepatuhan secara ketat. Akibatnya, komunikasi ini lebih mirip dengan instruksi atau perintah, dengan sedikit ruang untuk dialog atau negosiasi.

Pemimpin dengan gaya komunikasi terkontrol mungkin merasa bahwa pendekatan ini adalah cara paling efektif untuk memastikan bahwa tujuan dan standar organisasi tercapai tanpa gangguan atau perdebatan (Hidayati, 2021). Namun, ini bisa mengakibatkan kurangnya partisipasi aktif dari anggota tim, yang merasa bahwa pandangan dan pendapat mereka tidak dihargai atau diperhitungkan. Meskipun pendekatan ini mungkin efektif dalam situasi tertentu yang membutuhkan kepemimpinan yang tegas dan cepat, dalam jangka panjang, bisa menghambat perkembangan kreativitas, inisiatif, dan komitmen dari individu dalam organisasi.

### **Gaya komunikasi timbal balik / Dua arah / (The Equalitarian Style)**

Seseorang yang mengadopsi gaya komunikasi seperti ini menciptakan peluang untuk interaksi yang bersifat timbal balik atau dua arah. Gaya komunikasi terbuka ini memungkinkan setiap individu dan elemen dalam suatu kelompok atau organisasi untuk mengungkapkan ide, pendapat, atau pemikiran mereka dalam suasana yang tenang, santai, dan informal (Cahyani et al., 2022). Esensi utama dari gaya komunikasi ini adalah kesadaran bahwa aliran informasi, baik secara tertulis

maupun lisan, merupakan proses timbal balik yang melibatkan kedua belah pihak. Hal ini membuat interaksi antara anggota organisasi menjadi lebih fleksibel dan santai, menciptakan lingkungan yang kondusif untuk mencapai kesepakatan dan pemahaman bersama.

Penerapan gaya komunikasi terbuka ini sangat mempermudah proses komunikasi dalam organisasi. Dengan adanya pendekatan ini, empati dan kerjasama didorong, terutama dalam pengambilan keputusan yang melibatkan masalah kompleks (Nurahman, 2017). Interaksi yang bersifat dua arah ini tidak hanya meningkatkan pemahaman dan kesepakatan, tetapi juga memperkuat hubungan antar anggota organisasi. Pendekatan komunikasi ini mempromosikan praktek berbagi informasi secara bebas di antara anggota organisasi, yang pada akhirnya meningkatkan efektivitas kerja tim.

Pemimpin dengan gaya komunikasi ini berupaya untuk menciptakan lingkungan di mana setiap anggota tim merasa dihargai, didengar, dan memiliki kontribusi yang berarti dalam proses pengambilan keputusan dan pencapaian tujuan (Nurahman, 2017). Mereka mungkin menggunakan pendekatan kolaboratif dalam mengelola tim, memfasilitasi diskusi terbuka, dan mendorong pertukaran gagasan yang saling menguntungkan. Salah satu karakteristik utama dari gaya komunikasi timbal balik adalah kesediaan untuk mendengarkan dengan aktif dan memberikan umpan balik yang konstruktif kepada anggota tim. Pemimpin yang menggunakan pendekatan ini mungkin membangun hubungan yang kuat dengan anggota tim mereka, berdasarkan kepercayaan, saling pengertian, dan kerjasama.

Keunggulan dari gaya komunikasi timbal balik ini adalah bahwa ia dapat merangsang kreativitas, inovasi, dan keterlibatan yang lebih tinggi dari anggota tim, karena mereka merasa memiliki stakeholder dalam proses pengambilan keputusan (Cahyani et al., 2022). Selain itu, gaya ini juga dapat meningkatkan motivasi dan kinerja keseluruhan tim. Namun, penting untuk diingat bahwa gaya komunikasi ini juga membutuhkan keseimbangan yang tepat antara inklusivitas dan efisiensi. Terlalu banyak pertimbangan atau konsensus mungkin dapat menghambat proses

pengambilan keputusan, terutama dalam situasi yang memerlukan tanggapan cepat atau keputusan yang tegas. Oleh karena itu, pemimpin perlu memiliki kemampuan untuk mengintegrasikan pendekatan ini dengan kebutuhan dan tujuan spesifik dari situasi yang dihadapi.

### **Gaya komunikasi berstruktur (The Structuring Style)**

Gaya komunikasi yang terstruktur memanfaatkan pesan-pesan verbal, baik tertulis maupun lisan, sebagai sarana utama untuk menyampaikan informasi, mengatur perintah, menjadwalkan tugas dan pekerjaan, serta menegaskan struktur organisasi (Adyawanti, 2021). Dalam pendekatan komunikasi ini, pengirim pesan sangat fokus pada upaya mempengaruhi orang lain melalui berbagi informasi yang berkaitan dengan tujuan organisasi, jadwal kerja, aturan, dan prosedur yang berlaku di dalamnya.

Komunikator yang menggunakan gaya komunikasi terstruktur cenderung bersikap obyektif dan netral dalam penyampaiannya. Mereka berusaha untuk tidak memihak atau menunjukkan emosi yang berlebihan, dengan tujuan untuk memberikan informasi secara jelas dan efisien (Adyawanti, 2021). Fokus utama dari gaya komunikasi ini adalah menata lingkungan kerja secara terorganisir dan memperkuat struktur organisasi. Dengan demikian, mereka bertujuan untuk memastikan bahwa standar, prosedur, dan aturan yang telah ditetapkan dapat diikuti dengan baik oleh semua anggota organisasi.

Pemimpin yang menggunakan gaya komunikasi berstruktur, atau "The Structuring Style", cenderung untuk mengatur percakapan atau situasi komunikasi dengan cara yang terorganisir dan terstruktur (Suhaeri & Bondan, 2024). Dalam gaya ini, pemimpin bertujuan untuk memberikan arahan yang jelas, menguraikan tujuan, dan menetapkan kerangka waktu atau tindakan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Mereka mungkin menekankan pentingnya perencanaan yang baik, pembagian peran yang jelas, dan pengaturan yang terkoordinasi dalam menjalankan tugas atau proyek.

Pemimpin dengan gaya komunikasi berstruktur biasanya menonjolkan kejelasan dan efisiensi dalam komunikasi mereka (Bondan, 2024). Mereka mungkin menggunakan panduan tertulis, jadwal, atau diagram untuk menyajikan informasi dengan cara yang sistematis dan mudah dipahami. Dengan cara ini, mereka membantu memastikan bahwa semua anggota tim atau peserta komunikasi memiliki pemahaman yang seragam tentang tujuan, tugas yang harus dilakukan, dan langkah-langkah yang harus diambil.

Kelebihan dari gaya komunikasi berstruktur ini adalah dapat membantu memperjelas tujuan dan harapan, meningkatkan efisiensi dalam pelaksanaan tugas, serta memfasilitasi pemahaman yang lebih baik di antara semua pihak yang terlibat (Adami, 2020). Namun, dalam beberapa kasus, penggunaan yang berlebihan dari gaya ini dapat menyebabkan perasaan terkekang atau kurangnya ruang untuk kreativitas dan inisiatif individu. Oleh karena itu, pemimpin yang menggunakan gaya komunikasi berstruktur perlu juga mengembangkan keterampilan dalam mendengarkan dan memberikan ruang bagi partisipasi aktif dari anggota tim atau peserta komunikasi untuk memastikan bahwa semua sudut pandang dipertimbangkan dan potensi inovasi dapat diaktualisasikan.

Dengan menerapkan gaya komunikasi terstruktur, organisasi dapat mencapai tingkat kepatuhan yang lebih tinggi terhadap aturan dan prosedur yang ada, serta meningkatkan produktivitas dan kinerja keseluruhan. Gaya ini juga mendukung transparansi dan akuntabilitas, karena setiap tindakan dan keputusan didasarkan pada informasi yang jelas dan didokumentasikan dengan baik (Adami, 2020). Melalui pendekatan ini, pemimpin dan manajer dapat lebih efektif dalam mengarahkan tim mereka menuju pencapaian tujuan bersama, sambil memastikan bahwa setiap anggota tim merasa didukung dan memiliki panduan yang jelas dalam menjalankan tugas mereka.

### **Gaya komunikasi dinamis (The Dynamic Style)**

Gaya komunikasi yang dinamis adalah tipe komunikasi yang ditandai dengan aktivitas tinggi dan sifat agresif, di mana pengirim pesan sangat menyadari

bahwa lingkungan kerja mereka membutuhkan tindakan yang cepat dan tegas (Andhika et al., 2018). Gaya ini bertujuan utama untuk memacu pekerja agar dapat bekerja dengan lebih cepat dan efisien, sehingga produktivitas meningkat. Dalam konteks ini, komunikasi yang dinamis sangat efektif dalam menghadapi masalah-masalah kritis, selama para pekerja memiliki keterampilan yang memadai untuk menyelesaikan masalah tersebut dengan baik.

Pada gaya komunikasi dinamis, komunikator cenderung bertindak dengan tegas dan agresif, dengan maksud untuk mendorong tindakan dan mencapai tujuan dengan cara yang cepat dan jelas (Andhika et al., 2018). Komunikator menggunakan strategi ini untuk menginspirasi dan menggerakkan tim mereka agar mengambil tindakan segera, tanpa banyak penundaan atau keraguan. Hal ini sangat penting dalam situasi yang membutuhkan respons cepat dan keputusan yang tepat, di mana kecepatan dan efisiensi menjadi faktor kunci keberhasilan.

Pemimpin yang menggunakan gaya komunikasi dinamis, atau "The Dynamic Style", cenderung menonjol karena kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan berbagai situasi komunikasi dan menyesuaikan gaya mereka sesuai dengan kebutuhan dan preferensi audiens mereka (Kamil Hasbar et al., 2020). Gaya ini ditandai dengan fleksibilitas, keterbukaan, dan kemampuan untuk membangun koneksi interpersonal yang kuat. Pemimpin dengan gaya komunikasi dinamis mampu memotivasi, menginspirasi, dan mempengaruhi orang lain melalui komunikasi yang energik, menarik, dan persuasif. Mereka memiliki kemampuan untuk menyesuaikan pesan mereka sesuai dengan konteks dan audiens yang berbeda, sehingga mampu mencapai efektivitas komunikasi yang tinggi dalam berbagai situasi.

Pemimpin dengan gaya komunikasi dinamis cenderung terbuka terhadap masukan dan ide-ide baru, serta mampu memfasilitasi dialog yang terbuka dan kolaboratif di antara anggota tim atau organisasi mereka. Mereka mendengarkan dengan aktif, menghargai beragam perspektif, dan menjadikan komunikasi sebagai alat untuk membangun hubungan yang kuat dan saling percaya di antara semua

pihak terlibat. Dengan gaya komunikasi yang dinamis ini, pemimpin mampu mengatasi tantangan yang kompleks, memimpin dengan efektivitas, dan menciptakan lingkungan kerja yang inklusif, inovatif, dan berorientasi pada hasil (Kamil Hasbar et al., 2020). Gaya komunikasi ini tidak hanya menciptakan hubungan yang baik antara pemimpin dan anggota tim, tetapi juga membantu dalam membangun budaya organisasi yang dinamis dan adaptif dalam menghadapi perubahan dan tantangan yang terus berkembang.

Selain itu, gaya komunikasi dinamis menekankan pada kejelasan pesan, di mana informasi disampaikan dengan cara yang langsung dan tidak berbelit-belit (Sayuti, 2021). Ini memastikan bahwa semua anggota tim memahami dengan tepat apa yang diharapkan dari mereka dan bagaimana mereka harus bertindak. Dengan demikian, gaya komunikasi ini tidak hanya membantu dalam menyelesaikan masalah dengan cepat tetapi juga meningkatkan koordinasi dan kerja sama tim. Pada akhirnya, gaya komunikasi dinamis bertujuan untuk menciptakan lingkungan kerja yang proaktif dan responsif, di mana setiap anggota tim didorong untuk memberikan yang terbaik dalam waktu yang sesingkat mungkin.

### **Gaya komunikasi melepaskan (The Relinquishing Style)**

Gaya komunikasi ini lebih menekankan pada keterbukaan untuk menerima masukan, pendapat, atau gagasan dari orang lain, daripada keinginan untuk memberikan instruksi, meskipun pengirim pesan memiliki hak untuk mengarahkan dan mengendalikan orang lain (Suhaeri & Bondan, 2024). Dalam menerapkan gaya komunikasi ini, penting untuk mempertimbangkan beberapa faktor agar pesan yang disampaikan efektif. Pertama, pengirim pesan harus bekerja sama dengan individu yang memiliki pengalaman, pengetahuan luas, ketelitian, dan kesiapan untuk bertanggung jawab atas tugas atau pekerjaan yang diberikan.

Gaya komunikasi melepaskan, atau "The Relinquishing Style", merujuk pada pola komunikasi di mana seorang pemimpin cenderung untuk menghindari atau melepaskan kendali atas percakapan atau situasi komunikasi (Suhaeri & Bondan, 2024). Dalam gaya ini, pemimpin mungkin cenderung untuk memberikan

kebebasan kepada anggota tim atau rekan kerja untuk mengambil inisiatif dan mengatur jalannya percakapan atau kegiatan. Mereka mungkin lebih suka mengikuti aliran percakapan daripada mencoba untuk mengendalikannya, dan mungkin kurang cenderung untuk menekankan otoritas atau dominasi dalam situasi komunikasi.

Pemimpin yang menggunakan gaya komunikasi melepaskan ini mungkin memiliki karakteristik seperti kecenderungan untuk mendengarkan secara aktif, memberikan ruang bagi partisipasi, dan mendorong kolaborasi (Asrini et al., 2022). Mereka mungkin merasa bahwa memberikan kebebasan kepada anggota tim atau rekan kerja untuk berkontribusi dan mengambil inisiatif dapat meningkatkan motivasi, kreativitas, dan keterlibatan. Dengan kata lain, dalam gaya komunikasi Relinquishing, komunikator menunjukkan kesediaan untuk menerima dan mempertimbangkan ide-ide dari orang lain. Hal ini tidak hanya meningkatkan efektivitas komunikasi, tetapi juga membangun hubungan yang lebih solid dan saling menghargai di antara para pelaku komunikasi.

Meskipun gaya komunikasi melepaskan dapat membawa manfaat seperti memperkuat rasa kepemilikan dan tanggung jawab di antara anggota tim, namun jika digunakan secara berlebihan atau tidak seimbang, gaya ini juga dapat menimbulkan masalah. Misalnya, pemimpin yang terlalu menyerahkan kendali mungkin berisiko kehilangan fokus atau kendali atas arah atau tujuan tim. Melalui penerapan gaya ini, pengirim pesan dapat menciptakan lingkungan di mana semua pihak merasa didengarkan dan dihargai, yang pada gilirannya dapat meningkatkan produktivitas dan keberhasilan dalam mencapai tujuan bersama (Asrini et al., 2022). Oleh karena itu, penting bagi pemimpin yang menggunakan gaya komunikasi melepaskan untuk tetap mempertahankan keseimbangan antara memberikan kebebasan dan pengarahan yang jelas, serta untuk tetap terlibat dan mendukung anggota tim dalam mencapai tujuan bersama.

### **Gaya komunikasi penarikan (The Withdrawal Style)**

Pemimpin yang menggunakan gaya komunikasi penarikan, atau "The Withdrawal Style", cenderung menunjukkan perilaku yang menarik diri dari interaksi komunikasi atau situasi kepemimpinan (Damayanti, 2018). Dalam gaya ini, pemimpin mungkin cenderung untuk menarik diri dari percakapan atau pengambilan keputusan yang penting, sering kali tanpa memberikan kontribusi yang signifikan atau terlibat aktif dalam prosesnya. Mereka mungkin menunjukkan ketidakberanian atau ketidakpastian dalam menghadapi konflik atau tantangan, dan mungkin cenderung untuk menghindari konfrontasi atau pertanggungjawaban.

Pemimpin dengan gaya komunikasi penarikan ini mungkin memiliki karakteristik seperti ketidakpercayaan pada diri sendiri, ketidakmampuan untuk mengatasi tekanan, atau kurangnya kepercayaan pada kemampuan mereka untuk mempengaruhi atau memimpin orang lain (Damayanti, 2018). Mereka mungkin merasa lebih nyaman dengan berada di latar belakang daripada menjadi pusat perhatian atau mengambil risiko yang mungkin terkait dengan kepemimpinan aktif.

Namun demikian, penggunaan yang berlebihan dari gaya komunikasi penarikan oleh seorang pemimpin dapat memiliki konsekuensi yang merugikan, seperti menurunkan motivasi tim, mengurangi kepercayaan dari anggota tim, atau bahkan menghambat kemajuan organisasi (Ismanidar, 2022). Oleh karena itu, penting bagi pemimpin yang menggunakan gaya ini untuk memahami dampaknya dan mencari cara untuk meningkatkan keterlibatan dan keberanian dalam menghadapi tantangan serta konflik yang muncul dalam konteks kepemimpinan. Hal ini dapat dilakukan melalui pengembangan keterampilan komunikasi, peningkatan kepercayaan diri, dan pembangunan kemampuan untuk mengatasi ketidakpastian atau tekanan dalam situasi kepemimpinan.

<b>Gaya</b>	<b>Komunikator</b>	<b>Karakteristik</b>	<b>Makna</b>	<b>Tujuan</b>
<b>The</b>	Satu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengatur,</li> </ul>	Mengarahkan	Memastikan



<b>Gaya</b>	<b>Komu- nikator</b>	<b>Karakteristik</b>	<b>Makna</b>	<b>Tujuan</b>
<b>Controlling Style</b>	arah	<p>memaksa, membimbing</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menggunakan kekuasaan dan tekanan</li> <li>• Kurang tertarik pada tanggapan orang lain</li> </ul>	dan mengontrol pikiran dan perilaku orang lain	kepatuhan dan pelaksanaan instruksi sesuai dengan keinginan komunikator
<b>The Equalitarian Style</b>	Dua arah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaksi timbal balik</li> <li>• Terbuka, santai, informal</li> <li>• Mendorong empati dan kerjasama</li> </ul>	Membentuk komunikasi yang setara dan partisipatif	Menciptakan lingkungan yang kondusif untuk berbagi informasi, kesepakatan, dan pemahaman bersama
<b>The Structuring Style</b>	Netral dan obyektif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menggunakan pesan verbal (tertulis/lisan)</li> <li>• Menyampaikan informasi, perintah, jadwal,</li> </ul>	Menyampaikan informasi dengan jelas dan mempengaruhi orang lain	Menata lingkungan kerja dan memperkokoh struktur organisasi sesuai dengan

Gaya	Komu- nikator	Karakteristik	Makna	Tujuan
		aturan <ul style="list-style-type: none"> <li>● Menegaskan struktur organisasi</li> </ul>		standar dan prosedur yang ada
<b>The Dynamic Style</b>	Aktif dan agresif	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Aktif dan agresif</li> <li>● Mendorong pekerja untuk bekerja cepat dan efisien</li> <li>● Menangani masalah kritis dengan tegas</li> </ul>	Mendorong tindakan cepat dan efisien	Mencapai tujuan dengan cepat dan jelas dalam situasi yang kritis
<b>The Relinquishing Style</b>	Kolaboratif	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Terbuka menerima masukan</li> <li>● Menerima ide orang lain</li> <li>● Mengalihkan tanggung jawab sambil mendukung</li> </ul>	Memfasilitasi kerja sama dan tanggung jawab bersama	Mendukung gagasan orang lain dan mengalihkan tanggung jawab untuk keberhasilan bersama

<b>Gaya</b>	<b>Komu- nikator</b>	<b>Karakteristik</b>	<b>Makna</b>	<b>Tujuan</b>
		pandangan lain		
<b>The Withdrawal Style</b>	Indepen den / Soliter	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menghindari interaksi</li> <li>• Kurang minat berkomunikasi</li> <li>• Menunjukkan sikap independen atau soliter</li> </ul>	Mengurangi interaksi komunikasi karena konflik atau masalah interpersonal	Menghindari kontak dengan orang lain untuk mengalihkan perhatian dari masalah yang ada

Tabel 2.6.1 Rangkuman Gaya Komunikasi Tubss and Moss

## 2.7 Contoh Gaya Komunikasi pada Beberapa Tokoh dan Masyarakat

Menurut (Sayuti, 2021), Joko Widodo menonjolkan kemampuannya dalam membangun kedekatan dengan masyarakat melalui penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti. Dengan pendekatan ini, Jokowi berhasil membuka saluran komunikasi dua arah yang setara, memungkinkan masyarakat merasa lebih dekat dan terlibat dalam proses komunikasi. Selain itu, Sayuti juga menyoroti bahwa Jokowi cenderung mengandalkan komunikasi dengan konteks tinggi yang santai, di mana pesan-pesan sering disampaikan secara tidak langsung melalui simbol nonverbal dan bahasa tubuh. Meskipun begitu, Sayuti juga mencatat beberapa kekurangan dalam gaya komunikasi Jokowi, termasuk ketidakjelasan dalam penyampaian pesan yang kadang-kadang membuat bingung, serta kurangnya kekuatan dalam retorika dan penggunaan bahasa tubuh. Meskipun memiliki kelemahan, Jokowi menunjukkan persiapan yang matang dalam pidato-pidatonya,

mengadopsi gaya komunikasi yang terstruktur untuk menyampaikan pesan-pesan secara tertulis dan lisan dengan tujuan yang jelas dan terarah. Dengan demikian, kemampuannya dalam merancang dan menyampaikan pidato-pidato kampanye membuktikan pengaruhnya yang efektif terhadap publik.

Menurut (Sembodo et al., 2022), dalam penelitian mereka, Nadiem Makarim diperlihatkan memiliki pendekatan komunikasi yang menonjolkan prinsip kesetaraan dan kolaborasi. Ini tergambar dari praktik komunikasi dua arah yang diterapkannya, yang memfasilitasi pertukaran ide secara terbuka dan setara. Dalam tindakannya, Nadiem cenderung memberikan tugas berdasarkan pada kemampuan individu, mendorong ekspresi gagasan dalam suasana yang santai, dan menunjukkan kemampuan dalam membangun hubungan yang baik serta mengambil keputusan dengan memperhatikan empati. Hasil penelitian ini memberi sorotan pada kesan bahwa Nadiem, dengan penampilannya yang konsisten mengenakan batik dan gaya bicarannya yang jelas serta terstruktur, mencerminkan makna denotatif profesionalisme dan keteraturan. Di sisi lain, makna konotatif dari gaya komunikasinya mencerminkan pengalaman dan pemahaman yang mendalam di bidang pendidikan dan riset, serta reputasi suksesnya dari perusahaan Gojek. Aspek-aspek mitos yang ditelaah menunjukkan bahwa meskipun Nadiem memiliki latar belakang sebagai pengusaha, namun ia juga memiliki pemahaman yang menyeluruh tentang dunia pendidikan dan riset, yang memungkinkannya untuk menjalankan tugasnya sebagai Menteri Pendidikan dan Kebudayaan dengan konsistensi dan integritas yang tinggi. Implikasi dari penelitian ini memberikan panduan berharga bagi individu yang sering berada di bawah sorotan publik, baik dalam ranah pemerintahan maupun industri hiburan, untuk memperbaiki dan meningkatkan keterampilan komunikasi serta kemampuan berbicara mereka.

Menurut (Martianto(Tiar) & Toni, 2021), Bambang Soesatyo, atau Bamsuet, berhasil menerapkan gaya komunikasi yang efektif untuk menjangkau generasi milenial dan pasca milenial. Dalam konteks ini, Bamsuet telah menggunakan beragam elemen dalam gaya komunikasinya yang mencakup *Impression Leaving*,

Open, Friendly, Relaxed, Dramatic, dan Attentive. Semua ini dapat dikategorikan sebagai equalitarian style berdasarkan Communicator Style Measure yang dikembangkan oleh Robert Norton. Melalui kanal media sosial YouTube Podcast 'Ngompol', Bamsuet telah berhasil membangun komunikasi yang mengakomodasi minat dan preferensi komunikasi generasi muda. Kemampuannya untuk beradaptasi dengan cara berkomunikasi yang lebih informal dan santai, sekaligus tetap memperhatikan elemen dramatis dan perhatian, menunjukkan kecerdasannya dalam menjembatani kesenjangan antargenerasi. Dengan menekankan prinsip kesetaraan dalam komunikasinya, Bamsuet berhasil menjaga norma kesopanan sambil memperoleh penerimaan yang signifikan dari generasi milenial. Hal ini tidak hanya merupakan strategi komunikasi yang efektif, tetapi juga merupakan langkah positif dalam mendukung visi dan misi MPR-RI sebagai 'Rumah Kebangsaan', yang mengakui dan memperjuangkan kepentingan seluruh lapisan masyarakat Indonesia, termasuk generasi muda.

Menurut (Wulandari et al., 2022), Khofifah Indar Parawansa mampu mengoptimalkan identitas merek yang telah dibangunnya secara konsisten dan dalam jangka waktu yang panjang untuk mencapai kesuksesan politik yang luar biasa. Khofifah terbukti memiliki pemahaman yang mendalam terhadap dinamika politik dan mampu menggabungkan nilai-nilai budaya dan keagamaan yang ada di lingkungannya ke dalam strategi politiknya. Sebagai seorang anggota yang aktif dalam Nahdlatul Ulama (NU), keterlibatannya dalam kegiatan-kegiatan keagamaan seperti berzanji atau barjanjen telah membantunya memperoleh dukungan yang kokoh dari jamaah NU, yang merupakan basis yang signifikan dalam politik regional. Selain itu, pengalamannya yang luas sebagai ketua Muslimat NU selama empat periode turut berperan penting dalam membangun popularitasnya dan kesuksesannya dalam pemilihan gubernur Jawa Timur. Pemilihan Emil Dardak sebagai pasangan calonnya juga menjadi faktor yang memperkuat posisinya, karena kemitraan mereka membawa sinergi yang kuat dan meluas, yang sangat dihargai oleh pemilih. Selain strategi politiknya yang cerdas, gaya komunikasi Khofifah yang santun dan edukatif, seringkali disamakan dengan seorang guru, telah

membuatnya menjadi figur yang sangat dihormati dan disukai oleh masyarakat. Hal ini tidak hanya memperkuat dukungan langsung dari para pemilih, tetapi juga membangun kepercayaan publik yang kuat terhadapnya sebagai pemimpin yang berintegritas dan peduli terhadap kepentingan rakyat. Dengan demikian, kombinasi dari faktor-faktor ini telah menjadi fondasi yang kokoh bagi kesuksesan politik Khofifah Indar Parawansa.

Menurut (A. Pratiwi, 2019), gaya komunikasi yang dipergunakan oleh Ahok berhasil memanfaatkan pendekatan low context untuk meraih dukungan dari berbagai lapisan masyarakat serta menonjol di tengah elit politik Indonesia. Dengan keberaniannya untuk berbicara dengan blak-blakan dan langsung pada intinya, Ahok mampu menyampaikan pesan-pesan dengan jelas dan tegas, kendati sering kali hal tersebut berbenturan dengan nilai-nilai tradisional yang dianut oleh masyarakat. Pendekatan komunikasinya yang eksplisit dan sederhana tidak hanya membuatnya terlihat transparan, tetapi juga menunjukkan keberaniannya, terutama dalam menghadapi isu-isu sensitif seperti korupsi. Gaya komunikasi ini membuatnya dihormati oleh masyarakat yang menginginkan pemimpin yang jujur dan tidak ragu untuk mengungkapkan kebenaran. Meskipun gaya komunikasinya tidak selalu sejalan dengan norma-norma komunikasi konteks tinggi yang sering digunakan oleh para pemimpin lain, namun terbukti bahwa gaya komunikasi Ahok sangat efektif dalam memimpin Provinsi DKI Jakarta yang memiliki beragam dan kompleksitas lapisan masyarakat.

Menurut (Cholis, 2023), kemampuan komunikasi yang luar biasa yang ditunjukkan oleh Najwa Shihab dalam praktiknya melibatkan berbagai gaya komunikasi yang bervariasi tergantung pada lawan bicara dan konteks pembicaraan. Melalui analisis terhadap dua video yang diteliti, terungkap bahwa Najwa mampu mengadaptasi gaya komunikasinya dengan sangat baik. Misalnya, dalam interaksi dengan Ganjar Pranowo, Najwa menunjukkan gaya komunikasi yang terbuka dan tepat, mampu membangun dialog yang efektif. Namun, ketika berbicara dengan Susi Pudjiastuti, gaya komunikasi Najwa berubah menjadi lebih animasi dan fokus pada kesetaraan, menunjukkan fleksibilitasnya dalam

menyesuaikan diri dengan gaya komunikasi lawan bicara. Dalam konsep Tubbs & Moss, terlihat bahwa gaya komunikasi Najwa cenderung bervariasi antara dominan dan egaliter, tergantung pada dinamika hubungan interpersonal dengan lawan bicara. Analisis ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana konteks dan hubungan interpersonal dapat memengaruhi gaya komunikasi seseorang. Hal ini menggarisbawahi pentingnya pemahaman yang komprehensif tentang kedua faktor tersebut dalam memahami makna komunikasi secara menyeluruh, serta menegaskan bahwa kemampuan untuk beradaptasi dan memahami situasi serta lawan bicara merupakan kunci keberhasilan dalam komunikasi yang efektif.

Berdasarkan telaah yang dilakukan melalui berbagai penelitian tentang gaya komunikasi tokoh-tokoh publik seperti Joko Widodo, Nadiem Makarim, Bambang Soesatyo, Khofifah Indar Parawansa, Ahok, dan Najwa Shihab, dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap individu memiliki pendekatan dan gaya komunikasi yang unik (Sadasri, 2019). Penelitian ini menyoroti keragaman dalam cara para tokoh publik tersebut berkomunikasi, yang mencakup perbedaan dalam pemilihan kata, gaya berbicara, serta bahasa tubuh yang digunakan dalam berbagai konteks dan situasi. Meskipun setiap gaya komunikasi memiliki kelebihan dan kelemahan masing-masing, kesuksesan dalam mencapai tujuan komunikatif tidak hanya bergantung pada keahlian verbal, tetapi juga pada kemampuan untuk memahami konteks dan audiens dengan baik. Misalnya, kemampuan untuk membaca kebutuhan dan keinginan audiens serta menyesuaikan gaya komunikasi secara tepat dapat menjadi kunci keberhasilan dalam mencapai efek komunikatif yang diinginkan. Selain itu, fleksibilitas dalam menggunakan berbagai gaya komunikasi yang sesuai dengan situasi dan lawan bicara juga menjadi faktor penting dalam membangun hubungan yang efektif dan berkelanjutan. Dengan demikian, pengembangan kesadaran diri dan kemampuan adaptasi terhadap berbagai konteks komunikasi dapat menjadi strategi yang sangat berharga bagi setiap individu, termasuk tokoh-tokoh publik, untuk mencapai tujuan komunikatif mereka dengan lebih efektif.

## 2.8 Studi Terdahulu

<b>Nama Peneliti</b> <b>(Tahun Penelitian)</b>	Ahmad Sayuti (2021)
<b>Judul Penelitian</b>	Analisis gaya komunikasi Presiden Joko Widodo saat berpidato melalui unggahan di media sosial YouTube
<b>Hasil Penelitian</b>	Berdasarkan analisis terhadap gaya komunikasi Joko Widodo, dapat disimpulkan bahwa sebagai figur politik, Jokowi memiliki keunggulan dalam penggunaan bahasa yang mudah dipahami oleh publik dan dalam membangun kedekatan melalui komunikasi dua arah yang kesetaraan. Namun, terdapat kelemahan dalam cara penyampaian pesan, di mana pesannya terkadang terdengar membingungkan dan kurang jelas, serta dalam retorika dan bahasa tubuh. Jokowi cenderung menggunakan gaya komunikasi konteks tinggi dan santai, yang kadang membuat pesannya tidak langsung dan bergantung pada simbol nonverbal. Dalam pidatonya, Jokowi menggunakan dua gaya komunikasi, yaitu equalitarian style dan structuring style, yang menunjukkan persiapan matang dalam menyampaikan pesan-pesan tertulis dan lisan. Meskipun demikian, gaya komunikasi Jokowi dalam pidato kampanyenya cenderung mengandalkan komunikasi konteks tinggi dan kesetaraan, serta memanfaatkan gaya komunikasi berstruktur untuk mempengaruhi publik melalui pesan yang telah dirancang secara matang.



<b>Persamaan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skripsi saya dan skripsi ini sama-sama membahas gaya komunikasi dalam konteks politik.</li> <li>• Keduanya melakukan analisis terhadap isi pidato politik yang disampaikan dalam kampanye.</li> </ul>
<b>Perbedaan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tokoh politik yang saya analisis adalah Prabowo Subianto, sedangkan skripsi ini menganalisis gaya komunikasi Joko Widodo.</li> <li>• Sumber data untuk skripsi saya dan skripsi ini berasal dari channel YouTube yang berbeda.</li> </ul>

**Tabel 2.8.1** Analisis gaya komunikasi Presiden Joko Widodo saat berpidato melalui unggahan di media sosial YouTube

<b>Nama Peneliti (Tahun Penelitian)</b>	Agung Priyo Sembodo, Tengku Faisal, Aminah Swarnawati, Ridwan Noor Riandi, Irfan Naufal El Hassan.  (2022)
<b>Judul Penelitian</b>	Gaya Komunikasi Nadiem Makarim
<b>Hasil Penelitian</b>	Penelitian ini menganalisis gaya komunikasi Nadiem Makarim dalam tayangan video YouTube "Mendikbud Ristek Nadiem Makarim Bicara Peluang", menyoroti prinsip kesetaraan dalam komunikasi. Faktor-faktor seperti komunikasi dua arah, pemberian tugas sesuai kemampuan, serta kemampuan dalam membangun hubungan dan memelihara empati menandai gaya

	<p>komunikasi Makarim. Selain itu, makna konotatif dan denotatif dari penampilan dan isi tayangan video menggambarkan pengalaman dan kemampuan Makarim yang berkembang, serta harapannya untuk menciptakan kampus merdeka. Meskipun berlatarbelakang pengusaha, Makarim berupaya menunjukkan pemahaman holistiknya terhadap pendidikan dan riset, namun disarankan agar memperhatikan konsistensi dalam gaya kepemimpinannya. Implikasinya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi mereka yang sering berbicara di depan publik, baik di pemerintahan maupun industri hiburan, untuk meningkatkan kemampuan berkomunikasi mereka.</p>
<p><b>Persamaan</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Skripsi saya dan skripsi ini sama-sama membahas gaya komunikasi</li> <li>● Sama - sama menggunakan teori gaya komunikasi Tubbs and Moss</li> </ul>
<p><b>Perbedaan</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Tokoh politik yang saya analisis adalah Prabowo Subianto, sedangkan skripsi ini menganalisis gaya komunikasi Nadiem Makarim</li> <li>● Sumber data untuk skripsi saya dan skripsi ini berasal dari channel YouTube yang berbeda.</li> </ul>

**Tabel 2.8.2** Gaya Komunikasi Nadiem Makarim

<p><b>Nama Peneliti</b></p>	<p>Raden Wahyu Utomo Martianto(Tiar), Ahmad Toni</p>
-----------------------------	--

<b>(Tahun Penelitian)</b>	(2021)
<b>Judul Penelitian</b>	Analisis Semiotika Gaya Komunikasi Milenial Bambang Soesatyo Melalui YouTube Podcast
<b>Hasil Penelitian</b>	<p>Berdasarkan analisis terhadap gaya komunikasi Bamsuet, disimpulkan bahwa dia menerapkan Impression Leaving, Open, Friendly, Relaxed, Dramatic, dan Attentive, yang mengindikasikan gaya equalitarian dalam komunikasinya. Penggunaan media sosial, terutama YouTube Podcast 'Ngompol', menjadi saluran utama dalam mencapai generasi milenial dan pasca milenial dalam berbagai bidang termasuk politik, namun memerlukan adaptasi terhadap minat dan gaya generasi tersebut. Meskipun demikian, Bamsuet berhasil mengatasi perbedaan gaya komunikasi antar generasi dengan tetap menjaga prinsip kesetaraan tanpa melanggar norma kesopanan. Penerimaan positif dari generasi muda terhadap Bamsuet sebagai pemimpin menunjukkan langkah positif dalam mencapai visi dan misi MPR-RI sebagai 'Rumah Kebangsaan'. Kekurangan penelitian ini adalah absennya wawancara langsung dengan narasumber karena pandemi Covid-19, namun diharapkan dapat menjadi studi pendahuluan untuk penelitian selanjutnya.</p>
<b>Persamaan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sama sama menganalisis gaya komunikasi dan sama-sama menggunakan media sosial Youtube untuk penelitian</li> </ul>

<b>Perbedaan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• perbedaan kedua penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian yang digunakan, yang satu menggunakan video youtube dari Bamsot channel saat Bambang Soesatyo melakukan podcast dan satunya menggunakan video youtube yang di unggah ole tvOneNews saat Prabowo melakukan pidato akbar di GBK</li> </ul>
------------------	---

**Tabel 2.8.3** Analisis Semiotika Gaya Komunikasi Milenial Bambang Soesatyo Melalui YouTube Podcast

<b>Nama Peneliti (Tahun Penelitian)</b>	Maulina Pia Wulandari, Maharina Novia Zahro, Anang Sujoko  (2022)
<b>Judul Penelitian</b>	Strategi Komunikasi Politik Politisi Perempuan Dalam Membangun Citra Pemimpin Perempuan (Analisis Naratif Gaya Komunikasi Politik Khofifah Indar Parawansa)
<b>Hasil Penelitian</b>	Berdasarkan analisis, kesuksesan Khofifah Indar Parawansah tidak datang secara instan, melainkan melalui pembangunan brand identity yang memerlukan waktu yang cukup lama untuk memperoleh reputasi baik dan loyalitas dari masyarakat. Sebagai warga NU, Khofifah aktif terlibat dalam kegiatan rutin berzanji atau barjanjen, tradisi yang memiliki pengaruh kuat dalam komunitas NU. Pendekatan kulturalnya sebagai pemimpin muslimat yang berpengaruh dan aktif, ditambah dengan posisinya sebagai ketua muslimat NU, turut berkontribusi pada kemenangannya dalam pilgub Jatim. Pasangannya yang

	berasal dari partai Demokrat, Emil Dardak, juga menjadi penguat bagi kesuksesannya. Gaya komunikasinya yang santun dan mendidik, mirip seorang guru, menjadikan Khofifah sebagai contoh teladan yang kuat bagi masyarakat.
<b>Persamaan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sama-sama menganalisis gaya komunikasi dalam konteks politik</li> </ul>
<b>Perbedaan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tokoh politik yang di analisis berbeda</li> </ul>

**Tabel 2.8.4** Strategi Komunikasi Politik Politisi Perempuan Dalam Membangun Citra Pemimpin Perempuan (Analisis Naratif Gaya Komunikasi Politik Khofifah Indar Parawansa)

<b>Nama Peneliti (Tahun Penelitian)</b>	Aprilyanti Pratiwi (2019)
<b>Judul Penelitian</b>	Gaya komunikasi Ahok berdasarkan perspektif komunikasi lintas budaya
<b>Hasil Penelitian</b>	Gaya komunikasi unik yang dimiliki Ahok, terutama dalam konteks politik Indonesia, menonjol karena penggunaan gaya low context yang spontan dan blak-blakan serta bahasa yang sederhana. Ahok cenderung menggunakan bahasa non-formal dan intonasi suara yang tinggi, meskipun hal ini sedikit tidak sesuai dengan karakteristik low context culture (LCC) yang ia anut. Meskipun demikian, gaya komunikasi Ahok yang eksplisit dan langsung ini cocok untuk pemimpin seperti dirinya, terutama dalam memimpin Provinsi DKI Jakarta

	yang kompleks dengan masalah yang beragam. Meskipun tidak sesuai dengan gaya komunikasi pemimpin umumnya yang menggunakan high context culture (HCC), gaya komunikasi Ahok dapat menjadi penangkal terhadap korupsi dengan menunjukkan ketegasan dan keterbukaan dalam menangani kasus-kasus korupsi.
<b>Persamaan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jurnal ini juga membahas gaya komunikasi dalam kepemimpinan</li> </ul>
<b>Perbedaan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jurnal ini membahas gaya komunikasi Ahok sedangkan saya Prabowo Subianto</li> </ul>

**Tabel 2.8.5** Gaya komunikasi Ahok berdasarkan perspektif komunikasi lintas budaya

<b>Nama Peneliti (Tahun Penelitian)</b>	Caritza Tasya Audrey Elsa Noor Cholis (2023)
<b>Judul Penelitian</b>	Analisis isi gaya komunikasi Najwa Shihab pada channel YouTube Najwa Shihab (Studi Komparasi pada Episode “Eksklusif: Ganjar Pranowo dan Piala Dunia” dan “Gelap Terang 2020: Soal Korupsi Lobster, Susi: Saya Tidak Kaget (part7) – Mata Najwa”)
<b>Hasil Penelitian</b>	Berdasarkan analisis terhadap gaya komunikasi Najwa Shihab dalam dua video yang diteliti, disimpulkan bahwa ia memiliki kompetensi komunikasi yang sangat baik yang tercermin dalam gaya komunikasi yang berbeda antara kedua video tersebut. Pada video pertama dengan Ganjar Pranowo, ia menggunakan gaya terbuka dan tepat,

	<p>sementara pada video kedua dengan Susi Pudjiastuti, ia cenderung menjelaskan dengan gaya animasi dan berkomunikasi aktif dengan bahasa nonverbal dalam konteks formal. Analisis Tubbs &amp; Moss menunjukkan bahwa dalam video pertama, Najwa cenderung menerapkan gaya kontrol, sementara dalam video kedua, ia lebih cenderung pada gaya kesetaraan. Peran lawan bicara, konteks topik pembicaraan, dan hubungan antara keduanya memengaruhi gaya komunikasi Najwa, dan analisis ini memberikan pandangan tentang bagaimana komunikasi dapat memengaruhi pandangan masyarakat secara umum, menekankan pentingnya konteks dan hubungan dalam berkomunikasi. Hal ini menggarisbawahi bahwa makna komunikasi tidak hanya tersirat dalam kata-kata, tetapi juga dalam cara kita berkomunikasi dengan lawan bicara kita.</p>
<b>Persamaan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sama-sama menggunakan teori Tubbs and Moss dan menganalisis gaya komunikas</li> </ul>
<b>Perbedaan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tokoh politik yang di analisis berbeda</li> </ul>

**Tabel 2.8.6** Analisis isi gaya komunikasi Najwa Shihab pada channel YouTube Najwa Shihab (Studi Komparasi pada Episode “Eksklusif: Ganjar Pranowo dan Piala Dunia” dan “Gelap Terang 2020: Soal Korupsi Lobster, Susi: Saya Tidak Kaget (part7) – Mata Najwa”)

<b>Nama Peneliti</b>	Ilham
<b>(Tahun Penelitian)</b>	(2022)
<b>Judul Penelitian</b>	Pesan Gaya Komunikasi Food Vlogger Tashi Athasyia melalui YouTube (Analisis Isi pada Konten battle

	Makanan Tasyi Mukbang & Review Terbaru—Inilah Boba Terenak se-Indonesia)
<b>Hasil Penelitian</b>	Tasyi memberikan macam-macam gaya komunikasi sebanyak 77 kali. Tasyi memiliki dominasi gaya komunikasi jenis <i>equalitarian</i> sebanyak 25 (32,47%), <i>controlling</i> sebanyak 16 kali (20,78%), <i>relinquishing</i> sebanyak 14 kali (18,18%), <i>dynamic</i> sebanyak 11 kali (14,28%), <i>withdrawal</i> sebanyak 6 kali (7,80%), dan <i>structuring</i> sebanyak 5 kali (6,49%). Masing-masing gaya tersebut disampaikan dengan pesan komunikasi yang mengontrol, mendominasi; bersikap terbuka; memberikan stimulus; pengalihan topik, enggan untuk berkomunikasi lebih lanjut; dan penekanan terhadap hal-hal teknis. Tasyi memiliki pesan gaya komunikasi <i>equalitarian</i> dengan pesan penyampaian informasi baik kepada audiens maupun tim dengan cara yang terbuka, hangat, bersahabat, menyenangkan, dan tegas. Tasyi memiliki atensi tinggi dalam cara penyampaiannya baik secara komersil (produk) maupun secara personal (untuk citra dirinya). Penyampaian pesan gaya komunikasi tersebut juga ditunjukkan melalui komunikasi non-verbal seperti bahasa tubuh, mimik wajah, ekspresi, dan lain sebagainya oleh Tasyi.
<b>Persamaan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sama-sama menggunakan teori Tubbs and Moss dan menganalisis gaya komunikasi</li> </ul>
<b>Perbedaan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objek penelitian berbeda</li> <li>• Tidak hanya mendeskripsikan jenis gaya komunikasi, melainkan melakukan analisis isi</li> </ul>

**Tabel 2.8.7** Pesan Gaya Komunikasi Food Vlogger Tashi Athasyia melalui YouTube (Analisis Isi pada Konten battle Makanan Tasyi Mukbang & Review Terbaru—Inilah Boba Terenak se-Indonesia)



<b>Nama Peneliti</b>  <b>(Tahun Penelitian)</b>	Rizki Rizal Razak  (2022)
<b>Judul Penelitian</b>	Pesan Moral dalam Iklan “Spesialkan Momen Lebaran Bersama PROCHIZ (Analisis Wacana Teun A. van Dijk)
<b>Hasil Penelitian</b>	<p>Terdapat tiga konsep pesan moral dalam iklan tersebut, yaitu pesan moral hubungan manusia dengan Tuhan, diri sendiri, dan orang lain, seperti ikhlas, bersyukur, kerja keras, tegas, mawas diri, peduli, dan perhatian satu sama lain. Hasil penelitian tersebut ditunjukkan melalui analisis wacana oleh van Dijk dengan peneliti sebagai instrumen penggalian data. Video iklan tersebut memiliki tema dan skema penggambaran terhadap kondisi saling berbagi tanpa melihat status sosial ekonomi seseorang.</p> <p>Pesan moral juga ditemukan melalui analisis kognisi sosial oleh Prochiz, yang percaya bahwa moralitas dapat dilakukan untuk Tuhan, diri sendiri, dan orang lain, melalui budaya kerja mereka yaitu <i>Lead on God</i>, <i>Democracy</i>, dan <i>Teamwork &amp; Trust</i>. Pesan moral terlihat melalui elemen tekstual lainnya seperti kajian semantik, sintaksis, dan retorik, dengan adanya penggunaan kata-kata dalam video yang memberikan pemaknaan teks kepada konteks sosial saling berbagi, didukung dengan penggambaran dan ekspresi berbagi kebahagiaan bersama.</p>
<b>Persamaan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sama-sama melakukan analisis makna</li> </ul>

	tersembunyi
<b>Perbedaan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objek penelitian berbeda</li> <li>● Paradigma penelitian berbeda</li> <li>● Analisis isi, bukan analisis wacana</li> </ul>

**Tabel 2.8.8** Pesan Moral dalam Iklan “Spesialkan Momen Lebaran Bersama PROCHIZ (Analisis Wacana Teun A. van Dijk)

