

BAB 1

PENDAHULUAN

Pendahuluan dalam penelitian ini terdiri dari empat komponen utama, yakni: 1) Latar Belakang, 2) Rumusan Masalah, 3) Tujuan Penelitian, dan 4) Manfaat Penelitian. Setiap bagian akan diuraikan sebagai berikut:

1.1 Latar Belakang

Pada zaman sekarang, banyak masyarakat yang belum bisa membedakan bagaimana menggunakan gaya komunikasi berdasarkan situasi. Belakangan ini, terdapat fenomena di mana penggunaan bahasa informal yang cenderung kurang sopan digunakan dalam situasi formal, seperti wawancara kerja, kegiatan belajar mengajar, dan lain-lain. Padahal dalam sebuah wawancara misalnya, orang yang terlibat dalam perbincangan tersebut seringkali memiliki usia, pangkat serta posisi, atau status sosial yang berbeda. Oleh karena itu, pemahaman akan penggunaan bahasa yang sesuai sangatlah penting, terutama dalam sebuah wawancara. Karena wawancara sendiri merupakan sebuah metode untuk memperoleh data atau informasi yang akurat dari sumber yang dapat dipercaya. Metode ini dilakukan dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan dari pewawancara kepada narasumber (Kementrian Pendidikan dan kebudayaan, 2022). Sama halnya menurut KBBI, wawancara merupakan tanya jawab dengan seseorang, seperti pejabat, untuk meminta pendapat atau informasinya tentang sesuatu yang akan dimuat dalam surat kabar, ditayangkan di radio, atau di televisi. Wawancara sendiri memiliki struktur yang sudah dirancang sebelumnya, seperti kapan sebuah pertanyaan akan dilontarkan, dan strategi apa yang akan digunakan untuk menggali informasi dari seorang narasumber.

Berbanding terbalik dengan saat berbincang dengan teman, di mana bahasa yang digunakan cenderung non-formal, santai, tidak terikat oleh aturan-aturan kesopanan, dan mengikuti alur pembicaraan yang mana penggunaan bahasa formal dan struktur alur pembicaraan tidak perlu digunakan. Masyarakat dapat membandingkan kedua hal tersebut untuk dapat mengimplementasikan gaya komunikasi yang sesuai dengan situasi dan lawan berbicara. Kedua perbedaan ini dapat dilihat dalam dua video YouTube Najwa Shihab yang berjudul “*Eksklusif: Ganjar Pranowo dan Piala Dunia*” dan “*Gelap Terang 2020: Soal Korupsi Lobster, Susi: Saya Tidak Kaget (part7) – Mata Najwa*”. Oleh karena itu, kanal YouTube Najwa Shihab dapat membantu masyarakat untuk mengenali serta mempraktikkan gaya komunikasi.

Di dalam channel ini, Najwa Shihab sebagai host atau pembawa acara memiliki gaya komunikasi yang berbeda-beda saat ia berbincang dengan para bintang tamunya. Ia dapat menyesuaikan gaya komunikasinya berdasarkan dengan siapa ia berbicara, seperti dengan tokoh politik laki-laki dan tokoh politik perempuan. Tujuan dari adanya analisis gaya komunikasi pada channel ini adalah agar masyarakat dapat membandingkan kedua hal tersebut untuk dapat mengimplementasikan gaya komunikasi yang sesuai dengan situasi dan lawan bicaranya. Selain itu, penelitian ini berfokus pada dua jenis wawancara yang serupa (sesama tokoh politik), tetapi lebih pada bagaimana masing-masing orang menggunakan dua jenis wawancara dalam pembahasan yang berbeda dengan kondisi yang sama. Masyarakat dapat membandingkan gaya komunikasi mereka dengan konteks yang berbeda untuk belajar bagaimana menggunakan gaya yang sesuai dengan situasi dan lawan mereka. Karena hal-hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian analisis gaya komunikasi Najwa Shihab pada dua video YouTube, yaitu “*Eksklusif: Ganjar Pranowo dan Piala Dunia*” dan “*Gelap Terang 2020: Soal Korupsi Lobster, Susi: Saya Tidak Kaget (part7) – Mata Najwa*”.

Peneliti menganalisis perbandingan dua video YouTube Najwa Shihab dengan judul “*Eksklusif: Ganjar Pranowo dan Piala Dunia*” dan “*Gelap Terang 2020: Soal Korupsi Lobster, Susi: Saya Tidak Kaget (part7) – Mata Najwa*”. Peneliti memilih dua video tersebut karena divideo pertama memiliki 7.3 juta penonton dengan peringkat atas video yang sering ditonton, sedangkan video kedua memiliki 2.2 juta penonton dengan video paling sedikit ditonton di channel youtube Najwa Shihab. Pada video pertama, Najwa mengundang seorang gubernur Jawa Tengah, politisi, sekaligus tokoh masyarakat, yaitu Ganjar Pranowo. Dengan durasi 34 menit 58 detik, inti dari pembahasan video ini adalah Ganjar tegas menolak tim sepak bola Israel di Piala Dunia U-20, bukan Piala Dunia Indonesia. Meski begitu, sebagai pemimpin yang harus bijaksana, ia sadar dampak tindakan ini pada pihak lain. Oleh karena itu, Ganjar minta maaf kepada pemain Timnas U-20 dan penggemar sepak bola Indonesia jika perlu, meskipun ia menegaskan pembatalan bukan berada di kewenangannya. Penting diingat, Ganjar dan yang menolak Israel tak berkuasa memutuskan Piala Dunia U-20 akan berlanjut atau dibatalkan.

Di video yang kedua, Najwa mengundang seorang yang pernah menjabat sebagai menteri kelautan dan perikanan yaitu Susi Pudjiastuti. Dalam video ini berdurasi 12 menit 29 detik, inti dari pembahasannya dari video ini yaitu tentang seorang Susi yang pernah melarang ekspor benih lobster dan tanggapan Susi tentang adanya korupsi Lobster yang akhir-akhir ini terjadi. Susi memberikan tanggapan dan berbagi cerita kepada Najwa tentang apa yang sedang terjadi tentang dunia perikanan dan kelautan di Indonesia. Pada kedua video tersebut, Najwa Shihab berbincang dengan dua orang yang memiliki latar belakang yang berbeda. Karena hal tersebut, peneliti menemukan bahwa Najwa Shihab menggunakan gaya komunikasi yang berbeda pula. Masyarakat bisa mencontoh dan mengamati bagaimana seseorang berbicara dengan baik, benar, dan sopan dengan memanfaatkan gaya komunikasi sesuai dengan situasi yang ada.

Selain karena Najwa Shihab bisa menyesuaikan diri dengan gaya komunikasi yang berbeda dengan para bintang tamu dan selalu menghadirkan hal-hal yang mengikuti perkembangan zaman di setiap video, kanal YouTube-nya juga menjadi salah satu channel favorit pilihan masyarakat Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan jumlah *subscribers*-nya yang mencapai 9,19 juta pelanggan serta memiliki 2.500 video. Masyarakat memiliki kepercayaan pada kanal ini karena Najwa Shihab sendiri mempunyai berbagai prestasi di bidangnya, Najwa awalnya menjadi wartawan magang di RCTI, tetapi pada tahun 2001, dia memilih untuk bekerja di MetroTV. Sejak menjadi penyiar di beberapa program berita utama, seperti Suara Anda dan Metro Hari Ini, karier Najwa semakin dikenal. Pada tahun 2009, dia meluncurkan program acara wawancaranya sendiri, Mata Najwa. Najwa telah membesarkan namanya di Metro TV pada Agustus 2017. Dia kemudian tampil kembali di Trans 7 pada 10 Januari 2018, dengan Mata Najwa. Dengan programnya yang disebut "Mata Najwa", Najwa Shihab adalah satu-satunya wartawan perempuan yang telah mewawancarai hampir semua tokoh politik nasional. Dia bahkan adalah orang pertama yang mewawancarai Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) setelah pelantikannya. Hingga saat ini, Najwa terus bekerja sebagai jurnalis. Sosoknya terus membuat artikel jurnalistik tentang topik terkini. Selain itu, dia melakukan wawancara dengan tokoh-tokoh Indonesia sebelum membuat berita investigasi di kanal YouTube Mata Najwa. Najwa Shihab telah mencapai banyak prestasi dalam bidang jurnalistik. Penghargaan dari PWI Pusat dan PWI Jaya diberikan kepada Najwa atas laporan jurnalistiknya dari Aceh selama bencana tsunami tahun 2004. Pada tahun 2006, Najwa kemudian meraih penghargaan Jurnalis Terbaik Metro TV. Ia juga berhasil masuk nominasi Panasonic Awards untuk Pembaca Berita Terbaik. Pada tahun yang sama, Najwa terpilih sebagai peserta Senior Journalist Seminar di berbagai kota di Amerika Serikat (AS) dan menjadi pembicara dalam Konvensi Asian American Journalist Association. Pada tahun 2007, Najwa dinominasikan untuk

kategori Best Current Affairs/Talkshow Presenter di Asian Television Awards, yang merupakan penghargaan paling bergengsi di Asia. Dia masuk ke dalam lima besar nominasi. Selain itu, Najwa menerima sejumlah penghargaan, termasuk Young Global Leader (YGL) 2011 dari World Economic Forum (WEF) dan Asian Television Awards (ATA) 2011 Pemenang Kedua atau Highly Commended. Di awal tahun 2008, Najwa juga berhasil meraih beasiswa S2, Full Scholarship for Australian Leadership Awards, dan melanjutkan studinya di bidang hukum media. Selain itu, Najwa menerima penghargaan sebagai Insan Pertelevisian Terbaik di Panasonic Gobel Awards (2016), Elle Magazine's Influential Woman of the Year (2016), dan Forbes Magazine's Most Progressive Figure (2015). Selain itu, dia mendapat penghargaan sebagai Pembicara Pemilu Terbaik oleh Badan Pengawas Pemilu (2015), Young Global Leader oleh The World Economic Forum (2011), dan Highly Commended for the Best Current Affairs Presenter di Asian Television Award (2009 dan 007). Selain itu, Najwa menerima sejumlah penghargaan, termasuk Young Global Leader (YGL) 2011 dari World Economic Forum (WEF) dan Asian Television Awards (ATA) 2011 Pemenang Kedua atau Highly Commended (Suara.com. 2023).

Video dari kanal YouTube Najwa Shihab dengan judul “*Eksklusif: Ganjar Pranowo dan Piala Dunia*” dan “*Gelap Terang 2020: Soal Korupsi Lobster, Susi: Saya Tidak Kaget (part7) – Mata Najwa*” sangat menggambarkan gaya komunikasi yang berbeda yang bisa diterapkan oleh masyarakat. Contohnya seperti di video pertama pada durasi 6:22 Najwa Shihab menggunakan gaya komunikasi jenis *controlling style* kepada Ganjar Pranowo. Dan di video kedua pada durasi 1:20 Najwa Shihab menggunakan gaya komunikasi jenis *animated style* kepada Susi Pudjiastuti. Hal ini dikarenakan pada video pertama, Ganjar Pranowo masih belum bisa menjawab pertanyaan Najwa Shihab tentang apakah keputusan gagal diadakannya Piala Dunia U-20 di Indonesia adalah utusan partai. Maka dari itu, Najwa ingin kejelasan tentang hal tersebut. Najwa menggunakan gaya

komunikasi *controlling style* sesuai dengan pembahasannya karena bersifat memaksa serta mengatur perilaku lawan bicara. Kemudian di video kedua, Najwa Shihab menggunakan gaya bahasa *Animated Style* karena Najwa ingin mengetahui tentang adanya tawaran-tawaran mengenai benih lobster pada kasus korupsi ini. Faktor terjadinya gaya komunikasi yang dapat diamati dari analisis sementara tadi adalah kronologi tentang gagalnya Piala Dunia U-20 di Indonesia dan juga hubungan kedekatan antara Najwa Shihab serta Susi Pudjiastuti.

Gaya komunikasi sendiri merujuk pada kumpulan perilaku antarpribadi yang khususnya digunakan dalam suatu situasi tertentu. Hal ini mencakup cara seseorang menyampaikan pesan dan berkomunikasi dengan menggunakan bahasa yang tepat. Gaya komunikasi bisa berbentuk verbal seperti menggunakan kata-kata, intonasi suara, bahasa tubuh, penggunaan waktu, serta cara memanfaatkan ruang dan jarak. Berdasarkan pengalaman, dapat dibuktikan bahwa gaya komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dan menguntungkan karena dapat memperlancar proses komunikasi dan menciptakan hubungan yang harmonis. Gaya komunikasi merujuk pada kumpulan perilaku komunikasi yang serasi dan digunakan untuk mencapai respon atau tanggapan tertentu dalam situasi yang khusus. Kesesuaian penggunaan gaya komunikasi ini bergantung pada maksud dari pengirim pesan dan harapan dari penerima pesan (Fajrie, Gaya Komunikasi Masyarakat Pesisir Wadung Jawa Tengah, 2017). Gaya komunikasi termasuk ke dalam ilmu komunikasi. Menurut (Mulyana, 2011) ilmu komunikasi merupakan suatu konstruksi yang dibuat oleh manusia, serupa dengan tanah liat yang dapat dibentuk menjadi berbagai bentuk atau air yang dapat mengisi wadah apapun bentuknya. Saat ini dan ke depan, ilmu komunikasi akan semakin mengalami spesialisasi yang lebih mendalam. Komunikasi mempunyai beberapa jenis, jenis komunikasi yang dianalisis oleh peneliti ini adalah komunikasi verbal (lisan) dan juga komunikasi tidak langsung. Maksudnya adalah media YouTube yang dianalisis mengandung

komunikasi verbal (lisan) yang terjadi secara tidak langsung karena dibatasi oleh jarak dan komunikasi tidak langsung karena proses komunikasinya dilakukan melalui peran pihak ketiga atau menggunakan berbagai alat media komunikasi (Pohan, 2021).

Menurut (Budiargo, 2015), YouTube merupakan sebuah perusahaan yang mengumpulkan beragam konten yang dibuat oleh pengguna, termasuk ribuan film pendek, episode televisi, dan ratusan film *full-length*. Dengan layanan yang mencakup lebih dari dua miliar video setiap hari, YouTube telah menjadi pemimpin utama dalam berbagi video secara daring. YouTube adalah platform video daring utama yang berfungsi sebagai media untuk mencari, menonton, dan berbagi video original dari seluruh penjuru dunia melalui situs webnya. Berdasarkan pendapat (Sukendro, 2019) Youtube telah menjadi salah satu media favorit di kalangan masyarakat. Banyak kreator konten yang menggunakan Youtube sebagai tempat untuk mengungkapkan ide dan kreativitas mereka dalam bentuk konten yang disajikan. Sama halnya dengan (Wirga, 2016), Youtube menyediakan mekanisme interaksi sosial seperti penggunaan voting, rating, favorit, berbagi (*share*), dan komentar, termasuk komentar negatif untuk menilai pendapat dan pandangan pengguna tentang video tersebut. Informasi ini menjadi berharga dalam mempelajari perilaku pengguna dan masyarakat secara lebih mendalam.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti akan menganalisis dan membandingkan serta menggunakan dua video YouTube Najwa Shihab yang secara tidak langsung menyampaikan gaya komunikasi kepada penonton. Jenis pendekatan yang dilakukan oleh peneliti adalah analisis gaya komunikasi teori Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss. Menurut Tubbs dan Moss, terdapat beberapa jenis gaya komunikasi, yaitu *the controlling style*, *the equalitarian style*, *the structuring style*, *the dynamic style*, *the relinquishing style*, dan *the withdrawal style* (Pratiwi, 2017)). Sejalan dengan pendapat (Paramitha, 2017), gaya komunikasi dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti penampilan

dan kondisi fisik, peran, konteks sejarah, kronologi, bahasa, dan hubungan. Selain itu, kita juga harus mengetahui kapan dan dengan siapa kita dapat menerapkan gaya komunikasi agar tetap berjalan baik. Peneliti melihat Najwa Shihab mengerti dengan siapa ia berbicara, bagaimana latar belakang lawan bicaranya, dan bagaimana ia harus berbicara menggunakan gaya komunikasi dengan sebaik mungkin.

Fokus penelitian ini adalah menemukan serta mendeskripsikan gaya komunikasi pada dua video YouTube Najwa Shihab episode “*Eksklusif: Ganjar Pranowo dan Piala Dunia*” dan “*Gelap Terang 2020: Soal Korupsi Lobster, Susi: Saya Tidak Kaget (part7) – Mata Najwa*”. Adanya fenomena di mana masyarakat yang harus menerapkan gaya komunikasi berdasarkan dengan siapa ia berbicara menjadikan peneliti tertarik untuk meneliti gaya komunikasi Najwa Shihab pada tokoh politik dan selebritis di channel YouTube Najwa Shihab. Kanal YouTube Najwa Shihab menjadi menarik karena adanya muatan pesan dari gaya komunikasi yang dibangun oleh Najwa Shihab kepada lawan bicaranya. Perbedaan gaya komunikasi dalam penelitian ini untuk menunjukkan dua tipe wawancara yang serupa (sesama tokoh politik) tetapi terletak pada tokoh politik perempuan dan tokoh politik laki-laki, pembahasan ini lebih fokus pada perbedaan penggunaan gaya komunikasi dua jenis konteks wawancara yang sama-sama dalam kondisi formal. Dari perbedaan gaya komunikasi dengan tokoh politik laki-laki dan tokoh politik perempuan, masyarakat dapat membandingkan kedua hal tersebut untuk dapat mengimplementasikan gaya komunikasi yang sesuai dengan situasi dan lawan berbicara.

1.2 Rumusan Masalah

Sebelumnya, telah diuraikan latar belakang dari penelitian ini. Selanjutnya, akan dibahas rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian ini.

Bagaimana gaya komunikasi Najwa Shihab pada video YouTube episode “*Eksklusif: Ganjar Pranowo dan Piala Dunia*” dan “*Gelap Terang 2020: Soal Korupsi Lobster, Susi: Saya Tidak Kaget (part7) – Mata Najwa*”?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan gaya komunikasi Najwa Shihab pada video YouTube episode “*Eksklusif: Ganjar Pranowo dan Piala Dunia*” dan “*Gelap Terang 2020: Soal Korupsi Lobster, Susi: Saya Tidak Kaget (part7) – Mata Najwa*”.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan manfaat dalam meningkatkan pemahaman tentang analisis gaya komunikasi media sosial YouTube bagi para pembaca, terutama mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi jurnalistik, guna mendukung literasi terkait penelitian kualitatif dan media sosial dengan menggunakan teori gaya komunikasi Tubbs dan Moss.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki tujuan utama untuk memberikan dampak positif yang signifikan bagi mahasiswa jurnalistik. Selain memberikan kontribusi positif secara ilmiah dalam penelitian sejenis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang bagaimana media sosial mengemas gaya komunikasi.