

GAYA KOMUNIKASI *YOUTUBER* WINDIA NATA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENONTON

(Kajian Analisis Teori Steward L. Tubbs & Sylvia Moss)

SKRIPSI

Disusun Oleh:

NAMIRAH SALSABILA

218530023



FAKULTAS ISIPOL

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2025

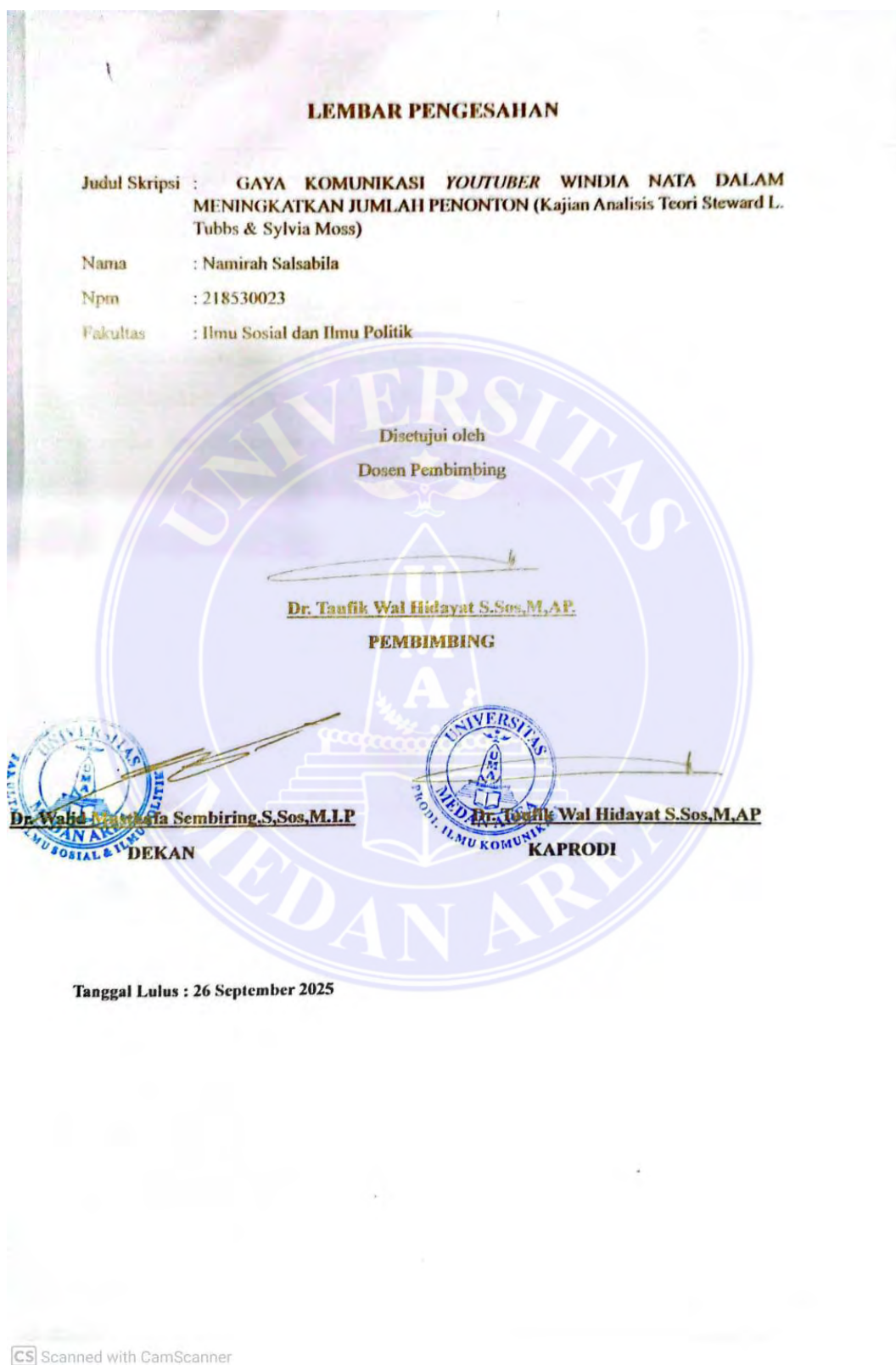
UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 12/3/26

Access From (repository.uma.ac.id)12/3/26



HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun ini, sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana yang merupakan hasil dari karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu di dalam skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya peneliti lain yang telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi dengan pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian harus ditemukan adanya plagiarisme atau penjiplakan dalam skripsi ini.

Medan, 22 Oktober 2025



Namirah Salsabila

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Sivitas Akademik Universitas Medan Area, Saya Yang Bertanda Tangan Di

Bawah Ini:

Nama : Namirah Salsabila

NPM : 218530023

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis

Menyatakan bahwa saya menyetujui untuk memberikan hak kepada Universitas Medan Area untuk menyimpan, mengunggah, dan mendistribusikan tugas akhir/skripsi/tesis saya dengan judul "GAYA KOMUNIKASI *YOUTUBER* WINDIA NATA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENONTON (Kajian Analisis Teori Steward L. Tubbs & Sylvia Moss)". Saya menyatakan bahwa tugas akhir/skripsi/tesis ini merupakan hasil karya saya sendiri, tidak mengandung plagiarisme. Universitas Medan Area dapat menyimpan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasi tugas akhir/skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 22 Oktober 2025



Namirah Salsabila

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya komunikasi *youtuber* Windia Nata dalam meningkatkan jumlah penonton. Penelitian ini juga menggunakan teori gaya komunikasi menurut Tubbs & Moss. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kegiatan wawancara, mengamati konten Windia Nata dan juga melakukan validasi data dengan *tringulator*. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa gaya komunikasi Windia Nata sendiri memiliki 3 dari 6 jenis gaya komunikasi, seperti; *the equalitarian style*, *the structuring style*, dan *the dynamic style*. Selain penggunaan jenis gaya komunikasi berdasarkan teori Tubbs & Moss ini juga dapat meningkatkan jumlah penonton pada *channel* Windia Nata.

Kata kunci: Gaya komunikasi,; *youtuber*; Windia Nata.



ABSTRACT

This study aims to determine how the communication style of YouTuber Windia Nata in increasing the number of viewers. This study also uses the communication style theory according to Tubbs & Moss. The method used in this study is a descriptive method with a qualitative approach with data collection techniques through interview activities, observing Windia Nata's content and also validating data with a trigulator. The results of this study explain that Windia Nata's communication style itself has 3 of 6 types of communication styles, such as; the equalitarian style, the structuring style, and the dynamic style. In addition to the use of this type of communication style based on the Tubbs & Moss theory, it can also increase the number of viewers on Windia Nata's channel.

Keywords: Communication Style; Youtuber; Windia Nata.



RIWAYAT HIDUP

Peneliti yang bernama lengkap Namirah Salsabila atau biasa disapa Namirah, lahir pada 8 Januari 2004 di kota Medan, Sumatera Utara. Peneliti memulai pendidikan sekolah dasar di SD Kartika 1-1 Medan, Sumatera Utara. Lalu melanjutkan pendidikan sekolah menengah pertama di SMP Negeri 7 Medan, Sumatera Utara dan melanjutkan pendidikannya di sekolah menengah atas di SMA Swasta Panca Budi Medan, Sumatera Utara. Pada tahun 2021, peneliti lulus dari sekolah menengah atas dan memutuskan untuk melanjutkan pendidikannya sebagai mahasiswi di Universitas Medan Area dengan Fakultas Ilmu Sosial & Politik serta memilih prodi Ilmu Komunikasi.

Peneliti memiliki hobi bermain *game* dan juga membaca, baik novel maupun komik. Selain itu peneliti juga memiliki ketertarikan pada dunia hiburan seperti seni, juga dunia *youtube* dan dunia dengan budaya Jepang. Maka dari itu tumbuhlah keinginan untuk menjadi seorang penghibur dengan fokus pada dunia *game* yang dimana mempelajari Ilmu Komunikasi akan sangat berguna bagi dirinya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat-Nya yang telah diberikan sehingga saya diberi kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tak lupa shalawat serta salam yang senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan juga kepada kedua orang tua saya, Bapak Ari dan Ibu Maya, yang selalu memberikan kasih sayang, doa serta dukungan. Tanpa kasih sayang, doa dan dukungan mereka mungkin saya tidak akan bisa berada di titik ini.

Skripsi ini berjudul “GAYA KOMUNIKASI *YOUTUBER* WINDIA NATA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENONTON (Kajian Analisis Teori Steward L. Tubbs & Sylvia Moss)”. Penulisan skripsi ini dikerjakan sebagai salah satu syarat kelulusan dan mendapatkan gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area. Banyak tantangan dan rintangan yang saya hadapi selama pekerjaan skripsi ini, tetapi berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Yayasan Pendidikan Haji Agus Salim, Universitas Medan Area,** yang telah menyediakan fasilitas pendidikan yang dapat membantu saya dalam akademik.
2. **Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng., M.Sc.,** selaku Rektor Universitas Medan Area yang telah memimpin universitas ini dengan baik sehingga saya dapat memperoleh ilmu yang bermanfaat.

3. **Dr. Walid Musthafa Sembiring, S. Sos, M.I. Kom.,** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area atas segala arahnya selama saya menempuh Pendidikan di fakultas ini.
4. **Dr. Taufik Wal Hidayat, S. Sos, MAP.,** selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Medan Area serta dosen pembimbing saya yang telah membimbing, mengarahkan dan juga memberikan dukungan selama pengerjaan skripsi saya.
5. **Irsan Mulyadi, S.Sos., M.I. Kom.,** selaku tringulator saya yang sudah bersedia untuk diwawancarai sebagai validasi data untuk skripsi saya.
6. **Windia Nata,** selaku tokoh dalam penelitian saya yang sudah banyak membantu saya dalam kegiatan wawancara selama proses pengerjaan skripsi
7. **Seluruh dosen dan staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area,** yang telah memberikan ilmu, wawasan serta informasi selama perkuliahan saya.
8. **Rekan seperjuangan Angkatan 2021,** yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik saya.
9. **Teman-teman sekelas saya, yaitu Desi, Lele, Vio dan juga Marissa,** yang telah menemani serta membantu saya dalam perkuliahan ini maupun proses pengerjaan skripsi ini.
10. **Orang terdekat saya yaitu Andini,** yang sudah banyak sekali membantu, memberi masukan serta menemani saya selama pengerjaan skripsi ini.

11. Teman SMA saya yaitu Dwi M, Dwi Rofifah, Rizqa, Adin dan juga

Sela, yang selama ini sudah menemani saya dan memberikan dukungan sejak sekolah menengah atas sampai saat ini.

12. Terima Kasih kepada Diri Sendiri, karena selama ini sudah berjuang

walaupun ada banyak sekali rintangan yang harus dihadapi. Terima kasih karena sudah bertahan dan terus berjuang walaupun masih banyaknya kesalahan, semoga dengan ini kedepannya saya akan menjadi orang yang lebih baik lagi.

Saya menyadari bahwa skripsi ini memang sangat jauh sekali dari kata sempurna. Oleh sebab itu saya sangat menerima berbagai saran dan juga kritik yang membangun agar skripsi ini dapat disempurnakan. Semoga ilmu yang saya peroleh selama perkuliahan dapat bermanfaat bagi semua orang. Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Medan, 26 September 2025

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK..	ii
ABSTRACT	ii
RIWAYAT HIDUP	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Manfaat Teoritis	7
1.5.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Definisi Komunikasi	8
2.1.1 Unsur Komunikasi	8
2.1.2 Tujuan Komunikasi	11
2.1.3 Fungsi Komunikasi	12
2.2 Definisi Gaya Komunikasi	12
2.2.1 Tipe Gaya Komunikasi	12
2.2.2 Faktor Pendukung Gaya Komunikasi	15
2.3 Definisi New Media	18
2.3.1 Ciri New Media	18
2.3.2 Karakteristik New Media	18
2.3.3 Kategori New Media	19
2.4 Definisi Youtube	20
2.4.1 Manfaat Youtube	21
2.5 Definisi Youtuber	21
2.6 Mengenal <i>Channel Youtube</i> Windia Nata	22
2.7 Kerangka Berpikir	24
2.8 Penelitian Terdahulu	25
2.9 Tabel Persamaan & Perbedaan	31

BAB III METODOLOGI	35
3.1 Metode & Pendekatan	35
3.2 Waktu dan Lokasi	36
3.3 Sumber Data Penelitian	37
3.4 Informan Penelitian	37
3.5 Instrumen.....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.7 Teknik Analisis Data.....	39
3.8 Keabsahan Data	40
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 42
4.1 Profil Windia Nata.....	42
4.2 Hasil Penelitian.....	44
4.2.1 Gaya Komunikasi Windia Nata dalam Teori Tubbs & Moss.....	45
4.2.2 Apakah gaya komunikasi Windia Nata menurut teori Tubbs & Moss berhasil meningkatkan jumlah penonton?	52
4.2.3 Hasil Wawancara dengan Windia Nata	56
4.2.4 Validasi Penelitian.....	61
4.3 Pembahasan	61
4.3.1 Gaya Komunikasi Windia Nata menurut teori Tubbs & Moss	62
4.3.2 Apakah Gaya Komunikasi Windia Nata dalam Teori Tubbs & Moss dapat meningkatkan jumlah penonton?	63
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran	66
 DAFTAR PUSTAKA.....	 67

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan	31
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	36



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konten Youtube Windia Nata bermain game	5
Gambar 1.2 Jumlah <i>subscribers</i> Windia Nata dari Agustus 2022 - Juni 2025	5
Gambar 1.3 Jumlah penonton Windia Nata dari Agustus 2022 - Juni 2025	6
Gambar 2.1 Video pertama Windia Nata	23
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	24



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan salah satu unsur penting dalam kehidupan ini. Orang-orang harus mampu berkomunikasi dengan baik dan benar, apalagi jika mereka merupakan seseorang yang bekerja dalam dunia hiburan.

Komunikasi adalah suatu proses di mana seseorang menyampaikan informasi dan pemahaman kepada orang lain dengan menggunakan simbol atau isyarat tertentu, asalkan kedua belah pihak dapat memahami maka komunikasi dapat dianggap berhasil.

Di dunia hiburan sendiri komunikasi menjadi salah satu kuncinya sebuah kesuksesan terutama bagi seorang penghibur. Komunikasi yang baik dapat membantu seorang penghibur mendapatkan perhatian dan peningkatan dalam segala aspek, seperti contohnya seorang *youtuber*, seorang *youtuber* harus mampu berkomunikasi di depan kamera saat sedang melakukan proses pembuatan video yang dimana mereka harus bisa membuat sebuah topik pembicaraan ataupun memberikan komentar-komentar yang bisa membuat penonton tertarik.

Di era modern ini hampir semua masyarakat memiliki *gadget* dan juga internet. Masyarakat banyak menggunakan internet sebagai sarana informasi dan juga hiburan, salah satu hiburan yang sering dilihat oleh masyarakat adalah video yang biasanya ditayangkan di internet. Biasanya video-video yang beredar di internet dapat dilihat melalui situs web atau aplikasi, salah satu aplikasi yang sangat

populer saat ini adalah *Youtube*. *Youtube* sendiri juga sangat mudah diakses oleh semua kalangan, baik yang muda maupun tua hal ini yang membuat masyarakat menggunakan *Youtube* sebagai sarana hiburan mereka.

Youtube merupakan salah satu aplikasi yang banyak sekali diminati oleh masyarakat, banyak dari mereka menggunakan *Youtube* sebagai sarana hiburan. *Youtube* sendiri didirikan pada 14 Februari 2005 oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim di San Mateo, California, Amerika Serikat dengan merilis video pertama mereka yang berjudul *Me at the zoo* oleh Jawed Karim sendiri. *Youtube* sendiri merupakan aplikasi yang menyajikan konten berupa video, *video short*, dan juga video *livestreaming* yang dibuat oleh para *Youtuber*. *Youtuber* sendiri merupakan orang yang menyajikan konten berupa video yang lalu diunggah di aplikasi *Youtube* tersebut. Dalam hal ini para *Youtuber* juga dapat menghasilkan pemasukkan dari hasil video yang mereka buat dengan memasukkan iklan atau *Adsense* dalam video mereka. *Youtuber* sendiri juga harus mampu dalam berkomunikasi agar mereka dapat menarik perhatian penonton atau menarik pasar mereka.

Dengan menguasai 43% dari total penjualan video online di Amerika Serikat dan bahkan di seluruh dunia, YouTube sekarang menjadi situs web video paling dominan. Sekitar 20 jam video diunggah ke YouTube setiap menit, dengan 6 miliar views setiap hari. Dengan kemajuan teknologi saat ini, YouTube sekarang dapat memenuhi berbagai kebutuhan pengguna. Fitur-fiturnya telah memenuhi berbagai kebutuhan pengguna.

Windia Nata atau yang biasa dipanggil dengan Nata merupakan salah satu *youtuber* yang terkenal dengan konten-konten bermain *game*-nya, terutama dengan

konten *game* yang berjudul “*Yandere Simulator*”, tak hanya itu Windia Nata sendiri juga dikenal dengan keunikannya dalam menggunakan 4 bahasa dalam konten videonya, yaitu Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, Bahasa Jepang dan juga terkadang dia menyelipkan beberapa kata dalam Bahasa Jawa.

Tidak hanya dengan konten *game* dan penggunaan 4 bahasa, Windia Nata sendiri juga aktif berinteraksi dengan para fansnya, contohnya seperti tanya jawab di social media, melakukan *livestreaming* dan juga bermain *game* bersama fansnya. Selain itu *thumbnail* serta editan video yang menarik juga menjadi daya tarik seorang Windia Nata itu sendiri.

Windia Nata sendiri memulai karirnya sebagai *youtuber* pada tahun 2015 yang dimana ia mempublikasikan videonya bermain *game* horror, pada awal karirnya Windia Nata mendapatkan 1,000 *subscribarnya* setelah ia mempromosikan *channel Youtube* miliknya di sebuah komunitas *Facebook* milik salah satu *youtuber* yang bernama Tara Arts lalu mengalami kenaikan lagi pada era *Covid-19* yang dimana pada saat itu banyaknya anak sekolah yang melakukan pembelajaran daring. Saat ini jumlah *subscribers* sudah mencapai 2,1 juta dan Windia Nata masih sangat aktif membuat video-video untuk *channel Youtube* miliknya.

Tidak hanya isi kontennya yang dapat meningkatkan jumlah penonton, tetapi juga cara Windia Nata berinteraksi, menyampaikan pesan, dan membangun kedekatan dengan audiens melalui gaya komunikasinya yang menarik. Dengan menggunakan gaya komunikasi yang menarik, Windia Nata dapat membuat ikatan emosional dengan penonton, membuat mereka terlibat dan mendorong mereka untuk kembali menonton kontennya.

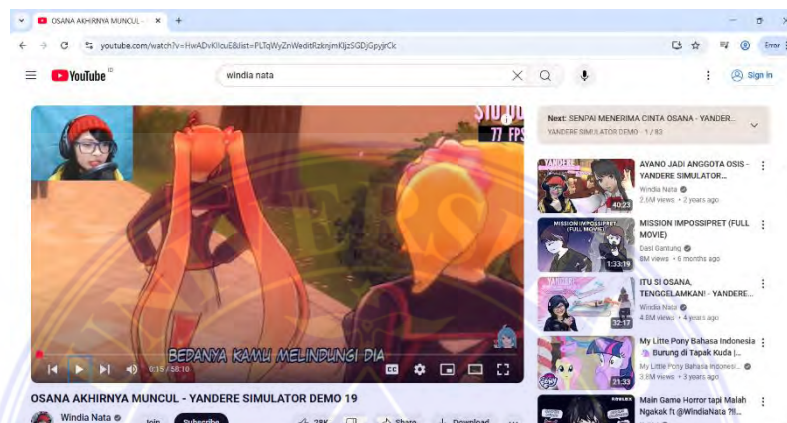
Berdasarkan *social blade* pada bulan Agustus 2022 sampai Juni 2025, *channel Youtube* Windia Nata mengalami kenaikan dan penurunan. Pada bulan Agustus 2022 jumlah *subscriber* Windia Nata adalah 18.000, akan tetapi untuk bulan Februari 2023 hanya mendapatkan sebanyak 10.000, sama seperti dengan bulan Agustus 2023 jumlah kenaikan *subscriber* Windia Nata hanya sebanyak 10.000, namun pada bulan Maret, April, Juni dan September 2024 *channel* Windia Nata mengalami kenaikan pesat mencapai 50.000 *subscriber*, sementara untuk bulan Maret dan Juni 2025 jumlah *subscriber* Windia Nata hanya meningkat sekitar 40.000 saja.

Berdasarkan *social blade*, *channel Youtube* milik Windia Nata hanya menghasilkan sebanyak 6,252,388 penonton pada Agustus 2022 dan pada bulan September 2022 hanya mendapatkan sebanyak 4,613.314 penonton saja, namun pada bulan April 2023 jumlah penonton Windia Nata meningkat kembali sebanyak 11,381,242 diikuti dengan bulan Maret 2024 yang mendapatkan penonton sebanyak 13,822,854 dan meningkat pesat pada bulan Maret 2025 dengan jumlah penonton yang mencapai 15,141,206 dan diakhiri dengan bulan Juni 2025 yang mendapatkan jumlah penonton sebanyak 11,333,144.

Gaya komunikasi Windia Nata dapat diperhatikan dalam beberapa konten video di *channel Youtube* miliknya, mulai bagaimana cara ia melakukan *intro*, pembawaannya saat bermain *game* dan juga cara ia melakukan penutupan di setiap video-videonya.

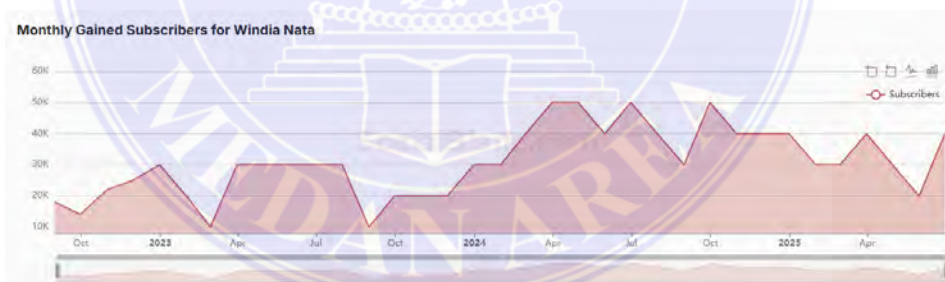
Seperti yang ditunjukkan oleh fenomena ini, gaya komunikasi adalah komponen penting dalam membentuk *channel* Windia Nata dan meningkatkan jumlah penonton Windia Nata.

Penelitian ini, peneliti akan berfokus bagaimana gaya komunikasi berdasarkan teori gaya komunikasi menurut Steward L Tubbs & Sylvia Moss pada Windia Nata dalam konten video di *channel Youtube* miliknya. Diharapkan penelitian ini akan memberikan gambaran tentang bagaimana gayakomunikasi Windia Nata terhadap kemampuan mereka untuk meningkatkan jumlah penonton.



Gambar 1.1 Konten *Youtube* Windia Nata bermain *game*

Sumber: www.Youtube.com



Gambar.1.2 Jumlah *subcibers* Windia Nata dari Agustus 2022 - Juni 2025

Sumber: *socialblade.com*



Gambar. 1.3 Jumlah penonton Windia Nata dari Agustus 2022 - Juni 2025

Sumber: *socialblade.com*

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana gaya komunikasi Windia Nata dalam menjelaskan materi di semua videonya menurut Steward L Tubbs & Sylvia Moss dalam upaya membuat ketertarikan pada penonton.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang tersebut adalah

1. Bagaimana gaya komunikasi Windia Nata menurut teori Gaya Komunikasi menurut Steward L.Tubbs & Sylvia Moss?
2. Apakah gaya komunikasi Windia Nata menurut teori Steward L.Tubbs & Sylvia Moss dapat meningkatkan jumlah penonton?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan masalah berdasarkan latar belakang tersebut adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana gaya berkomunikasi Windia Nata sesuai dengan teori Gaya Komunikasi menurut Steward L Tubbs & Sylvia Moss

2. Untuk mengetahui apakah ada peningkatan jumlah penonton Windia Nata saat melakukan gaya komunikasi menurut teori Steward L. Tubbs & Sylvia Moss

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi disiplin ilmu pengetahuan, khususnya untuk bidang Ilmu Komunikasi, terutama untuk memahami bagaimana gaya komunikasi *Youtuber* Windia Nata dalam meningkatkan minat tarik penonton

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh para praktisi yang sedang mempelajari bidang Ilmu Komunikasi agar mendapatkan pengetahuan dan masukan mengenai gaya komunikasi *Youtuber* Windia Nata dalam upaya meningkatkan minat tarik penonton. Dengan adanya penelitian ini maka diharapkan dapat berguna bagi para masyarakat yang ingin mengetahui sebagaimana besarnya gaya komunikasi seseorang dalam menarik perhatian, terutama di bidang *Youtube*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Definisi Komunikasi

Menurut Terry & Franklin (Muya Syaroh, 2020;96) mendefinisikan komunikasi sebagai seni untuk mendapatkan pengertian dari seseorang.

Menurut Moekijat (Muya Syaroh, 2020;96) Komunikasi adalah sebuah proses yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk bertukar informasi maupun perasaan demi manajemen yang efektif. Menurut Effendy (Kurniawan & Nurhadi, 2017;91) komunikasi memiliki dua jenis pengertian yaitu secara umum dan juga khusus.

Secara umum, komunikasi dibagi lagi menjadi dua pengertian yaitu secara etimologi dan juga secara terminology.

Secara etimologi, komunikasi terjadi apabila orang-orang yang terlibat memiliki pemahaman yang sama dengan lawan bicara, sedangkan secara terminology, komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Pengertian komunikasi secara khusus adalah komunikasi merupakan proses pengiriman pesan dari seseorang kepada orang lain untuk memberikan sebuah informasi ataupun pendapat secara langsung maupun tidak langsung.

2.1.1 Unsur Komunikasi

Menurut Sandra Cleary (Natsir dkk, 2022) ada beberapa unsur komunikasi, yaitu;

- **Komunikator**

Komunikator adalah orang yang memulai komunikasi tersebut, komunikator adalah pihak pertama yang menyampaikan pesan kepada komunikan dengan tujuan untuk interpretasi yang baik serta respons yang diinginkan.

- **Pesan**

Pesan merupakan ide ataupun informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan berisikan sebuah materi yang ingin ditujukan kepada komunikan dengan tujuan mempengaruhi

- **Komunikan**

Komunikan merupakan pihak yang menerima pesan yang dituju. Komunikan juga biasa berupa individu, kelompok ataupun organisasi. Komunikan juga memiliki tanggung jawab untuk memahami pesan yang disampaikan oleh komunikator.

- **Media**

Media berperan sebagai penghubung antara komunikator dengan komunikan, media berfungsi saluran transmisi yang digunakan untuk mengirimkan pesan ke tujuannya.

- **Feedback**

Feedback merupakan responsa tau tanggapan yang diberikan oleh komunikan kepada komunikator, *feedback* juga dapat sebagai alat ukur apakah komunikasi tersebut berhasil atau tidak.

Sementara menurut Herlina dkk (2023) ada beberapa unsur komunikasi, seperti;

- **Sumber**

Sumber adalah individu yang memutuskan untuk berkomunikasi. Istilah lain yang sering digunakan untuk sumber antara lain pengirim, penyandi, komunikator, atau pembicara.

- **Komunikator**

Komunikator bisa terdiri dari beberapa individu yang melakukan kegiatan komunikasi dengan komunikan melalui media.

- **Pesan**

Pesan adalah isi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dalam proses komunikasi. Pesan bisa dapat berbentuk verbal maupun non-verbal yang berisikan ide atau informasi dari komunikator. Pesan juga memiliki tiga komponen, yaitu makna yang memiliki arti serta tujuan yang ingin disampaikan, symbol yang dapat digunakan dalam menyampaikan makna dan struktur dari pesan itu sendiri.

- **Saluran**

Merupakan alat yang digunakan saat melakukan komunikasi. Saluran juga dapat berbentuk media elektronik seperti media social ataupun media cetak.

- **Komunikan**

Komunikan merupakan orang yang menerima pesan dari komunikator, baik secara langsung ataupun melalui sebuah media.

- ***Effect***

Merupakan dampak yang ditimbulkan dari komunikan setelah mendapatkan pesan dari komunikator. Biasanya hasil dari komunikasi bisa dapat berbentuk tingkah laku komunikan yang bisa sesuai atau tidak sesuai harapan dari komunikator. *Effect* juga dapat berbentuk peningkatan pengetahuan, perubahan sikap ataupun perubahan perilaku dari komunikan.

- ***Feedback***

Merupakan respon dari komunikan kepada komunikator setelah menerima pesan. *Feedback* sendiri bisa berisi tanggapan, reaksi ataupun efek.

- ***Noise***

Noise merupakan hambatan ataupun gangguan yang dapat terjadi saat komunikasi sedang berlangsung. *Noise* dapat mengakibatkan adanya perbedaan pesan dari komunikator kepada komunikan.

2.1.2 Tujuan Komunikasi

Tujuan utama dari proses komunikasi adalah untuk memengaruhi, membangkitkan empati, menyampaikan informasi, menarik perhatian, dan tujuan lainnya.

Menurut Gordon (Herlina dkk, 2023) Tujuan komunikasi adalah mencapai kualitas yang optimal dari seluruh proses komunikasi, termasuk aspek "motivasi." Tujuan ini meliputi semua perilaku yang terlibat dalam komunikasi, dengan manusia sebagai pelaku utama dalam interaksi tersebut.

2.1.3 Fungsi Komunikasi

Menurut Herlina dkk (2023) fungsi komunikasi adalah kemampuan yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan tertentu. Komunikasi, baik sebagai ilmu, seni, maupun bidang pekerjaan, memiliki fungsi yang dapat digunakan oleh manusia untuk memenuhi berbagai kebutuhan hidupnya.

2.2 Definisi Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi menurut Tubbs & Moss (Limantoro, 2015) adalah sekumpulan antarpribadi yang terampil khusus diterapkan pada konteks tertentu.

Menurut Norton (Putri, dkk (2019;101) mendefinisikan gaya komunikasi sebagai metode seseorang dalam berinteraksi secara verbal dan nonverbal, untuk memberikan petunjuk mengenai bagaimana makna yang sesungguhnya harus dipahami atau dimengerti.

Gudykunts dan Ting Tomey (Simajuntak; 2024) mengatakan bahwa gaya komunikasi juga dapat dianggap sebagai "meta-pesan", yang memberikan konteks tentang bagaimana pesan verbal seharusnya diterima dan ditafsirkan.

2.2.1 Tipe Gaya Komunikasi

Menurut Steward L.Tubbs dan Sylvia Moss ada enam gaya komunikasi, yaitu;

1. *The controlling style*

Gaya komunikasi ini ditandai dengan adanya keinginan untuk membatasi, mengendalikan, dan mengarahkan perilaku, pemikiran, serta reaksi orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi seperti ini disebut sebagai

komunikator satu arah atau "*one way communicator*." Mereka lebih fokus pada penyampaian pesan daripada memperhatikan apakah pesan tersebut dipahami atau direspon. Komunikator umumnya tidak tertarik atau peduli pada umpan balik, kecuali jika umpan balik tersebut bermanfaat bagi mereka secara pribadi. Mereka juga cenderung tidak memperhatikan pandangan negatif orang lain dan malah menggunakan otoritas mereka untuk memaksa orang lain agar mengikuti pandangan mereka. Pesan-pesan yang dikirim oleh komunikator satu arah ini bukan untuk mendiskusikan ide bersama, melainkan sekadar memberitahukan apa yang ingin mereka sampaikan. Gaya komunikasi yang mengendalikan ini sering digunakan untuk mendorong orang lain bekerja dengan lebih efektif dan biasanya disampaikan dalam bentuk kritik. Namun, gaya ini seringkali bernada negatif, yang dapat memicu respons negatif dari orang lain.

2. *The equalitarian style*

Dalam gaya komunikasi ini, komunikasi dilakukan secara terbuka, di mana setiap anggota dapat menyampaikan ide atau pendapat mereka dalam suasana yang rileks, santai, dan informal. Kondisi ini memungkinkan anggota mencapai kesepakatan dan pemahaman bersama. Aspek penting dari gaya komunikasi ini adalah adanya kesetaraan. Gaya komunikasi yang bersifat egaliter ini ditandai dengan adanya arus pesan dua

arah, baik secara lisan maupun tertulis. Orang yang menggunakan gaya komunikasi dengan prinsip kesetaraan ini biasanya memiliki kepedulian tinggi dan kemampuan untuk membina hubungan baik, baik secara pribadi maupun dalam lingkungan kerja. Gaya komunikasi egaliter ini mendukung efektivitas komunikasi dalam organisasi, karena dapat memelihara empati dan kerja sama, terutama ketika harus mengambil keputusan dalam situasi yang kompleks. Gaya ini juga memastikan terjadinya pertukaran informasi di antara anggota.

3. *The structuring style*

Gaya komunikasi yang terstruktur ini menggunakan pesan verbal, baik secara tertulis maupun lisan, untuk memperjelas instruksi yang harus dijalankan, mengatur jadwal tugas dan pekerjaan, serta memperkuat struktur organisasi. Pengirim pesan dalam gaya ini lebih fokus pada tujuan memengaruhi orang lain melalui penyampaian informasi.

4. *The dynamic style*

Gaya komunikasi dinamis ini cenderung agresif karena komunikator memahami bahwa lingkungan kerjanya berorientasi pada tindakan. Gaya komunikasi dinamis ini sering digunakan oleh juru kampanye atau supervisor yang membawahi wiraniaga. Tujuan dari gaya komunikasi yang agresif ini adalah untuk merangsang pekerja atau karyawan agar

bekerja lebih cepat dan lebih baik. Gaya ini cukup efektif dalam menangani masalah-masalah kritis, namun keberhasilannya bergantung pada kemampuan karyawan atau bawahan untuk menghadapi situasi yang menantang tersebut.

5. *The relingushing style*

Gaya komunikasi ini menunjukkan keterbukaan untuk menerima saran, pendapat, atau ide dari orang lain, daripada sekadar memberi perintah, meskipun pengirim pesan memiliki hak untuk mengarahkan dan mengontrol. Pesan dalam gaya ini akan efektif ketika pengirim pesan bekerja sama dengan individu yang berpengetahuan, berpengalaman, teliti, dan bersedia bertanggung jawab atas tugas atau pekerjaan yang diberikan.

6. *The withdrawal style*

Dampak dari penggunaan gaya ini adalah melemahnya komunikasi, di mana para pengguna gaya ini cenderung enggan berinteraksi dengan orang lain. Hal ini disebabkan oleh adanya beberapa masalah atau kesulitan antarpribadi yang dihadapi oleh mereka.

2.2.2 Faktor Pendukung Gaya Komunikasi

Menurut Dianne Hofner Shapiere, ada tujuh factor pendukung dalam gaya komunikasi, yaitu;

1. Kondisi Fisik

Kondisi fisik saat seseorang berkomunikasi juga sangat memengaruhi gaya komunikasi. Misalnya, jika komunikasi dilakukan dalam situasi tatap muka dengan kapasitas terbatas, hal ini dapat menyebabkan ketidaknyamanan dan kurangnya kepastian antara pengirim dan penerima pesan. Situasi ini dapat menimbulkan ketidaksesuaian atau ketidaknyamanan di antara kedua pihak

2. Peran

Persepsi terhadap peran diri sendiri dan peran komunikator lainnya memengaruhi cara seseorang berinteraksi. Setiap individu memiliki harapan yang berbeda terkait peran mereka dan peran orang lain, sehingga komunikasi antara satu orang dengan yang lainnya dapat terjadi secara lebih sering.

3. Konteks Histori

Sejarah dapat memengaruhi setiap interaksi individu. Sejarah suatu bangsa, tradisi spiritual, dan karakter masyarakat dapat dengan mudah memengaruhi cara pandang antarindividu, yang pada gilirannya dapat berdampak pada gaya komunikasi.

4. Kronologi

Interaksi tersebut dapat membentuk rangkaian peristiwa yang memengaruhi pilihan gaya komunikasi seseorang. Hal ini akan berdampak berbeda, tergantung apakah seseorang berinteraksi untuk pertama kali atau kesepuluh kalinya. Jika pengalaman

interaksi sebelumnya berhasil atau tidak menyenangkan, hal itu akan memengaruhi gaya komunikasi yang digunakan.

5. Bahasa

Bahasa yang kita gunakan, termasuk jenis bahasa yang diucapkan seperti Aussie, Inggris, atau versi bahasa Inggris Amerika, serta kelancaran dalam berbahasa, semuanya berperan dalam gaya komunikasi seseorang. Gaya komunikasi dalam bahasa Inggris dapat diartikan bahwa seseorang yang terbiasa dengan bahasa Jepang mungkin tidak sepenuhnya memahaminya. Kemampuan ini dapat membatasi partisipasi seseorang dalam percakapan dan memengaruhi topik yang dibahas.

6. Hubungan

Seberapa baik seseorang mengenal orang lain, serta seberapa besar rasa suka atau kepercayaan yang dimiliki, sangat memengaruhi cara berkomunikasi. Selain itu, pengembangan hubungan yang terjadi seiring waktu dapat memberikan efek kumulatif pada interaksi selanjutnya antara mitra relasional. Hal ini dapat menciptakan dinamika tertentu dalam komunikasi yang berlangsung.

7. Kendala

Metode yang dipilih seseorang untuk berkomunikasi, seperti preferensi terhadap WhatsApp atau panggilan telepon, serta ketersediaan waktu untuk berinteraksi, dapat memengaruhi cara

berkomunikasi. Kendala-kendala ini dapat membentuk pengalaman komunikasi dan memengaruhi efektivitas serta kenyamanan dalam berinteraksi.

2.3 Definisi New Media

Menurut McQuial (Reynata, 2022;98) new media merupakan istilah yang merujuk pada komunikasi massa yang berdasarkan teknologi digital dengan akses tanpa batas untuk penggunaan pribadi sebagai sebuah media komunikasi.

Terry Flew (Reynata, 2022;98) menyatakan bahwa new media merupakan gabungan dari beberapa konten seperti teks, suara ataupun gambar yang dikemas menjadi bentuk digital dan untuk mengakses konten tersebut dibutuhkan internet.

Menurut Mondry (Norhabiba & Ragil Putri, 2018;11) *New Media* merupakan media yang berbasis internet dan media yang berbasis teknologi yang memiliki karakteristik fleksibel, interaktif & berfungsi secara individu maupun public.

2.3.1 Ciri New Media

Menurut McQuial (Ahmadi, 2020;27) ciri *New Media* adanya hubungan dan aksesibilitas terhadap individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitas, kegunaan yang beragam sebagai ciri keterbukaan, serta sifatnya yang hadir di berbagai tempat.

2.3.2 Karakteristik New Media

Menurut Prasetya & Marina (2022) menyatakan bahwa *New Media* memiliki empat karakteristik, yaitu;

1. Desentralisasi

Desentralisasi artinya masyarakat dapat memilih berita dan informasi yang diinginkan. Informasinya tidak bersifat berpusat kepada masyarakat sehingga mereka dapat memilih informasi yang diakses dan juga masyarakat dapat membuat sebuah konten dari media tersebut.

2. Kemampuan Tinggi

Artinya pesan yang disampaikan oleh media menggunakan sebuah satelit yang dimana dapat mengurangi hambatan dalam berkomunikasi sehingga pesan dapat tersampaikan secara cepat dan tidak ada batas jumlah pesan yang ingin disampaikan.

3. Interaktivitas

Interaktivitas adalah salah satu karakteristik yang dapat dilihat jelas pada *New Media* yang dimana penerima pesan dapat memilih atau bertukar informasi secara langsung.

4. Kelenturan Bentuk

Kelenturan bentuk yang dimaksud adalah *new media* berbentuk lebih mudah dan fleksibel. Contohnya seperti *smartphone*.

2.3.3 Kategori New Media

Menurut Prasetya & Marina (2022) *new media* dikategorikan menjadi empat macam, yaitu;

1. Media Komunikasi Interpersonal

Seperti *smartphone*, kategori ini biasanya bersifat personal ataupun individu yang memiliki tujuan tersendiri.

2. Media Permainan Interaktif

Kategori ini biasanya dapat berbentuk *game online* yang dimana adanya interaktivitas antara *player*.

3. Media Informasi

Biasanya berbentuk web dengan format WWW atau *World Wide Web* yang dapat mempermudah dalam melakukan pencarian.

4. Media Partisipasi Kolektif

Sebagai media bertukar berita maupun informasi melalui jejaring social. Ini membuat para pengguna dapat menjalin hubungan dengan baik, biasanya bisa bersifat pribadi, bisnis dan lainnya.

2.4 Definisi Youtube

Menurut Baskoro (Mastanora, 2018) *Youtube* merupakan media yang menawarkan berbagai video berupa informasi dalam bentuk ‘gambar bergerak’. Media ini dibuat untuk pengguna yang ingin mencari serta menonton sebuah video secara langsung. Selain itu, pengguna juga dapat mengunggah video mereka sendiri dalam *Youtube* dan juga membagikannya kepada penonton secara publik.

Youtube diciptakan pada tahun 2005 oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim di San Mateo, California, Amerika Serikat dengan merilis video pertama mereka yang berjudul *Me at the zoo* oleh Jawed Karim sendiri. Di zaman modern ini sudah banyak orang yang menggunakan *Youtube* sebagai sarana informasi dan juga hiburan, banyak juga masyarakat yang memulai karirnya sebagai *Youtuber*.

2.4.1 Manfaat Youtube

Menurut Faiqah (Waldan dkk, 2022) ada dua manfaat *Youtube* yang dapat digunakan oleh orang-orang, yaitu;

1. Mendapatkan pemasukan dari *Google Adsense*

Youtube dapat menghasilkan uang melalui *Google Adsense* yang berarti para *Youtuber* yang membuat serta mempublikasikan video mereka bisa mendapatkan penghasilan berupa uang jika sudah mendaftarkan diri pada *Youtube Adsense*, namun Adapun syarat yang harus dipenuhi yaitu para *Youtuber* setidaknya harus memiliki jumlah tayangan minimal 10.000.

2. Sebagai Media Promosi

2.5 Definisi Youtuber

Menurut Garcia (Pratama, dkk (2022;81) mendefinisikan *youtuber* sebagai orang yang rutin membuat video yang lalu dipublikasikan di *youtube*.

Menurut Frechaud, dkk (2019) *Youtuber* adalah orang yang aktif sebagai pengguna *Youtube* yang mempresentasikan dirinya demi membangun hubungan dirinya dengan penonton.

Youtuber sendiri merupakan orang yang melakukan kegiatan merekam video serta yang mempublikasikan video tersebut ke dalam *platform Yotube*. *Youtuber* jam kerja yang fleksibel dan bersifat *freelance* yang berarti mereka dapat mempublikasikan video kapan saja tanpa adanya *deadline*. Hal itu yang menyebabkan banyak orang yang ingin menjadi *youtuber*. Namun, dibalik semua itu ada beberapa tantangan yang harus dihadapi jika ingin memulai karir menjadi

Youtuber salah satunya adalah konsistensi dalam membuat video, karena apabila tidak konsisten ada kemungkinan para penonton

2.6 Mengenal *Channel Youtube* Windia Nata

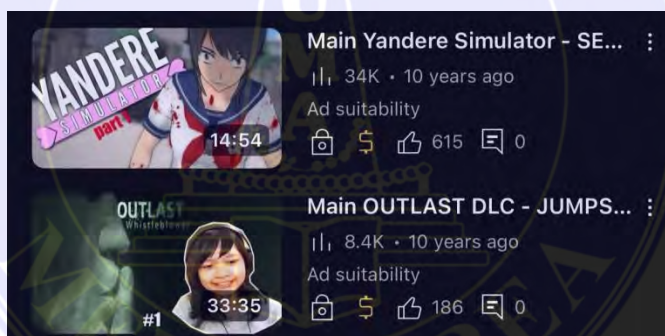
Windia Nata yang sebelumnya menggunakan nama Nata *baka* yang kalau diartikan ke dalam Bahasa Indonesia adalah Nata bodoh, merupakan salah satu *youtuber gaming* wanita di Indonesia. *Channel* Windia Nata sendiri muncul pada 26 April 2015 dengan video pertamanya bermain game “*Outlast*” yang dipublikasikan pada 5 Juni 2015, saat ini video tersebut sudah diprivat oleh Windia Nata sendiri karena video tersebut mengandung unsur kata-kata kasar. Pada awalnya, Nata sendiri membangun *channel Youtube* didasarkan dengan hobinya yang bermain game dan juga iseng.

Windia Nata mulai menekuni dunia *Youtube* saat ia mendapatkan 1,000 *subscriber* yang dimana ia mengatakan pada saat itu yaitu tahun 2015 mendapatkan 1,000 *subscriber* itu merupakan salah satu pencapaian apalagi sebagai konten kreator wanita. Namun, pada saat Nata menjelang lulus dari studinya, ia mengganti nama *channel* miliknya dengan nama yang sekarang ia gunakan, yaitu Windia Nata yang menurut Nata sendiri nama Windia Nata itu memiliki arti yang lebih positif dari nama yang sebelumnya ia gunakan, yaitu Nata *baka*. Nama Windia Nata sendiri berawalan dengan kata *win* yang jika diartikan ke dalam Bahasa Indonesia berarti menang.

Channel Windia Nata mengalami peningkatan pesat saat Nata sendiri memasuki komunitas salah satu *youtuber* yang bernama Tara Arts di platform *Facebook*. Nata sendiri mempromosikan *channel Youtube*-nya kepada para anggota dalam komunitas tersebut dari masukkan oleh seseorang dengan menyantumkan

link dari salah satu video miliknya dan dengan bantuan anggota dari komunitas tersebut, Windia Nata berhasil mendapatkan 1,000 *subscriber*-nya. Hal itu pula juga berdampak pada peningkatan jumlah penontonnya yang awalnya tadi hanya mendapatkan sekitar 100 sampai 300 penonton menjadi 1,000 atau 5,000 penonton.

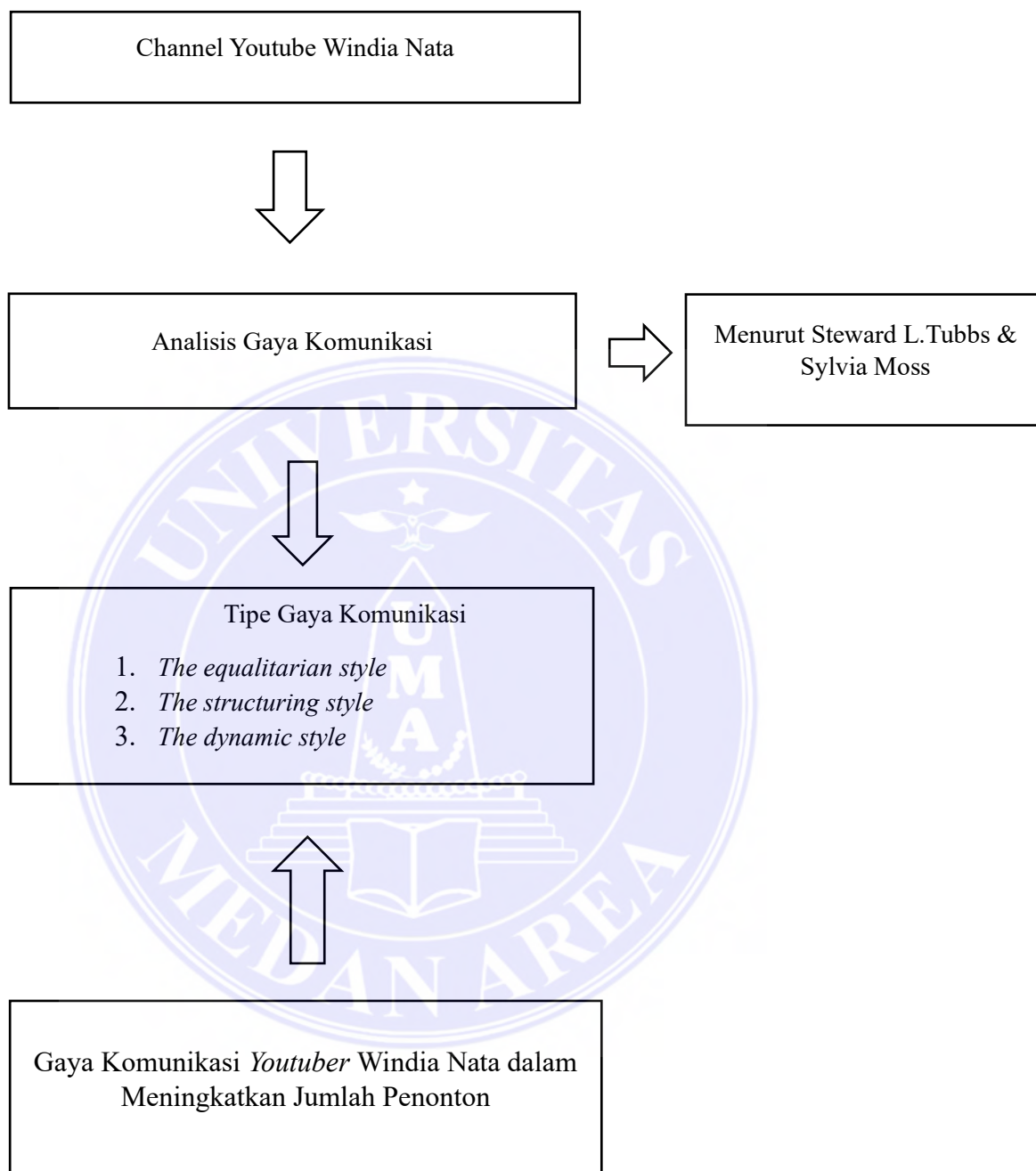
Setelah mengubah namanya menjadi Windia Nata, ia mendapatkan peningkatan lagi pada saat wabah penyakit *Covid-19*. Hal itu dikarenakan banyaknya siswa-siswi yang melakukan pembelajaran daring dari rumah, saat itulah Windia Nata mulai semakin rajin dan menekuni bidangnya di dunia *Youtube*, pada saat itu juga *channel* Windia Nata mendapatkan peningkatan yang semakin besar yang lumayan jauh dari sebelumnya, hingga saat ini menyentuh angka 2,1 juta *subscriber* dengan jumlah total video 1,001.



Gambar 2.1 Video pertama Windia Nata

Sumber: Windia Nata (2015)

2.7 Kerangka Berpikir



Gambar. 2.2 Kerangka Berpikir

Sumber : Peneliti (2024)

Kerangka berpikir pada di atas merupakan sebuah gambaran bagaimana gaya komunikasi *Youtuber* Windia Nata.

2.8 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama peneliti & judul penelitian	Judul	Metode	Teori	Hasil	Sumber
1	Rut Naomi Verita Simanjuntak	Gaya Komunikasi Nadhifa Allya Tsana dalam Podcast Rintik Sedu di Spotify, (2024).	Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif.	Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori Information Seeking dan juga teori Logika Pesan	Hasil dari penelitian menyatakan bahwa Tsana mampu menghindari kesalahan logis, membangkitkan rasa penasaran para pendengar, dan membuat pesan mudah dimengerti. Dengan demikian gaya komunikasi Tsana dalam podcast Rintik Sedu efektif.	https://repository.uma.ac.id/handle/123456789/25670
2	Avilia Listya Wulansari	Gaya Komunikasi Jang Hansol Youtubers Korea dalam Membentuk Karakteristik Jawa Timuran, (2020)	Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.	Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori <i>Participatory Media Culture</i> .	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa dalam konten YouTube Jang Hansol, gaya komunikasi yang memiliki ciri khas Jawa menunjukkan ciri khas orang Korea dengan logat medok dan dialek Jawa Timur.	https://eskrripsi.usm.ac.id

3	Mela Sagitaningrum	Analisis Gaya Komunikasi Selebgram dalam Endorssment Produk di Instagram, (2019).	Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.	Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Logika Pesan dan teori pendukung gaya komunikasi.	Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa selebgram Mila dan Firsa menggunakan gaya komunikasi yang berbeda: Mila menggunakan gaya komunikasi The Relinquishing, dan Firsa menggunakan gaya komunikasi Structuring Style. Kedua selebgram ini menggunakan teori desain pesan logika ekspresif, yang terlihat ketika mereka mendukung suatu produk, mereka menyatakan perasaan dan pikiran mereka yang sebenarnya.	https://repository.uin-suska.ac.id/
4	Avaldo Jales Nugroho & Wirda Yulita Putri	Gaya Komunikasi Youtuber Medy Renaldy dalam Mereview Action Figure di Youtube, (2024).	Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus.	Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori mengenai Aspek Komunikasi dan juga teori mengenai Jenis Komunikasi Penyiar	Hasil dari penelitian ini menyatakan gaya komunikasi Medy Renaldy saat meninjau aksi figur dan konten di channel youtubenya bersifat equalitarian	https://www.bajangjournal.com/index.php/JCI/article/view/8765

					style. Penelitian juga menemukan bahwa gaya komunikasi Medy Renaldy menggabungkan elemen dramatis dan bersahabat, serta penggunaan komunikasi verbal dan nonverbal, seperti gerak tubuh, ekspresi wajah, dan intonasi, serta mengatasi tantangan.	
5	Zahratul Safina, Muhammad Ali, Masriadi, Subhani & Dwi Fitri	Analisis Gaya Komunikasi Penjual Pada Akun Tiktok @Grosirshop_Stufff, (2024)	Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif	Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori gaya komunikasi menurut Tubbs & Moss dan juga teori komunikasi persuasif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun tiktok @grosirshop_stufff menggunakan tiga gaya komunikasi: <i>the equalitarian style</i> , <i>the controlling style</i> dan <i>the structuring style</i> . Akun @grosirshop_stufff berusaha meyakinkan pembeli bahwa produk yang mereka jual adalah barang berkualitas tinggi dalam	https://journal.lps2h.com/cendekia/article/download/135/109/751

					berbagai postingannya. Untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan kepopuleran toko, akun @grosirshop_stufff masih digunakan untuk berkomunikasi.	
6	Heni Krisma Lilik Agustina	Gaya Komunikasi Suhay Salim Dalam Konten Youtube May Favorites 2021, (2022).	Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif pada penelitian ini.	Teori yang digunakan dalam penelitian ini merupakan teori yang mengacu pada buku S. Djuarsa Sendjaja	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) bentuk komunikasi verbal ditunjukkan melalui permainan bahasa dalam peribahasa, cerita, dan humor, disertai dengan permainan intonasi; sementara bentuk komunikasi nonverbal ditunjukkan melalui penggunaan gerak mata dan bahasa tubuh. (2) Dalam konten YouTube May Favorites 2021, Suhay Salim menggunakan dua gaya komunikasi: asertif dan agresif. Gaya	https://etheses.iainponorogo.ac.id/18523/

					asertif ditunjukkan dengan keterbukaan dalam menyampaika n pesan, ekspresi wajah yang menarik, ramah, percaya diri, dan suka bercanda, sementara gaya agresif ditunjukkan dengan gerakan nonverbal yang berlebihan, dan perkataan yang ceplas- ceplos.	
--	--	--	--	--	--	--

7	Citra Kasman & Dr. Lucy Pujasari Supratman, SS., M.Si	Gaya Komunikasi Arif Muhammad Dalam Serial Youtube “Keluarga Beti”, (2019).	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus deskriptif	Teori yang digunakan merupakan teori paradigma konstruktivisme	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Arif Muhammad menggunakan bahasa dan dialek daerah Binjai saat membuat konten video "KeluargaBeti". Dia membuat cerita berdasarkan pengalaman pribadinya dan menambahkan pesan inspiratif untuk penontonnya dalam videonya.	https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/152760/gaya-komunikasi-arif-muhammad-dalam-serial-youtube-keluarga-beti.html
---	---	---	--	--	--	---

2.9 Tabel Persamaan & Perbedaan

Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan

NO.	Nama Peneliti	Judul	Perbedaan	Persamaan
1	Rut Naomi Verita Simanjuntak	Gaya Komunikasi Nadhifa Allya Tsana dalam Podcast Rintik Sedu di Spotify	Menggunakan teori Logika Pesan dan teori <i>Information Seeking</i> serta menggunakan media <i>Spotify</i> dan juga membahas mengenai <i>podcast</i>	Membahas mengenai gaya komunikasi menurut Tubbs & Moss dan menggunakan metode kualitatif
	Namirah Salsabila	Gaya Komunikasi Youtuber Windia Nata Dalam Meningkatkan Jumlah Penonton	Menggunakan teori gaya komunikasi menurut Steward L Tubbs & Sylvia Moss serta membahas mengenai <i>Youtube</i> dan juga menggunakan media <i>Youtube</i>	Membahas mengenai gaya komunikasi menurut Tubbs & Moss dan menggunakan metode kualitatif
2	Avilia Listya Wulansari	Gaya Komunikasi Jang Hansol Youtubers Korea dalam Membentuk Karakteristik Jawa Timuran	Menggunakan teori <i>Participatory Media Culture</i> dan membahas bagaimana Jang Hansol membentuk karakteristik Jawa Timur melalui penggunaan logat serta bahasa yang medok	Membahas mengenai gaya komunikasi serta membahas mengenai media youtube dan juga menggunakan metode kualitatif

	Namirah Salsabila	Gaya Komunikasi Youtuber Windia Nata Dalam Meningkatkan Jumlah Penonton	Menggunakan teori gaya komunikasi menurut Steward L Tubbs & Sylvia Moss dalam penelitian serta membahas bagaimana penonton Windah Basudara dalam tertarik melihat kontennya melalui gaya berkomunikasi	Membahas mengenai gaya komunikasi serta membahas mengenai media youtube dan juga menggunakan metode kualitatif
3	Mela Sagitaningrum	Analisis Gaya Komunikasi Selebgram dalam Endorssment Produk di Instagram	Menggunakan teori Logika Pesan serta pembahasan mengenai <i>endorsement</i> sebuah produk pada media <i>Instagram</i>	Membahas mengenai gaya komunikasi dan menggunakan metode kualitatif
	Namirah Salsabila	Gaya Komunikasi Youtuber Windia Nata Dalam Meningkatkan Jumlah Penonton	Menggunakan teori gaya komunikasi menurut Steward L Tubbs & Sylvia Moss dan tidak membahas mengenai <i>endorsement</i> pada media <i>Instagram</i>	Membahas mengenai gaya komunikasi dan menggunakan metode kualitatif
4	Avaldo Jales Nugroho & Wirda Yulita Putri	Gaya Komunikasi Youtuber Medy Renaldy dalam Mereview Action Figure di Youtube	Menggunakan teori mengenai Aspek Komunikasi dan teori mengenai Komunikasi Penyiar serta membahas bagaimana Medy Renaldi berkomunikasi saat melakukan <i>review</i> mainan	Membahas mengenai gaya komunikasi, memakai media youtube serta menggunakan metode kualitatif

	Namirah Salsabila	Gaya Komunikasi Youtuber Windia Nata Dalam Meningkatkan Jumlah Penonton	Menggunakan teori gaya komunikasi menurut Steward L Tubbs & Sylvia Moss dan bagaimana penonton Windah Basudara dalam tertarik melihat kontennya melalui gaya berkomunikasi	Membahas mengenai gaya komunikasi, memakai media youtube serta menggunakan metode kualitatif
5	Zahratul Safina, Muhammad Ali, Masriadi, Subhani & Dwi Fitri	Analisis Gaya Komunikasi Penjual Pada Akun Tiktok @Grosirshop_Stufff	Menggunakan teori komunikasi persuasive dan juga membahas mengenai komunikasi penjual pada akun <i>Tiktok</i>	Membahas mengenai gaya komunikasi dan juga menggunakan metode kualitatif
	Namirah Salsabila	Gaya Komunikasi Youtuber Windia Nata Dalam Meningkatkan Jumlah Penonton	Menggunakan teori gaya komunikasi menurut Steward L Tubbs & Sylvia Moss serta tidak membahas media <i>Instagram</i>	Membahas mengenai gaya komunikasi dan juga menggunakan metode kualitatif
6	Heni Krisma Lilik	Gaya Komunikasi Suhay Salim Dalam Konten Youtube May Favorites 2021	Menggunakan teori yang mengacu pada buku S. Djuarsa Sendjaja	Membahas gaya komunikasi seorang youtuber dalam sebuah konten dan menggunakan metode kualitatif

	Namirah Salsabila	Gaya Komunikasi Youtuber Windia Nata Dalam Meningkatkan Jumlah Penonton	Menggunakan teori gaya komunikasi menurut Steward L Tubbs & Sylvia Moss	Membahas gaya komunikasi seorang youtuber dalam sebuah konten dan menggunakan metode kualitatif
7	Citra Kasman & Dr. Lucy Pujasari Supratman, SS., M.Si	Gaya Komunikasi Arif Muhammad Dalam Serial Youtube “Keluarga Beti”	Penggunaan teori paradigma konstruktivisme	Membahas gaya komunikasi seorang youtuber dalam sebuah konten dan menggunakan metode kualitatif
	Namirah Salsabila	Gaya Komunikasi Youtuber Windia Nata Dalam Meningkatkan Jumlah Penonton	Menggunakan teori gaya komunikasi menurut Steward L Tubbs & Sylvia Moss	Membahas gaya komunikasi seorang youtuber dalam sebuah konten dan menggunakan metode kualitatif

BAB III

METODOLOGI

3.1 Metode & Pendekatan

Penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian ini digunakan agar dapat menyesuaikan dengan masalah yang sedang diteliti serta dapat dianggap valid. Bogdan dan Taylor (1982) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk tulisan atau ucapan dari individu serta perilaku yang dapat diamati, dengan pendekatan yang berfokus pada konteks dan individu secara menyeluruh.

Sementara itu, Kirk dan Miller menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan tradisi dalam ilmu sosial yang sangat bergantung pada observasi terhadap manusia di lingkungan mereka sendiri serta berinteraksi dengan mereka menggunakan bahasa dan istilah yang mereka gunakan. Peneliti menggunakan metode kualitatif dalam penelitian ini karena peneliti ingin mempelajari mengenai gaya komunikasi *youtuber* Windia Nata dalam menarik perhatian penonton secara mendalam. Dengan menggunakan metode ini, peneliti dapat mempelajari lebih dalam bagaimana Windia Nata berkomunikasi dalam konten-kontennya sehingga dapat menarik banyak orang untuk menonton konten miliknya.

3.2 Waktu dan Lokasi

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

NO	JENIS KEGIATAN	OKT 2024	NOV 2024	DES 2024	JAN 2025	FEB 2025	MAR 2025	APR 2025	MEI 2025	JUNI 2025	JULI 2025	AGU 2025	SEPT 2025
1	PENGAJUAN JUDUL												
2	PENYUSUNAN PROPOSAL												
3	SEMINAR PROPOSAL												
4	PENELITIAN												
5	ANALISIS DATA												
6	SEMINAR HASIL												
7	PERBAIKAN SKRIPSI												
8	SIDANG SKRIPSI												

Tempat penelitian akan dilakukan melalui *Discord* dan *Zoom*.

3.3 Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data dari dua sumber, yaitu data primer dan juga data sekunder.

a. Data Primer

Pada data primer, peneliti memperoleh sumber dari hasil wawancara, dokumentasi serta pengamatan yang akan dilakukan dengan para penonton Windia Nata melalui daring.

b. Data Sekunder

Pada data sekunder, peneliti akan memperolehnya dengan mengakses data melalui literatur, situs website mengenai Windia Nata yang akan mendukung penelitian ini, serta menonton beberapa konten milik Windia Nata.

3.4 Informan Penelitian

Peneliti menggunakan *purpoise sampling* dalam penelitian ini yang dimana adanya kriteria-kriteria tertentu dalam memilih informan. Dengan menggunakan metode *purpoise sampling* diharapkan informan yang dipilih dapat sesuai kriteria dalam penelitian ini.

Kriteria informan dalam penelitian ini adalah :

1. Pengguna aplikasi *Youtube*
2. Laki-laki dan Perempuan berusia 17-30 tahun
3. Penonton konten Windia Nata yang telah menonton minimal 10 konten

3.5 Instrumen

Peneliti membutuhkan instrumen yang mendukung penelitian ini. Instrumen yang dibutuhkan sebagai berikut :

- a. Lembaran daftar pertanyaan
- b. Laptop dan juga smartphone
- c. Foto dokumentasi penelitian

Dokumentasi dalam penelitian ini merupakan foto yang diambil saat melakukan kegiatan wawancara dalam *Google meet* atau *zoom*.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Abdussamad (2021), teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian, dan tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data. Peneliti menggunakan berbagai metode pengumpulan data. sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi dalam penelitian ini dilakukan secara tidak langsung, karena pengamatan yang dilakukan melalui media social seperti akun *Youtube* Windia Nata, *Twitter* dan juga *Instagram*.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan secara terbuka melalui media *Zoom* dan juga *Google Meet*.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan sebagai bukti bahwa peneliti telah melakukan wawancara.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan beberapa teknik pengumpulan data demi mendukung penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara yang membantu peneliti untuk mendapatkan informasi dari penonton Windia Nata.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah cara untuk mengubah data menjadi informasi. Ini membuat karakteristik data lebih mudah ditemukan dan membantu menyelesaikan masalah, terutama dalam penelitian. Analisis data kualitatif terdiri dari tiga fase yang saling terkait: reduksi data, penyampaian data, dan penarikan kesimpulan.

Sugiono menyatakan bahwa analisis data kualitatif terdiri dari tiga tahap:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan fase yang dimana peneliti akan menyederhanakan penelitian memilih yang penting, dan memfokuskan pada yang penting. Karena data yang diperoleh dari lapangan sangat banyak, kompleks, dan rumit, pengumpulan data yang lebih lanjut akan menjadi lebih mudah bagi peneliti.

Peneliti memulai dengan mengumpulkan data dengan melakukan wawancara dengan penonton Windia Nata dan juga melakukan observasi melalui media social. Setelah peneliti memperoleh cukup data, maka peneliti akan memfokuskan pada hal yang berhubungan dengan rumusan masalah.

2. Penyajian Data

Setelah mereduksi data, peneliti akan melakukan penyajian data yang didapatkan dalam bentuk teks naratif yang sudah diringkas secara jelas dan terbuka. Penyajian data berisikan serta menjelaskan mengenai gaya komunikasi *youtuber* Windia Nata dalam menarik perhatian penonton dengan kaitan teori yang digunakan.

3. Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan, yang dimana setelah peneliti melakukan reduksi data serta penyajian data, peneliti akan membahas ulang mengenai teori yang berkaitan dengan penelitian mengenai gaya komunikasi *youtuber* Windia Nata dalam menarik perhatian penonton.

3.8 Keabsahan Data

Keabsahan data menunjukkan bahwa data-data yang diperoleh akurat. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi data untuk mengevaluasi sumber yang diperoleh. Menurut Wijaya (2018), terdapat triangulasi sumber, teknik pengumpulan data, dan waktu karena triangulasi data melibatkan pengujian data dari berbagai sumber dalam berbagai cara dan waktu.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber menggabungkan informasi dari berbagai sumber, seperti hasil wawancara, arsip, dan dokumen lainnya, untuk memverifikasi keandalan data.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik digunakan untuk menguji keandalan data dengan memeriksa informasi yang berasal dari sumber yang sama tetapi dikumpulkan dengan cara yang berbeda; contohnya, memeriksa data yang berasal dari hasil observasi wawancara

3. Triangulasi Waktu

Waktu memengaruhi kredibilitas data, jadi triangulasi waktu melibatkan pemeriksaan data pada berbagai waktu atau situasi menggunakan metode

seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memastikan keakuratan informasi.

Berdasarkan penjelasan mengenai triangulasi data, maka peneliti menggunakan triangulasi sumber yang berdasarkan hasil wawancara dan juga data-data selama melakukan observasi.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi Windia Nata dalam teori Tubbs & Moss menggunakan tiga jenis gaya komunikasi yaitu, *the equalitarian style*, *the structuring style*, dan *the dynamic style*. Hal ini didapatkan dari hasil wawancara dengan fans Windia Nata, Windia Nata itu sendiri dan juga tringulator untuk memvalidasi data.

Selain dari gaya komunikasi, ada pun aspek yang dapat menarik perhatian penonton seperti editan pada video, penggunaan efek suara serta mengikuti tren atau bermain *game* yang terbaru, lalu diikuti dengan cara pembawaan Windia Nata yang santai, topik yang dibawakan dalam video relevan dengan penonton, memperhatikan bahasa yang digunakan dan juga interaksi kepada para penonton.

Peningkatan jumlah penonton disebabkan oleh penggunaan bahasa yang lebih ramah anak dan juga minimnya penggunaan bahasa kasar, akan tetapi kenaikan pada jumlah penonton Windia Nata tidak signifikan jika dibandingkan dengan *youtuber* lain, hal itu dikarenakan cara berbicara *youtuber* lain yang lebih blak-blakan dan heboh.

Secara keseluruhan penelitian ini menjelaskan bahwa gaya komunikasi sangatlah berpengaruh pada kenaikan jumlah penonton seperti pada teori Tubbs & Moss mengenai 6 jenis gaya komunikasi, Windia Nata sendiri memiliki jenis gaya komunikasi, seperti; *the equalitarian style*, *the structuring style*, dan *the dynamic style* yang dimana disini membahas mengenai bagaimana cara Windia Nata

menganggap bahwa fansnya itu setara yang dimana beliau tidak menggurui para fansnya, kemudian dengan pembawaannya yang terstruktur dalam konten-kontennya, dan juga kelihaiannya dalam mengontrol intonasi. Selain penggunaan jenis gaya komunikasi berdasarkan teori Tubbs & Moss ini juga dapat meningkatkan jumlah penonton.

5.2 Saran

Windia Nata dapat lebih sering melakukan *livestreaming* atau membuka komunitas antar sesama penonton, hal ini dikarenakan agar adanya lebih banyak interaksi langsung dengan penonton yang akan membuat peningkatan lebih pesat lagi dalam jumlah penonton, mengingat bahwa peningkatan jumlah penonton yang yang belum terlalu stabil.

DAFTAR PUSTAKA

- Limantoro, F. (2015). Pengaruh Gaya Komunikasi Direktur terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan di PT.Sumarni Mustajab Batu. *JURNAL E-KOMUNIKASI*, 2-11.
- Ahmadi, M. (2020). DAMPAK PERKEMBANGAN NEW MEDIA PADA POLA KOMUNIKASI MASYARAKAT. *Alamtara: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 26-37.
- Awaludin, M. F., M, B. D., & Rosali. (2020). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EFEKTIVITAS IKLAN ONLINE DI BUKALAPAK MENGGUNAKAN MODEL AIDA. *Prosiding BIEMA*, 1211 – 1225.
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). Youtube Sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas Makassarvidgram. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 259-272.
- Kurniawati, N. K., Widyastuti, N. W., Alifi, M. I., Pratiwi, M., Nisa, H., & Maulana, I. C. (2022). Penerapan Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Terhadap Komunikasi Pemasaran Kerajinan Tangan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 347-353.
- Lubis, M. S. (2020). Komunikasi Antarpribadi Guru dan Siswa Dalam Mencegah Kenakalan Remaja. *Jurnal Network Media*, 95-101.
- Mastanora, R. (2018). Dampak Tontonan Video Youtube Pada Perkembangan Kreativitas Anak Usia Dini. *AULADA: Jurnal Pendidikan dan Perkembangan Anak*, 47-57.
- Natsir, M., Rasul, N. M., & Khair, A. U. (2022). Analisis Pengaruh Unsur-Unsur Komunikasi Terhadap Brand Awareness Pada Media Marketing Youtube. *Jurnal Ilmiah MEA*, 1315-1335.
- Nisa, A. (2015). PENGARUH PERHATIAN ORANG TUA DAN MINAT BELAJAR SISWA TERHADAP PRESTASI BELAJAR ILMU PENGETAHUAN SOSIAL. *Faktor Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 1-9.
- Nisa, U., & Cahyo, E. D. (2023). PENGARUH PERHATIAN ORANG TUA TERHADAP PERKEMBANGAN MORAL ANAK USIA DINI DI TK REJO ASRI. *Indonesian Journal of Islamic Golden Age Education*, 110-118.
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi. *Jurnal Komunikasi*, 90-95.

- Prasetya, D., & Marina, R. (2022). Studi Analisis Media Baru: Manfaat dan Permasalahan dari Media Sosial dan Game Online. *Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*, 1-10.
- Pratama, H. R., & Kahija, Y. F. (2022). APA ARTINYA MENJADI YOUTUBER? ANALISIS FENOMENOLOGIS INTERPRETATIF TENTANG. *Jurnal Empati* , 80-88.
- Putri, E. R., Aryadillah, & Muhammad, U. (2019). Gaya Komunikasi Relawan Serambi Inspirasi Dalam Membangun Minat Belajar Anak (Studi Deskriptif Kualitatif Pada SD Dinamika Indonesia Bantar Gebang-Bekasi). *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 99-106.
- Reynata, A. V. (2022). PENERAPAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA BARU DALAM KOMUNIKASI MASSA. *Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 96-101.
- S.I.K., M.Si, D. A. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press.
- S.ST.,M.Kes, H., Boer, D. F., M.Sos., N. S., S.I.Kom., M.I.Kom, A. K., S.Sos., M.Ag., M. A.-M., M.Si, D. M., . . . S.Ikom.,M.Ikom, A. D. (2023). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pasuruan: CV Basya Media Utama.
- Sitompu, W. W., Masitoh, S., Tanjung, S. P., & Kartini. (2022). Penelitian Tentang Youtube. *Maktabatun Journal*, 14-19.
- Kasman, C., & Supratman, SS., M.Si, D. P. (2019). GAYA KOMUNIKASI ARIF MUHAMMAD DALAM SERIAL YOUTUBE "KELUARGA BETI". *e- Proceeding of Management*, 4829-4834.
- Nugroho, A. J., & Putri, W. Y. (2024). GAYA KOMUNIKASI YOUTUBER MEDY RENALDY DALAM MEREVIEW ACTION FIGURE DI YOUTUBE. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 21-44.
- Safina, Z., Ali, M., Masriadi, Subhani, & Fitri, D. (2024). Analisis Gaya Komunikasi Penjual Pada Akun Tiktok @Grosirshop_Stuff. *CENDEKIA: Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora*, 841-849.
- Simanjuntak, N, V, Rut. (2024). *GAYA KOMUNIKASI NADHIFA ALLYA TSANA DALAM PODCAST RINTIK SEDU DI SPOTIFY*. (Skripsi Sajarna, Universitas Medan Area, 2024). Diakses dari <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/25670>
- Wulansari, L, Avilia. (2020). *GAYA KOMUNIKASI JANG HANSOL YOUTUBERS KOREA DALAM MEMBENTUK KARAKTERISTIK JAWA TIMURAN*. (Skripsi Sajarna, Universitas Semarang, 2020). Diakses dari <https://eskripsi.usm.ac.id>

Sagitaningrum, M (2019). *ANALISIS GAYA KOMUNIKASI SELEBGRAM DALAM ENDORSEMENT PRODUK DI INSTAGRAM*. (Skripsi Sajarna, Universitas Semarang, 2019). Diakses dari <https://repository.uin-suska.ac.id/>

Agustina, K, L, Heni (2022). *Gaya Komunikasi Suhay Salim dalam Konten Youtube May Favorites 2021*. (Skripsi Sajarna, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2022). Diakses dari <https://etheses.iainponorogo.ac.id/18523/>



LAMPIRAN

Lampiran Pertanyaan kepada Penonton Windia Nata

Nama:

Usia:

Asal daerah:

1. Sejak kapan Anda menonton Windia Nata?
2. Seberapa sering Anda menonton konten Windia Nata?
3. Bagaimana pandangan Anda mengenai gaya berkomunikasi Kak Nata dalam konten videonya?
4. Menurut Anda apakah komunikasi Kak Nata dalam channel Windia Nata bersifat satu arah?
5. Apakah gaya komunikasi Kak Nata dapat membuat Anda tertarik untuk menyampaikan ide, pendapat atau kritik dan saran?
6. Apakah gaya komunikasi Kak Nata pada channel Windia Nata itu terstruktur?
7. Apakah gaya komunikasi Kak Nata dapat membuat Anda sebagai penonton merasa lebih dekat dengan Kak Nata?
8. Menurut Anda apakah dengan gaya komunikasi Kak Nata dapat menarik perhatian anda untuk menontonnya?
9. Menurut Anda seberapa besar gaya komunikasi Kak Nata dalam meningkatkan jumlah penontonnya?

10. Menurut Anda selain dari gaya berkomunikasi Kak Nata, hal apalagi yang membuat penonton tertarik pada konten-konten video di channel YouTube Windia Nata?

Lampiran Pertanyaan kepada Windia Nata

1. Bisa ceritakan sedikit filosofi mengenai channel YouTube Windia Nata?
2. Kapan Anda merasakan adanya peningkatan penonton pada channel youtube Anda?
3. Berdasarkan pengalaman Anda selama berkarir di dunia youtube, apakah dengan melakukan komunikasi yang baik dengan bahasa yang baik sudah dapat meningkatkan jumlah penonton Anda?
4. Berdasarkan pengalaman Anda sebagai youtuber, apakah interaksi kepada penonton itu menjadi salah satu kunci adanya peningkatan jumlah penonton?
5. Menurut Anda sebagai youtuber itu sendiri, apakah menyediakan ruang diskusi kepada penonton dapat membuat penonton Anda tertarik dan meningkatkan jumlah penonton?
6. Berdasarkan pengalaman Anda, apakah ada aspek lain selain dari komunikasi yang dapat meningkatkan jumlah penonton Anda?
7. Apakah dengan adanya interaksi dan ikatan dengan penonton dapat membuat peningkatan jumlah penonton Anda?

Informan I

Nama: Akpi Novindra

Usia: 18 Tahun

Asal: Medan

1. Sejak kapan Anda menonton Windia Nata?

Jawaban: *"Kayaknya kalau gak salah saya iu nonton sejak akhir 2022 kak, waktu itu videonya waktu main game Sakura Highschool kalau gak salah"*

2. Seberapa sering Anda menonton konten Windia Nata?

Jawaban: *"Lumayan sering sih kak kalau ada video baru juga biasanya langsung saya tonton itu kak dua atau tiga kali sehari mungkin"*

3. Bagaimana pandangan Anda mengenai gaya berkomunikasi Kak Nata dalam konten videonya?

Jawaban: *"Gaya komunikasinya enak banget ya kak Santai, tapi tetap jelas, kak Nata itu pintar ngebawa audiens untuk ngedengeri dia dan enggak ngebosenin, kalau dari segi kebahasaan lumayan santai dan mudah dicerna, enggak ngebuat audiens itu bosan"*

4. Menurut Anda apakah komunikasi Kak Nata dalam channel Windia Nata bersifat satu arah?

Jawaban: *"Gak juga sih kak, meskipun video di youtube-nya itu satu arah, tapi kalau pada saat live dan QnA dia masih mendengarkan audiens-audiensnya kak, kayak lagi QnA dia mau mendengeri pertanyaan-pertanyaan"*

5. Apakah gaya komunikasi Kak Nata dapat membuat Anda tertarik untuk menyampaikan ide, pendapat atau kritik dan saran?

Jawaban: *“Iya sih kak karena kak Nata itu kayak terbuka opininya jadi orang yang nonton video itu gak takut untuk buat kasih komentar atau sarannya gitu, ngerasa dihargailah intinya”*

6. Apakah gaya komunikasi Kak Nata pada channel Windia Nata itu terstruktur?

Jawaban: *“Iya cukup terstruktur sih kak, dia tau kapan harus kasih informasi, kapan bercanda dan kapan penonton harus mikir, jadi runtnt tapi tetap asik”*.

7. Apakah gaya komunikasi Kak Nata dapat membuat Anda sebagai penonton merasa lebih dekat dengan Kak Nata?

Jawaban: *“Banget sih kak, kak nata itu bisa bikin penonton merasa kayak temen sendiri, dia tahu cara ngomong yang membuat orang nyaman kayak enggak ada jarak gitu, kayak teman langsung gitu sih”*.

8. Menurut Anda apakah dengan gaya komunikasi Kak Nata dapat menarik perhatian anda untuk menontonnya?

Jawaban: *“Oh iya dong kak, itu malah jadi salah satu faktor alasan saya tetap stay nonton videonya kak karena gaya komunikasinya itu beda, gak kaku dan selalu ada nilai yang bisa diambil”*

9. Menurut Anda seberapa besar gaya komunikasi Kak Nata dalam meningkatkan jumlah penontonnya?

Jawaban: *“Kalau menurut saya sih pengaruhnya besar sih ya, soalnya banyak youtuber yang topiknya bagus tapi cara komunikasinya itu kayak ngebosenin, kaku. Kak nata ini beda, bisa bikin topik berat itu jadi ringan dan yang bikin penonton balik lagi ya cara dia berkomunikasi itu sih”*

10. Menurut Anda selain dari gaya berkomunikasi Kak Nata, hal apalagi yang membuat penonton tertarik pada konten-konten video di channel YouTube Windia Nata?

Jawaban: *“Selain komunikasinya ya, menurut saya topik-topiknya juga relevan, dekat dengan sehari-hari saya sih, terus editannya rapi, thumbnail-nya menarik dan vibe-nya positif jadi nonton itu beneran dapat insight tapi gak berat”*

Informan II

Nama: Mega Lestari S.

Usia: 24 Tahun

Asal daerah: Pekanbaru

1. Sejak kapan Anda menonton Windia Nata?

Jawaban: *“Kalau nonton itu udah lama banget ya dari zaman sekolah kayaknya pas SMA, iya soalnya tau dari adik aku, adik aku da yang nonton juga kan terus kayak enak juga nontonnya, dulu kan ada MiawAug juga kan ya, nah Windia Nata nih versi ceweknya, tahun 2016 pas SMA”*

2. Seberapa sering Anda menonton konten Windia Nata?

Jawaban: *“Dulu tuh lumayan sering ya, selang-selinglah sama si MiawAug tadi karena yad ulu kan belum ada yang namanya Windah, bisa dibilang sering juga sih karena sebutlah kontennya tuh konten yang jarang dimainkan orang indo gitu kan, nah dia nih lebih enak pembawaannya”*

3. Bagaimana pandangan Anda mengenai gaya berkomunikasi Kak Nata dalam konten videonya?

Jawaban: *“Kalau untuk gaya komunikasi kan dia nih marketing-nya bocil ya sebenarnya jadi kalau untuk bahasa tuh betul-betul disesuaikan ya sama kayak kita*

sama bocil tuh gimana , nah Nata tuh kayak gitu kayak misal dia kaget atau apa tuh gak pakai toxic misalnya kan, nah Nata tuh kayak apa kaget ala-ala bocil karena itukan marketing-nya bocil”.

4. Menurut Anda apakah komunikasi Kak Nata dalam channel Windia Nata bersifat satu arah?

Jawaban: *“Nah kalau dulu pas masih zaman sekolah tuh belum ada yang namanya live youtube kalau gak salah, live youtube itukan baru ada 2020 keatas kayaknya ya nah jadi rata-rata video yang aku tonton dulu tuh isinya pasti video yang dia rekam sendiri nah karena dia bikin rekam sendiri tuh kan kita ngerasa kayak dia tuh main sendiri gitu kan ya, tapi ada juga kadang dia nanya-nanya juga ke penontonnya nih gimana nih menurut kalian guys gitu-gitu, kayak istilahnya ngomong sendiri tapi dia masih ada nanya ke audiensnya gitu kan, jadi bisa dibilang semi lah kayaknya ya semi satu arah, kalau live jujur ya aku 2020 keatas tuh ya udah kurang juga nonton youtuber jadi adalah waktu aku nonton gitu kan kalau untuk live sih masih lah dia nengok dikit-dikit dan interaksinya tapi gak banyak banget gitu karena tadi pasti banyak bocil caper”.*

5. Apakah gaya komunikasi Kak Nata dapat membuat Anda tertarik untuk menyampaikan ide, pendapat atau kritik dan saran?

Jawaban: *“Nah itu tadi dia kan, dia kan semi-semi nih dia bisa kayak nanya, kadang ada sih yang aku jawabin tapi kadang ada juga yang emang rata-rata tuh pertanyaannya, pertanyaan main-main aja gitu, paling orang dikomen sih banyak nanya yang kak kapan main game ini, kapan main game ini bocil yang banyak di video dia, dan itu juga kayak kita mau ngasih pendapat segala macam karena dia bisa dibilang jarang juga sih sebenarnya interaksi di kolom komen”*

6. Apakah gaya komunikasi Kak Nata pada channel Windia Nata itu terstruktur?

Jawaban: *“Ya kayak biasa kalau misalnya baru apakah intro udah pasti ya terus kayak kasihlah intermezzo dikit gitu kan nah barulah dia kayak ngenali lagi lah channelnya dan itu tuh selalu dibuatnya jadi kayak menurutku lumayan lah ya lumayan rapi terus nanti lanjut pengenalan kayak dilanjut ini ada fans yang bikin fanart dia gitu kan, nah disitu tuh kayak dia menghargai apa ya karya fansnya gitu loh, ya menurut aku bagus sih habis tuh ya langsung masuk ke konten dia”*.

7. Apakah gaya komunikasi Kak Nata dapat membuat Anda sebagai penonton merasa lebih dekat dengan Kak Nata?

Jawaban: *“Kalau menurut aku sih lumayan lah ya tapi itu tadi balik lagi dia tuh gak terlalu banyak interaksi sebenarnya, dia itu kayak bikin video terus dia nanya di video itu terus yaudah nanti mungkin dia bakal merangkum pertanyaannya itu ke komunitas youtube, kayak misalnya nih kayak ada yang request main game ini, dia nengok cuman dia gak interaksi tapi nanti di komunitas dia kayak nanti mau main ini ya gitu sih dia biasanya tapi kalau interaksi dua arah itu kayaknya jarang deh”*.

8. Menurut Anda apakah dengan gaya komunikasi Kak Nata dapat menarik perhatian anda untuk menontonnya?

Jawaban: *“Kalau dulu aku jujur suka sih sama kontennya jadi bisalah kayak lagi makan 10 menit itu nonton dia atau kayak lagi santai terus nengok oh ada video baru nih bisa aku lama-lama nontonnya gitu”*

9. Menurut Anda seberapa besar gaya komunikasi Kak Nata dalam meningkatkan jumlah penontonnya?

Jawaban: *“Kalau dibandingkan sama yang seangkatan dialah sebut aja kayak MiawAug nah dia nih bisa dibilang gak terlalu signifikan ya peningkatannya lebih cepetan si MiawAug lah istilahnya karena itukan konten dia tuh isinya benar-benar kayak cuman kayak ada yang request terus bikin konten terus kayak ngomong-ngomong dikit terus udah gitu”*.

10. Menurut Anda selain dari gaya berkomunikasi Kak Nata, hal apalagi yang membuat penonton tertarik pada konten-konten video di channel YouTube Windia Nata?

Jawaban: *“Nah itu tadi seperti yang aku bilang, konten dia tuh yang dulu sering diapainnya kayak game misalnya kayak simulator, Sakura School Simulator nah itu tuh dulu sebenarnya banyak yang bikin video game yang tentang game gitu kan cuman ya lebih banyakkannya itu diem aja ya kan kayak yaudah, nah kalau si Windia Nata tadi tuh bisa dibilang udah ngontenin, dia tuh juga ngontenin reaksi dia pas main gitu ditambah lagi gaya bahasa toxicnya itu lebih minim gitu, ditambah lagi dia tuh youtuber cewek yang masih lumayan aktiflah ya di Youtube”*.

Informan III

Nama: Veirani

Usia: 18 Tahun

Asal daerah: Jakarta Selatan

1. Sejak kapan Anda menonton Windia Nata?

Jawaban: *“Sekitaran 2019 waktu awal Covid”*

2. Seberapa sering Anda menonton konten Windia Nata?

Jawaban: *“Gak terlalu sering, hanya menonton kalau ada waktu luang saja”*

3. Bagaimana pandangan Anda mengenai gaya berkomunikasi Kak Nata dalam konten videonya?

Jawaban: *“Gaya komunikasi kak Nata itu bisa dibilang sangat baik, tergolong santai dan juga friendly kepada penonton”*

4. Menurut Anda apakah komunikasi Kak Nata dalam channel Windia Nata bersifat satu arah?

Jawaban: *“Gak juga, karena dia biasa merespons penontonnya melalui livestreaming ataupun kolom komentar, terkadang juga memainkan game/mod yang di request dari penontonnya”*

5. Apakah gaya komunikasi Kak Nata dapat membuat Anda tertarik untuk menyampaikan ide, pendapat atau kritik dan saran?

Jawaban: *“Karena dia cenderung orang yang santai, juga memperhatikan usia penontonnya agar konten yang dibuatnya aman untuk semua penonton. Kritik mungkin jarang ya, mungkin lebih ke kritik yang lebih positif”*

6. Apakah gaya komunikasi Kak Nata pada channel Windia Nata itu terstruktur?

Jawaban: *“Kalau menurut saya gak juga sih, soalnya dia kadang kayak suka bahas random gitu, terkadang dia mention karakter game yang keluar dari konteks game itu”*

7. Apakah gaya komunikasi Kak Nata dapat membuat Anda sebagai penonton merasa lebih dekat dengan Kak Nata?

Jawaban: *“Iya, karena dia sifat orangnya yang ramah dan cara bicaranya yang santai itu bisa membuat penonton merasa lebih dekat”*

8. Menurut Anda apakah dengan gaya komunikasi Kak Nata dapat menarik perhatian anda untuk menontonnya?

Jawaban: *“Ya, karena konten yang dibuatnya itu menarik dan lucu, sama kadang itu dia mainin game yang membuat tertarik gitu untuk nonton selanjutnya gimana”*

9. Menurut Anda seberapa besar gaya komunikasi Kak Nata dalam meningkatkan jumlah penontonnya?

Jawaban: *“80%? Karena kalo dari yang ditonton teman saya, rata-rata dari mereka lebih suka youtuber gaming yang asbunnya bener-bener keluar konteks kayak bang Windah, ada juga yang suka youtuber gaming yang tenang kayak Droomp ama Miawaug. Tergantung selera juga sih”*

10. Menurut Anda selain dari gaya berkomunikasi Kak Nata, hal apalagi yang membuat penonton tertarik pada konten-konten video di channel YouTube Windia Nata?

Jawaban: *“Cara dia bermain game terus juga lebih gampang dipahami juga karena dia memperhatikan apa yang seharusnya menjadi tontonan untuk kalangan semua umur”*

Hasil dari wawancara dengan Windia Nata

1. Bisa ceritakan sedikit filosofi mengenai channel YouTube Windia Nata?

Jawaban: *“Sebenarnya asal muasal nya panjang sih, mau yang dari dulu banget atau yang terbaru banget nih? Oh, jujur dulu waktu era 2015-an aku pakai nama Nata-baka dan dulu aku dulu bikin konten Youtube karena aku iseng, karena aku suka main game lalu aku pakai nama Nata-baka yang kalau dalam bahasa Jepang itu artinya Nata bodoh gitu kan lalu dari situ aku mulai seriusin eh bukan seriusin juga sih lebih tepatnya kayak aku lanjut terus karena aku dapat 1.000 subscriber pada tahun 2015 tuh 1.000 subscriber tuh kayak wow banget ya apalagi cewek terus baru aku menjelang lulus kuliah, nama Nata-baka itu aku ganti jadi Windia Nata yang sekarang yang namanya menurut aku lebih positif dari yang Nata bodoh jadi Windia Nata jadi Windia Nata itu ada nama Win kan yang artinya menang jadi kayak menurut aku pembawaannya jauh lebih positif jadi gak negative kayak Nata bodoh jadi dari situ aku pakai nama Windia Nata dan sisanya adalah sejarah, emang perjalanan yang panjang sekali dari Nata-baka ke Windia Nata”*

2. Kapan Anda merasakan adanya peningkatan penonton pada channel youtube Anda?

Jawaban: *“Kalau kita ngomongin balik ke tahun 2015 ketika aku Nata-baka, waktu itu ada grup Facebook itu punya youtuber terkenal juga namanya Tara Arts ya, youtuber legend, aku selalu berterimakasih dengan beliau. Tara Arts ini dulu punya komunitas yang gede, jadi disitu berkat orang aku kayak dibilang “Nata, kamu share di grup Tara Arts” akhirnya aku taruhlah link video aku disitu dan jujur gak cuman aku, banyak youtuber-youtuber yang lagi merintis itu juga ngeshare link*

disitu, nah aku berkat Tara Arts itu grup Facebook Tara Arts itu aku dapat pertama kali 1000 subscriber yang tadi diawal aku bilang kan, dari situ aku kayak ngerasa wah, itu pertama kali aku dapat attention dari banyak orang, yang tadinya Facebook aku sepi, yang tadinya Youtube aku penontonnya cuman 300, 100 tiba-tiba naik gitu jadi 1000 gitu, jadi 5000 penonton gitu yang pada jaman itu tuh wah gitu. Nah, dari situ lalu yang fase kedua itu ketika aku jadi Windia Nata ya, itu Ketika Covid, kayaknya Covid tahun 2020 itu Ketika Covid kan banyak anak sekolah yang di rumah kan, nah jadi dari situlah aku juga mulai rajin-rajin ngonten karena ya gabut jga kan, enggak ngapa-ngapain di rumah, akhirnya aku fokusin dan akum akin gede dari situ jadi aku channel aku yang Windia Nata dari yang uploadnya mood-mood-an jadi makin aku rajinin dan naik lumayan jauh, jauh sekali.... Ya sampai sekarang sudah 2 juta subscriber”

3. Berdasarkan pengalaman Anda selama berkarir di dunia youtube, apakah dengan melakukan komunikasi yang baik dengan bahasa yang baik sudah dapat meningkatkan jumlah penonton Anda?

Jawaban: *“Betul, komunikasi yang baik sangat mempengaruhi channel aku, kalau kita balik lagi ke tahun 2015-an Ketika aku era Nata-baka itu jujur bahasa aku itu bahasa modern-nya itu toxic, dulu ngomongnya masih bahasa kasar ya, ya taulah bahasa kasar, bahasa-bahasa kebun binatang, tapi aku pakai bahasa inggris ya gak yang frontal banget gitu ya, lalu ketika aku jadi Windia Nata di era terbaru 2020-an itu aku ya sempat pakai bahasa toxic lalu aku Ketika itu aku sadar satu hal karena anaknya temanku dia bilang anaknya yang masih kecil itu nonton video aku, nah dari situlah aku sadar oh berarti yang nonton aku tuh bukan apa ya penonton aku tuh sekarang udah mulai anak kecil, jadi supaya penonton aku nyaman, aku*

mulailah bahasanya family friendly jadi gak kasar, ngomongnya bahasa sopan nah karena aku family friendly dari situ aku juga sering dapat komen “Wah enak nonton kak Nata sekarang aku gak perlu diam-diam dari orang tuaku jadi aku sekarang kalau nonton ditemani orang tua aman” dari situlah aku naik gitu, karena banyak penonton yang udah nyaman jadi bahasaku sudah mulai sopan, family friendly, penontonnya nyaman udah dari situ naik, jujur naiknya pesat lumayan pesat gitu, soalnya penonton aku sekarang bukan anak sekolahan lagi ada yang kayak masih bocil banget nih, ada yang masih TK atau bahkan yang belum apa sebelum TK, preschool gitu ya jadi semua bisa masuk sekarang, harus beradaptasi ”

4. Berdasarkan pengalaman Anda sebagai youtuber, apakah interaksi kepada penonton itu menjadi salah satu kunci adanya peningkatan jumlah penonton?

Jawaban: *“Menurut aku iya, sangat menentukan ya karena Youtube sekarang itu emang udah difokuskan supaya kita juga livestream ya karena keterikatan kita dengan fans itu juga menentukan walaupun sebenarnya dari sekian banyak youtuber, aku yang kayak masih jarang livestream, tapi kalau dari cara aku, aku biasanya kayak bikin grup-grup gitu, grup di Instagram juga sesekali livestream di Instagram gitu kan, aku lebih fokusnya di Instagram aja karena kayaknya kebanyakan orang itu di Instagram, kalau Youtube livestream mungkin belum rajin ya cuman ketika aku livestream itu, aku menjawab pertanyaan-pertanyaan fans itu secara langsung jadi mungkin fans itu jadi senang jadi mereka lebih banyak cari perhatian aku, nah dari situlah aku merasakan langsung kalau “Oh, ternyata berinteraksi sama mereka langsung itu membantu banget” jadi ada keterikatan batin, apa ya siapa sih yang gak senang gitu ngobrol sama idola mereka gitu kan, aku juga senang ngobrol langsung sama mereka, bahkan mungkin sebenarnya*

banyak ya yang minta aku ngelivestream di Youtube, cuman mungkin bertahap dulu kalau mungkin kayak misalnya di Instagram nih aku juga buka QnA gitu kan, aku juga minta rekomendasi game jadi mereka itu berlomba-lomba, cepet-cepetan buat dapatin atensi aku gitu, jadi seperti itulah cara kita berkomunikasi gitu, kayak misalnya di Youtube, aku upload video nantikan ada tuh tulisan first, gercep nah cara aku menghargai mereka adalah ngelike atau aku balas komen terima kasih ya gitu, jadi karena aku menghargai usaha-usaha mereka buat nonton video aku lebih cepat jadi mereka semakin ingin lebih cepat komen di video aku ya seperti itu cara aku berkomunikasi”

5. Menurut Anda sebagai youtuber itu sendiri, apakah menyediakan ruang diskusi kepada penonton dapat membuat penonton Anda tertarik dan meningkatkan jumlah penonton?

Jawaban: *“Sama seperti yang aku jawab sebelumnya jadi dengan aku menyediakan ruang diskusi itu kan aku memberikan ruang buat mereka, berkomunikasi dengan aku ya kayak minta rekomendasi game kayak misalnya nih sebagai content creator kan aku gak selalu tau update-update game kan kayak karena game itu selalu ada, game itu banyak sekali, gak cuman game bahkan kalau misalnya ada culture baru atau ada video-video trending baru kadang aku juga belum tau, nah justru aku tau dari fans kayak misalnya “Kak, ada game Poppy Playtime” misalnya jadi dari mereka itulah yang ngasih tau aku itu sangat meningkatkan komunikasi aku dengan para fans jadi justru berkat merekalah aku bisa update, jadi dari situ kan views aku naik juga karena itu game yang trending kayak Poppy Playtime yak an, kayak tiba-tiba “Kak, ada Poppy Playtime baru” aku mainin, views naik jadi berkat mereka views aku naik kayak gitu, menuruti keinginan penonton itu penting”*

6. Berdasarkan pengalaman Anda, apakah ada aspek lain selain dari komunikasi yang dapat meningkatkan jumlah penonton Anda?

Jawaban: *“Kalau ini kan asumsinya merujuk ke video ya daripada interaksi sama fans, kalau di kita nih content creator sebenarnya faktornya banyak, salah satunya thumbnail, thumbnail yang click-bait terus juga judul yang click-bait kan terus editan-editan yang menstimulasi jadi kan penonton aku kan semakin lama semakin muda nih, karena yang nonton kan makin lama sebutannya makin bocil lah dan bocil itu suka editan video yang menstimulasi kayak sound effect gitu kana tau meme, meme yang lagi ramai di Tiktok dan sebagainya jadi biasanya kalau say aitu dibantu misalnya ada fans nih yang bilang “Kak Nata, masukkin meme ini nanti pasti ramai” kayak gitu, jadi dari masukkan-masukkan dari fans, dari orang sekitar jadi saya dapat informasi gitu dapat informasi jadi kualitas videonya meningkat karena jadi revelan kayak gitu, jadi komunikasi-komunikasi kecil dari fans yang ngasih tau apa yang trending itu membantu banget views naik gitu”*

Hasil dari wawancara dengan tringulator

1. Apakah gaya komunikasi Windia Nata sudah mencakup jenis pada teori Gaya Komunikasi menurut Tubbs & Moss?

Jawab: *“Ya, saya sudah melihat tayangan youtube dari yang dimaksud tadi, ada beberapa hal yang sudah mencakup gaya teori Tubbs & Moss, itu ada teori yang dikembangkan dari gaya komunikasi Tubbs & Moss jadi sebenarnya itu lengkapnya Tubbs & Sylvia Moss gitu ya, nah jadi ada beberapa poin yang si pemilik akun tadi*

itu memiliki gaya yang disampaikan oleh Tubbs & Moss kira-kira seperti itu, ada beberapa yang tercakup gitu ya.”

2. Berdasarkan teori Gaya Komunikasi Tubbs & Moss, jenis apa saja yang cocok pada gaya komunikasi Windia Nata?

Jawab: *“Nah yang kelihatan itu adalah di gaya setara, equalitarian style itu dia jadi dia menjadikan komunikator itu sebagai kepada komunikan itu dia setara atau selevel, jadi dia tidak menggurui jadi dia memberitahu kepada publik bahwa di situ berada di level yang setara kepada orang lain, kira-kira begitu, nah terus juga gayanya juga terstruktur gitu ya dan yang paling khas itu adalah gayanya dinamis jadi dia bisa mengontrol intonasi dan segala macam itu yang saya lihat jadi gayanya itu dinamis dalam berkomunikasi jadi ada tiga unsur yang saya lihat tadi, yang pertama itu ada gayanya setara, yang kedua terstruktur, yang ketiga gayanya itu dinamis, yang kelihatan itu yang dinamis sekali kira kira seperti itu.”*

3. Apakah dengan menggunakan jenis gaya komunikasi berdasarkan teori Tubbs & Moss dapat meningkatkan jumlah penonton Windia Nata?

Jawab: *“Iya, jadi kalau saya lihat subscribersnya itu kan kalau dari rentang usia itu kan rata-rata belasan tahun, kira-kira gitu ya dengan gayanya yang begitu itu sudah bisa meningkatkan pengunjung di channel youtube dia, jadi dia menjadikan orang penonton dan segala macam sebagai teman bukan orang yang menggurui kira kira begitu, jadi gayanya dia itu yang bisa meningkatkan pengunjung di channel dia.”*

4. Menurut bapak, apakah selain dari gaya komunikasi hal apalagi yang dapat meningkatkan jumlah penonton pada seorang youtuber?

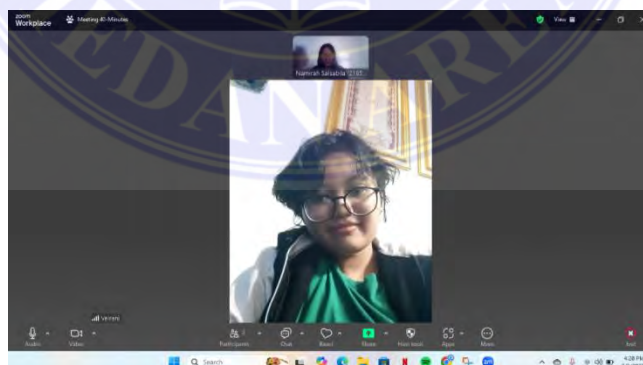
Jawab: *“Selain komunikasi memang segmentasinya itu kan, segmentasi yang ke gamer gitu kan yang orang suka melihat game gitu ya jadi memang itu menjadi salah satu faktor, segmentasinya adalah orang-orang yang menyukai game dan dia semacam memberikan pandangan-pandangan ada jenaka-jenakanya jadi kayak “kenapa begini?” seolah-olah dia tidak mengetahui itu gitu, seolah-olah spontan dan segala macam, selain itu juga tampilan gambarnya itu juga kualitasnya lumayan bagus sehingga orang melihatnya itu, tempat dia duduk, kamera dia ditempat kursi gaming itu dan segala macam juga membuat menarik untuk orang mendengarkan, melihat konten dia, bisa jadi itu dianggap orang yang professional, coba kita bayangkan dia tidak duduk dikursi gaming mungkin orang kecenderungan melihat ini tidak professional kira-kira seperti itu.”*



Wawancara: Peneliti (atas) sedang mewawancarai fans Windia Nata yang bernama Akpi Novindra yang berasal dari Medan (bawah) terkait gaya komunikasi *youtuber* Windia Nata dalam meningkatkan jumlah penonton pada 9 Juni 2025, pukul 09:55 WIB melalui media *Zoom*.



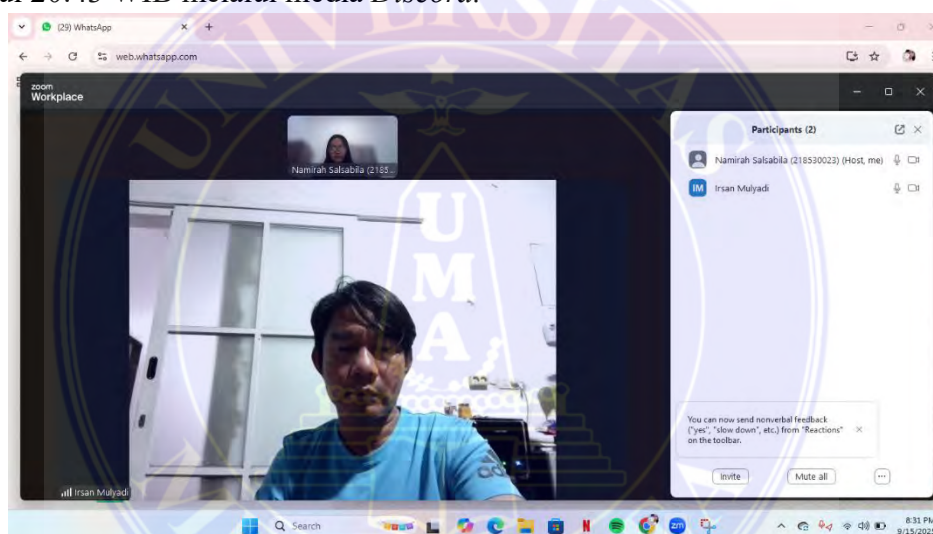
Tanya jawab: Antara peneliti (atas) sedang mewawancarai fans Windia Nata yang bernama Mega Lestari S. dari Pekanbaru (bawah) terkait gaya komunikasi *youtuber* Windia Nata dalam meningkatkan jumlah penonton pada 10 Juni 2025, pukul 16:39 WIB melalui media *Zoom*.



Diskusi: Kegiatan diskusi fans Windia Nata yang bernama Veirani dari Jakarta Selatan (bawah) terkait gaya komunikasi *youtuber* Windia Nata dalam meningkatkan jumlah penonton pada 6 Juni 2025, pukul 16:27 WIB melalui media *Zoom*.

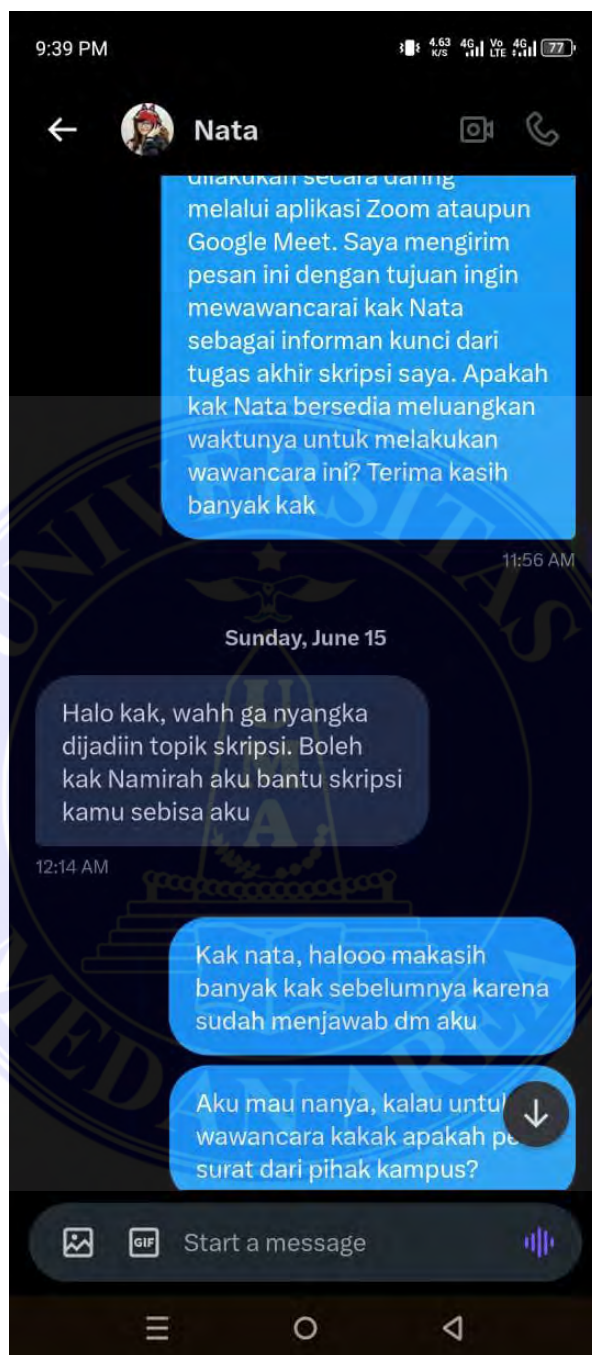


Interview: Peneliti (kiri) sedang melakukan *interview* dengan tokoh yang ada pada judul skripsi peneliti, yaitu Windia Nata (kanan) mengenai gaya komunikasi youtuber Windia Nata dalam meningkatkan jumlah penonton pada 16 Juni 2025, pukul 20:43 WIB melalui media *Discord*.



Kegiatan tanya jawab: Dengan tringulator Irsan Mulyadi, S.Sos., M.I.Kom (bawah) dan peneliti (atas) terkait validasi data mengenai gaya komunikasi Windia Nata dalam meningkatkan jumlah penonton pada 15 September 2025, pukul 20:30 WIB melalui media *Zoom*.

LAMPIRAN BUKTI IZIN WAWANCARA DENGAN WINDIA NATA



LAMPIRAN SURAT SELESAI PENELITIAN

 **UNIVERSITAS MEDAN AREA**
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Kampus 1 : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168 , Medan 20223
Kampus 11 : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 42402994, Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini selaku Dosen Pembimbing I dari mahasiswa yang namanya
tersebut di bawah ini:

Nama : Namirah Salsabila
NIM : 218530023
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Penelitian : GAYA KOMUNIKASI YOUTUBER WINDIA NATA DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH PENONTON

Menyatakan bahwa mahasiswa bimbingan saya tersebut benar telah mengambil data dari Media Online
Discord Melalui internet mulai dari tanggal 3 Februari 2025 s/d 16 Juni 2025 untuk data dalam menyusun
Skripsinya.

Demikian surat pernyataan ini dipertuh untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 4 Juli 2025

Dinyatakan oleh
Dosen Pembimbing Skripsi,

Diketahui
Wakil Dekan Penjaminan Mutu Akademik


Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP


Dr. Samsul Khadi, SE, M.I.Kom

