

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi dan hiburan, dengan YouTube menjadi salah satu platform paling populer untuk berbagi konten visual. Salah satu pendekatan yang efektif dalam menarik perhatian audiens adalah teknik *Storytelling*, yaitu penyampaian pesan melalui alur cerita yang terstruktur, emosional, dan naratif. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi audiens terhadap gaya *Storytelling* yang digunakan oleh kreator konten Nadia Omara di kanal YouTube @NadiaOmaraa, serta mengidentifikasi elemen-elemen naratif yang paling efektif dalam membangun keterlibatan (*engagement*) penonton.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data primer diperoleh melalui wawancara terbuka kepada tiga informan yang merupakan penonton aktif kanal tersebut, serta observasi non-partisipatif terhadap sepuluh video terpilih dan komentar-komentar audiens di kolom komentar. Data sekunder diperoleh dari literatur, jurnal ilmiah, dan penelitian terdahulu yang relevan. Analisis data dilakukan menggunakan teknik *content analysis* kualitatif melalui proses reduksi data, kategorisasi tema, interpretasi, dan penyajian hasil. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber, *member check*, dan diskusi dengan pembimbing.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya *Storytelling* Nadia Omara dipersepsikan audiens sebagai khas, menarik, dan personal, dengan ciri sapaan pembuka yang unik, penggunaan bahasa sederhana, logat lokal yang melayu, serta ekspresi mimik yang ekspresif. Elemen naratif yang paling memengaruhi keterlibatan audiens adalah keaslian cerita pribadi, kesesuaian topik dengan pengalaman penonton (*narrative fidelity*), alur yang runtut (*narrative coherence*), serta kekuatan ekspresi dan intonasi. Faktor emosional menjadi aspek dominan yang mendorong keterlibatan aktif seperti komentar panjang, likes, *share*, dan durasi tonton tinggi (*completion rate*). *Storytelling* dinilai efektif tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan emosional dan kedekatan sosial antara kreator dan penontonnya.

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis pada kajian komunikasi digital, khususnya dalam memahami peran *Storytelling* sebagai strategi komunikasi naratif di media sosial berbasis video. Secara praktis, temuan ini dapat menjadi acuan bagi kreator konten dalam mengembangkan gaya penceritaan yang autentik, relevan, dan berorientasi pada keterlibatan audiens.

Kata kunci: Persepsi audiens, *Storytelling*, YouTube, keterlibatan (*engagement*), komunikasi digital.

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has transformed the way people access information and entertainment, with YouTube emerging as one of the most popular platforms for sharing visual content. One effective approach to capturing audience attention is Storytelling a method of conveying messages through structured, emotional, and narrative-driven plots. This study aims to describe the audience's perception of the Storytelling style used by content creator Nadia Omara on her YouTube channel @NadiaOmaraa and to identify the narrative elements most effective in building audience engagement.

This research adopts a qualitative approach with a case study method. Primary data were obtained through open-ended interviews with three active viewers of the channel and non-participant observation of ten selected videos and their comment sections. Secondary data were collected from literature, academic journals, and relevant previous studies. Data analysis employed qualitative content analysis through the processes of data reduction, thematic categorization, interpretation, and presentation of findings. Data validity was ensured through source triangulation, member checks, and discussions with the academic supervisor.

The findings reveal that Nadia Omara's Storytelling style is perceived by audiences as distinctive, engaging, and personal, characterized by unique opening greetings, the use of simple language, a soft local dialect, and expressive facial gestures. The narrative elements that most influence audience engagement include the authenticity of personal stories, the relevance of topics to viewers' experiences (narrative fidelity), coherent plot structures (narrative coherence), and the strength of expression and intonation. Emotional factors emerged as the dominant aspect driving active participation such as long comments, likes, shares, and high completion rates. Storytelling was found to be effective not only as a form of entertainment but also as a medium for fostering emotional bonds and social closeness between creator and audience.

This study contributes theoretically to the field of digital communication, particularly in understanding the role of Storytelling as a narrative communication strategy in video-based social media. Practically, the findings can serve as a reference for content creators in developing authentic, relevant, and audience-oriented Storytelling styles that enhance engagement.

Keywords: Audience perception, Storytelling, YouTube, engagement, digital communication.