

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat mengakses informasi dan hiburan. Salah satu platform yang mengalami pertumbuhan pesat adalah YouTube. Platform ini memungkinkan siapa pun untuk menjadi kreator konten, menyampaikan pesan, serta membangun komunitas secara global. Dalam era ini, bentuk komunikasi tidak lagi bersifat satu arah, melainkan interaktif dan visual. Salah satu pendekatan yang digunakan kreator dalam menarik perhatian penonton adalah dengan teknik **Storytelling**, yaitu menyampaikan pesan melalui alur cerita yang emosional dan naratif. Namun, permasalahannya adalah tidak semua gaya Storytelling mampu diterima dengan baik oleh audiens, sehingga penting untuk mengetahui faktor apa yang membuat audiens merasa terhubung dengan sebuah cerita.

Komunikasi yang efektif sangatlah penting dalam menyampaikan pesan. Keberhasilan komunikasi sangat dipengaruhi oleh bagaimana strategi penyampaian pesan dilakukan, baik secara verbal maupun non-verbal. Gaya penyampaian inilah yang kemudian membentuk persepsi dan keterlibatan audiens. Seperti yang dijelaskan oleh Rismi Somad dan Donni Junni Priansa (2014, hlm. 131), komunikasi yang mendalam dan tepat memungkinkan makna tersampaikan secara efektif. Maka dari itu, memahami cara audiens menangkap dan merespons gaya komunikasi sangat relevan dalam konteks digital masa kini. Masalah muncul ketika gaya penyampaian yang digunakan kreator tidak sesuai dengan ekspektasi audiens, sehingga pesan yang disampaikan berpotensi tidak sampai secara maksimal.

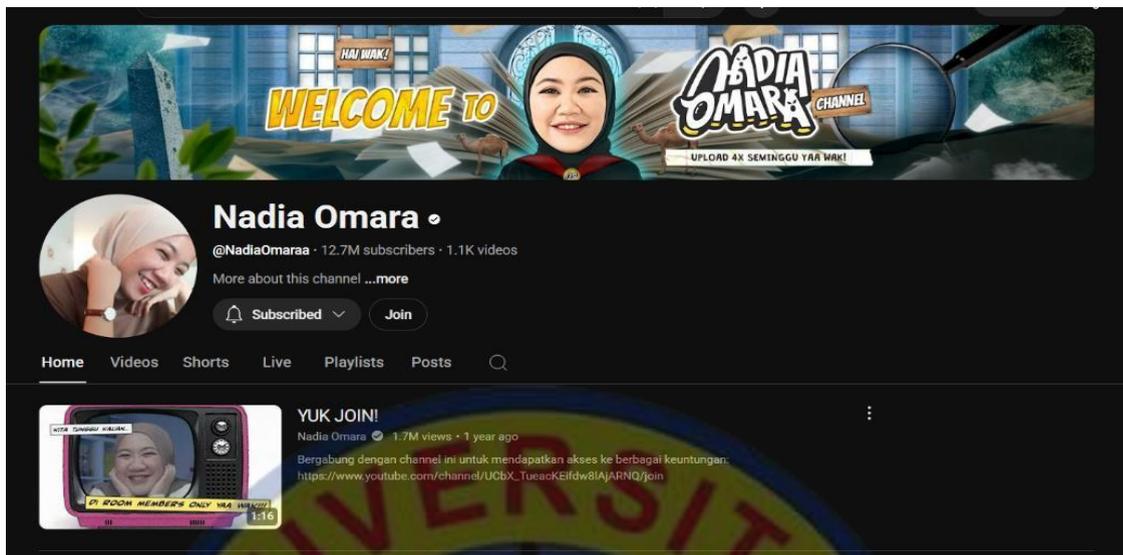
Gaya komunikasi sendiri merupakan proses kognitif yang membentuk makna dari serangkaian perilaku mikro yang disampaikan dalam konten. Rio A. Kansil (2021) mengemukakan bahwa gaya komunikasi mencerminkan bagaimana seseorang memandang dirinya dan bagaimana ia berinteraksi dengan orang lain. Dalam dunia digital, gaya komunikasi bukan hanya soal apa yang disampaikan, tetapi bagaimana penyampaian tersebut dipersepsi oleh audiens sebagai penikmat konten. Permasalahan

yang muncul adalah adanya gap antara gaya komunikasi kreator dengan pemahaman audiens, yang dapat menimbulkan interpretasi berbeda-beda.

Lebih lanjut, Alo Liliweri (2011) menyatakan bahwa gaya komunikasi merupakan kombinasi unsur verbal dan ilustratif yang menyampaikan makna secara khas. Dalam konteks YouTube, gaya komunikasi kreator dapat ditangkap dari nada bicara, intonasi, pilihan kata, ekspresi wajah, hingga nuansa visual yang ditampilkan. Semua unsur ini menciptakan pengalaman menonton yang dapat membentuk persepsi audiens secara emosional dan kognitif terhadap isi konten yang ditonton. Di sini timbul permasalahan: apakah semua elemen komunikasi tersebut sudah efektif menciptakan pengalaman yang bermakna bagi audiens, atau justru ada elemen tertentu yang lebih dominan membentuk persepsi mereka.

Menurut Green dan Brock (2000), Storytelling memungkinkan penonton untuk larut dalam cerita yang disampaikan, menciptakan kedekatan emosional yang memengaruhi pemahaman serta respons mereka. Di YouTube, Storytelling menjadi alat penting untuk menciptakan engagement—baik dalam bentuk like, komentar, berbagi (share), atau durasi tonton. Engagement ini sering kali lahir dari persepsi audiens terhadap kualitas narasi, bukan hanya dari visual yang ditampilkan. Permasalahannya adalah belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji elemen apa dari Storytelling yang benar-benar memicu keterlibatan emosional audiens.

Storytelling di platform digital bukan sekadar hiburan, tetapi juga sarana edukasi dan refleksi nilai-nilai sosial. Appel, Melanie C. Green & Markus (2024) menyatakan bahwa narasi yang kuat dapat mempengaruhi sikap dan perilaku audiens. Kreator konten yang mampu menyusun alur cerita dengan baik, lengkap dengan karakter, konflik, dan resolusi, akan lebih mudah menyentuh sisi emosional penontonnya. Di era ketika perhatian audiens sangat terbatas, kekuatan Storytelling menjadi pembeda yang nyata di antara banyaknya konten yang beredar. Namun, masalah yang muncul adalah belum jelas sejauh mana gaya naratif yang digunakan kreator lokal, seperti Nadia Omara, benar-benar relevan dengan kebutuhan dan minat audiens.



Gambar 1.1 Tampilan profil kanal YouTube @NadiaOmaraa

Namun, dalam proses penyusunan penelitian ini, peneliti menghadapi tantangan karena tidak memperoleh respons atau akses langsung untuk melakukan wawancara dengan Nadia Omara atau timnya. Kondisi ini dialami pula oleh beberapa mahasiswa dari universitas lain yang memiliki topik serupa. Oleh karena itu, pendekatan penelitian mengalami penyesuaian. Fokus penelitian ini diarahkan bukan pada strategi kreator secara internal, tetapi pada tanggapan, persepsi, dan interpretasi audiens terhadap gaya *Storytelling* Nadia Omara melalui analisis komentar YouTube serta wawancara dengan pengikut yang aktif.

Dengan mengubah fokus kepada audiens, penelitian ini justru dapat membuka ruang baru dalam studi komunikasi digital, khususnya pada kajian resepsi audiens terhadap narasi visual. Ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi lebih dalam bagaimana gaya *Storytelling* ditangkap, dimaknai, dan direspons oleh penonton sebagai individu yang aktif dan reflektif dalam konsumsi media.

Persepsi audiens terhadap konten digital tidak hanya dipengaruhi oleh isi pesan, tetapi juga oleh keaslian (*authenticity*) yang ditampilkan kreator. Menurut Gilmore dan Pine (2007), keaslian dalam komunikasi dapat memperkuat kepercayaan dan loyalitas audiens. Dalam konteks kanal YouTube, keaslian ini tercermin dari gaya penyampaian yang konsisten, pemilihan kata yang natural, dan interaksi yang terasa personal. Nadia Omara, dengan gaya bercerita yang menggabungkan logat daerah, mimik ekspresif, dan cerita berbasis pengalaman, mampu menciptakan kesan autentik yang memikat penonton.

Keaslian inilah yang kemudian menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk persepsi positif audiens terhadap dirinya.

Selain keaslian, keterhubungan emosional (*emotional connection*) juga menjadi penentu engagement audiens. Menurut Huang (2023), keterhubungan emosional terjadi ketika penonton merasa cerita yang disampaikan selaras dengan nilai, pengalaman, atau aspirasi mereka. Gaya *Storytelling* Nadia Omara sering kali mengangkat tema-tema yang dekat dengan kehidupan sehari-hari atau budaya lokal, sehingga memudahkan penonton untuk merasakan kedekatan tersebut. Hal ini memperkuat konsep *narrative fidelity* dalam Teori *Narrative Paradigm* Fisher, di mana audiens akan lebih mudah menerima cerita yang selaras dengan pengalaman hidup mereka.

Penggunaan bahasa daerah dalam *Storytelling* tidak hanya memberikan nuansa kultural, tetapi juga berfungsi sebagai strategi komunikasi yang meningkatkan relevansi pesan. Penelitian Kusuma (2024) menunjukkan bahwa bahasa lokal dalam konten digital dapat meningkatkan rasa memiliki (*sense of belonging*) pada audiens yang memiliki latar budaya sama, sekaligus memberikan pengalaman baru bagi audiens dari latar berbeda. Dalam konteks Nadia Omara, penggunaan bahasa daerah seperti Bahasa Jawa turut memperkaya nuansa narasi dan memperkuat identitas kultural yang ia bawa dalam setiap ceritanya.

Selain unsur bahasa, tempo narasi juga menjadi aspek penting dalam *Storytelling*. Menurut Miller (2014), pengaturan tempo yang tepat dapat mempertahankan perhatian audiens dan meningkatkan pemahaman mereka terhadap alur cerita. Nadia Omara kerap memanfaatkan jeda (*pause*) pada bagian tertentu untuk membangun ketegangan atau memberi ruang refleksi bagi penonton. Teknik ini membuat cerita terasa hidup, memancing rasa penasaran, dan mendorong penonton untuk menyimak hingga akhir video.

Perkembangan algoritma YouTube juga memberikan pengaruh signifikan terhadap keterpaparan konten *Storytelling*. Violot et al. (2024) menjelaskan bahwa sistem rekomendasi berbasis *machine learning* akan lebih memprioritaskan video dengan tingkat retensi penonton yang tinggi. Dengan gaya narasi yang mampu membuat penonton bertahan hingga akhir, konten Nadia Omara memiliki peluang lebih besar untuk direkomendasikan ke audiens baru. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan *Storytelling* di platform digital tidak hanya ditentukan oleh kualitas narasi, tetapi juga oleh kesesuaiannya dengan mekanisme distribusi konten di media sosial.

Keterlibatan audiens (audience engagement) yang tinggi pada konten *Storytelling* juga sejalan dengan Teori *Uses and Gratifications*. Muntinga et al. (2011) menyebutkan bahwa penonton media digital aktif memilih dan berinteraksi dengan konten untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seperti hiburan, informasi, atau ekspresi diri. Komentar panjang, berbagi pengalaman pribadi, dan diskusi di kolom komentar video Nadia Omara menjadi bukti bahwa penonton tidak hanya mengonsumsi konten secara pasif, tetapi juga berpartisipasi aktif dalam membentuk makna bersama.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk memahami bagaimana elemen-elemen dalam gaya *Storytelling* Nadia Omara mempengaruhi persepsi audiens. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan strategi komunikasi naratif di media digital, sekaligus menjadi rujukan praktis bagi kreator konten lain dalam membangun hubungan yang kuat dengan audiens. Selain itu, kajian ini juga berpotensi memperkaya literatur tentang hubungan antara narasi, budaya lokal, dan interaksi digital dalam konteks komunikasi massa modern.

Perkembangan komunikasi di era digital telah menggeser cara pesan disampaikan dan diterima oleh masyarakat. Media sosial, khususnya YouTube, telah menjadi salah satu platform utama yang menggabungkan komunikasi massa dengan komunikasi visual. Seperti dijelaskan oleh Burgess dan Green (2018), YouTube tidak hanya sekadar wadah distribusi video, tetapi juga ruang interaksi sosial yang menghubungkan kreator dan audiens dalam konteks global. Perubahan ini memberikan peluang baru bagi kreator untuk membangun koneksi emosional yang kuat, sebagaimana akan dibahas pada Bab 2 mengenai konsep komunikasi massa visual.

Komunikasi massa digital juga menghadirkan karakteristik interaktif yang tidak dimiliki media tradisional. Jenkins (2006) mengungkapkan bahwa audiens kini tidak lagi bersifat pasif, melainkan berperan aktif dalam membentuk makna pesan. Fenomena ini dapat diamati pada kolom komentar video YouTube, di mana penonton tidak hanya memberi respons, tetapi juga berbagi pengalaman pribadi yang relevan dengan cerita yang disampaikan. Pada Bab 2 nanti, pembahasan akan memperdalam bagaimana partisipasi audiens ini mempengaruhi persepsi mereka terhadap konten.

Elemen visual dalam komunikasi digital menjadi semakin penting dalam memperkuat pesan. Kress dan van Leeuwen (2006) menyebutkan bahwa visual memiliki peran setara dengan bahasa dalam membangun makna. Gaya *Storytelling* yang

menggunakan ekspresi wajah, intonasi suara, dan pencahayaan tertentu dapat menciptakan atmosfer yang mendukung narasi. Aspek ini relevan untuk dibahas lebih dalam pada subbab Bab 2 mengenai YouTube sebagai media komunikasi visual.

YouTube juga berperan sebagai arsip digital bagi budaya dan narasi lokal. Penelitian Ginting (2022) menunjukkan bahwa cerita berbasis budaya yang diunggah ke platform digital dapat membantu pelestarian nilai-nilai tradisi. Nadia Omara, misalnya, sering memanfaatkan kisah rakyat dan mitos daerah sebagai bahan cerita, sehingga channel-nya tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga sarana edukasi budaya. Hal ini akan menjadi fokus pembahasan pada subbab Bab 2 tentang peran YouTube dalam pelestarian narasi kultural.

Selain itu, kredibilitas kreator menjadi salah satu faktor utama dalam membentuk persepsi audiens. Metzger et al. (2003) menegaskan bahwa konsistensi, keaslian, dan transparansi dalam penyampaian pesan dapat meningkatkan kepercayaan audiens. Dalam kasus Nadia Omara, konsistensi unggahan dan keterlibatan aktif dengan penonton membuat channel-nya memiliki basis penonton yang loyal. Bab 2 nanti akan mengulas bagaimana kredibilitas ini berkontribusi pada efektivitas komunikasi massa visual.

Kedekatan emosional yang tercipta antara kreator dan audiens menjadi faktor pembeda di tengah banyaknya kanal YouTube yang bergerak di genre serupa. Green dan Brock (2000) menyebut fenomena ini sebagai *narrative transportation*, di mana penonton larut dalam cerita sehingga merasa terhubung secara personal. Pada Bab 2, pembahasan akan menguraikan mekanisme kedekatan emosional ini dalam konteks komunikasi massa digital.

Partisipasi audiens dalam bentuk komentar, berbagi ulang, atau membuat konten reaksi terhadap video kreator menunjukkan adanya *convergence culture* (Jenkins, 2006). Fenomena ini menciptakan ruang kolaborasi tidak langsung antara kreator dan audiens, yang memperluas jangkauan dan dampak pesan. Aspek ini akan dikaji secara lebih rinci di Bab 2 pada pembahasan tentang interaktivitas komunikasi massa di YouTube.

Akhirnya, studi ini memandang bahwa konten *Storytelling* di YouTube, khususnya channel Nadia Omara, menjadi representasi menarik dari integrasi antara komunikasi massa, komunikasi visual, dan partisipasi audiens. Latar belakang ini menyiapkan landasan konseptual yang akan dijabarkan lebih detail di Bab 2, mencakup teori komunikasi, peran media visual, dan bagaimana persepsi audiens terbentuk melalui interaksi di platform digital.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam kajian komunikasi digital serta manfaat praktis bagi kreator konten maupun pelaku industri media. Fokus terhadap persepsi audiens diharapkan menjadi pendekatan yang tetap relevan dan kontekstual, terutama dalam situasi ketika akses langsung ke subjek kreator tidak memungkinkan. Penelitian ini juga menjadi refleksi bahwa komunikasi tidak hanya terletak pada pengirim pesan, tetapi juga bagaimana pesan tersebut dipahami dan diterima oleh audiens dalam ruang digital

1.2 Fokus Penelitian

Fokus dalam penelitian ini adalah pada persepsi audiens terhadap gaya *Storytelling* yang digunakan oleh Nadia Omara dalam kontennya di YouTube. Penelitian ini tidak membahas strategi dari sisi kreator secara langsung, melainkan menganalisis bagaimana gaya penyampaian cerita tersebut diterima dan dimaknai oleh audiens melalui komentar, likes, dan bentuk interaksi digital lainnya.

1.3 Rumusan Masalah

Setiap penelitian memerlukan rumusan masalah yang jelas agar arah dan fokus penelitian dapat terjaga. Dalam konteks penelitian ini, rumusan masalah disusun untuk memahami bagaimana gaya *Storytelling* yang digunakan oleh Nadia Omara dalam konten YouTube-nya dapat memengaruhi audiens. Rumusan masalah ini penting untuk menggali persepsi, daya tarik, serta elemen-elemen komunikasi yang berkontribusi terhadap keterlibatan audiens. Oleh karena itu, penelitian ini merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi audiens terhadap gaya *Storytelling* yang digunakan oleh Nadia Omara dalam kontennya di YouTube?
2. Mengapa gaya penyampaian cerita Nadia Omara dianggap menarik atau relevan bagi audiens?
3. Elemen-elemen apa saja dalam *Storytelling* Nadia Omara yang paling sering memicu keterlibatan emosional atau respon aktif dari audiens (seperti komentar, likes, dan berbagi)?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang didapat pada penelitian ini yaitu:

1. Menggambarkan persepsi audiens terhadap gaya *Storytelling* Nadia Omara di YouTube.

2. Mengidentifikasi elemen-elemen *Storytelling* yang paling efektif dalam meningkatkan interaksi penonton seperti komentar, likes, dan berbagi.
3. Memberikan wawasan kepada kreator konten *YouTube* mengenai pentingnya teknik *Storytelling* untuk meningkatkan loyalitas dan keterlibatan audiens.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian akademik dalam bidang komunikasi digital, khususnya pada aspek *Storytelling* dan interaksi penonton di platform video daring seperti *YouTube*. Dalam ilmu komunikasi, teknik *Storytelling* telah lama diakui sebagai elemen penting dalam menyampaikan pesan yang efektif, namun penerapannya di ranah digital, terutama oleh konten kreator seperti Nadia Omara, masih relatif jarang diteliti secara akademik. Oleh karena itu, studi ini berpotensi memperkaya literatur mengenai pengaruh gaya penyampaian cerita terhadap respons audiens digital, dengan fokus pada indikator *engagement* seperti jumlah tanda suka (*likes*), komentar, dan berbagi (*share*). Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi kreator konten, pemasar digital, maupun pihak yang bergerak di bidang komunikasi untuk mengembangkan strategi penyampaian cerita yang lebih efektif, kreatif, dan relevan dengan karakteristik audiens. Temuan penelitian ini juga dapat menjadi dasar bagi studi lanjutan yang mengeksplorasi gaya komunikasi naratif dalam konteks lokal, khususnya yang memanfaatkan unsur budaya dan bahasa daerah sebagai bagian dari daya tarik konten.

1.5.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian akademik dalam bidang komunikasi digital, khususnya pada aspek *Storytelling* dan interaksi penonton di platform video daring seperti *YouTube*. Dalam ilmu komunikasi, teknik *Storytelling* telah lama diakui sebagai elemen penting dalam menyampaikan pesan yang efektif, namun pengaplikasiannya di ranah digital, terutama oleh konten kreator seperti Nadia Omara, masih relatif kurang diteliti secara akademik. Oleh karena itu, studi ini berpotensi memperkaya literatur tentang pengaruh gaya penyampaian cerita terhadap respons audiens digital, dengan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada indikator *Engagement* seperti *likes*, komentar, dan jumlah berbagi (*share*). Penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi dasar bagi studi lanjutan yang mengeksplorasi gaya komunikasi naratif dalam konteks lokal yang menggunakan unsur budaya dan bahasa daerah.

1.5.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini dapat menjadi acuan bagi para kreator konten digital, khususnya *YouTuber*, dalam menyusun strategi pembuatan konten yang lebih menarik dan mampu membangun keterlibatan (*Engagement*) penonton secara efektif. Dengan mengetahui elemen-elemen *Storytelling* apa saja yang memberikan pengaruh signifikan terhadap respons dan gaya naratif mereka. Dalam konteks Nadia Omara, temuan dari penelitian ini bisa digunakan sebagai studi kasus atau contoh praktik terbaik dalam menggunakan *Storytelling* sebagai alat komunikasi yang mampu menyentuh emosi penonton dan menciptakan kedekatan emosional. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi oleh agensi digital atau konsultan konten dalam merancang kampanye digital yang lebih manusiawi, komunikatif, dan berdampak

1.5.3. Manfaat Sosial

Manfaat sosial dari penelitian ini terletak pada kontribusinya terhadap peningkatan kualitas komunikasi dalam ruang digital. Di tengah derasnya arus informasi dan konten hiburan yang bersifat instan, *Storytelling* hadir sebagai pendekatan yang lebih bermakna dan mendalam dalam menyampaikan pesan. Dengan memanfaatkan gaya *Storytelling* yang efektif, kreator konten seperti Nadia Omara tidak hanya menyajikan hiburan, tetapi juga membangun koneksi sosial, mengangkat nilai-nilai budaya, dan menciptakan ruang empati antara kreator dan penontonnya. Penelitian ini dapat mendorong pemahaman yang lebih luas tentang bagaimana konten digital dapat digunakan sebagai sarana memperkuat interaksi sosial yang positif, mempererat kohesi komunitas daring, serta mengangkat kearifan lokal melalui cerita-cerita yang disampaikan secara autentik dan relevan bagi masyarakat.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan pada penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Akan menyajikan latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II STUDI PUSTAKA

Akan menyajikan teori-teori yang berhubungan dengan penelitian dan membantu dalam