

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Allah menciptakan manusia dengan begitu sempurna, karena manusia memiliki kelebihan dapat berkomunikasi. di dalam Al-Qur'an Allah telah menggambarkan "*khalaqal insaan 'Allamahul bayan*" artinya: Dia Allah yang menciptakan manusia, mengajarkannya pandai berbicara. QS Ar-Rahman ayat 3. Didalam tafsir Al-Misbah Quraish Shihab menjelaskan bahwa, Al-Bayan memiliki makna yang jelas. Namun, tidak hanya tertuju kepada perkataan saja Al-Bayan juga meliputi segala bentuk ekspresi, termasuk seni dan raut muka. Ayat setiap manusia memiliki potensi berkomunikasi, entah itu komunikasi secara verbal maupun nonverbal, inilah yang membuat manusia sebagai makhluk sosial karena saling membutuhkan satu sama lain.¹ Manusia selalu berinteraksi kapanpun dan dimanapun ketika bertemu dengan manusia lainnya. Semakin berkembangnya zaman, komunikasi saat ini menjadi lebih mudah dikarenakan hadirnya oleh media sosial sebagai alat untuk mempermudah berkomunikasi dimanapun dan kapanpun.

Komunikasi adalah proses penyampaian makna kepada orang lain, memiliki tujuan tertentu dan fungsinya masing masing. Dari penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa pengertian komunikasi adalah salah satu aktivitas penyampaian informasi, baik itu pesan, ide, dan gagasan, dari suatu pihak lainnya yang dilakukan

¹ Muhammad Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah; pesan, kesan dankeserasian Al-Qur'an, volume 13* (Jakarta: Lentera Hati, 2002).

secara langsung maupun tidak langsung.

Media sosial adalah salah satu kebutuhan masyarakat yang sangat sulit dipisahkan oleh kehidupan. Sehingga hal ini sudah menjadi sebuah trend dalam berkomunikasi. Tak ketinggalan banyak para tokoh yang ada pada media sosial untuk menyampaikan pesan, informasi, perasaan, isi pikiran, dan lain-lain melewati media sosial. Kesempatan ini juga tidak mau dilewatkan para tokoh atau orang-orang berpengaruh untuk menyampaikan pesan dan idenya, dengan tujuan tertentu melalui media sosial.² Setiap tokoh yang membawakan acara atau menyampaikan pesan, informasi, dan lain-lain, dengan ciri khas milik mereka masing-masing, seperti halnya Najwa Shihab dalam acara Mata Najwa di Media Sosial pada akun youtubenya saluran Narasi. Beliau memiliki gaya komunikasi (Retorika) tersendiri dalam setiap acara yang beliau sampaikan, Najwa Shihab menjadi banyak panutan para jurnalis karena gaya komunikasi beliau yang sangat baik dan menarik. Gaya komunikasi Menurut Sendjaja, gaya komunikasi adalah perilaku komunikasi yang dilakukan seseorang dalam suatu organisasi yang bertujuan untuk mendapatkan feedback dari orang lain terhadap pesan organisasional yang disampaikan.³

Narasi.tv merupakan salah satu bentuk startup television yang ada di Indonesia. Startup televisi ini berdiri pada tahun 2018 yang didirikan oleh seorang jurnalis terkenal yaitu Najwa Shihab.⁴ Narasi.tv memiliki 7,08 jt subscribe, dan

² R. Haris, dan F. Kurniawan, *Pengantar Media Sosial* (Jakarta: Kompas, 2021).

³ Manap Solihat, "Kepemimpinan dan gaya komunikasi," *JIPi-Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi UNIKOM* 1, no. 2 (2015): 22.

⁴ Najwa Shihab, "Catatan Najwa," *Lentera Hati Group* 1, no. 2 (2016): 15.

Narasi.tv memberikan tayangan berupa hal-hal informatif, serta inspiratif. Narasi.tv tidak hanya menampilkan Najwa Shihab sebagai narasumber melainkan sebagai pemantik atau pewawancara, di tayangan video tersebut tidak hanya Najwa Shihab sebagai narasumbernya, melainkan ada juga bintang tamu dari luar yang diundang dalam acara tersebut. Hal ini dibuktikan adanya beberapa video yang mengundang beberapa tokoh seperti Bapak Wakil Presiden Jusuf Kalla, Menteri Pendidikan Bapak Nadiem Makarim, dan banyak lagi.

Najwa Shihab atau yang biasa disapa Mba Nana adalah seorang Jurnalis yang begitu menginspirasi banyak orang, sehingga tidak heran jika beliau menggunakan media sosial untuk menyampaikan ide-ide cemerlang beliau, seperti yang beliau geluti sekarang adalah membuat konten-konten yang sangat bermanfaat tentang politik, kisah inspiratif, dan lain-lainnya melalui akun youtubenya yang bernama Narasi.tv.

Gaya komunikasi yang beliau sampaikan sering kali menjadi contoh oleh para jurnalis atau wartawan. Sebab, gaya komunikasi yang beliau bawaan sangat menarik dan unik. Beliau mampu membuat pendengarnya mencerna dengan baik perkataannya, beliau sangat berhati hati dalam memakai kata, namun tidak juga baku sehingga tidak membosankan untuk didengarkan. Sosok yang begitu energik ini banyak membuat orang mengikuti cara komunikasi beliau yang begitu memukau. Penggemar beliau bukan hanya dari kalangan usia dewasa namun kaum muda belia pun menjadi penggemar beliau ini dengan gaya komunikasi yang khas seolah menarik minat siapa pun yang mendengarkan suara beliau saja sudah merasa

tertarik menanggapi hal ini peneliti ingin meneliti gaya komunikasi yang digunakan oleh Najwa Shihab.

Maka dari itu peneliti ingin menganalisis atau meneliti Gaya Komunikasi oleh Najwa Shihab yang diberi judul: *“Gaya Komunikasi Najwa Shihab Dalam Konten Gelap Terang 2020: Suka Duka Berdakwah Di Masa Pandemi Berbasis Media Sosial Youtube Di Saluran Narasi.tv”*.

B. Fokus masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti mengklasifikasikan fokus penelitian yang diangkat dalam penelitian ini, sehingga pembahasan yang dibahas lebih sistematis dan tidak meluas, fokus masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Gaya Komunikasi Najwa Shihab Dalam Konten Gelap Terang 2020: Suka Duka Berdakwah Berbasis Media Sosial Youtube Di Saluran Narasi.Tv? serta berfokus kepada ciri khas komunikasi yang digunakan oleh Najwa Shihab, sehingga membuat banyak orang terpengaruh dan senang ketika mendengarkannya.

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan dengan fokus masalah yang diuraikan maka penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui gaya komunikasi najwa shihab dalam konten gelap terang 2020: suka duka berdakwah berbasis media sosial youtube di saluran Narasi.tv dan apa saja yang membuat orang lain senang dengan gaya bahasa yang Najwa Shihab gunakan.

D. Signifikansi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat sebagai:

1. Untuk informasi ilmiah guna menambah wawasan pengetahuan, terkhusus peneliti, dan para pembaca pada umumnya yang ingin mengetahui lebih jauh gaya komunikasi Najwa Shihab dalam acara Mata Najwa di Metro TV, untuk dipakai dan diaplikasikan dalam berdakwah, menyampaikan berita, menambah skill berkomunikasi dan lain-lain.
2. Sebagai bahan bacaan bagi para mahasiswa dan mahasiswi atau peneliti berikutnya untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang berhubungan dengan hasil penelitian yang peneliti teliti.
3. Menambah khazanah keilmuan untuk perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin, terkhusus perpustakaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan dan penelitian khususnya bidang Ilmu Komunikasi dan Ilmu dakwah.

E. Definisi Operasional

Definisi Operasional gunanya untuk menentukan hal apa saja yang menjadi fokus penelitian untuk memudahkan dalam pengumpulan data. Oleh karena itu, berikut peneliti menjelaskan beberapa pengertian istilah istilah yang ada pada judul diatas:

1. Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi adalah cara seseorang berinteraksi dengan cara verbal dan para verbali, untuk memberi tanda bagaimana arti yang sebenarnya harus dipahami

atau dimengerti untuk mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula.⁵ Gaya komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah ciri khas dalam berkomunikasi yang dipakai oleh Najwa Shihab dalam acara Mata najwa di Saluran Narasi.tv pada akun youtubanya.

2. Najwa Shihab

Najwa Shihab, S.H. yang akrab dipanggil sebagai Mba Nana lahir di Makassar, Sulawesi Selatan. 16 September 1977, umur 43 tahun adalah mantan pembawa acara berita di stasiun televisi Metro TV. Beliau pernah menjadi *anchor* dalam berita program berita part time Metro Hari Ini, Suara Anda, dan program bincang-bincang Mata Najwa.

Najwa adalah putri kedua dari Quraish Shihab, menteri agama era kabinet pembangunan VII, penulis tafsir Al-Misbah. Najwa Shihab menikah dengan Ibrahim Assegaf, dan memiliki satu anak orang laki-laki yang akrab dipanggil Izzat (10 tahun). Najwa adalah alumni Fakultas Hukum UI angkatan 1996. Semasa SMA ia terpilih mengikuti program American Field Service (AFS), yang di Indonesia program ini dilaksanakan oleh yayasan Bina AntarBudaya, selama satu tahun di Amerika Serikat. Merintis karier di RCTI, tahun 2001 ia memilih bergabung dengan Metro TV karena stasiun TV itu dinilai lebih menjawab minat besarnya terhadap dunia jurnalistik.⁶

⁵ Mochammad Sinung Restendy, "Teknik Presenter Dalam Membaca Berita (Gaya Bahasa Program Mata Najwa)," *Jurnal khabar: Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1 (2021): 159–76.

⁶ Shihab, "Catatan Najwa."

3. Konten

Konten adalah segala bentuk informasi yang disajikan dalam suatu media, baik berupa teks, gambar, suara, ataupun video yang ditujukan untuk disampaikan kepada khalayak atau audiens tertentu. Konten dapat bersifat informatif, edukatif, hiburan, atau promosi, tergantung pada tujuan pembuatannya. Konten dapat dihasilkan oleh individu, perusahaan, atau institusi dengan menggunakan berbagai media seperti website, media sosial, televisi, radio, dan sebagainya. Konten yang dimaksud dalam penelitian ini adalah konten gelap terang 2020: suka duka berdakwah di masa pandemi part 3 bersama habib Ja'far, dengan durasi 07 menit 32 menit.⁷

4. Media Sosial

Media adalah alat bantu seseorang untuk berkomunikasi, atau untuk memperlancar komunikasinya. Media banyak macamnya, mulai dari media sosial, media lainnya.⁸ Dalam penelitian ini peneliti ingin mengangkat tentang gaya komunikasi Najwa Shihab melalui media sosialnya yaitu Youtube. Social network atau media sosial, merupakan kelompok aplikasi-aplikasi berbasis internet. media sosial yang dimaksud disini adalah melewati akun youtube yang beliau pakai sebagai media dalam berkomunikasi. Retorika gaya komunikasi yang dipakai oleh Najwa Shihab dalam video unggahannya di akun Youtube Saluran Narasi.tv.

⁷ Alyusi S. D., *Media Sosial: Interaksi, Identifikasi, dan Modal Sosial* (Jakarta: Kencana, 2016).

⁸ Astari Clara Sari, "Komunikasi dan media sosial," *Jurnal The Messenger*, 2018, 69.

F. Penelitian terdahulu

Setelah melihat dan mengadakan tinjauan pustaka maka penulis menemukan beberapa skripsi yang mirip dengan judul skripsi yang akan penulis teliti untuk menjadi bahan rujukan terkait kebaharuan penelitian dan pengembangan penelitian sebelumnya sebagai berikut:

TABEL 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Wina Putri Andini dengan skripsi yang berjudul <i>“Penggunaan Gaya Bahasa Sarkasme Pada Program Talk Show Di Televisi”</i> Universitas Muhammadiyah Malang tahun 2014.	Objek penelitian sama yaitu Najwa Shihab	Penelitian ini berfokus pada gaya bahasa pada catatan Najwa Shihab sedangkan penelitian yang di teliti berfokus pada gaya komunikasi Najwa Shihab disalah satu konten Gelap Terang 2020
2	Najwa Amaliah dengan skripsi yang berjudul <i>“Gaya Bahasa Dan Metode Dakwah Guru Ahmad Zuhdiannor Pada Youtube Majta Tv”</i>	Sama-sama meneliti dengan konten yang bermuat dakwah pada plafrom youtube, serta sama-sama meneliti dengan pendekatan kualitatif	Penelitian ini berfokus pada gaya bahasa pada objek Guru Ahmad sedangkan penelitian yang di teliti berfokus pada gaya komunikasi Najwa Shihab disalah satu konten Gelap Terang 2020
3	Pratama Dio Ananto Universitas Lampung. Dengan skripsi yang berjudul <i>“Peranan Komunikasi Antarpribadi Volunteer Rumah Baca Ama Nadia dalam Meningkatkan Minat Baca Anak Didik (Studi pada Rumah Baca</i>	Sama-sama peneliti terkait komunikasi dan pendekatan metode digunakan sama-sama deskriptif	Penelitian ini menggunakan studi kasus pada rumah baca sedangkan penelitian yang diteliti oleh peneliti terfokus pada konten video pada media social youtube.

	<i>Asma Nadia Lampung), tahun 2014”.</i>		
4	Jurnal penelitian oleh Widya P. Pontoh tahun 2013 yang berjudul “ <i>Peranan Komunikasi Interpersonal Guru dalam Meningkatkan Pengetahuan Anak Studi pada Guru-guru di TK Santa Lucia Tuminting</i> ”	Sama-sama peneliti terkait komunikasi dan pendekatan metode digunakan sama-sama deskriptif	Penelitian ini berfokus kepada komunikasi guru secara interpersonal dalam meningkatkan pengetahuan murid penelitian yang diteliti oleh peneliti terfokus pada gaya komunikasi Najwa Shibab konten video pada media social youtube.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui peneliti ingin meneliti dengan kebaruan penelitian yang berfokus pada gaya komunikasi Najwa Shibab pada video konten gelap terang 2020: suka duka berdakwah berbasis media sosial youtube di saluran Narasi.tv part 3.

G. Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian skripsi ini guna mempermudah pemahaman dari penelitian ini maka dibuatlah sistematika penelitian yang terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I : Pendahuluan, di bab ini yang terdiri dari Latar belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Definisi Operasional, Penelitian Terdahulu, Sistematika Penelitian.

BAB II : Kajian Teori dan Kerangka Berpikir, di bab ini yang terdiri dari pengertian problematika, pengertian manajemen, unsur-unsur manajemen, dasar-dasar manajemen, pengertian dakwah, Tujuan dan

unsur-unsur dakwah, Materi dakwah, Implementasi manajemen dakwah dalam masyarakat, kerangka berpikir.

BAB III : Metode Penelitian, di bab ini menguraikan terkait jenis dan pendekatan penelitian, Objek serta Subjek, Lokasi, Data dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, dan Analisis Data.

BAB IV: Hasil Penelitian, di bab ini terdapat penjelasan mengenai gambaran umum lokasi penelitian, pembahasan dan laporan dari hasil penelitian.

BAB V: Penutup, pada bab ini terdapat kesimpulan serta rekomendasi atau saran mengenai penelitian yang telah dilakukan.⁹

⁹ *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah Skripsi (Banjarmasin: UIN Antasari, 2021): 23-24. (UIN Antasari Banjarmasin, t.t.).*

