

Humanitaria: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

ISSN : 2962-2948

E-ISSN : 2962-293X

DOI : <https://doi.org/10.14421/hum.v3i2.3636>

Vol. 3 No. 02

<https://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/humanitaria>

## **Analisis Gaya Komunikasi untuk Menarik Penonton dalam Konten Youtube Alur Cerita Anime Isekai wa Smartphone to Tomoni**

**Muhammad Syahril Ramadhan**

*Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Sarana Informatika*

[msyahril456@gmail.com](mailto:msyahril456@gmail.com)

### **Abstrak**

Uzumaki Film adalah sebuah channel YouTube yang menarik perhatian sejak debut nya pada tanggal 2 November 2020. Channel ini berfokus pada konten alur cerita dengan gaya penyampaian yang santai dan mudah dipahami. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis gaya komunikasi yang digunakan channel YouTube Uzumaki Film untuk menarik penonton ke konten "Alur Cerita Anime Isekai wa Smartphone to Tomoni". Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi. Data dikumpulkan melalui dokumentasi video dan observasi non-partisipatif. Teori gaya komunikasi digunakan dari Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss. Hasil penelitian menunjukkan bahwa narator Uzumaki Film menggunakan berbagai gaya komunikasi dalam konten. Seperti Dynamic Style, Equalitarian Style, Structuring Style, Relinquishing Style. Gaya-gaya ini tercermin dalam penggunaan bahasa yang santai, humor, narasi sistematis, dan ilustrasi visual dan efek suara yang mendukung cerita. Gaya komunikasi ini meningkatkan keterlibatan audiens, mempertahankan perhatian, dan menciptakan kedekatan emosional dengan penonton.

Kata kunci : Gaya Komunikasi, YouTube, Uzumaki Film, Konten Alur Cerita

### **Abstract**

*Uzumaki Film is a YouTube channel that has been attracting attention since its debut on November 2, 2020. This channel focuses on storyline content with a relaxed and easy-to-understand delivery style. The purpose of this study is to analyze the communication style used by the Uzumaki Film YouTube channel to attract viewers to the "Isekai wa Smartphone to Tomoni Anime Storyline" content. The approach used is descriptive qualitative with content analysis method. Data were collected through video documentation and non-participatory observation. Communication style theory was used from Stewart L.*

*Tubbs and Sylvia Moss. The results showed that the narrator of Uzumaki Film used various communication styles in the content. Such as Dynamic Style, Equalitarian Style, Structuring Style, Relinquishing Style. These styles are reflected in the use of relaxed language, humor, systematic narration, and visual illustrations and sound effects that support the story. These communication styles increase audience engagement, maintain attention, and create emotional closeness with the audience.*

*Keywords: Communication Style, YouTube, Uzumaki Film, Storytelling*

## **PENDAHULUAN**

Pengembangan teknologi digital memiliki dampak besar pada cara orang mengonsumsi informasi dan hiburan. Salah satu platform dengan pertumbuhan tercepat adalah YouTube. YouTube adalah platform media sosial yang termasuk dalam video online, Ada berbagai jenis video yang disimpan dalam memori online dalam bentuk platform YouTube. Oleh karena itu, siapa pun bisa menonton video tersebut dari berbagai lokasi dan waktu, selama mereka terhubung ke internet (Ririn Puspita Tutiasri et al., 2020).

Ini bukan hanya forum untuk berbagi video sekarang, tetapi juga media strategis untuk membuat merek untuk memberikan pesan dan menjangkau audiens. Dalam jumlah saluran yang bersaing untuk mendapatkan perhatian, gaya komunikasi dan kreativitas kekuatan cerita konten adalah kunci untuk menarik dan mempertahankan penonton. diantara konten yang mengangkat tema seperti alur cerita, konten yang berjudul “Alur Cerita Anime Isekai wa Smartphone to Tomoni” Konten dari channel Youtube Uzumaki Film ini dapat dikategorikan sebagai salah satu konten yang menunjukkan keberhasilan dalam menarik perhatian audiens. Periode tahun 2021 hingga 2022 menjadi fase penting dalam perkembangan Konten ini, ditandai dengan peningkatan yang signifikan pada jumlah penonton dan tingkat keterlibatan (engagement) pengguna.

Sebagai platform untuk mengupload video, YouTube didirikan pada Februari 2005 sebagai situs hosting video. Didirikan oleh tiga orang yang sebelumnya bekerja di PayPal - Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, yang

memutuskan untuk memulai platform berbagi video mereka sendiri. Perusahaan ini secara resmi diperkenalkan pada desember 2005 setelah menerima modal risiko dari Sequoia Capital di Menlo Park, California (Suharsono & Nurahman, 2024).

YouTube di Indonesia tidak dapat dipisahkan dari pengembangan teknologi internet yang cepat dan perubahan dalam model konsumsi media masyarakat. Sejak diluncurkan pada tahun 2005, YouTube telah mulai dikenal di Indonesia sekitar 2007 hingga 2008, menurut peningkatan akses internet di antara komunitas perkotaan. Pada awalnya, YouTube dapat diakses terutama oleh lingkaran tertentu dengan akses internet dan perangkat komputer yang stabil, karena penggunaan internet masih terbatas dan biaya akses yang cukup tinggi. Namun perkembangan cepat terjadi setelah 2010, ketika penggunaan smartphone mulai berkembang dan harga paket data internet menjadi lebih terjangkau. Fenomena ini adalah titik awal untuk popularitas YouTube di Indonesia sebagai sarana hiburan baru yang dapat dengan mudah mengaksesnya kapan saja dan di mana saja.

Selain itu, YouTube menawarkan pengguna atau penonton kesempatan untuk menikmati berbagai video kreatif yang dibuat oleh orang-orang di seluruh dunia, yang mencakup konten dokumentatif, media pengembangan, tutorial, dan hiburan, semuanya secara gratis dan tanpa biaya langsung. Namun, untuk mengaksesnya, data internet harus dibeli. Penikmat atau pengguna dapat menikmati banyak dokumentasi tempat yang belum mereka ketahui sebelumnya. Mereka bahkan dapat belajar banyak tentang ketrampilan dan pengembangan diri. Yang pasti, ada tiga pihak yang terlibat dalam media ini: penyedia layanan, penyedia konten, dan penikmat atau pengguna layanan (Titin Sutarti, 2021).

Gaya komunikasi adalah cara seseorang berinteraksi dengan orang lain. Setiap orang memiliki cara dan gaya yang berbeda untuk menyampaikan informasinya ini disebut gaya komunikasi (communication style). Gaya

komunikasi adalah cara penyampaian dan bahasa yang baik. Gaya tersebut terbagi menjadi dua kategori verbal, yang mencakup kata-kata, dan nonverbal, yang mencakup bahasa badan, penyampaian, waktu, dan penggunaan jarak dan ruang (Sari & Hia, 2021).

Gaya komunikasi yang diterapkan oleh channel Uzumaki Film dalam menyampaikan pesan-pesannya merupakan aspek menarik yang layak untuk dianalisis secara mendalam. Konten channel ini menggabungkan pendekatan naratif yang bersifat personal, emosional, dan reflektif, sehingga mampu membangun keterhubungan emosional antara penonton dan cerita yang disajikan. Pemilihan topik yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, ditambah dengan penyampaian yang lugas, menyentuh, dan mudah dipahami, menjadi strategi komunikasi yang efektif dalam menarik perhatian audiens serta mempertahankan loyalitas mereka terhadap channel tersebut. Pendekatan ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang tepat tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian pesan, tetapi juga sebagai jembatan untuk membangun kedekatan antara kreator dan penonton loyalitas audiens terhadap channel yang bersangkutan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang di teliti yaitu: Bagaimana gaya komunikasi dari konten “Alur Cerita Anime Isekai wa Smartphone Tomoni” yang di gunakan oleh channel Uzumaki Film dalam menarik penonton teori Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss?

## **METODE**

Metode yang digunakan pada penelitian ini oleh penulis adalah kualitatif secara deskriptif, Monique Hennink menjelaskan bahwa penelitian kualitatif

sebagai suatu pendekatan yang memungkinkan analisis menyeluruh dari pengalaman seseorang melalui penggunaan berbagai teknik seperti observasi, wawancara, diskusi kelompok, analisis konten, teknik visual, dan penelusuran riwayat hidup atau biografi. Tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk mempelajari dan menafsirkan realitas sosial dari perspektif subjek penelitian. Ini memungkinkan temuan penelitian untuk menekankan pemahaman yang lebih mendalam daripada generalisasi (Wiraputra & Pristica, 2023).

Pendekatan kualitatif dianggap relevan karena memungkinkan peneliti untuk mempelajari makna, konteks, dan interpretasi subjektif tentang gaya bahasa, gaya bicara, dan gaya komunikasi yang digunakan dalam narasi video. Metode ini memungkinkan penulis untuk menyelidiki secara menyeluruh berbagai aspek komunikasi, seperti intonasi, pilihan kata, ekspresi verbal, dan teknik penyampaian cerita yang menciptakan hubungan emosional dengan penonton.

Penelitian dilakukan secara alami tanpa memanipulasi variabel, sehingga temuan analisis dapat menjelaskan bagaimana komunikator atau narator di channel YouTube Uzumaki Film menggunakan strategi komunikasi unik untuk meningkatkan daya tarik konten. Oleh karena itu paradigma ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana komunikasi verbal dan nonverbal disampaikan dalam narasi video dan bagaimana gaya komunikasi tertentu digunakan untuk menarik perhatian penonton. Dengan demikian, paradigma ini membantu penulis memahami bagaimana narator menyampaikan pesan melalui gaya komunikasi tertentu yang mencerminkan dinamika interaksi antara konten dan penonton.

## **KAJIAN TEORI**

Menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, jenis gaya komunikasi sebagai kumpulan perilaku antar pribadi yang terspesialisasi yang

digunakan dalam suatu situasi tertentu. Ada enam gaya komunikasi yang berbeda yang dapat digunakan dalam berbagai konteks komunikasi, seperti media digital seperti YouTube. Dalam konteks ini, gaya komunikasi dapat dilihat dari cara kreator menceritakan alur cerita kepada penonton. Diantaranya (Christiane et al., 2024):

1. *Controlling Style* (Gaya Mengontrol)

Gaya komunikasi ini memperlihatkan bagaimana komunikator memiliki kendali penuh terhadap jalannya percakapan atau penyampaian pesan. Ketika melihat konten cerita di platform YouTube, pendekatan tersebut terlihat jelas saat pembuat konten menyajikan ceritanya dengan cara yang tegas dan meyakinkan, seolah-olah sedang mengarahkan cara pandang audiens nya ke arah tertentu.

2. *Equalitarian Style* (Gaya Kesetaraan)

Gaya komunikasi ini menunjukkan adanya keterbukaan dan kesetaraan dalam hubungan antara pembuat konten dengan penontonnya. Kreator YouTube yang menerapkan gaya komunikasi seperti ini umumnya mengundang audiensnya untuk turut serta dalam diskusi atau menyampaikan pandangan mereka melalui fitur komentar.

3. *Structuring Style* (Gaya Terstruktur)

Gaya komunikasi ini mengutamakan penyajian informasi secara terstruktur dan berkesinambungan. Dalam konten alur cerita, pendekatan tersebut diterapkan saat narator memaparkan jalannya cerita mengikuti kronologi peristiwa atau logika yang berurutan.

4. *Dynamic Style* (Gaya Dinamis)

Gaya ini mengutamakan semangat dan dinamika dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Pada konten alur cerita YouTube, pendekatan tersebut dapat diamati melalui penggunaan intonasi yang bersemangat, penambahan efek audio yang dramatis, musik pengiring yang mampu membangkitkan emosi, serta tampilan visual yang memberikan kesan mendalam.

5. *Relinquishing Style* (Gaya Melepaskan)

Gaya ini muncul saat komunikator menyerahkan kendali kepada audiens nya. Hal tersebut dapat dilihat dalam konten YouTube dimana narator mengajak penonton untuk menentukan alur cerita berikutnya.

6. *Withdrawal Style* (Gaya Menarik Diri)

Gaya komunikasi ini mencerminkan sikap acuh tak acuh atau kurangnya keterlibatan emosional dari komunikator selama proses komunikasi berlangsung. Ketika diterapkan dalam platform YouTube, pendekatan ini umumnya tidak dipilih secara sengaja oleh para kreator konten, namun dapat teramati pada konten-konten yang menampilkan minimnya respons terhadap audiens, penyampaian narasi yang monoton, atau penjelasan yang minim nuansa emosional.

## **PEMBAHASAN**

Temuan gaya komunikasi yang digunakan pada konten Youtube Uzumaki Film yang berjudul "Alur Cerita Anime Isekai wa Smartphone to Tomoni" bahwa

terdapat beberapa gaya komunikasi menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss yang digunakan pada konten tersebut, sebagai berikut:

### 1. *Dynamic Style*

Dalam channel YouTube Uzumaki Film, untuk menarik penonton narator menunjukkan bagaimana Dynamic Style digunakan untuk menceritakan sebuah alur cerita. ini dicirikan oleh penyampaian yang dinamis, penuh semangat, dan ekspresif. Ini terlihat pada konten menit 00:00-00:27 scene 1 menggunakan kata-kata seperti "zomblo friendly banget" dengan nada yang santai dan lucu dalam menyambut penonton menunjukkan upaya untuk membangun hubungan emosional dan menarik sejak awal..

Penonton yang menyukai konten hiburan dan cerita yang hidup dapat menarik perhatian dengan sangat baik dengan gaya komunikasi ini. Dengan cara ini, narator dapat membuat ikatan emosional dengan penonton dan membuat mereka terlibat dalam cerita.

### 2. *Equalitarian Style*

Dalam membawakan konten alur cerita atau storytelling, narator dari channel YouTube Uzumaki Film dalam menarik penonton menggunakan gaya komunikasi Equalitarian Style, yaitu gaya komunikasi yang menekankan kesetaraan antara komunikator dan komunikan. Narator menggunakan gaya ini untuk mengajak penonton untuk terlibat dan merasakan cerita bersama-sama, tidak menempatkan dirinya sebagai sosok yang lebih tinggi atau lebih tahu. Hal ini terlihat pada konten menit 08:58–09:08 scene 6 dimana Kata-kata seperti "ehm", "nih", dan "bujuk buneng dah" menunjukkan nada yang informal dan akrab, dan kalimat tidak menunjukkan dominasi. Sebaliknya, menggunakan sapaan sopan, seperti "raja" (bercanda), dan kalimat seperti "mohon maaf nih raja saya ngomong kayak gini"



menunjukkan bahwa narator ingin membagikan pendapat tanpa menyerang.

### 3. *Structuring Style*

Narator Uzumaki Film sesekali menggunakan gaya komunikasi Structuring Style, yang ditandai menyampaikan informasi secara sistematis, terstruktur, dan runtut. Ini jelas terlihat dalam konten menit 01:26-01:55 scene 3, di mana narator membawakan alur cerita dengan urutan yang logis, dimulai dengan latar belakang, pengenalan tokoh utama, konflik, dan klimaks. Dengan penyampaian yang terorganisir, narator Uzumaki Film tidak hanya membuat penonton lebih mudah mengikuti alur cerita, tetapi juga membuat pengalaman menonton lebih fokus dan mudah dipahami, terutama bagi penonton baru yang melihat anime tersebut.

### 4. *Relinquishing Style*

Untuk menarik penonton ke dalam konten Uzumaki Film, narator sering menggunakan gaya komunikasi Relinquishing Style di setiap kontennya, yaitu gaya komunikasi yang memungkinkan penonton untuk memahami pesan secara mandiri dan penyampaian cerita yang cenderung netral dan tidak memiliki pendapat yang kuat serta memberi penonton kesempatan untuk membuat kesimpulan sendiri. Hal ini terlihat pada konten menit 11:36–11:49 scene 7 kalimat “Ehm masih pantes ga sih di panggil cewe?” dimana narator menunjukkan keraguan, mengajukan pertanyaan terbuka, dan memberikan penonton kontrol atas komunikasi. Gaya komunikasi seperti ini menunjukkan pendekatan yang tidak otoriter dan lebih terbuka, dan mendorong penonton untuk berpartisipasi secara aktif.

## **SIMPULAN**

Gaya komunikasi yang digunakan oleh Uzumaki Film untuk menarik penonton dalam konten YouTube berjudul "Alur Cerita Anime Isekai wa Smartphone to Tomoni" menurut gaya komunikasi Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss yaitu penyampaian yang penuh semangat, penggunaan intonasi yang ekspresif, efek suara yang mendukung, dan ilustrasi visual yang menarik adalah bukti bahwa Uzumaki Film menggunakan *Dynamic Style* sebagai pendekatan utama dalam menyampaikan konten. Sepanjang video, tujuan utama gaya ini adalah untuk menciptakan suasana yang seru dan menarik perhatian penonton. *Dynamic Style* ini membuat hiburan yang hidup dan menghibur.

*Equalitarian Style* mencerminkan interaksi terbuka antara narator dan penonton, seperti ajakan untuk berkomentar dan memberikan pendapat. Uzumaki Film menunjukkan sikap yang tidak otoritatif dan memungkinkan penonton untuk berpartisipasi secara aktif. Ini memberi kesan bahwa narator dan penonton adalah teman sebaya. Akibatnya, terbentuk hubungan timbal balik yang meningkatkan kesetiaan penonton terhadap channel.

Uzumaki Film menampilkan urutan cerita yang runtut dan logis dalam penyusunannya. Meskipun durasi video singkat, *Structuring Style* ini membuat cerita lebih mudah dipahami penonton karena peristiwa diceritakan secara sistematis sesuai kronologi. Hal ini menunjukkan profesionalitas narator dalam mengorganisasi informasi sehingga mudah dipahami. Walaupun tidak dominan, *Relinquishing Style* ditunjukkan ketika narator mengajak penonton untuk memberikan komentar atau request konten selanjutnya. Gaya ini memberi penonton kesempatan untuk berkontribusi pada pengembangan konten berikutnya, memberi penonton perasaan bahwa mereka memiliki andil dalam tujuan channel. Ini menunjukkan bahwa Uzumaki Film tidak hanya bercerita secara satu arah, tetapi juga memperhatikan keinginan penonton.

Sebagai akun YouTube yang berfokus pada alur cerita, Uzumaki Film harus terus menyampaikan alur cerita yang dikemas dengan pembawaan intonasi

yang menarik, pilihan kata yang mudah dipahami, dan selipan humor yang pas. Agar membangun komunikasi dua arah dan menumbuhkan loyalitas audiens, Uzumaki Film juga harus terus berinteraksi dengan penonton melalui polling atau kolom komentar. Dengan mempertimbangkan elemen-elemen ini, cerita yang disampaikan tidak hanya informatif tetapi juga menghibur dan berkesan.

Pada penelitian yang akan datang disarankan untuk melihat perbedaan cara penyampaian pesan dan dampaknya terhadap keterlibatan penonton untuk memperluas penelitian mengenai gaya komunikasi pada channel YouTube Uzumaki Film dengan menggunakan pendekatan yang lebih beragam. Selain itu, dapat juga melihat perbandingan gaya komunikasi antara Uzumaki Film dan channel alur cerita lainnya untuk menghadirkan temuan penelitian gaya komunikasi yang lebih lanjut.

### **Daftar Pustaka**

- Christiane, P. P., Putra, P., & Zainal, A. G. (2024). GAYA KOMUNIKASI PIMPINAN PT TELKOMSEL BRANCH LAMPUNG DALAM MEMBANGUN KEDEKATAN INTERAKSI PADA KARYAWAN PENULIS. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 5(2), 202–211.
- Ririn Puspita Tutiasri, Niko Kurniawan Laminto, & Karim Nazri. (2020). Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bagi Mahasiswa di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan*, 2(2), 1–15. <https://doi.org/10.31599/wqb46v14>
- Sari, S. N., & Hia, N. (2021). Gaya Komunikasi Pustakawan Pada Pengguna Pada Taman Bacaan Masyarakat Literasi Sosial. *Tekesnos*, 3(1), 191–201. <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/tekesnos/article/view/2250>
- Suharsono, J. P., & Nurahman, D. (2024). Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Peningkatan Pelayanan Dan Informasi. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 7(1), 298–304. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v7i1.3157>
- Titin Sutarti, W. A. (2021). DAMPAK MEDIA YOUTUBE DALAM PROSES PEMBELAJARAN DAN PENGEMBANGAN KREATIFITAS BAGI

KAUM MILENIAL. *Jurnal WidyA Aksara*, 26(1), 89–101.

Wiraputra, A. L., & Pristica, B. (2023). Representasi Keanekaragaman Perempuan Indonesia dalam Produk Kosmetik Lokal. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), 866–873. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1383>