

GAYA KOMUNIKASI NADIA OMARA DALAM MEMPERSUASI AUDIENS

Basaulina Josephine Aritonang, Fifit Fitriansyah, Mety Titin Herawati

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

Abstract. *The rapid development of digital media has transformed the way individuals communicate and influence audiences. YouTube has become one of the most popular platforms where content creators establish strong relationships with viewers through distinctive communication styles. Nadia Omara is recognized as one of Indonesia's leading storytelling creators whose communication style successfully attracts millions of subscribers. This study aims to analyze Nadia Omara's communication style in persuading audiences through digital storytelling. The research employed a descriptive qualitative approach using in-depth interviews, observation of YouTube content, documentation, and literature study. The theoretical framework applies Robert W. Norton's Communicator Style theory supported by persuasive communication theory, Aristotle's rhetoric, and parasocial interaction theory. The findings indicate that Nadia Omara predominantly demonstrates dramatic, animated, and impression leaving communication styles. These styles are reflected through expressive storytelling, dynamic vocal intonation, spontaneous gestures, and audience-oriented language. Furthermore, her persuasive communication effectiveness is strengthened through credibility (ethos), emotional appeal (pathos), and logical narrative structure (logos), enabling audiences to develop trust and emotional attachment toward her content.*

Keywords: *Communication Style, Persuasive Communication, Storytelling, Content Creator, YouTube.*

Abstrak. *Perkembangan media digital telah mengubah cara individu membangun komunikasi dengan khalayak. YouTube menjadi salah satu media yang memungkinkan kreator konten membangun hubungan dengan audiens melalui gaya komunikasi yang khas. Nadia Omara merupakan salah satu kreator konten storytelling terbesar di Indonesia yang dikenal memiliki kemampuan komunikasi persuasif dalam menyampaikan berbagai kisah misteri maupun cerita nyata. Penelitian ini bertujuan menganalisis gaya komunikasi Nadia Omara dalam mempersuasi audiens melalui konten YouTube. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Analisis penelitian menggunakan teori Gaya Komunikasi Robert W. Norton yang didukung teori komunikasi persuasif Perloff, retorika Aristoteles, serta teori interaksi parasosial Horton dan Wohl. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Nadia Omara menerapkan tiga gaya komunikasi yang paling dominan, yaitu gaya dramatis, animatif, dan meninggalkan kesan (impression leaving). Ketiga gaya tersebut terlihat melalui penyampaian cerita yang ekspresif, variasi intonasi suara, penggunaan bahasa yang sederhana, serta gestur tubuh yang mendukung isi pesan. Efektivitas komunikasi persuasif Nadia Omara diperkuat melalui kredibilitas komunikator (ethos), pendekatan emosional (pathos), dan penyampaian informasi yang logis (logos), sehingga mampu membangun kepercayaan dan kedekatan emosional dengan audiens.*

Kata Kunci : *Gaya Komunikasi, Komunikasi Persuasif, Storytelling, Kreator Konten, YouTube.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi telah menghadirkan perubahan besar dalam pola interaksi masyarakat. Media digital kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana memperoleh informasi, tetapi juga menjadi ruang bagi individu untuk membangun pengaruh melalui komunikasi yang efektif. Salah satu platform yang mengalami perkembangan paling pesat adalah YouTube. Platform ini memungkinkan setiap individu menjadi komunikator yang mampu menjangkau jutaan audiens melalui konten yang diproduksi secara mandiri.

Dalam era digital, keberhasilan seorang kreator konten tidak hanya ditentukan oleh kualitas visual maupun tema yang diangkat, tetapi juga oleh kemampuan membangun komunikasi yang mampu menarik perhatian serta memengaruhi audiens. Gaya komunikasi menjadi salah satu aspek yang menentukan keberhasilan penyampaian pesan karena mencerminkan karakteristik komunikator dalam berinteraksi dengan khalayak. Melalui gaya komunikasi yang tepat, seorang kreator dapat menciptakan kedekatan emosional, meningkatkan kepercayaan, sekaligus membangun loyalitas audiens.

Fenomena tersebut terlihat pada salah satu kreator konten Indonesia, Nadia Omara. Sebagai kreator storytelling dengan jutaan pelanggan di YouTube, Nadia Omara dikenal memiliki kemampuan menyampaikan cerita secara menarik, ekspresif, dan mudah dipahami. Penyampaian cerita yang didukung intonasi suara, ekspresi wajah, bahasa tubuh, serta pemilihan diksi yang sederhana menjadikan kontennya mampu mempertahankan perhatian penonton hingga akhir video.

Komunikasi persuasif yang dilakukan Nadia Omara tidak hanya bertujuan menyampaikan informasi, tetapi juga membangun keterlibatan

emosional dengan audiens. Melalui teknik storytelling, Nadia mampu menghadirkan suasana yang membuat penonton merasa ikut mengalami setiap cerita yang disampaikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif bukan hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga cara pesan tersebut disampaikan.

Penelitian mengenai Nadia Omara sebelumnya lebih banyak membahas personal branding, penerimaan audiens, maupun strategi konten digital. Sementara itu, penelitian yang secara khusus mengkaji gaya komunikasi berdasarkan teori Communicator Style Robert W. Norton (1983) masih relatif terbatas. Padahal teori tersebut mampu menjelaskan bagaimana karakteristik komunikasi seorang komunikator memengaruhi efektivitas persuasi terhadap audiens.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis gaya komunikasi Nadia Omara dalam mempersuasi audiens melalui konten YouTube. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya mengenai komunikasi persuasif dalam media digital, sekaligus menjadi referensi bagi kreator konten dalam membangun hubungan yang efektif dengan audiens.

Tinjauan Pustaka

Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian terdahulu yang membahas komunikasi digital, komunikasi persuasif, serta gaya komunikasi kreator konten di media sosial. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi memiliki pengaruh terhadap tingkat keterlibatan, loyalitas, serta kepercayaan audiens terhadap komunikator.

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu dengan tujuan menghasilkan kesamaan makna maupun perubahan sikap dan perilaku (Berlo, 1960). Menurut Hovland, komunikasi merupakan proses penyampaian stimulus untuk memengaruhi perilaku individu lain (dalam Effendy, 2006). Harold D.

Lasswell menjelaskan komunikasi melalui model *Who Says What in Which Channel to Whom with What Effect*, yang menekankan adanya komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek komunikasi (dalam Mulyana, 2010).

Dalam konteks media digital, komunikasi mengalami perkembangan melalui hadirnya media baru (*new media*). Media baru memungkinkan komunikasi berlangsung secara interaktif, cepat, dan menjangkau audiens yang luas. YouTube menjadi salah satu media digital yang memberikan ruang bagi kreator untuk menyampaikan pesan melalui kombinasi audio, visual, serta narasi yang menarik sehingga komunikasi menjadi lebih efektif dibandingkan media konvensional.

Konsep utama penelitian ini menggunakan teori Gaya Komunikasi Robert W. Norton (1983). Norton menjelaskan bahwa gaya komunikasi merupakan cara khas seseorang dalam menyampaikan pesan yang dapat diamati melalui perilaku verbal maupun nonverbal. Norton mengembangkan sepuluh dimensi gaya komunikasi, yaitu *dominant, dramatic, contentious, animated, impression leaving, relaxed, attentive, open, friendly, dan precise*. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa Nadia Omara lebih dominan menggunakan gaya *dramatic, animated, dan impression leaving*.

Selain teori gaya komunikasi, penelitian ini juga menggunakan teori komunikasi persuasif dari Richard M. Perloff (2017) yang menjelaskan bahwa persuasi merupakan proses komunikasi yang bertujuan memengaruhi sikap, pendapat, maupun perilaku seseorang melalui penyampaian pesan yang dirancang secara strategis. Dalam praktik komunikasi digital, persuasi lebih efektif ketika dikombinasikan dengan pendekatan emosional, narasi yang autentik, serta komunikasi yang mampu membangun kedekatan dengan audiens.

Penelitian ini juga menggunakan konsep retorika Aristoteles yang terdiri atas *ethos, pathos, dan logos* (Aristotle, 2007). *Ethos* berkaitan dengan kredibilitas komunikator, *pathos* menekankan pendekatan emosional kepada audiens, sedangkan *logos* menunjukkan kemampuan menyampaikan argumentasi yang logis. Ketiga unsur tersebut menjadi faktor penting dalam

keberhasilan komunikasi persuasif Nadia Omara melalui konten storytelling yang disampaikan secara konsisten.

Kerangka teori penelitian ini dilengkapi dengan teori interaksi parasosial yang dikemukakan Horton dan Wohl (1956). Teori tersebut menjelaskan bahwa audiens media dapat merasakan hubungan yang bersifat pribadi dengan seorang komunikator meskipun interaksi yang berlangsung sebenarnya bersifat satu arah. Kedekatan tersebut tumbuh karena komunikator seolah-olah berbicara langsung kepada penonton melalui sapaan, arah pandang ke kamera, serta gaya bertutur yang akrab, sehingga menghadirkan kesan keintiman dalam jarak (*intimacy at a distance*). Dalam konteks YouTube, hubungan parasosial menjadi relevan karena audiens mengikuti konten seorang kreator secara berkelanjutan hingga merasa mengenal pribadi komunikator tersebut. Kondisi ini menjadikan interaksi parasosial sebagai penopang penting bagi keberhasilan komunikasi persuasif, sebab kepercayaan dan kedekatan emosional yang terbangun mendorong audiens lebih terbuka terhadap pesan yang disampaikan.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif (Sugiyono, 2023) dengan tujuan memperoleh pemahaman secara mendalam mengenai gaya komunikasi Nadia Omara dalam mempersuasi audiens melalui konten YouTube. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggambarkan fenomena komunikasi secara utuh berdasarkan pengalaman, persepsi, serta interpretasi informan terhadap objek penelitian (Abdussamad, 2021).

Penelitian dilaksanakan pada kanal YouTube Nadia Omara dengan memfokuskan analisis terhadap proses penyampaian pesan, penggunaan unsur verbal dan nonverbal, serta respons audiens terhadap konten storytelling yang disampaikan. Subjek penelitian terdiri atas Nadia Omara sebagai komunikator utama dan beberapa informan yang dipilih

menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan keterlibatan mereka sebagai penonton aktif maupun pengamat komunikasi digital.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui empat metode, yaitu observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, dan studi pustaka. Observasi dilakukan terhadap sejumlah video pada kanal YouTube Nadia Omara untuk mengidentifikasi karakteristik gaya komunikasi yang muncul selama proses storytelling. Wawancara dilakukan kepada informan kunci dan informan pendukung guna memperoleh informasi mengenai persepsi mereka terhadap gaya komunikasi Nadia Omara. Dokumentasi berupa tangkapan layar video, komentar audiens, serta data statistik kanal YouTube digunakan untuk memperkuat hasil observasi. Studi pustaka dilakukan dengan menelaah buku, jurnal ilmiah, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan gaya komunikasi, komunikasi persuasif, media baru, serta storytelling digital.

Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (Miles et al., 2014), yang terdiri atas empat tahapan, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Analisis dilakukan dengan mengelompokkan data berdasarkan sepuluh dimensi gaya komunikasi Robert W. Norton (1983), kemudian menghubungkannya dengan teori komunikasi persuasif Perloff (2017) dan konsep retorika Aristoteles untuk mengetahui bagaimana gaya komunikasi tersebut memengaruhi proses persuasi terhadap audiens.

Keabsahan data diuji menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara antar informan, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka sehingga diperoleh data yang kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi Nadia Omara merupakan kombinasi antara komunikasi verbal dan nonverbal yang mampu menciptakan pengalaman komunikasi yang menarik bagi audiens. Berdasarkan teori Communicator Style Robert W. Norton (1983), ditemukan tiga dimensi gaya komunikasi yang paling dominan, yaitu *dramatic*, *animated*, dan *impression leaving*. Ketiga gaya tersebut saling mendukung dalam membangun komunikasi persuasif sehingga mampu meningkatkan perhatian, kepercayaan, dan loyalitas audiens.

1. Gaya Dramatis (*Dramatic Style*)

Berdasarkan hasil observasi terhadap beberapa konten YouTube Nadia Omara, gaya dramatis terlihat dari kemampuan beliau menyampaikan cerita dengan alur yang runtut, penggunaan diksi yang sederhana, serta teknik *storytelling* yang mampu membangun rasa penasaran penonton. Nadia Omara tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga menghadirkan suasana melalui penekanan intonasi suara, jeda berbicara, serta pemilihan kata yang mampu meningkatkan ketegangan cerita.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar informan menyatakan alasan utama mereka menonton Nadia Omara bukan semata-mata karena tema misteri yang diangkat, tetapi karena cara penyampaian cerita yang dianggap hidup dan mudah dipahami. Penonton merasa seolah-olah ikut berada dalam peristiwa yang sedang diceritakan sehingga durasi video yang cukup panjang tetap mampu mempertahankan perhatian audiens.

Temuan tersebut sesuai dengan teori Norton (1983) yang menjelaskan bahwa gaya dramatis ditunjukkan melalui penggunaan narasi yang ekspresif, ilustrasi, hiperbola, dan teknik penceritaan yang mampu memberikan penekanan terhadap isi pesan. Dalam konteks komunikasi digital, *storytelling* menjadi salah satu bentuk komunikasi persuasif yang efektif karena melibatkan aspek emosional audiens.

2. Gaya Animatif (*Animated Style*)

Selain gaya dramatis, Nadia Omara juga memperlihatkan gaya komunikasi animatif melalui penggunaan ekspresi wajah, gerakan tangan,

kontak mata, serta perubahan intonasi suara yang dinamis selama menyampaikan cerita.

Hasil observasi menunjukkan bahwa ketika menjelaskan bagian tertentu yang dianggap penting, Nadia Omara secara spontan menggunakan gestur tubuh untuk memperjelas informasi. Bahkan ketika mengalami hambatan verbal, beliau cenderung menggunakan ekspresi wajah maupun gerakan tangan sehingga makna pesan tetap dapat dipahami oleh audiens.

Informan penelitian menilai bahwa penggunaan bahasa tubuh tersebut membuat komunikasi terasa lebih natural dibandingkan pembacaan naskah secara formal. Variasi ekspresi dan intonasi juga mengurangi kejenuhan penonton sehingga mereka tetap fokus mengikuti cerita hingga selesai.

Menurut Norton (1983), gaya animatif merupakan kemampuan komunikator memanfaatkan unsur nonverbal sebagai pelengkap komunikasi verbal. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan komunikasi nonverbal menjadi salah satu faktor utama keberhasilan Nadia Omara dalam mempertahankan perhatian jutaan penonton.

3. Gaya Meninggalkan Kesan (Impression Leaving)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Nadia Omara memiliki kemampuan meninggalkan kesan yang kuat pada audiens. Hal tersebut terlihat dari banyaknya komentar penonton yang mengingat gaya tertawa khas, intonasi suara, cara membuka cerita, hingga kalimat-kalimat yang sering digunakan dalam setiap video.

Berdasarkan wawancara, informan menyatakan bahwa mereka dapat langsung mengenali konten Nadia Omara meskipun hanya mendengar potongan suara tanpa melihat video. Hal tersebut menunjukkan bahwa karakter komunikasi Nadia telah menjadi identitas personal yang kuat.

Menurut Norton (1983), gaya impression leaving merupakan kemampuan komunikator menciptakan pengalaman komunikasi yang mudah diingat oleh audiens setelah proses komunikasi berakhir. Dalam penelitian ini, kesan tersebut terbentuk melalui konsistensi gaya berbicara, karakter suara, humor, serta kedekatan emosional yang dibangun secara berkelanjutan.

4. Komunikasi Persuasif Nadia Omara

Selain mengidentifikasi gaya komunikasi, penelitian ini juga menemukan bahwa keberhasilan Nadia Omara mempersuasi audiens didukung oleh penerapan prinsip komunikasi persuasif.

a. Ethos (Kredibilitas)

Kredibilitas Nadia Omara dibangun melalui konsistensi dalam menghadirkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber terpercaya. Cara penyampaian yang tenang, percaya diri, serta didukung riset sebelum membuat konten meningkatkan tingkat kepercayaan audiens terhadap isi cerita.

Informan penelitian menyatakan bahwa mereka merasa yakin terhadap informasi yang disampaikan karena Nadia Omara selalu menjelaskan kronologi secara sistematis serta menghindari penyampaian informasi yang bersifat sensasional tanpa dasar yang jelas.

b. Pathos (Pendekatan Emosional)

Pendekatan emosional menjadi unsur persuasi yang paling dominan dalam penelitian ini. Nadia Omara mampu membangun suasana haru, tegang, maupun penasaran melalui teknik storytelling yang disampaikan secara bertahap.

Penggunaan intonasi suara, ekspresi wajah, serta pilihan kata yang sederhana membuat audiens lebih mudah memahami isi cerita sekaligus merasakan emosi yang sedang dibangun. Kedekatan emosional tersebut mendorong munculnya hubungan parasosial antara Nadia Omara dengan para pengikutnya (Horton & Wohl, 1956).

c. Logos (Logika)

Unsur logos terlihat melalui penyampaian cerita yang sistematis berdasarkan urutan kronologi. Nadia Omara menjelaskan latar belakang peristiwa, tokoh yang terlibat, hingga penyelesaian cerita secara runtut sehingga memudahkan audiens mengikuti alur pembahasan.

Penyampaian informasi yang logis meningkatkan kredibilitas komunikator sekaligus memperkuat efektivitas komunikasi persuasif.

5. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, gaya komunikasi Nadia Omara memperlihatkan keterkaitan yang erat antara teori Communicator Style Robert W. Norton (1983) dengan teori komunikasi persuasif Perloff (2017). Gaya dramatis berfungsi menarik perhatian audiens, gaya animatif memperjelas makna pesan melalui komunikasi nonverbal, sedangkan gaya impression leaving membangun identitas komunikator yang mudah diingat.

Ketiga gaya komunikasi tersebut diperkuat oleh penerapan prinsip ethos, pathos, dan logos, sehingga komunikasi yang dibangun tidak hanya bersifat informatif tetapi juga mampu memengaruhi persepsi, sikap, dan keterlibatan emosional audiens.

Hasil penelitian ini juga memperkuat penelitian-penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa keberhasilan seorang kreator konten digital tidak hanya ditentukan oleh kualitas produksi video, tetapi juga oleh kemampuan membangun hubungan interpersonal dengan audiens melalui gaya komunikasi yang autentik, konsisten, dan persuasif.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Gaya Komunikasi Nadia Omara dalam Mempersuasi Audiens, dapat disimpulkan bahwa Nadia Omara menerapkan gaya komunikasi yang efektif dalam membangun hubungan dengan audiens melalui platform YouTube. Berdasarkan teori Communicator Style Robert W. Norton (1983), terdapat tiga gaya komunikasi yang paling dominan, yaitu dramatic style, animated style, dan impression leaving style.

Gaya dramatic terlihat melalui kemampuan Nadia Omara dalam menyampaikan cerita secara runtut, menarik, dan mampu membangun rasa penasaran audiens melalui teknik storytelling yang kuat. Penggunaan intonasi suara, penekanan pada bagian-bagian tertentu, serta alur cerita yang sistematis membuat audiens tetap fokus mengikuti isi video hingga selesai.

Gaya animated ditunjukkan melalui penggunaan komunikasi nonverbal berupa ekspresi wajah, gerakan tangan, kontak mata, dan perubahan intonasi suara yang memperjelas pesan yang disampaikan. Unsur-unsur nonverbal tersebut mampu meningkatkan daya tarik komunikasi sehingga pesan menjadi lebih mudah dipahami oleh audiens.

Sementara itu, gaya impression leaving tercermin dari kemampuan Nadia Omara menciptakan identitas komunikasi yang khas melalui karakter suara, gaya bertutur, humor, serta ciri penyampaian cerita yang konsisten. Identitas tersebut membuat audiens mampu mengenali Nadia Omara bahkan hanya melalui potongan suara atau gaya bicaranya.

Keberhasilan komunikasi persuasif Nadia Omara juga didukung oleh penerapan prinsip ethos, pathos, dan logos. Kredibilitas komunikator (ethos) dibangun melalui penyampaian informasi yang sistematis dan berdasarkan berbagai sumber. Pendekatan emosional (pathos) diwujudkan melalui storytelling yang mampu membangkitkan rasa penasaran, empati, maupun ketegangan. Sedangkan aspek logika (logos) terlihat pada penyusunan alur cerita yang jelas, terstruktur, dan mudah dipahami.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang konsisten, autentik, serta mampu membangun kedekatan emosional menjadi faktor utama keberhasilan Nadia Omara dalam mempersuasi audiens. Dengan demikian, gaya komunikasi bukan hanya menjadi cara menyampaikan pesan, tetapi juga menjadi identitas komunikator yang mampu membangun kepercayaan, loyalitas, dan keterlibatan audiens dalam jangka panjang.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya mengenai gaya komunikasi komunikator digital dalam media baru. Penelitian selanjutnya disarankan mengembangkan analisis terhadap kreator konten lain dengan menggunakan teori komunikasi yang berbeda, seperti Elaboration Likelihood Model (ELM), Uses and

Gratifications, maupun Computer Mediated Communication (CMC) sehingga diperoleh perspektif yang lebih luas mengenai komunikasi digital.

Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed methods untuk mengukur secara lebih objektif pengaruh gaya komunikasi terhadap tingkat kepercayaan, loyalitas, dan engagement audiens.

2. Saran Praktis

Bagi para kreator konten digital, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi tidak hanya bergantung pada kualitas visual konten, tetapi juga pada kemampuan membangun gaya komunikasi yang konsisten, autentik, dan mudah dikenali oleh audiens. Penggunaan teknik storytelling, komunikasi verbal yang jelas, serta komunikasi nonverbal yang tepat dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan.

Bagi praktisi komunikasi dan pemasaran digital, penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam menyusun strategi komunikasi yang mampu membangun hubungan emosional dengan audiens tanpa mengurangi kredibilitas informasi yang disampaikan.

Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan literasi media sehingga audiens mampu memahami berbagai teknik persuasi yang digunakan kreator konten di media digital dan lebih kritis dalam menerima informasi.

Daftar Pustaka

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press.
- Aristotle. (2007). *On Rhetoric: A Theory of Civic Discourse* (G. A. Kennedy, Penerj.; 2nd ed.). New York: Oxford University Press.
- Berlo, D. K. (1960). *The Process of Communication*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

- Effendy, O. U. (2006). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass Communication and Para-social Interaction. *Psychiatry*, 19(3), 215-229.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). California: Sage Publications.
- Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Norton, R. W. (1983). *Communicator Style: Theory, Applications, and Measures*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Perloff, R. M. (2017). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the Twenty-First Century* (6th ed.). New York: Routledge.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.