

**GAYA KOMUNIKASI DALAM PODCAST PWK PADA YOUTUBE HAS
CREATIVE : STUDI TERHADAP DAYA TARIK OBROLAN SEHARI-
HARI**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Ilmu Komunikasi



SYIFARAUDHA IRMA NANDA

1201003016

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Syifaraudha Irma Nanda

NIM : 1201003016

Tanda Tangan : 

Tanggal : 24 Oktober 2025

HALAMAN PENGESAHAN



HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Syifaraudha Irma Nanda
NIM : 1201003016
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Gaya Komunikasi dalam Podcast PWK pada
Youtube HAS Creative: Studi terhadap Daya Tarik
Obrolan Sehari-hari

Telah berhasil menyelesaikan revisi tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Fitri Argarini, B.Arts.



Penguji I : Octaviniant Aspary, S.I.K., M.Si.



Penguji II : Alifia Firliani, S.Ikom., M.A. (HCM)


10/09/2025

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 09 Oktober 2025

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena hanya berkat rahmat, karunia, serta hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “Gaya Komunikasi dalam Podcast PWK pada YouTube HAS Creative: Studi Terhadap Daya Tarik Obrolan Sehari-hari”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil yang dicapai tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan, doa, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Penulis menyadari pula bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, namun setidaknya melalui karya ini penulis berusaha memberikan kontribusi akademis mengenai kajian gaya komunikasi dalam media digital, khususnya podcast yang kini berkembang pesat sebagai salah satu bentuk komunikasi populer di kalangan generasi muda. Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan moral maupun material dalam penyusunan skripsi ini, di antaranya:

1. Allah SWT yang senantiasa melimpahkan kesehatan, kekuatan, serta kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
2. Keluarga tercinta, Ama, Ine, Anan, Awan Serang, Syabeera, Syahuma yang selalu mendoakan, memberikan kasih sayang, semangat, serta dukungan yang tidak ternilai. Doa dan restu merekalah yang menjadi motivasi utama dalam setiap langkah penulis.
3. Ibu Dr. Fitri Argarini, B. Arts selaku dosen pembimbing, yang dengan penuh kesabaran dan ketelitian memberikan arahan, bimbingan, kritik, serta masukan konstruktif selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.
4. Mrs Octaviniant Aspary, S.I.K., M.Si. dan Mrs Alifia Firliani, S.Ikom., M.A selaku dosen penguji yang telah memberi masukan, membimbing siding hingga revisi dengan penuh kesabaran.

5. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan, serta pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
6. Anugrah Septian Tama, teman dekat penulis yang selalu menemani dan membantu dengan sabar di saat mengerjakan penelitian ini, memberikan dukungan, ide, serta doa.
7. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Ilmu Komunikasi khususnya Maya, Dina, Narti, Reiko, Vania yang selalu memberikan dukungan, canda tawa, dan kebersamaan yang berarti.
8. Teman-teman Panasonic Awards, Kendis, Dara, Nesa, Java yang selalu memberikan dukungan, doa, dan canda tawa.
9. Narasumber dan informan penelitian, yang telah meluangkan waktu serta bersedia memberikan informasi yang sangat bermanfaat dalam penyusunan penelitian ini.
10. Semua pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, namun telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini banyak ditemui kendala, mulai dari keterbatasan referensi, kendala teknis, hingga keterbatasan waktu. Namun berkat doa, dorongan, dan kerja keras, akhirnya penelitian ini dapat terselesaikan. Penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat, tidak hanya bagi pengembangan ilmu komunikasi, tetapi juga sebagai bahan rujukan bagi para peneliti, akademisi, maupun praktisi komunikasi digital, khususnya dalam memahami fenomena gaya komunikasi dalam podcast. Akhir kata, penulis dengan rendah hati mengucapkan terima kasih dan berharap semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga penelitian ini dapat memberikan sumbangsih yang berarti bagi ilmu pengetahuan dan praktik komunikasi di era digital.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syifaraudha Irma Nanda

NIM : 1201003016

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty- free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

GAYA KOMUNIKASI DALAM PODCAST PWK PADA YOUTUBE HAS CREATIVE: STUDI TERHADAP DAYA TARIK OBROLAN SEHARI- HARI

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non- eksklusif ini (***Non-Exclusive Royalty-Free Right***) ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta, Indonesia

Tanggal : 24 Oktober 2025

Yang menyatakan,



Syifaraudha Irma Nanda

**GAYA KOMUNIKASI DALAM PODCAST PWK PADA YOUTUBE HAS
CREATIVE: STUDI TERHADAP DAYA TARIK OBROLAN SEHARI-
HARI**

Syifaraudha Irma Nanda

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji gaya komunikasi santai dalam podcast Warung Kopi (PWK) yang diproduksi oleh kanal YouTube HAS Creative, dengan fokus pada daya tarik obrolan sehari-hari yang ditampilkan melalui komunikasi verbal dan nonverbal. Latar belakang penelitian diarahkan pada perubahan pola komunikasi masyarakat modern di era digital, di mana media baru seperti podcast visual menjadi medium populer di kalangan generasi muda. Fenomena ini signifikan karena podcast tidak sekadar menyajikan informasi, tetapi juga membangun ikatan emosional dan komunitas digital melalui gaya komunikasi yang informal, egaliter, dan interaktif. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif studi kasus dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan enam informan aktif yang berusia 20–25 tahun, observasi langsung terhadap episode podcast, serta triangulasi data dengan melibatkan praktisi komunikasi sebagai validasi. Analisis data dilakukan menggunakan teori gaya komunikasi Tubbs dan Moss yang mengkategorikan enam gaya komunikasi serta konsep komunikasi verbal dan nonverbal. Penelitian ini menyoroti bagaimana gaya komunikasi santai dipadukan dengan humor, ekspresi wajah, intonasi, dan gestur tubuh untuk menciptakan suasana percakapan yang akrab, spontan, dan natural. Hasil penelitian mengungkapkan dominasi gaya komunikasi kesetaraan dan dinamis yang berhasil membangun suasana inklusif antar host dan bintang tamu serta membentuk kedekatan emosional dengan audiens. Kombinasi komunikasi verbal yang sederhana dan humor alami bersama dengan komunikasi nonverbal yang ekspresif mempermudah penonton merasa terlibat dan nyaman, sehingga menciptakan pengalaman menonton yang "seperti ngobrol bersama teman." Keberhasilan PWK

dalam menerapkan gaya komunikasi ini menghasilkan engagement tinggi dan loyalitas audiens yang kuat di tengah persaingan ketat media digital. Implikasi penelitian ini signifikan bagi praktisi komunikasi dan kreator konten digital sebagai pedoman dalam merancang gaya komunikasi sesuai karakteristik audiens Gen Z yang mengedepankan keautentikan dan kedekatan. Selain itu, penelitian ini menambah wawasan teoretis tentang aplikasi gaya komunikasi informal di media digital yang terus berkembang. Saran untuk penelitian berikutnya adalah memperluas subyek penelitian, memadukan metode kuantitatif untuk mengukur dampak gaya komunikasi terhadap keterlibatan audiens, serta mendalami aspek visual dan interaksi audiens di media sosial untuk pemahaman yang lebih holistik.

Kata kunci: gaya komunikasi, podcast, YouTube, komunikasi verbal, komunikasi nonverbal.

**COMMUNICATION STYLE IN THE PWK PODCAST ON YOUTUBE HAS
CREATIVE: A STUDY OF THE ATTRACTION OF DAILY CHATS**

Syifaraudha Irma Nanda

ABSTRACT

This study examines the casual communication style in the Coffee Shop Podcast (PWK) produced by the HAS Creative YouTube channel, focusing on the appeal of everyday conversations conveyed through verbal and nonverbal communication. The research background addresses the transformation of communication patterns in modern society in the digital era, where new media such as visual podcasts have become popular among younger generations. This phenomenon is significant since podcasts not only provide information but also build emotional bonds and digital communities through informal, egalitarian, and interactive communication styles. The research employs a qualitative case study approach with data collected through in-depth interviews with six active informants aged 20–25, direct observation of selected podcast episodes, and data triangulation involving a communication practitioner for validation. Data analysis uses Tubbs and Moss' communication style theory, which categorizes six communication styles, alongside verbal and nonverbal communication concepts. This study highlights how casual communication style is combined with humor, facial expressions, intonation, and body gestures to create a close, spontaneous, and natural conversational atmosphere. Findings reveal the dominance of egalitarian and dynamic communication styles that build an inclusive atmosphere between hosts and guests while establishing emotional closeness with the audience. The combination of simple verbal communication and natural humor with expressive nonverbal cues facilitates audience engagement and comfort, creating a viewing experience akin to "conversing with friends." PWK's success in applying this communication style generates high audience engagement and strong loyalty amidst the competitive

digital media landscape. The implications of this study are crucial for communication practitioners and digital content creators as guidelines for designing communication styles that align with millennial and Gen Z audience characteristics emphasizing authenticity and closeness. Furthermore, this research contributes theoretical insights into the application of informal communication styles in evolving digital media. Suggestions for future research include expanding research subjects, integrating quantitative methods to measure the impact of communication styles on audience engagement, and delving into visual aspects and audience interaction on social media for a more holistic understanding.

Keywords: *communication style; podcast; YouTube; verbal communication; nonverbal communication*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Teori dan Konsep Yang Relevan.....	11
2.1.1 Teori Komunikasi Interpersonal	11
2.1.2 Konsep Gaya Komunikasi	14
2.1.2 Konsep Komunikasi Verbal dan Non Verbal	16

2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	21
2.3 Model Kerangka Pemikiran	29
BAB III.....	31
METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Desain dan Pendekatan	31
3.2 Obyek dan Subyek.....	32
3.3 Pengumpulan Data.....	34
3.4 Analisis Data	35
3.5 Triangulasi Data	36
3.5.1 Triangulator	37
3.6 Operasional Konsep/Isu.....	38
BAB IV	40
HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	41
4.1.1 Profil HAS Creative	41
4.1.2 Profil Informan Penelitian	43
4.2 Penyajian Data.....	46
4.2.1 Analisis Deskriptif	46
4.2.1.1 Gaya Kesetaraan sebagai Pilar Utama Komunikasi	46
4.2.1.2 Peran Gaya Mengendalikan yang Fleksibel.....	47
4.2.1.3 Dinamika dan Spontanitas sebagai Daya Tarik.....	49
4.2.1.4 Komunikasi Verbal: Bahasa Sehari-hari dan Humor	50
4.2.1.5 Komunikasi Nonverbal sebagai Penguat Pesan	51
4.2.1.6 Keterbukaan dan Kedekatan Emosional	53
4.2.7 Integrasi Temuan dengan Konsep Daya Tarik Obrolan Sehari-hari ..	54
4.3 Pembahasan dan Hasil.....	55

4.3.1 Kunci gaya kesetaraan dalam komunikasi	55
4.3.2 Pentingnya Fleksibilitas dan Kendali Host.....	57
4.3.3 Bahasa Verbal yang Santai dan Humor sebagai Perekat Sosial	58
4.3.4 Peran Ekspresi Nonverbal dalam Membentuk Suasana	59
4.3.5 Keterbukaan sebagai Pembentuk Kedekatan Emosional	60
BAB V.....	62
KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Simpulan	62
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	64
5.3 Saran dan Implikasi	65
5.3.1 Saran Untuk Penelitian Berikutnya.....	65
5.3.2 Saran Untuk Subyek.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	71
DOKUMENTASI	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Screenshot Akun Youtube Podkesmas	6
Gambar 1. 2 Screenshot Akun Youtube Rapot.....	6
Gambar 1. 3 Screenshot Akun Youtube HAS Creative	7
Gambar 3. 1 Foto Triangulator	38
Gambar 4. 1 Logo HAS Creative	41
Gambar 4. 2 Set ciri khas PWK (Podcast Warung Kopi)	42
Gambar 4. 3 Menggambarkan host sedang mengarahkan obrolan.	48
Gambar 4. 4 Ketika tamu spontan menceritakan bahwa ia viral atau FYP di Tiktok.....	49
Gambar 4. 5 Disaat tamu dan host ketawa bareng mencerminkan komunikasi nonverbal.	52
Gambar 4. 6 Di saat tamu sedang menceritakan pengalaman pribadi	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3. 1 Data Informan	35
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Konsep.....	39

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran	30
-------------------------------------	----