

ANALISIS GAYA KOMUNIKASI BOYGROUP SEVENTEEN MELALUI EPISODE “DON’T LIE II” KONTEN GOING SEVENTEEN PADA PLATFORM YOUTUBE

Nabylla Dwi Rahmah¹, Murtiadi², Roynaldi Arista³

1, 2, 3 Universitas Bina Sarana Informatika, Jl. SMA Kapin No.292A, Pondok Kelapa, Kecamatan Duren Sawit, Kota Jakarta Timur, Jawa Barat 1340, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received Agustus, 2025

Revised Agustus, 2025

Accepted Agustus, 2025

Available online Agustus, 2025

nabyllarahmah@gmail.com,

murtiadi.mdi@bsi.ac.id,

roynaldi.ros@bsi.ac.id

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gaya komunikasi yang ditampilkan oleh *Boygroup SEVENTEEN* dalam episode “*Don’t Lie II*” pada program *Going Seventeen* di platform YouTube. Menggunakan metode deskriptif kualitatif, data dikumpulkan melalui observasi konten video dan wawancara mendalam dengan penggemar SEVENTEEN. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori gaya komunikasi dari Robert W. Norton serta teori new media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa anggota SEVENTEEN menampilkan beragam gaya komunikasi, di antaranya *Attentive Style*, *Animated Style*, *Impression-Leaving Style* dan *Open Style*. Gaya-gaya tersebut tampak baik secara verbal maupun nonverbal, serta merefleksikan kepribadian masing-masing anggota. Selain itu, gaya komunikasi tersebut menjadi strategi penting dalam membangun kedekatan emosional dengan penonton, meningkatkan daya tarik konten, dan memperluas jangkauan audiens di luar fandom

Kata Kunci: Gaya Komunikasi, SEVENTEEN, YouTube

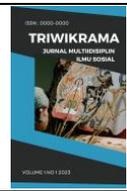
ABSTRACT

This study aims to analyze the communication styles displayed by the *Boygroup SEVENTEEN* in the “*Don’t Lie II*” episode of the *Going Seventeen* program on the YouTube platform. Using a descriptive qualitative method, data were collected through video content observation and in-depth interviews with SEVENTEEN fans. The theory used in this study is Robert W. Norton’s communication style theory and new media theory. The findings reveal that SEVENTEEN members demonstrate various communication styles, including *Attentive Style*, *Animated Style*, *Impression-Leaving Style* and *Open Style*. These styles appear both verbally and nonverbally, reflecting each member’s personality. Furthermore, the communication styles serve as an important strategy in building emotional closeness with the audience, enhancing the appeal of the content, and expanding its reach beyond the fandom.

Keywords: Communication Style, SEVENTEEN, YouTube

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam cara manusia berkomunikasi, baik dalam konteks pribadi maupun publik. Kehadiran *new media* memungkinkan komunikasi berlangsung secara interaktif, cepat, dan tanpa batasan geografis. Salah satu platform yang paling berpengaruh adalah YouTube, yang kini bukan hanya berfungsi sebagai media berbagi video, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial antara kreator dengan audiens (Habibah & Irwansyah, 2021). Dalam ranah hiburan, YouTube menjadi



media yang efektif bagi artis, *influencer*, hingga grup musik untuk menjalin hubungan lebih dekat dengan penggemar melalui konten non-promosional.

Fenomena ini dapat dilihat dalam industri hiburan Korea Selatan, khususnya K-Pop, yang secara strategis menggunakan YouTube untuk menampilkan sisi personal para idol. *Boygroup* SEVENTEEN merupakan salah satu grup yang memanfaatkan *platform* tersebut melalui program *Going Seventeen*. Program ini berisi berbagai format hiburan, mulai dari permainan, tantangan, hingga parodi, yang menampilkan interaksi spontan antar anggota. Tidak hanya sebagai hiburan, *Going Seventeen* berfungsi sebagai sarana komunikasi yang memperlihatkan kepribadian para anggota di luar panggung musik, sehingga memperkuat ikatan emosional dengan penggemar yang dikenal sebagai *Carat* maupun penonton umum yang disebut *Cubic*.

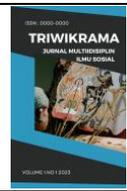
Episode “*Don’t Lie II*” dari *Going Seventeen* menjadi salah satu yang paling populer karena menampilkan permainan deduksi mirip mafia game dengan tambahan misi mencari harta karun. Dalam permainan ini, setiap anggota dituntut untuk berinteraksi melalui tuduhan, pembelaan, maupun strategi komunikasi guna menyembunyikan peran masing-masing. Situasi kompetitif tersebut memperlihatkan beragam gaya komunikasi yang digunakan, mulai dari cara berbicara, ekspresi wajah, intonasi suara, hingga bahasa tubuh. Hal ini menjadikan episode “*Don’t Lie II*” sebagai ruang ideal untuk mengamati bagaimana komunikasi verbal dan nonverbal digunakan dalam membangun pengaruh serta menciptakan hiburan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada gaya komunikasi *Boygroup* SEVENTEEN dalam episode “*Don’t Lie II*” di kanal YouTube *Going Seventeen*. Analisis dilakukan menggunakan teori gaya komunikasi Robert Norton (Sukmana dkk., 2024) yang menekankan klasifikasi sepuluh gaya interaksi, serta didukung dengan kajian komunikasi verbal dan nonverbal. Dengan pendekatan ini, penelitian berupaya menjelaskan bagaimana anggota SEVENTEEN menampilkan gaya komunikasi yang khas dalam konteks hiburan digital dan bagaimana gaya tersebut berperan dalam interaksi antar anggota serta hubungan mereka dengan audiens.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami gaya komunikasi *Boygroup* SEVENTEEN dalam episode “*Don’t Lie II*” dari program *Going Seventeen* di *platform* YouTube secara mendalam dan kontekstual. Pendekatan ini dipilih karena mampu menangkap makna, proses, serta bentuk interaksi sosial sebagaimana adanya di lapangan. Seperti dinyatakan oleh (Fadli, 2021). Data diperoleh melalui tiga teknik utama: observasi non-partisipatif, wawancara mendalam, dokumentasi dan studi kepustakaan. Observasi dilakukan terhadap episode “*Don’t Lie II*” yang tayang di kanal YouTube resmi SEVENTEEN. Fokus observasi diarahkan pada pola komunikasi antar anggota, termasuk percakapan, ekspresi wajah, intonasi, serta gestur tubuh yang muncul dalam permainan deduksi. Wawancara dilakukan dengan tiga informan, yaitu dua penggemar SEVENTEEN (*Carat*) dan satu penggemar *Going Seventeen* (*Cubic*). Wawancara ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam terkait bagaimana audiens menafsirkan interaksi SEVENTEEN serta pengaruhnya terhadap pengalaman menonton. Dokumentasi berupa transkrip wawancara, tangkapan layar adegan penting, serta catatan lapangan dikumpulkan untuk memperkuat data observasi dan wawancara. Studi kepustakaan juga dilakukan dengan menelaah buku, jurnal, serta penelitian terdahulu mengenai gaya komunikasi, media digital, dan fenomena K-pop.

Proses analisis data mengikuti model Miles dan Huberman (1994) yang terdiri dari tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilah interaksi verbal maupun nonverbal anggota SEVENTEEN yang relevan dengan indikator gaya komunikasi Norton. Data yang telah dipilih kemudian disajikan dalam bentuk narasi tematik agar memudahkan analisis. Kesimpulan ditarik



berdasarkan pola komunikasi yang muncul serta dikaitkan dengan teori gaya komunikasi dan konteks hiburan digital.

Untuk memastikan validitas data, peneliti menerapkan triangulasi metode dan sumber. Triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi digital agar saling melengkapi serta mengurangi bias interpretatif. Triangulasi sumber dilakukan dengan memeriksa konsistensi data dari informan dengan temuan observasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

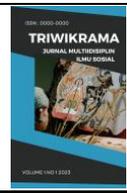
Penelitian ini mengungkap bahwa interaksi komunikasi yang terjadi dalam episode “*Don’t Lie II*” pada program *Going Seventeen* bukan sekadar bagian dari permainan deduksi, melainkan juga praktik komunikasi digital yang memperlihatkan dinamika hubungan antar anggota SEVENTEEN serta keterhubungan mereka dengan audiens. Para anggota tidak hanya berperan sebagai pemain dalam sebuah permainan, tetapi juga sebagai komunikator aktif yang menggunakan berbagai strategi komunikasi untuk membangun narasi permainan, mempertahankan kepercayaan, dan menciptakan hiburan. Komunikasi yang berlangsung tidak bersifat satu arah, melainkan timbal balik, penuh improvisasi, dan terstruktur sesuai dinamika kelompok.

Gaya komunikasi menjadi elemen penting dalam episode ini karena berfungsi sebagai jembatan antara interaksi internal kelompok dan persepsi penonton. Dalam konteks *variety show*, strategi permainan semata tidak cukup untuk mempertahankan keterlibatan. Dibutuhkan gaya komunikasi yang ekspresif, meyakinkan, sekaligus menghibur agar audiens merasa dekat dengan para pemain. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, ditemukan lima gaya komunikasi utama yang menonjol ialah *Attentive Style*, *Animated Style*, *Impression-Leaving Style* dan *Open Style*. Gaya-gaya ini tidak berdiri sendiri, melainkan saling melengkapi, membentuk pola komunikasi yang cair, adaptif, dan relevan dengan situasi kompetitif permainan.

Gaya animatif atau *Animated Style* terlihat jelas dan konsisten, SEVENTEEN banyak menggunakan gerakan tubuh yang ekspresif, mimik wajah yang bervariasi, serta intonasi yang penuh warna. Gaya animatif ini memperlihatkan bagaimana komunikasi nonverbal berperan penting dalam membangun makna, bahkan lebih kuat daripada ujaran verbal. Gaya komunikatif atau *Attentive Style*, dimana SEVENTEEN selama sesi diskusi mereka mendengarkan lawan bicara dengan seksama, lalu memberikan tanggapan yang tepat. Dalam dinamika permainan, gaya ini membantu menjaga keseimbangan interaksi, mencegah dominasi komunikasi sepihak, serta menumbuhkan kesan rasional. Informan wawancara juga menilai gaya ini memberi warna lain pada interaksi karena menghadirkan kontras dengan gaya dramatis dan animatif yang cenderung heboh.

Selain itu, beberapa anggota juga menunjukkan *Impression-Leaving Style*, yakni cara berkomunikasi yang khas dan mudah diingat. Gaya ini menegaskan bahwa komunikasi bukan hanya tentang isi pesan, tetapi juga tentang bagaimana pesan itu dikemas sehingga membekas dalam ingatan audiens. *Open Style* juga muncul dalam interaksi beberapa anggota, terutama ketika mereka menampilkan keaslian diri tanpa pencitraan. SEVENTEEN memperlihatkan sikap terbuka dengan menunjukkan perasaan jujur, baik berupa rasa gugup, canggung, maupun komentar spontan. Gaya ini menciptakan kesan autentik yang membuat penonton merasa lebih dekat secara emosional. Sikap terbuka tersebut membangun hubungan yang lebih manusiawi antara idol dan audiens, karena memperlihatkan sisi yang tidak hanya dipoles untuk keperluan hiburan. *Open Style* ini sesuai dengan teori Norton yang menekankan pentingnya kejujuran dan transparansi dalam membangun kedekatan interpersonal.

Semua gaya komunikasi tersebut beroperasi dalam ruang digital yang dipengaruhi oleh karakteristik media baru. Platform YouTube memungkinkan episode ini dikonsumsi secara luas, ditanggapi dengan komentar, bahkan diproduksi ulang oleh penggemar melalui potongan video, meme, atau ulasan. Dengan demikian,



gaya komunikasi para anggota tidak hanya berhenti di dalam permainan, tetapi juga berkembang menjadi bagian dari interaksi digital antara SEVENTEEN dan audiens global.

Pola interaksi yang terbentuk menunjukkan adanya pergeseran peran dalam komunikasi hiburan digital. SEVENTEEN tidak hanya tampil sebagai pemain dalam sebuah konten, tetapi juga sebagai komunikator yang mengelola citra, membangun cerita, dan menjaga keterlibatan audiens. Penonton di sisi lain tidak sekadar menjadi konsumen, melainkan juga partisipan aktif yang memberikan komentar, membuat interpretasi, hingga menyebarkan ulang momen tertentu. Hal ini memperlihatkan bahwa gaya komunikasi bukan sekadar teknik berinteraksi, tetapi strategi sosial yang menciptakan keterhubungan, memperluas jangkauan, dan memperkuat loyalitas audiens.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa gaya komunikasi SEVENTEEN dalam episode "Don't Lie II" adalah kombinasi antara ekspresi verbal dan nonverbal yang dinamis, kreatif, dan adaptif. Keberagaman gaya komunikasi tidak hanya memperlihatkan kepribadian masing-masing anggota, tetapi juga berfungsi sebagai strategi hiburan digital yang membuat konten *Going Seventeen* relevan, menarik, dan mampu menjangkau audiens di luar fandom inti.

KESIMPULAN

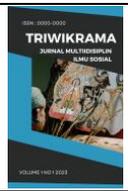
Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi anggota boygroup SEVENTEEN dalam episode "Don't Lie II" program *Going Seventeen* bukan sekadar elemen hiburan, tetapi juga menjadi bentuk komunikasi digital yang kompleks dan strategis. Anggota tidak hanya memainkan peran dalam sebuah permainan deduksi, melainkan juga membangun interaksi yang khas dengan gaya komunikasi masing-masing untuk menciptakan suasana kompetitif sekaligus menghibur. Pola komunikasi ini memperlihatkan bagaimana hiburan digital dapat berfungsi sebagai ruang sosial tempat pesan, relasi, dan identitas dinegosiasikan secara terbuka di hadapan audiens global.

Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini menemukan empat gaya komunikasi utama berdasarkan Norton yaitu, *Attentive Style*, *Animated Style*, *Impression-Leaving Style* dan *Open Style*. Karakteristik media baru yang dimiliki YouTube memungkinkan gaya komunikasi tersebut tidak berhenti pada interaksi di dalam episode, melainkan juga diperluas melalui komentar, potongan video, hingga diskusi di kalangan penggemar. Interaksi ini menjadikan penonton bukan hanya konsumen pasif, tetapi juga partisipan aktif yang menginterpretasikan, mendistribusikan ulang, bahkan membentuk narasi baru dari konten yang ditampilkan. Dalam konteks ini, hubungan antara idol dan audiens tidak lagi bersifat hierarkis, melainkan lebih dialogis dan kolaboratif.

Penelitian ini menegaskan bahwa gaya komunikasi SEVENTEEN berperan penting dalam membangun pengalaman menonton yang emosional, interaktif, dan autentik. Lebih jauh, gaya komunikasi tersebut memperlihatkan strategi hiburan digital yang efektif dalam mempertahankan keterlibatan penonton sekaligus memperkuat identitas kelompok di ruang publik global. Temuan ini memperkaya pemahaman mengenai praktik komunikasi dalam budaya populer berbasis media baru, serta membuka peluang bagi penelitian selanjutnya untuk menelaah perbandingan lintas grup, resepsi audiens internasional, atau peran gaya komunikasi dalam strategi branding digital K-pop

REFERENSI

- ARIFFINA, F. (2023). *ANALISIS GAYA KOMUNIKASI NAJWA SHIHAB PADA PROGRAM SHIHAB & SHIHAB*.
- Sukmana, O., Komalawati, E., & Yuliasari, I. (2024). Gaya Komunikasi Publik Joko Widodo dalam Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. *Transparansi: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 6(2), 291–304.



<https://doi.org/10.31334/transparansi.v6i2.3608>

Faidlatul Habibah, A., & Irwansyah, I. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350–363. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255>

Saifulloh, M., & Hariyanto, D. (2024). Youtube Media Komunikasi dan Bisnis Milenial. In *INTELEKTUALITAS : Jurnal Penelitian Lintas Keilmuan* (Issue 1).

Sukmana, O., Komalawati, E., & Yuliasari, I. (2024). Gaya Komunikasi Publik Joko Widodo dalam Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. *Transparansi: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 6(2), 291–304. <https://doi.org/10.31334/transparansi.v6i2.3608>