E-ISSN: 3031-8521
P-ISSN: 3032-1867

Halaman 270-279
Volume 3 Nomor 1 Tahun 2026

Retorika Digital dan Persuasi Publik: Analisis *Public Speaking* Maudy Ayunda pada Kanal YouTube @MaudyAyunda

Maria Sinaga[1], Suci Shinta Lestari[2], M. Hanif Ahda[3]

[1,2,3]Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Teknik, Universitas Abdurrab, Pekanbaru, Indonesia
e-mail: maria.sinaga@student.univrab.ac.id

Abstrak

Penelitian Transformasi teknologi komunikasi digital menggeser kultur *public speaking* dari panggung fisik formal menuju media interaktif di platform digital seperti YouTube. Figur publik memanfaatkannya sebagai sarana persuasi dan konstruksi *personal branding*. Penelitian ini menganalisis secara kritis keterlibatan pilar Retorika Aristoteles (*ethos*, *logos*, *pathos*) serta performativitas penyampaian (*delivery style*) Maudy Ayunda pada kanal YouTube @MaudyAyunda. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*), data primer diekstraksi dari tiga korpus video representative yang dipilih melalui teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria durasi tayang dan performa penayangan (video terlama, terbaru, dan terpopuler). Hasil penelitian menunjukkan sintesis retorika digital yang solid: *ethos* dikonstruksi melalui kredibilitas kualifikasi akademik (Oxford dan Stanford) serta reputasi publik etis sebagai Juru Bicara Presidensi G20 Indonesia; *logos* diwujudkan dalam pengorganisasian ide yang rasional, terstruktur, dan didukung rujukan literatur populer seperti analisis metode *90-90-1 rule* dari buku *The 5 AM Club*; sementara *pathos* dibangun lewat penggunaan pro-demokratis kata ganti inklusif "kita", strategi *self-disclosure* yang artikulatif, serta ekspresi emosional yang hangat. Pengaturan paralinguistik (intonasi dan jeda) serta aksentuasi kinesik yang terukur kian mengukuhkan model *public speaking* edukatif-inspiratif yang relevan bagi audiens generasi muda.

Kata Kunci: *Public Speaking, Retorika Digital, Ethos Logos Pathos, Analisis Isi, Maudy Ayunda.*

Abstract

The transformation of digital communication technology has shifted public speaking culture from formal physical stages to interactive digital media platforms such as YouTube. Public figures utilize these media as channels for persuasion and personal branding construction. This study critically analyzes the engagement of Aristotelian rhetorical pillars (ethos, logos, pathos) and the delivery performance of Maudy Ayunda

on the YouTube channel @MaudyAyunda. Employing a qualitative descriptive approach via qualitative content analysis, primary data were extracted from three representative video corpora selected through purposive sampling based on upload chronology and viewership metrics (oldest, newest, and most popular content). The findings reveal a robust synthesis of digital rhetoric: ethos is constructed through academic credibility (Oxford and Stanford alumnus) and an ethical public reputation as the G20 Indonesia Spokesperson; logos is articulated through rational, structured message organization supported by popular literary references such as the 90-90-1 rule from The 5 AM Club; while pathos is fostered through the pro-democratic use of the inclusive pronoun "we/kita", expressive self-disclosure, and warm emotional resonance. Paralinguistic modulation (intonation and pausing) combined with measured kinesic accents reinforce an educational-inspiring public speaking model tailored for young digital audiences.

Keywords: *Public Speaking, Digital Rhetoric, Ethos Logos Pathos, Content Analysis, Maudy Ayunda.*

LATAR BELAKANG

Kemajuan lanskap komunikasi digital telah meredefinisi tata cara artikulasi gagasan di ruang publik. Public speaking, yang secara historis terikat pada struktur panggung fisik, mimbar formal, dan pola interaksi searah, kini mengalami konvergensi dengan media baru (new media) berbasis alir video (Andzani, 2023; Tawaqal & Meltareza, 2022). Platform YouTube menghadirkan ekosistem komunikasi yang memungkinkan seorang pembicara publik mengemas pesan yang kompleks ke dalam format yang dinamis, personal, dan terakses secara lintas batas (Kaplan & Haenlein, 2010; Priyono, 2022). Perubahan moda penyampaian ini menuntut restrukturisasi teknik retorika agar tetap relevan dengan karakteristik audiens digital yang cenderung menyukai konten visual, interaktif, dan aplikatif.

Dalam konteks komunikasi massa di Indonesia, kemunculan pembuat konten berbasis figur publik menandai pergeseran gaya persuasi publik. Tokoh-tokoh muda seperti Maudy Ayunda, Najwa Shihab, dan Cinta Laura menjadi komunikator yang intens membagikan diskursus edukasi, produktivitas, serta isu sosial. Di antara jajaran komunikator digital tersebut, Maudy Ayunda menampilkan persona pembicara yang khas. Berbekal rekam jejak akademik di Universitas Oxford dan Universitas Stanford serta pengalamannya di dunia seni dan aktivisme sosial, Maudy membangun gaya tutur yang memadukan kedalaman intelektual dengan kehangatan interpersonal. Keberhasilannya memediasi isu-isu publik tampak nyata ketika ia dipercaya menjabat sebagai Juru Bicara Presidensi G20 Indonesia 2021–2022. Pada kanal YouTube pribadinya (@MaudyAyunda) yang menjangkau lebih dari satu juta pengikut, Maudy secara konsisten menyajikan narasi pengembangan diri dan ulasan buku yang dikemas melalui performa public speaking bermutu tinggi.

Meskipun perhatian akademisi terhadap fenomena media sosial cukup masif, kajian empiris yang membedah public speaking digital melalui lensa retorika klasik masih memiliki celah (research gap). Sebagian besar studi terdahulu cenderung memusatkan

perhatian pada aspek strategi personal branding selebriti di media visual (Soraya, 2017), gaya komunikasi berorientasi improvisasi hiburan seperti teknik riffing komika (Tanjung, 2023), atau analisis retorika formal pada media sosial Instagram (Kurniawati, 2021). Kajian yang secara khusus menganalisis struktur persuasi dan performativitas penyampaian pesan tokoh inspiratif di YouTube dengan kerangka Retorika Aristoteles masih belum banyak dieksplorasi secara mendalam.

Untuk mengisi ruang kosong ilmiah tersebut, penelitian ini menerapkan Teori Retorika Klasik Aristoteles yang memetakan persuasi ke dalam tiga pilar konseptual: ethos (kredibilitas dan karakter moral pembicara), logos (kerangka berpikir logis dan pembuktian argumentatif), serta pathos (pengolahan emosi dan kedekatan dengan audiens) (Basabasi, 2024; Herrick, 2017). Landasan teoritis ini diperkaya dengan prinsip-prinsip public speaking modern mengenai penyampaian pesan verbal, vokal, dan kinesik (Lucas, 2019; Zarefsky, 2018). Rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah: Bagaimana artikulasi retorika (ethos, logos, pathos) dan performativitas public speaking Maudy Ayunda pada kanal YouTube @MaudyAyunda? Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan struktur persuasi dan teknik komunikasi Maudy Ayunda sebagai rujukan konseptual maupun praktis dalam pengembangan retorika digital di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mempraktikkan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif untuk mengeksplorasi makna, pola tutur, dan performativitas komunikasi dalam konteks alamiah media digital (Niam et al., 2024). Jenis penelitian yang diterapkan adalah analisis isi kualitatif (qualitative content analysis) yang dipadukan dengan studi kepustakaan (library research) (Ramdhan, 2021). Data primer berupa data audio-visual, rekaman kebahasaan, intonasi vokal, serta ekspresi kinesik Maudy Ayunda yang diekstraksi langsung dari kanal YouTube @MaudyAyunda. Sementara itu, data sekunder mencakup teks-teks ilmiah, rujukan buku public speaking, dan dokumen pendukung yang relevan.

Subjek penelitian ini adalah pembawaan Maudy Ayunda sebagai pembicara publik digital, sedangkan objek penelitian difokuskan pada elemen retorika (ethos, logos, pathos) serta keterampilan teknis verbal, vokal, dan non-verbal. Penentuan sampel video menggunakan teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan keberagaman topik, kronologi penayangan, serta respons audiens. Kriteria pemilihan menghasilkan tiga korpus video representative sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Korpus Video Sampel Kanal YouTube @MaudyAyunda

No	Judul Video	Kategori Sampel	Tanggal Rilis	Durasi	Jumlah Penayangan
1	*Rahasia Orang Sukses Bangun*	Korpus Terlama / *Booklist*	10 Februari 2022	07:20	3.339.456

	Jam 5 Pagi?! Maudy Ayunda's Booklist				
2	*How I Recharge*	Korpus Terbaru / *Self-Reflection*	30 Mei 2025	09:56	62.018
3	*First Trip to Korea! – Maudy Ayunda and Mas Oppa*	Korpus Terpopuler / *Vlog*	06 September 2022	25:13	5.209.709

Sumber: Akun YouTube @MaudyAyunda (Data diolah, 2025)

Pengumpulan data dilaksanakan melalui prosedur symbol coding Lasswell berbasis pengamatan tertulis dan dokumentasi audiovisual (Yuris, 2016). Seluruh korpus video ditranskripsikan secara verbatim, kemudian diurai menggunakan teknik analisis data kualitatif Saebani (2013, dalam Soraya, 2017) melalui tiga tahapan sistematis: (1) reduksi data meliputi koding indikator retorika dan pengelompokan tematis ucapan; (2) penyajian data dalam bentuk matriks analitis dan narasi deskriptif yang kohesif; serta (3) penarikan kesimpulan secara induktif berdasarkan sintesis kerangka Retorika Aristoteles.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengamatan mendalam terhadap korpus video sampel menunjukkan bahwa efektivitas public speaking Maudy Ayunda di platform YouTube bertumpu pada pengintegrasian yang harmonis antara tiga pilar Retorika Aristoteles—ethos, logos, dan pathos—yang ditopang oleh penguasaan aspek teknis paralinguistik dan kinesik.

Konstruksi Pilar Retorika Aristoteles

Ethos: Proyeksi Kredibilitas dan Karakter Pembicara

Dalam teori retorika klasik, ethos merupakan fondasi utama persuasi yang berkaitan dengan tingkat kepercayaan audiens terhadap karakter, kapasitas intelektual, dan integritas komunikator (Aisyah, 2022; Basabasi, 2024). Pada ruang digital YouTube, ethos Maudy Ayunda terpancar dari perpaduan antara kualifikasi formal dan reputasi publik yang konsisten.

Secara intelektual, kualifikasi akademik Maudy sebagai lulusan Sarjana Philosophy, Politics, and Economics (PPE) Universitas Oxford serta pemegang dua gelar Master (M.B.A. dan M.A.) dari Universitas Stanford membentuk perceived authority yang kuat. Pengalamannya menjabat sebagai Head of Speakers pada Oxford Economics Society membuktikan bahwa kapasitas bicaranya telah teruji di forum internasional. Legitimasi ini kian kukuh saat ia dipercaya menjadi Juru Bicara

Presidensi G20 Indonesia serta masuk dalam pemetaan Forbes 30 Under 30 Asia (2021). Dalam setiap tayangan video, reputasi institusional tersebut melekat secara implisit, sehingga gagasan produktivitas yang disampaikannya diterima audiens bukan sebagai asumsi semata, melainkan sebagai nasehat dari figur yang teruji.

Di samping kredibilitas akademik, Maudy menampilkan ethos moral melalui kesantunan tutur kata dan ekspresi yang tidak patronizing (tidak menggurui). Pembawaannya yang tenang dan berwibawa menciptakan impresi kepribadian yang etis (moral character), di mana audiens merasa dihargai sebagai mitra dialog edukatif.

Logos: Koherensi Argumentasi dan Struktur Diskursus

Logos merepresentasikan dimensi rasionalitas pesan, di mana pembicara membagikan pembuktian logis, alur penalaran yang runtut, serta data empiris yang teruji (Herrick, 2017; Zarefsky, 2018). Maudy Ayunda memperlihatkan penguasaan logos yang matang dengan menstrukturkan setiap penjelasan ke dalam poin-poin yang sistematis dan berbasis rujukan literatur.

Penalaran terstruktur ini nampak jelas pada video Rahasia Orang Sukses Bangun Jam 5 Pagi?!. Maudy tidak sekadar menganjurkan audiens untuk bangun pagi, melainkan membedah kerangka berpikir ilmiah dari buku The 5 AM Club karya Robin Sharma. Ia mentransformasikan ide-ide abstrak menjadi langkah konseptual yang operasional melalui skema 90-90-1 rule:

"Rules yang kedua, 90-90-1. Nah intinya dalam 90 hari kedepan kita harus menggunakan 90 menit pertama di pekerjaan untuk mengerjakan hal yang prioritas dan sangat berdampak..."

Demikian pula pada video How I Recharge, Maudy menyusun argumentasi rasional dalam meluruskan stigma masyarakat mengenai tipe kepribadian introvert dan extrovert. Ia memaparkan bahwa pembeda utama kedua kepribadian tersebut bukan terletak pada sifat cerewet atau pemalu, melainkan pada mekanisme pemulihan energi (energy recharge):

"Aku merasa kadang orang tuh suka banget mengotak-ngotakkan antara introvert atau ekstrovert... padahal sebenarnya lebih kompleks dari itu. Introvert sama ekstrovert itu tentang cara kita mengisi ulang energi kita."

Struktur berpikir logis ini berlanjut saat ia memperkenalkan teknik manajemen batas diri (temporary rejection) untuk memegang kendali atas situasi (control of the situation). Alur penalaran yang runtut dari identifikasi masalah, penjelasan konsep teoritis, hingga penawaran solusi konkret menjadi bukti bahwa narasi Maudy dibentuk oleh logika (logos) yang kokoh.

Pathos: Resonansi Emosional dan Keterlibatan Audiens

Pathos mengacu pada kemampuan komunikator untuk menyentuh afeksi audiens, membangun ikatan emosional, serta menumbuhkan empati (Dow, 2015). Meskipun menyampaikan topik-topik bernuansa akademik dan filosofis, Maudy Ayunda berhasil mencegah kesan kaku dengan mengorientasikan perbincangan pada dimensi pathos.

Strategi verbal utama yang digunakannya adalah indeksikalitas inklusif melalui pemilihan kata ganti ganda "kita". Penggunaan kata "kita" menggantikan kata ganti tunggal "saya" atau "kalian" secara psikologis meruntuhkan hirarki antara pembicara dan penonton, sehingga pesan terasa sebagai agenda bersama:

"Dan untuk menjadi orang yang efektif, kita harus membuang semua lapisan yang rumit... kita tuh bisa sederhanaan proses-proses yang rumit."

Selain itu, Maudy menerapkan teknik keterbukaan diri (self-disclosure) yang transparan. Pada korpus How I Recharge, ia tanpa ragu membagikan momen-momen kerentanan pribadinya saat mengalami kejenuhan (burnout):

"Anyway, hari ini yang pengen aku bahas adalah beberapa hal yang aku lakuin buat recharge... karena aku pernah sering bangetlah gitu momen-momen dimana aku akhirnya kewalahan..."

Pengakuan jujur ini membangkitkan empati dan kenyamanan bagi audiens muda yang kerap menghadapi tekanan serupa. Sementara pada korpus First Trip to Korea!, dimensi pathos dihadirkan lewat kejujuran ekspresi kegembiraan seperti ucapan "So far, ya ampun airport-nya bersih banget..." dan "I really love this vibe", yang membawa penonton larut dalam ruang emosional yang hangat dan akrab.

Performativitas Kebahasaan dan Teknik Penyampaian *(Delivery Style)*

Keberhasilan retorika Maudy Ayunda tidak lepas dari performativitas fisik dan kebahasaan yang disajikan secara terukur sebagaimana dirangkum pada Tabel 2.

Tabel 2. Matriks Analisis Performativitas Kebahasaan dan Non-Verbal Maudy Ayunda

Dimensi Performativitas	Elemen Analisis	Manifestasi Komunikasi dalam Korpus Video
Gaya Bahasa (Verbal)	Diksi & Campur Kode (Code-Mixing)	Penggunaan Bahasa Indonesia baku yang luwes dipadu istilah Bahasa Inggris secara alami (natural code-mixing). Mengeliminasi jargon akademis yang sukar dipahami.
Paralinguistik (Vokal)	Modulasi & Tempo	Intonasi dinamis dengan aksentuasi nada pada poin kunci; artikulasi jernih; tempo bicara sedang (moderate pace); pemanfaatan jeda strategis (pausing).

Kinesik (Non-Verbal)	Kontak Mata & Gestur	Kontak mata konstan mengarah ke lensa kamera (simulated eye-contact); senyuman hangat; gestur tangan simetris dan terukur untuk memperjelas narasi.

Artikulasi Verbal dan Campur Kode *(Code-Mixing)*

Pola berbahasa Maudy Ayunda mencerminkan gaya masyarakat urban berpendidikan tinggi di Indonesia. Ia memadukan Bahasa Indonesia baku berlaras komunikatif dengan campur kode (code-mixing) Bahasa Inggris seperti recharge, temporary rejection, atau control of the situation. Penggunaan alih bahasa ini dilakukan secara alami tanpa kesan pamer, melainkan berfungsi sebagai instrumen presisi untuk menjelaskan konsep-konsep yang belum memiliki padanan kata yang pas dalam Bahasa Indonesia.

Pengolahan Paralinguistik dan Dinamika Vokal

Modulasi vokal Maudy tergolong sangat teratur. Ia mengontrol artikulasi nada suara agar tetap jernih dan bernada sedang (chest tone), menghindarkan suara melengking atau terlalu pelan. Kecepatan bicaranya konsisten pada tempo sedang, memberikan ruang bagi pendengar untuk menyerap informasi. Maudy juga secara cerdas memanfaatkan jeda strategis (strategic pause) persis sebelum menyampaikan penekanan gagasan, sehingga menciptakan efek antisipasi visual dan auditori pada penonton.

Penanda Kinesik dan Prosemik Digital

Secara non-verbal, Maudy memanfaatkan kamera sebagai lawan bicara langsung. Dengan mempertahankan kontak mata konstan ke arah lensa (direct eye-contact), ia membangun prosemik digital yang intim, seolah-olah perbincangan berlangsung dalam jarak dekat (face-to-face simulation). Senyuman yang lepas dan gerakan tangan (hand gestures) yang adaptif melengkapi penyampaian pesan, menjadikan seluruh perawakan fisiknya konsisten dengan pesan rasional dan emosional yang diusungnya.

Diskusi Komparatif Retorika Digital

Hasil analisis menegaskan bahwa gaya public speaking Maudy Ayunda di YouTube menghadirkan paradigma baru dalam retorika digital di Indonesia. Jika disandingkan dengan penelitian terdahulu, tampak dinamika komparatif sebagai berikut:

Komparasi dengan Studi Kurniawati (2021): Penelitian pada akun Instagram Najwa Shihab menampakkan karakter retorika yang lugas, kritis, dan berorientasi

pada investigasi politik melalui penguasaan Inventio dan Elocutio. Sebaliknya, Maudy Ayunda mengorientasikan retorika digitalnya pada ranah edukasi kepribadian dan produktivitas, di mana ethos akademik dan pathos kehangatan personal menjadi pendorong utama persuasi.

Komparasi dengan Studi Tanjung (2023): Pada penelitian panggung stand-up comedy, komika mengandalkan teknik riffing dan improvisasi spontan untuk memicu gelak tawa audiens. Berbeda dengan konteks hiburan tersebut, Maudy Ayunda menerapkan gaya pidato ekstemporan (extemporaneous style) di mana kerangka berpikir (logos) telah dirancang secara matang berbasis referensi bacaan baku.

Komparasi dengan Studi Sulaiman & Anisah (2019): Pengkajian public speaking kepala sekolah di dunia nyata menyoroti kepatuhan pada protokol formal pidato tatap muka. Maudy Ayunda berhasil mendekonstruksi kekakuan pidato formal tersebut menjadi bentuk retorika digital yang lebih fleksibel, akrab, dan kaya akan estetika audio-visual (multimodal presentation).

Dengan demikian, Maudy Ayunda membuktikan bahwa penyampaian pesan bernilai intelektual tinggi tidak harus disajikan secara kaku atau membosankan. Sintesis antara bobot akademik (intellectual depth) dan fleksibilitas media sosial (digital friendliness) menjadi kunci keberhasilan retorika persuasi publik di era modern.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, keterampilan public speaking Maudy Ayunda pada kanal YouTube @MaudyAyunda menunjukkan kemampuan komunikasi yang efektif melalui penerapan unsur ethos, logos, dan pathos dalam Retorika Aristoteles. Ketiga unsur tersebut tidak digunakan secara terpisah, tetapi saling mendukung dalam membentuk penyampaian pesan yang kredibel, rasional, dan mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens. Aspek ethos terlihat dari kredibilitas Maudy Ayunda yang didukung oleh latar belakang pendidikan di Oxford dan Stanford, reputasinya sebagai figur publik, serta pembawaan yang tenang dan berwibawa. Kredibilitas tersebut membantu membangun kepercayaan audiens terhadap pesan yang disampaikan.

Aspek logos tampak melalui penyusunan gagasan yang runtut, argumentasi yang logis, serta penggunaan referensi ilmiah dan sumber populer yang relevan. Struktur penyampaian tersebut membuat informasi lebih mudah dipahami dan memberi dasar rasional bagi audiens untuk menerima gagasan yang disampaikan. Sementara itu, aspek pathos terlihat dari penggunaan kata ganti inklusif seperti “kita”, keterbukaan diri atau self-disclosure, kontak mata, ekspresi wajah, serta intonasi yang hangat. Unsur tersebut membangun hubungan yang lebih personal antara komunikator dan penonton. Efektivitas retorika Maudy Ayunda juga diperkuat oleh penggunaan bahasa yang lugas, modulasi suara yang dinamis, dan gestur yang sesuai dengan isi pesan. Kombinasi tersebut membentuk karakter retorika digital edukatif yang relevan bagi audiens generasi muda.

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi komunikator publik, akademisi, maupun pembuat konten dalam merancang komunikasi digital yang tidak hanya informatif, tetapi juga persuasif dan mudah diterima audiens. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan perspektif audiens melalui pendekatan audience reception analysis untuk mengetahui bagaimana unsur ethos, logos, dan pathos dipersepsikan oleh kelompok penonton yang berbeda. Penelitian berikutnya juga dapat membandingkan gaya retorika Maudy Ayunda pada YouTube, TikTok, Instagram, atau komunikasi tatap muka. Penggunaan teori lain seperti Framing Theory atau Uses and Gratifications juga dapat memperluas analisis mengenai cara pesan dibentuk, dikonsumsi, dan dimaknai oleh audiens dalam media digital.

DAFTAR REFERENSI

Aisyah, M. (2022). Ethos, pathos, logos dan komunikasi publik: A systematic literature review. Jurnal Darma Agung, 30(3), 442–469.

Akbar, A. (2018). Efektifitas YouTube sebagai media penyebaran informasi studi pada Serambi On TV (Skripsi tidak diterbitkan). Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh.

Andzani, D. (2023). Dinamika komunikasi digital: Tren, tantangan, dan prospek masa depan. Jurnal Syntax Admiration, 4(11), 1964–1976.

Basabasi. (2024). Retorika seni berbicara Aristoteles. Yogyakarta: Basabasi.

Datu, Y. A. (2024). Buku ajar public speaking. Medan: PT Media Penerbit Indonesia.

Dow, B. J. (2015). Historical and critical research in public communication. New York: Routledge.

Dunar, H. (2015). My public speaking. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Fahruji, D., & Fahrudin, A. (2023). Pemanfaatan media sosial dalam kampanye politik menjelang Pemilu 2024: Studi kasus tentang akun media sosial partai politik dan politisi. JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan), 6(2), 118–132.

Firdaus, A. F., Ramdani, S. R. S., & Ramdona, S. S. (2024). Public speaking, pintar komunikasi dalam era 5.0. Jurnal Pengabdian Masyarakat: IJTIMA', 1(2), 69–74.

Fitria, E. M. (2015). Dampak online shop di Instagram dalam perubahan gaya hidup konsumtif perempuan shopaholic di Samarinda. eJurnal Ilmu Komunikasi, 3(1), 1–14.

Hamid, F. (2016). Motif pemilihan metode penelitian dalam penyusunan skripsi (Studi pada mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta). Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial, 5(3), 280–289.

Herrick, J. A. (2017). The history and theory of rhetoric: An introduction (6th ed.). New York: Routledge.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons, 53(1), 59–68.

Kurniawati, K. (2021). Analisa kemampuan public speaking Najwa Shihab melalui akun Instagram @najwashihab (Skripsi tidak diterbitkan). Universitas Abdurrab, Pekanbaru.

Lucas, S. E. (2019). The art of public speaking (13th ed.). New York: McGraw-Hill

Education.
Morissan. (2013). Teori komunikasi: Individu hingga massa. Jakarta: Kencana.
Niam, M. F., et al. (2024). Metode penelitian kualitatif. Jawa Barat: Widina Media Utama.
Priyono, P. E. (2022). Komunikasi dan komunikasi digital. Medan: Guepedia.
Ramdhan, M. (2021). Metode penelitian. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
Soraya, I. (2017). Personal branding Laudya Cynthia Bella melalui Instagram (Studi deskriptif kualitatif pada akun Instagram @bandungmakuta). Jurnal Komunikasi, 8(2), 121–138.
Sulaiman, A., & Anisah, N. (2019). Analisis kemampuan public speaking kepala sekolah tingkat SMP Negeri di Kota Banda Aceh. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, 4(2), 1–15.
Tanjung, A. S. (2023). Analisis teknik riffing public speaking komika Ramos Ambarita dalam menarik minat audiens untuk menonton stand up comedy (Skripsi tidak diterbitkan). Universitas Medan Area, Medan.
Tawaqal, R. S., & Meltareza. (2022). Peran komunikasi digital dalam transformasi public speaking di era modern. Jurnal Media dan Komunikasi, 4(1), 45–56.
Tawaqal, R. S., Poedjadi, M. R., & Silviany, A. E. (2024). Diferensiasi public speaking online di era digitalisasi pasca pandemi Covid-19: Studi kasus pada kalangan dosen di Kota Bandung. MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi, 3(3), 179–191.
Tinambunan, T. M. (2022). Pemanfaatan YouTube sebagai media komunikasi massa dikalangan pelajar. Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi, 5(1), 33–42.
Widiastuti, R. N. (2018). Memaksimalkan penggunaan media sosial dalam lembaga pemerintah. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik.
Yuris, Y. (2016). Metode analisis isi dalam penelitian komunikasi. Jurnal Komunikasi Indonesia, 5(2), 88–97.
Zainal, A. A. (2022). Public speaking cerdas saat berbicara di depan umum. Bandar Lampung: Eureka Media Askara.
Zarefsky, D. (2018). Public speaking: Strategies for success (8th ed.). Boston: Pearson.