

Analisis Retorika Dalam *Public Speaking* Najwa Shihab Sebagai Tokoh Inspiratif Di Indonesia

Yoga Pratama¹, Nurseri Hasnah Nasution², Jufrizal³
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang¹, Dosen Pembimbing²

Corresponding Author: yoga61809@gmail.com, nurserihasnahnasution_uin@radenfatah.ac.id, jufrizal_uin@radenfatah.ac.id.

Published: January , 2026

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji retorika dalam public speaking Najwa Shihab sebagai tokoh inspiratif di Indonesia dengan menyoroti bagaimana gaya komunikasinya menghadirkan penyampaian pesan yang menarik, efektif, dan tidak monoton. Latar belakang penelitian berangkat dari fenomena bahwa audiens kerap merasa bosan ketika mendengarkan pembicara yang cenderung datar, kurang variatif, dan tidak mampu menjaga dinamika retorika untuk mempertahankan perhatian. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya keterampilan retorika yang adaptif dalam konteks komunikasi publik di era digital. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis bentuk retorika yang digunakan Najwa Shihab dan menjelaskan bagaimana elemen-elemen tersebut membentuk citranya sebagai figur inspiratif. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi deskriptif serta pemilihan sampel melalui purposive sampling terhadap tiga video yang dianggap representatif. Analisis mencakup pengamatan terhadap ethos, pathos, dan logos, sekaligus menelaah narasi, intonasi, ekspresi, serta interaksi audiens sebagai bagian dari praktik retorika digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Najwa Shihab mampu memadukan kredibilitas profesional, kepekaan emosional, dan penalaran logis sehingga setiap pesan tersampaikan secara jelas, hidup, dan bermakna. Integrasi antara retorika klasik dan retorika digital menjadikan penyampaiannya dinamis, relevan, dan mudah diterima oleh audiens yang beragam. Temuan penelitian ini menegaskan bahwa kekuatan retorika tersebut berkontribusi signifikan dalam membangun persepsi publik terhadap dirinya sebagai tokoh inspiratif yang mampu memengaruhi cara pandang serta kesadaran masyarakat melalui komunikasi yang terstruktur, bernilai, dan menyentuh dimensi kemanusiaan. Selain itu, penelitian ini menyoroti relevansi gaya komunikasi Najwa Shihab dalam lingkungan media digital yang terus berkembang, sehingga temuan yang dihasilkan dapat menjadi rujukan bagi studi komunikasi publik di konteks modern yang semakin dinamis dan kompetitif kini.

Kata Kunci: Najwa Shihab, *Public Speaking*, Retorika.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Dalam era komunikasi modern, kemampuan berbicara di depan publik menjadi salah satu keterampilan penting yang menentukan efektivitas penyampaian pesan. Seorang komunikator tidak hanya dituntut mampu menyampaikan informasi dengan jelas, tetapi juga harus dapat menarik perhatian audiens agar pesan yang disampaikan mampu diterima dan diingat dengan baik. Namun, fenomena yang sering terjadi di masyarakat adalah pembicara/komunikator yang masih menyampaikan pesan secara monoton, tanpa variasi intonasi, ekspresi, maupun struktur retorika yang memikat. Akibatnya, audiens sering merasa bosan dan kehilangan fokus terhadap pesan yang disampaikan. Dalam konteks ini, retorika memiliki peran penting sebagai seni berbicara yang bertujuan untuk memengaruhi, menggerakkan, dan menginspirasi pendengar. Dalam Sejarah pemikiran klasik, Aristoteles membagi retorika menjadi tiga elemen utama, yaitu ethos (kredibilitas pembicara), pathos (daya tarik emosional), dan logos (logika atau argumentasi).

Najwa Shihab yang lahir pada 16 September 1977 di Makassar, Sulawesi Selatan, merupakan salah seorang tokoh inspiratif di Indonesia yang dikenal memiliki kemampuan retorika dan *public*

speaking yang khas. Melalui program televisi dan kanal digital seperti Mata Najwa, ia sering menampilkan gaya komunikasi yang tegas, logis, dan menggugah emosional audiens. Najwa tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengajak audiens untuk berpikir kritis dan peduli terhadap isu-isu sosial. Gaya komunikasi Najwa Shihab ditandai oleh narasi yang kuat, ritme intonasi yang konsisten, dan ekspresi wajah yang penuh makna. Kombinasi tersebut menciptakan daya tarik emosional yang membuat audiens merasa terlibat secara mental dan efektif. Melalui gestur yang natural dan pilihan kata yang tajam, Najwa mampu menjaga interaksi dengan audiens, menjadikan komunikasi yang dibangun terasa hidup dan autentik.

Hal ini menjadikannya sebagai salah satu tokoh inspiratif di Indonesia yang berhasil memanfaatkan kekuatan retorika dalam membangun kesadaran publik. Najwa Shihab sering dianggap sebagai tokoh inspiratif karena keberaniannya mengkritisi kekuasaan, konsistensinya menjaga integritas jurnalisme, serta kiprahnya dalam membangun literasi publik. Najwa Shihab memiliki pengaruh besar karena kemampuannya menyuarakan isu-isu penting dengan keberanian dan ketegasan.

Pada tahun 2020, Times Indonesia menobatkan Najwa Shihab sebagai salah satu *Millennial Inspirational Figure* karena berhasil menjadi panutan generasi muda dalam hal keberanian bersuara dan kecintaan pada literasi. Dengan reputasi tersebut, Najwa Shihab bukan hanya sekadar jurnalis, tetapi juga ikon publik speaking dan retorika di Indonesia, yang menginspirasi masyarakat terutama generasi muda untuk lebih kritis, cerdas, dan berani menyampaikan gagasan.

Kemampuan berbicara di depan umum atau *public speaking* tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan pesan, tetapi juga untuk membangun hubungan, menanamkan nilai, dan memengaruhi pola pikir audiens. Melalui komunikasi yang efektif, seorang pembicara mampu menciptakan makna dan mendorong tindakan sosial yang positif.

Meningkatnya pengaruh sosok publik seperti Najwa Shihab berkaitan erat dengan perubahan perilaku konsumsi informasi masyarakat Indonesia yang kini banyak bergantung pada media digital. Platform seperti YouTube, Instagram, dan podcast memperluas jangkauan pesan Najwa hingga melintasi generasi, sehingga tetap relevan untuk berbagai latar belakang audiens. Kemampuannya untuk menyesuaikan gaya komunikasi dengan konteks, audiens, dan media yang digunakan mencerminkan fleksibilitas retorika yang dimilikinya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif digunakan karena penelitian ini berfokus pada pemahaman makna, pesan, dan konteks komunikasi yang muncul dalam gaya berbicara Najwa Shihab sebagai tokoh inspiratif. Menurut Sugiyono (2013), penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti merupakan instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, dan analisis data bersifat induktif serta menekankan makna daripada generalisasi. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena retorika *public speaking* Najwa Shihab secara mendalam, bukan untuk menguji hipotesis atau menghasilkan angka statistik.

Pendekatan deskriptif digunakan karena penelitian ini bermaksud untuk menggambarkan dan menjelaskan secara sistematis mengenai unsur-unsur retorika yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos* yang terkandung dalam praktik *public speaking* Najwa Shihab. Peneliti berupaya memaparkan bagaimana ketiga unsur tersebut dimunculkan dalam gaya berbicara, narasi, ekspresi, dan interaksi Najwa dengan audiens. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menafsirkan data secara kontekstual dan mendalam agar dapat menemukan makna komunikasi yang tersembunyi di balik tindakan dan ucapan pembicara.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis isi (*content analysis*). Analisis isi merupakan teknik penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan menarik kesimpulan dari isi pesan komunikasi, baik berupa teks, ujaran, maupun visual. Metode ini sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin mengungkap makna retorik dari pidato, atau tayangan

public speaking Najwa Shihab. Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah (**Purposive Sampling**), yaitu metode pemilihan sampel secara sengaja sesuai karakteristik tertentu yang relevan dengan fokus penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan ini berupaya menjelaskan secara menyeluruh bagaimana retorika *public speaking* Najwa Shihab membentuk sosoknya sebagai tokoh inspiratif di Indonesia. Temuan penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasinya tidak hanya bertumpu pada kemampuan berbicara, tetapi juga pada kepekaan membaca kondisi sosial yang melingkupi sebuah isu. Cara menyampaikan pesan selalu mempertimbangkan nuansa dan dinamika masyarakat. Pendekatan ini membuat pesan terasa relevan dan memiliki kedalaman makna. Kredibilitas ini yang menguatkan pengaruhnya di mata publik. Retorika yang digunakan tampil selaras dengan kebutuhan audiens. Penyampaian pesan dikemas dengan bahasa yang jelas, lembut, dan mudah dicerna, tanpa mengurangi nilai intelektual yang ingin disampaikan. Audiens merasa berinteraksi dan berdialog secara setara, bukan digurui. Pendekatan ini menciptakan kelekatan emosional yang kuat di ranah komunikasi publik. Hubungan komunikatif yang terbangun menempatkan Najwa sebagai figur yang dipercaya karena personal brandingnya yang menginspirasi audiens.

Kesesuaian gaya komunikasinya dengan teori Retorika Digital Carolyn Miller tampak jelas dalam kontennya di ruang digital. Retorika digital menuntut adaptasi pada karakter medium, responsivitas, serta fleksibilitas penyampaian. Najwa mampu memanfaatkan media digital sebagai ruang untuk menghadirkan pesan yang komunikatif dan bermakna. Kepekaannya terhadap format, durasi, dan ritme digital menjadikan penyampiannya lebih efektif. Faktor ini memperkuat daya jangkau retorikanya.

Unsur *ethos* tampil dominan dalam gaya komunikasinya. Kredibilitas dibangun melalui penguasaan materi, konsistensi sikap, dan ketelitian dalam menyampaikan fakta. Ekspresi yang tenang dan bahasa tubuh yang terkendali menegaskan profesionalisme. Audiens melihat sosok yang dapat diandalkan untuk memberikan perspektif objektif atas isu-isu penting. Pada saat yang sama, unsur *pathos* muncul kuat melalui cara mengelola emosi dan empati. Ketika berbicara tentang isu kemanusiaan, narasi disampaikan dengan kehangatan dan kepedulian. Intonasi yang lembut serta pilihan kata yang menyentuh membuat audiens merasakan kedalaman makna pesan. Keterampilan ini menumbuhkan kedekatan emosional yang sulit ditemukan pada komunikator publik lainnya. Sikap empatik memperkuat daya inspirasi. Unsur *logos* hadir melalui struktur penjelasan yang logis, sistematis, dan mudah dipahami. Penyampaian data dan fakta dilakukan dengan runtut sehingga audiens dapat mengikuti alur berpikir dengan jelas. Argumen dijelaskan tanpa kesan rumit, tetapi tetap mempertahankan kualitas analitis. Pendekatan rasional ini menjadikan pesan terasa kokoh dan dapat dipertanggungjawabkan. Harmonisasi antara logika dan kepekaan emosional memberi retorikanya karakter kuat.

Kombinasi antara *ethos*, *pathos*, dan *logos* membentuk retorika yang utuh. Ketiganya saling mendukung dan menghasilkan penyampaian pesan yang efektif dari berbagai aspek. Pendengaran audiens disentuh melalui logika, sementara hati mereka dijangkau melalui kehangatan pesan. Pendekatan komprehensif ini menjadikan retorikanya memiliki dampak jangka panjang. Inilah yang menciptakan kesan mendalam bagi publik. Narasi menjadi pondasi penting dalam gaya retorikanya. Cerita yang disampaikan tidak hanya memaparkan kejadian, tetapi menghubungkan konteks, pengalaman, dan refleksi. Narasi yang mengalir membuat pesan terasa hidup dan dekat dengan audiens. Kekuatan naratif ini mendukung efektivitas retorika digital. Audiens merasa melihat gambaran nyata, bukan sekadar penjelasan. Intonasi menjadi unsur nonverbal yang memperkaya penyampaian. Ketika membahas isu serius, nada suara diatur lebih mantap dan terkontrol. Sebaliknya, ketika berbagi pengalaman personal, nada berubah menjadi hangat dan bersahabat. Pengaturan intonasi yang konsisten memperlihatkan kecermatan dalam berkomunikasi. Hal ini membantu audiens memahami penekanan pesan. Ekspresi wajah dan bahasa tubuh turut memberi warna pada retorikanya. Ekspresi serius muncul saat membahas isu kemanusiaan atau konflik,

sementara senyum dan raut lembut tampil saat menceritakan hal-hal personal. Bahasa tubuh yang stabil mencerminkan ketenangan dan rasa percaya diri. Kombinasi unsur nonverbal ini menambah kekuatan penyampaian. Setiap ekspresi mendukung pesan yang ingin dihadirkan. Interaksi audiens menjadi indikator keberhasilan retorika. Respon yang beragam mulai dari dukungan, kritik konstruktif, hingga refleksi public menunjukkan bahwa audiens terlibat secara aktif. Komentar-komentar tersebut memperlihatkan bahwa pesan tidak hanya diterima, tetapi juga diolah kembali oleh masyarakat. Interaksi dua arah ini mencerminkan karakter retorika digital yang partisipatif. Ruang komunikasi menjadi lebih hidup dan inklusif.

Penelitian terdahulu juga menegaskan bahwa retorika digital menuntut keseimbangan antara logika, empati, dan kredibilitas. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa figur publik yang mampu memadukan ketiga aspek ini memiliki pengaruh lebih besar di ruang digital. Temuan ini selaras dengan karakter retorika Najwa. Pendekatannya menggabungkan analisis rasional dan sentuhan emosional. Temuan terdahulu memperkuat posisi penelitian ini. Temuan penelitian lain mengungkap bahwa komunikator yang menggunakan gaya humanis lebih mudah membangun kepercayaan publik. Pendekatan ini terlihat jelas dalam cara Najwa menyampaikan kritik atau refleksi. Penyampaian dilakukan dengan sopan, lembut, dan penuh pertimbangan. Audiens merasa dihargai sebagai mitra dalam proses komunikasi. Temuan ini memperkuat bahwa retorika humanis memiliki dampak inspiratif.

Kesesuaian antara teori dan temuan lapangan memperlihatkan bahwa retorika digital memberikan ruang bagi kehadiran figur publik yang otentik. Najwa mampu menghadirkan keotentikan tersebut melalui gaya bicara yang natural dan apa adanya. Audiens merasakan kedekatan meski komunikasi berlangsung secara virtual. Hal ini menunjukkan bahwa kehadiran digital dapat sama kuatnya dengan kehadiran langsung. Retorika yang terbentuk menjadi lebih hidup dan jujur.

Retorika inspiratif juga ditunjang oleh kemampuan menempatkan diri secara adaptif dalam berbagai situasi. Ketika membahas isu formal, kehadirannya tampil tegas dan objektif. Ketika berbicara mengenai pengalaman sehari-hari, penyampaiannya lebih santai dan hangat. Adaptabilitas ini membuat komunikasinya terasa autentik. Audiens melihat figur yang mampu menyesuaikan diri tanpa kehilangan karakter. Keteladanan moral muncul dari pilihan sikap dan konsistensi nilai. Najwa menunjukkan keberanian menyuarakan isu-isu publik yang kerap diabaikan. Sikap ini tidak ditampilkan dengan provokasi, tetapi melalui penjelasan yang jernih dan bermartabat. Nilai etis yang dipegang teguh memperkuat daya inspirasinya. Publik menghargai keberanian yang dihadirkan dalam cara yang elegan.

Gaya komunikasinya juga bernuansa edukatif. Pesan yang disampaikan selalu mendorong audiens untuk berpikir lebih dalam mengenai isu-isu sosial. Pendekatan ini tidak hanya memberikan informasi, tetapi mengajak audiens melakukan refleksi kritis. Retorika edukatif ini memberi nilai tambah pada setiap komunikasi. Audiens merasa memperoleh wawasan baru. Integrasi antara pendekatan rasional dan pendekatan emosional menunjukkan bahwa retorika dapat digunakan sebagai alat pembangun kesadaran kolektif. Pesan yang dihadirkan tidak hanya membahas fenomena, tetapi juga mengajak audiens memahami dampaknya pada masyarakat. Pendekatan ini memperluas fungsi retorika dalam konteks sosial. Retorika menjadi sarana membangun kepedulian.

Dalam konteks digital, kemampuan menciptakan ruang komunikasi yang aman dan terbuka menjadi nilai penting. Najwa menghadirkan ruang tersebut melalui gaya bicara yang tidak menghakimi dan memberi kesempatan bagi audiens untuk berpikir. Sikap tenang dan jelas membantu menciptakan rasa nyaman bagi pendengar. Lingkungan komunikasi yang sehat membentuk interaksi yang bernilai. Hal ini memperkuat hubungan antara komunikator dan publik. Keseluruhan temuan memperlihatkan bahwa retorika Najwa Shihab dibangun atas dasar empati, logika, kredibilitas, serta pemahaman mendalam terhadap karakter media digital. Pendekatan yang digunakan selaras dengan teori retorika kontemporer yang menempatkan komunikator sebagai fasilitator makna. Fungsi retorika tidak sekadar menyampaikan pesan, tetapi membangun hubungan, pemahaman, dan inspirasi. Karakter retorika semacam ini sangat relevan dengan kebutuhan masyarakat masa kini.

Pembahasan ini menegaskan bahwa retorika *public speaking* yang digunakan Najwa Shihab merupakan perpaduan antara kemampuan teknis, intuisi, dan nilai moral. Gaya komunikasinya menginspirasi bukan karena retorika yang megah, tetapi karena kedalaman makna dan ketulusan penyampaian. Keberhasilannya memadukan unsur *ethos*, *pathos*, *logos*, serta prinsip retorika digital membuktikan bahwa retorika dapat menjadi sarana pemberdayaan publik. Dengan demikian, rumusan masalah penelitian terjawab secara komprehensif melalui keseluruhan temuan dan analisis.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis retorika dalam *public speaking* Najwa Shihab sebagai tokoh inspiratif di Indonesia, dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasinya terbentuk melalui perpaduan yang harmonis antara kredibilitas, kepekaan emosional, dan struktur penalaran yang logis. Najwa Shihab mampu menghadirkan pesan secara jelas, terukur, dan relevan dengan konteks isu melalui penguasaan materi, penggunaan bahasa yang lugas namun lembut, serta kontrol ekspresi yang konsisten. Pendekatan retorikanya tidak hanya mencerminkan profesionalitas, tetapi juga menunjukkan kedalaman empati dan kepedulian terhadap persoalan sosial yang dibahas. Integrasi antara *ethos*, *pathos*, dan *logos*, ditambah dengan adaptasi terhadap karakter komunikasi digital, menjadikan penyampaian efektif dalam membangun kedekatan psikologis dengan audiens. Temuan ini menegaskan bahwa retorika *public speaking* yang digunakan Najwa Shihab berperan penting dalam membangun citranya sebagai tokoh inspiratif, karena mampu mendorong pemahaman, menggugah perasaan, dan menumbuhkan kesadaran publik melalui komunikasi yang jernih, bernilai, dan bermakna.

REFERENSI

- Anna Gustina Zainal. *Public speaking: cerdas saat berbicara di depan umum*. (Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara, 2022), Cet, ke-1.
- Arisedani, Ni Komang Trisna, dan I Gusti Ayu Vina Widiadnya Putri. 2024. "Code Mixing Used by Niki Zefanya in Najwa Shihab's YouTube Channel." *RETORIKA: Jurnal Ilmu Bahasa* 10, no. 1 (April):
- Aristotle. *Rhetoric*. In *On Rhetoric: A Theory of Civic Discourse*, edited by George A. Kennedy. Oxford: Oxford University Press, 1991.
- Aristotle. (2007). *On Rhetoric: A Theory of Civic Discourse*. Trans. George A. Kennedy. New York: Oxford University Press.
- Aziz, M. A. (2022). *Public speaking, gaya dan teknik pidato dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Bayu Galih, S. M. (2020, Februari). *Kompas.com*. jeo.kompas.com/satu-dekade-najwa-shihab-menggerakkan-anak-muda
- Burhan Bungin. Analisis data penelitian kualitatif. (Jakarta, PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2010), Cet, ke-7.
- Dhanik Sulistyarini, A. G. (2020). *Buku Ajar Retorika*. Banten: CV.AA.RIZKY.
- Fikri Asvi, *Retorika Bertanya Najwa Shihab dalam Channel YouTube Najwa Shihab Edisi "Muda Bersuara"* (2023)
- Imelda Nafiza, "Analisis Retorika dalam Public Speaking Najwa Shihab," *Jurnal Komunikasi Indonesia* 15, no. 2 (2021)

- Irene Ardila Putri, *"Susahnya Jadi Perempuan Part 2" di Kanal YouTube Najwa Shihab: Kajian Wacana Kritis*, (2024)
- Kanal YouTube Najwa Shihab: <https://www.youtube.com/@najwashihab>
- Kartika, S. (2020). "Karakteristik Tokoh Inspiratif dalam Perspektif Psikologi Pendidikan." *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Konseling*, 6(2)
- KPI. 2018. Najwa Shihab: Membangun Riset dalam Program Talk Show. KPI.go.id.
- Larson. *Persuasive Communication in Public Speaking*. London: Routledge, 2021.
- Lestari, Suci Shinta, dan Kukut Kurniawati. 2021. "Analisa Kemampuan Komunikasi Interpersonal Najwa Shihab Melalui Akun Instagram @najwashihab." *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam* 4 (2).
- LSPR Institute *Communication and business*. Mengasah Kemampuan Berbicara untuk Membangun Karir Sukses. Diakses tanggal 15 Juni 2020. <https://www.lspr.ac.id/tujuan-keuntungan-public-speaking/>
- Lucas, Stephen E. *The Art of Public Speaking*. 13th ed. New York: McGraw-Hill, 2019.
- Maghfiroh, Siti Dwi. 2023. "Retorika Pembawa Acara Najwa Shihab pada Program Mata Najwa (Edisi Debat RKUHP)." *Conference on Research and Community Services (CORCYS)* 2 (1)
- Maghfiroh Dwi Sinta, Ahya Sauqi Akhmad, Retorika pembawa acara najwa shihab pada program mata najwa edisi debat RKUHP merdeka bersuara. (2023)
- Mashabi, B. G. (2020, Februari 20). Retrieved from KOMPAS.com: <https://jeo.kompas.com/satu-dekade-najwa-shihab-menggerakkan-anak-muda>.
- Mellyana Nur Safitri, *Analisis Gaya Bahasa Sindiran dalam Komentar YouTube Channel "Najwa Shihab" (Sept–Des 2020)*, (2021)
- Miranda Dwi Jati, *Analisis Pemaknaan Khalayak pada Konten "Susahnya Jadi Perempuan"*, (2023)
- Miles, Matthew B., dan A. Michael Huberman. 1994. *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Miller, C. (2017). *Digital Rhetoric and Kairos*. Dalam E. Eyman & D. Ball (Eds.), *Digital Rhetoric: Theory, Method, Practice*. Utah State University Press.
- Miller, Carolyn R. (1984). "Genre as Social Action." *Quarterly Journal of Speech*, 70(2).
- Moh Ali Aziz, *Public speaking gaya dan Teknik pidato dakwah*, (Jakarta, Kencana, 2022), Cet, ke-3.
- Mubarok, A. R. (2020, Desember). *Times Indonesia*. <https://timesindonesia.co.id/peristiwa-nasional/317028/najwa-shihab-indonesias-millennial-inspirational-figure-2020>
- Nafiza, Imelda. 2021. "Strategi Retorika Verbal dan Nonverbal Najwa Shihab dalam Program Mata Najwa di Trans7." *Peneroka: Jurnal Penelitian Bahasa, Sastra, dan Budaya* 3 (2)
- Nafiza, Imelda. "Analisis Retorika dalam Public Speaking Najwa Shihab." *Jurnal Komunikasi Indonesia* 15, no. 2 (2021)

- Nafiza, I. (2021). *Strategi retorika pembawa acara dalam mata najwa ditrans*. Peneroka.
- Najwa Shihab. Wawancara dalam program Mata Najwa, episode “Pendidikan dan Politik,” 2022.
- Najwa Shihab. Mata Najwa. Transkrip dan observasi program, 2022.
- Nando Fawwaz Al Hafidz dkk, *Analisis Retorika Najwa Shihab Dalam Program “Mata Najwa” Episode “Cipta Kerja: Mana Fakta Mana Dusta”*, (2023)
- Novela, Putri. 2022. Retorika Jurnalistik pada Acara Mata Najwa Episode “Pilih Al-Quran atau Pancasila”. Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Paulina Desty Indah Sulistyowati, *Analisis Gaya Bahasa Najwa Shihab dalam Wawancara Eksklusif bersama Presiden Jokowi, “Jokowi Dinji Pandemi”*, (2021)
- Prastiti, Tiara, Siti Nur Laili, dan Andi Saputra. 2023. “Analisis Retorika Najwa Shihab dalam Program Mata Najwa Episode ‘Cipta Kerja: Mana Fakta Mana Dusta.’” *Innovative: Journal of Social Science Research* 3 (6)
- Putra Ageng Nirwana, *Gaya Bahasa Najwa Shihab dalam Acara Mata Najwa Tahun 2020*, (2022)
- Ramadhan, R. H., & Mulyadi, N. (2023). Konstruksi Interogatif Najwa Shihab pada “Bacapres Bicara Gagasan” di Program Mata Najwa. *Madah: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 15(2)
- Rakhmat, J. (2007). *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rintoh. (2025). *Retorika modern, seni berbicara di dunia yang terhubung*. Surabaya: Bima utama press.
- Sari, Lilis Kusuma. 2022. “Kanon Style dalam Retorika Najwa Shihab.” *Stilistika: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Seni* 10 (1)
- Sari, Lusi Komala. 2022. “Kanon Style dalam Retorika Najwa Shihab pada Acara Mata Najwa di Metro TV.” *Stilistika: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra* 15, no. 1
- Selvi Rahmadani, *Gaya Bahasa Najwa Shihab dalam Mata Najwa Episode “Menagih Wakil Rakyat*, (2024)
- Sepriansyah, N., & Sukmawati, L. (2024). Efektivitas Public Speaking Presenter dalam Menarik Penonton PAL TV Palembang. *Interaksi Peradaban: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(1)
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Syafiqah Nur Fadiah, S. (2024). Peran warna dalam meningkatkan daya tarik visual logo. *PARATIWI, Jurnal seni rupa dan desain*
- Thahirah, Keisya, dan Mujid Farihul Amin. 2025. “Strategi Kesantunan Berbahasa dalam Percakapan Video YouTube Najwa Shihab: Kajian Pragmatik.” *Wicara: Jurnal Sastra, Bahasa, dan Budaya* 4, no. 1 (April).
- Titin Aditiya Putri dkk., *Analisis Semiotika Bahasa Sarkasme pada YouTube Najwa Shihab “Ada Balibo di Antara Kita”*, (2022)

Tribunkaltim.co. Fortune Indonesia Nobatkan Host Mata Najwa Sebagai Salah Satu Wanita Terkuat 2022.

Tuhadii. (2018, Februari). Retrieved from Teknologi dan Budaya:
<https://tuhadii.wordpress.com/2018/02/27/yotube/>.

<https://kaltim.tribunnews.com/2022/06/15/fortune-indonesia-nobatkan-host-mata-najwa-sebagai-salah-satu-wanita-terkuat-2022>. Diakses tanggal. 15 Juni 2022.

Transkrip tayangan Mata Najwa di kanal resmi Narasi/Najwa Shihab.

Universitas Indonesia. (2020). Profil Alumni Berprestasi: Najwa Shihab. Direktorat Alumni UI.

Zainal, A. G. (2022). *Public speaking, cerdas saat berbicara di depan umum*. Jawa Tengah: EUREKA MEDIA AKSARA.