



AL-AFKAR: Journal for Islamic Studies

Journal website: <https://al-afkar.com>

P-ISSN : 2614-4883; E-ISSN : 2614-4905
<https://doi.org/10.31943/afkarjournal.v7i2.956>

Vol. 7 No. 2 (2024)
pp. 411-418

Research Article

Konsep Etika Komunikasi Para Konten Kreator Dalam Pembuatan Video di Channel Youtube Mata Pena

Firman Ashari¹, Ahmad Zurfikar Ali²

1. Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien Prenduan; firmanasahario2@gmail.com 
2. Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien Prenduan; ilarakifluzdamha@gmail.com



Copyright © 2024 by Authors, Published by AL-AFKAR: Journal For Islamic Studies. This is an open access article under the CC BY License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

Received : November 26, 2023
Accepted : March 15, 2024

Revised : January 18, 2024
Available online : April 21, 2024

How to Cite: Firman Ashari and Ahmad Zurfikar Ali (2024) "Concept of Communication Ethics for Content Creators in Making Videos on the Mata Pena Youtube Channel", *al-Afkar, Journal For Islamic Studies*, 7(2), pp. 411-418. doi: 10.31943/afkarjournal.v7i2.956.

Concept of Communication Ethics for Content Creators in Making Videos on the Mata Pena Youtube Channel

Abstract. The purpose of communication ethics is to convey messages and disseminate to the audience, but in delivering these messages there are things that must be considered both in terms of making the video and the conception of content creators in making the video, before publication, both the conception of themes, speech, or actions which must all be adjusted to the ethics in society. The type of research used by researchers is descriptive qualitative research with a case study approach. The data analysis techniques used are data reduction, data presentation and conclusion drawing. The results of the study can be concluded that the concepts used by content creators in making videos on the Mata Pena youtube channel include, choosing good words or not when they want to be used, adjusting to the circumstances (Life), writing scripts written one by one according to dialogue, rhymes in the script used to beautify sentences, which are included in normative ethics which are divided into social ethics and individuals who are more dominant in social ethics, As for its application, content

creators apply direct and indirect communication, directly in writing or not and indirectly in the sense that it can be through facial expressions, clothes, actions and so on. Thus, the concept of communication ethics by content creators on the Mata Pena youtube channel is divided into individual ethics and social ethics.

Keywords: Concept, Communication Ethics, Content Creator.

PENDAHULUAN

Konsep merupakan gambaran dari ide umum yang akan di lakukan seseorang di waktu yang akan datang (Sudiyat & Solahuddin, 2023). Mengkonsep etika merupakan bentuk kehati-hatian dalam bertindak. Etika antara manusia dengan sesamanya berkaitan dengan tindakan antara individu maupun kelompok yang saling disepakati. Praktik etika harus dimiliki manusia baik di lingkungan kelompok, keluarga maupun secara personal.(Nuh, 2011)

Komunikasi merupakan alat untuk menyampaikan pesan yang mempunyai tujuan dan maksud tertentu, baik berupa pesan biasa ataupun untuk menyampaikan pendapat (Lovari & Bowen, 2020). Komunikator merupakan orang yang menyampaikan pesan, sedangkan komunikan orang yang menerima pesan.(PRASANTI & others, 2016)

Komunikasi dibagi menjadi beberapa kelompok yakni komunikasi interpersonal, komunikasi intrapersonal, komunikasi kelompok, komunikasi publik, serta komunikasi massa (Rofik & Amin, 2021). Komunikasi massa itu sendiri memiliki sasaran komunikasi yang paling banyak, terdiri dari pesan yang melebar luas kepada audiennya. Media massa yang digunakan untuk menyampaikan pesan dalam komunikasi masyarakat di zaman modern sangat terpengaruh dari adanya media sosial.(Dwinda, 2019)

Media sosial merupakan sarana yang digunakan untuk mempermudah komunikasi baik secara individu maupun kelompok (Lipschultz, 2020). Dimana komunikasi tidak mempunyai batasan dalam menyampaikan informasi baik berupa pengetahuan, pembelajaran, berita, dan lain sebagainya, dengan menampilkan gambar maupun video yang memiliki durasi waktu yang pendek maupun panjang.(Ajinegoro & Kurniawan, 2023)

Berdasarkan laporan *We Are Social*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada bulan Januari 2022. Jumlah itu sedikit meningkat 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 170 juta orang. Melihat trennya, penggunaan media sosial di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya. Akan tetapi pertumbuhannya mengalami kegoyahan dari 2014 sampai 2022. bertambahnya jumlah pengguna media sosial tertinggi hingga 34,2% pada 2017. Akan tetapi peningkatan tersebut melambat hingga sebesar 6,3% pada tahun yang lalu. Angkanya baru saja naik lagi pada tahun ini. Adapun, Whatsapp menjadi media sosial yang paling tinggi yang digunakan masyarakat Indonesia. keuntungan mencapai 88,7%. Setelahnya ada Instagram dan Facebook dengan keuntungan masing - masing sebesar 84,8% dan 81,3%. Sementara, perbandingan pengguna TikTok dan Telegram berurutan sebesar 63,1% dan 62,8%.(Indonesia, 2022)

Ayat Al-Qur'an yang memperingati tentang penggunaan media sosial.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

(الحجرات : اية ١٢)

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Jauhilah banyak dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Penerima tobat, Maha Penyayang. (Q. S. Al-Hujurat ayat 12)

Penggunaan media sosial yang tidak sesuai dengan tempatnya di tunjukan dengan tidak diperhatikan iklan dalam media sosial, iklan belakangan ini sering tidak memperhatikan etikanya, contohnya menggunakan kata superlatif, adegan yang bermesraan, maupun memakai penglihatan yang kurang sopan, dengan berbagai iklan, salah satunya iklan digital yang melanggar etika periklanan yang dapat kita temui di internet, facebook, instaqram, web dan youtube. (*Pelanggaran Etika Periklanan Dalam Youtube Halaman 1 - Kompasiana.Com, n.d.*)

Selain iklan yang tidak memperhatikan etika dalam penyampaian periklanan ada pula penyalahgunaan media sosial yang di tunjukkan oleh salah satu mahasiswa S2 Universitas Gadjah Mada Yogyakarta yang mengutarakan kekesalannya di situs pertemanan path, dia ditahan oleh kepolosian daerah di yogyakarta, sabtu, 30 agustus 2014, ditentukan sebagai tersangka setelah diperiksa reserse kriminal khusus. Pada saat itu Flo mangantri untuk membeli bensin di SPBU lempuyangan, waktu itu dia menggunakan motor honda scoopy hendak membeli pertamax, dia menyelonong memotong antrian sampai di tegur oleh TNI yang berjaga disitu, kekecewaan karena kejadian itu sekeluar dari SPBU dia mengutarakan kekesalannya, dia memaki jogja dengan segala kekesalannya, dan mengingatkan teman-temannya dari jakarta, bandung, jangan mau tinggal di jogja, dengan cacian dan makian itu, dia dinilai telah menjelekkkan warga yogyakarta. (Hidayat & Waskita, 2014)

Hal ini disebabkan oleh banyaknya pengguna media sosial, oleh karena itu, sedikit banyak pasti ada pelanggaran didalam media sosial tersebut. Semakin banyaknya media sosial, youtube merupakan media sosial dengan pengguna terbanyak kedua di dunia. (Arradian, 2022)

Media sosial youtube menjadi media yang banyak digunakan karena kita menyadari bahwa youtube menjadi hiburan, informasi, inspirasi, motivasi, edukasi, dan bisnis yang tersedia lewat tampilan audiovisual yang sangat inovatif dari para pemilik akun (Barrett-Maitland & Lynch, 2020). Youtube juga dapat di akses kapan saja dan di mana saja, bahkan youtube menyediakan bagi para penggunanya dengan cara bisa mendownload video agar bisa ditonton ketika kuota internet habis. lewat survey yang di lakukan *We Are Social*, youtube menetapi posisi kesatu sebagai aplikasi aktif dan paling banyak di pakai oleh masyarakat Indonesia dengan memperoleh 88%

suara, hal ini dipengaruhi oleh perkembangan konten oleh para youtuber. (Badrudin, 2021)

Salah satu chanel youtube yang dapat dijadikan tontonan yaitu Mata Pena dengan subscriber mencapai 274 rb yang menampilkan konten yang sangat menarik dengan genre beranekaragam seperti adat istiadat, humor, etika, keagamaan, politik dan masalah-masalah sosial di zaman ini. Di salah satu konten chanel youtube Mata Pena ada yang bahkan pernah ditonton hingga 830 ribu *viewers* dengan like sebanyak 9,8 ribu like, ini menunjukkan bahwa chanel youtube Mata Pena sangat diminati oleh para pengguna youtube. Dimana chanel youtube Mata Pena banyak memberikan pesan moral dalam bentuk alkisah, hikmah kehidupan, parodi dan narasi puisi, yang membuat kontennya lebih menarik dan mudah diterima para penontonnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian pada jurnal ini menggunakan metode kualitatif deskriptif (Sugiyono, 2019). Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, dimana peneliti melakukan pengamatan langsung ke chanel youtube Mata Pena, teknik wawancara dilakukan pada para konten kreator dan para pemain chanel youtube Mata Pena dan dokumentasi dilakukan pada artikel yang memuat informasi tentang chanel youtube Mata Pena (Moleong, 2016). Teknik analisis data yang digunakan berupa reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Samsu, 2017).

PEMBAHASAN

Konsep etika komunikasi para konten kreator tersebut tergabung dalam etika deskriptif, normatif dan analisis

Etika deskriptif merupakan usaha untuk menjabarkan aturan baik buruk yang terjadi di masyarakat, aturan baik dan buruknya yang ada di Masyarakat diperoleh dari pemilihan kata yang bagus atau tidaknya digunakan dalam pembuatan konten Youtube. Kemudian menyesuaikan konten dengan keadaan termasuk dalam etika Normatif. Etika normatif merupakan melihat tingkah laku manusia dari sudut pandang norma, sehingga ia bisa menentukan posisi di mana ia berdiri. (Keraf & Imam, 1998) Etika normatif dibagi menjadi dua yaitu etika umum dan etika khusus. Etika umum merupakan etika yang berhubungan dengan perilaku manusia, sedangkan etika khusus menerapkan konsep moral dalam kehidupan sehari-hari. (Sutarsih, 2009) Etika khusus juga terbagi menjadi etika individual dan etika sosial. Etika individual menyangkut kewajiban dan sikap manusia pada diri sendiri, sedangkan etika sosial mengenai kewajiban, sikap dan pola perilaku manusia sebagai ummat manusia. Kemudian etika Analisis yang berasal dari bahasa Yunani berarti melebihi, melampaui, yang mempelajari tentang logika khusus dari ucapan-ucapan etis dan juga mengarahkan perhatiannya kepada arti khusus dari bahasa yang digunakan. (Sari, 2020)

Berdasarkan hasil data yang diperoleh mengenai konsep etika komunikasi yang dilakukan oleh para konten kreator Mata Pena adalah menggambarkan keaslian etika berupa memparodikan kisah di kehidupan nyata kedalam bentuk konten

youtube yang memuat tema berupa kehidupan sosial, pendidikan, keagamaan dan pemerintahan diantaranya:

Tabel 1. Jumlah tema dalam Channel Youtube Mata Pena

Jenis Etika	Tema	Jumlah
Etika Sosial	Kehidupan Sosial	103
	Pemerintah	9
Etika Individual	Ibadah	10
	Pendidikan	24

Etika Individu dan Sosial merupakan pembagian dari etika normatif. Etika individual menyangkut kewajiban dan sikap manusia pada diri sendiri, sedangkan etika sosial mengenai kewajiban, sikap dan pola perilaku manusia sebagai umat manusia. Perlu diketahui bahwasannya etika individual dan etika sosial tidak dapat dipisahkan satu sama lain karena berkaitan dengan diri sendiri dan sebagai anggota umat manusia yang saling berkaitan.

Etika sosial menyangkut hubungan manusia dengan manusia baik secara kelembagaan seperti kekeluargaan, Masyarakat, Pemerintahan, dan Negara. Sikap kritis terhadap pandangan duania maupun tanggung jawab umat manusia terhadap lingkungan hidup. Dengan begitu maka etika sosial terpecah menjadi beberapa bagian diantaranya: Sikap terhadap sesama, etika keluarga, etika politik, ataupun etika lingkungan.(Afriani & Azmi, 2020)

Etika normatif membicarakan tentang apa yang seharusnya dikerjakan, dan apa yang seharusnya terjadi atau hal apa yang memungkinkan seseorang dapat melakukan hal yang bertentangan dengan yang seharusnya. Etika normatif mengemukakan penilaian tentang perilaku manusia dan menilai perilaku tersebut sesuai dengan norma-norma tertentu. Etika normatif dapat menentukan benar atau tidaknya tingkah laku, tutur kata, dan gerak gerik seseorang dan bersifat preskriptif atau memerintah.(Mastori & Islamy, 2021)

Dengan begitu maka dapat disimpulkan bahwa konsep etika yang diterapkan oleh Para Konten kreator bersifat deskriptif, normatif dan analisis. Bahwa tidak hanya untuk keperluan individu tapi juga untuk Masyarakat setempat.

Penerapan Etika Komunikasi Dalam Chanel Youtube Mata Pena.

Salah satu madzhab dari etika pendekatan yakni deontologisme berarti diwajibkan atau diharuskan yang merupakan suatu perbuatan dikatakan baik atau buruk sesuai dengan aturan yang berlaku secara umum yang bersifat mutlak, namun tidak dilihat dari dampak akibat perbuatan tersebut, yang berarti jika baik buruknya suatu perbuatan dapat diputuskan pada situasi tertentu dan tidak ada peraturan umum.

Secara umum, komunikasi dapat diartikan sebagai cara penyampaian pesan antar sesama manusia. Yakni cara menyampaikan pesan sesama manusia. komunikasi merupakan hubungan yang melibatkan cara ketika informasi dan pesan dapat tersampaikan dari satu pihak (orang dan benda ataupun media) ke pihak

lain.(Soyomukti, 2012) Komunikasi merupakan indikasi yang sudah ada pada waktu manusia berinteraksi satu sama lain dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup dan mengembangkannya, diwarnai dengan berbagai hubungan. Perkembangan komunikasi itu sendiri tergantung selama apa perkembangan sumber komunikasi, yaitu pesan dan informasi (pengetahuan yang ada pada masyarakat), hingga media (teknologi komunikasi) yang ada.

Berdasarkan data yang telah diperoleh berupa penerapan etika komunikasi para konten kreator berupa kritikan yang mengandung saran, berusaha menyematani pemahaman viewers, berisi kekurangan dan kelebihan serta solusi pada permasalahan di masyarakat dengan tetap mengedepankan sopan santun dari cara penyampaian, bahasa, dan tingkah laku dengan komunikasi yang dilakukan secara langsung berupa percakapan, obrolan hayalan para tokoh, dan komunikasi tidak langsung berupa hayalan para tokoh, tingkah laku, gerak tubuh, mimik wajah serta komunikasi yang dilakukan secara tertulis.(Ramadanty, 2014)

Ketika seseorang sedang berinteraksi dengan orang lain, maka saat itu komunikasi mengambil peranan penting dalam hubungan yang tercipta. Komunikasi yang sedang berlangsung antar individu terbagi atas apa yang dimaksud dengan komunikasi langsung ataupun komunikasi tidak langsung, komunikasi langsung adalah bersifat langsung tanpa perantara apapun, dengan menggunakan kata-kata (lisan) ataupun tulisan. Melalui kata-kata mereka dapat mengungkapkan perasaan, emosi, gagasan, atau maksud mereka untuk menyampaikan fakta, data, ataupun maksud dari penyampaian informasi tersebut.

Sedangkan komunikasi tidak langsung yaitu dengan tidak menggunakan kata-kata, atau lebih menekankan kepada pemaknaan simbol yang berlaku di kalangan Masyarakat. Komunikasi langsung ataupun tidak langsung memiliki fungsi yang saling berkaitan apabila dilakukan pada sebuah interaksi. Menurut penelitian mengenai komunikasi tidak langsung menunjukkan bahwa 80 % komunikasi antar manusia dilakukan secara tidak langsung.(*Perbedaan Komunikasi Langsung Dan Tidak Langsung PDF | PDF*, n.d.)

Dapat disimpulkan bahwa penerapan etika komunikasi yang dilakukan para konten kreator mata pena adalah kritikan yang mengandung saran, yang berisi kekurangan dan kelebihan serta solusi permasalahan masyarakat yang lakukan dengan komunikasi secara langsung dan tidak langsung yang dilakukan secara tertulis tingkah laku, gerak tubuh, mimik wajah serta komunikasi yang dilakukan secara tertulis seperti naskah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, penulis memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai Konsep Etika Komunikasi Konten Kreator Dalam Pembuatan Video Di Channel Youtube Mata Pena sebagai berikut:

Konsep etika komunikasi yang diterapkan oleh konten kreator pada channel youtube mata pena adalah lebih kepada etika Normatif yang terbagi dalam Etika individual dan Etika Sosial diantaranya:

a. Kehidupan sosial yang berjumlah 103 konten.

- b. Pendidikan berjumlah 24 konten.
- c. Keagamaan berjumlah 10 konten.
- d. Pemerintahan berjumlah 9 konten.

Sedangkan penerapan etika komunikasi yang digunakan yakni komunikasi langsung baik secara lisan ataupun tulisan dan komunikasi tidak langsung baik dari mimik wajah, cara berpakaian, naskah dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, F., & Azmi, A. (2020). Penerapan etika komunikasi di media sosial. *Journal of Civic Education*, 3(3), 331–338.
- Ajinegoro, D. O., & Kurniawan, K. (2023). Efektivitas Media Sosial Instagram dalam Penyebaran Informasi Covid-19 oleh Diskominfo Kota Kupang Provinsi NTT. *Jurnal Terapan Pemerintahan Minangkabau*, 3(1), 56–68.
- Arradian, D. (2022). Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia dan Dunia. Retrieved July, 11, 2022.
- Badrudin, B. (2021). Youtube Sebagai Sumber Belajar Sejarah di Era Revolusi Industri 4.0. *Prosiding Pekan Sejarah 2020*, 1(1), 98–105.
- Barrett-Maitland, N., & Lynch, J. (2020). Social media, ethics and the privacy paradox. *Security and Privacy from a Legal, Ethical, and Technical Perspective*, 49.
- Dwinda, S. R. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pacaran Jarak Jauh Dalam Mempertahankan Hubungan (Analisis Kasus Pada Mahasiswa/I Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2015)*. University of Muhammadiyah Malang.
- Hidayat, A., & Waskita, D. (2014). Kronologi Kasus Hinaan Florence Hingga Berujung Bui. Retrieved March, 4, 2017.
- Indonesia, D. (2022). Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022. Diakses Dari <https://Dataindonesia.Id/Digital/Detail/Pengguna-Media-Sosial-Di-Indonesia-Capai-191-Juta-Pada-2022>.
- Keraf, S., & Imam, R. H. (1998). *Etika bisnis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Lipschultz, J. H. (2020). *Social media communication: Concepts, practices, data, law and ethics*. Routledge.
- Lovari, A., & Bowen, S. A. (2020). Social media in disaster communication: A case study of strategies, barriers, and ethical implications. *Journal of Public Affairs*, 20(1), e1967.
- Mastori, M., & Islamy, A. (2021). Menggagas Etika Dakwah di Ruang Media Sosial. *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 1(1), 1–18.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nuh, M. (2011). *Etika Profesi Hukum*. Pustaka Setia.
- Pelanggaran Etika Periklanan dalam Youtube Halaman 1 - Kompasiana.com*. (n.d.).
- Perbedaan Komunikasi Langsung Dan Tidak Langsung PDF | PDF*. (n.d.).
- PRASANTI, A. N., & others. (2016). *Analisis Semiotika Lirik Lagu Meghan Trainor "All About That Bass"(Rekonstruksi Definisi Cantik pada Wanita)*. Perpustakaan.
- Ramadanty, S. (2014). Penggunaan komunikasi fatis dalam pengelolaan hubungan di

- tempat kerja. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 1–12.
- Rofik, M., & Amin, A. S. (2021). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Orang Tua Dan Anak Terhadap Prestasi Belajar Siswa Kelas X. *Hudan Lin Naas: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 89–102.
- Samsu. (2017). Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development. In *Diterbitkan oleh: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA)* (pp. 22–34).
- Sari, A. F. (2020). Etika komunikasi. *Tanjak: Journal of Education and Teaching*, 1(2), 127–135.
- Soyomukti, N. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Ar-Ruzz Media.
- Sudiyat, M. A., & Solahuddin, S. (2023). Konsep Dan Manajemen Dakwah Islam Di Era Digital. *Moderation | Journal of Islamic Studies Review*, 3(1), 125–134.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)*. Alfabeta.
- Sutarsih, C. (2009). *Etika Profesi*. Jakarta: Dirjen Pendis Kemenag RI.