

**ETIKA KOMUNIKASI PERSPEKTIF UTILITARIAN DAN PANDANGAN
ISLAM (ANALISA PADA VIDEO SERI YOUTUBE “PERTAMA KALI
PUASA DALAM HIDUP WASEDABOYS”)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

Oleh :

PRAMUDYA ADI AMARTA

NIM 18102010048

Pembimbing:

Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si.

NIP. 19710328 199703 2 001

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2022



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1984/Un.02/DD/PP.00.9/12/2022

Tugas Akhir dengan judul : ETIKA KOMUNIKASI PERSPEKTIF UTILITARIAN DAN PANDANGAN ISLAM (ANALISIS PADA VIDEO SERI YOUTUBE "PERTAMA KALI PUASA DALAM HIDUP WASEDABOYS")

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : PRAMUDYA ADI AMARTA
Nomor Induk Mahasiswa : 18102010048
Telah diujikan pada : Selasa, 29 November 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 6393083937afc

Ketua Sidang

Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si.
SIGNED



Valid ID: 638682409ab21

Penguji I

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
SIGNED



Valid ID: 63a12f659cb8a

Penguji II

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.
SIGNED



Valid ID: 63a135418b8c6

Yogyakarta, 29 November 2022

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Pramudya Adi Amarta
NIM : 18102010048
Judul Skripsi : ETIKA KOMUNIKASI PERSPEKTIF UTILITARIAN
DAN PANDANGAN ISLAM (Analisis Pada Video Seri
YouTube “Pertama Kali Puasa Dalam Hidup
Wasedaboys”)

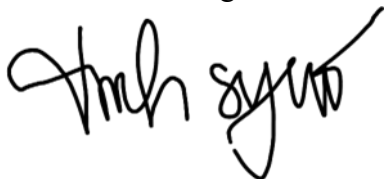
sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Ilmu Sosial.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 16 November 2022

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Nanang Mizwar H., S.Sos., M.Si.
NIP. 19840307 201101 1 013

Dosen Pembimbing Skripsi



Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si.
NIP. 19710328 199703 2 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : PRAMUDYA ADI AMARTA
NIM : 18102010048
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul : **ETIKA KOMUNIKASI PERSPEKTIF UTILITARIAN DAN PANDANGAN ISLAM (Analisis Pada Video Seri YouTube “Pertama Kali Puasa Dalam Hidup Wasedaboys”)** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang Penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka Penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 16 November 2022

Yang menyatakan,



10000
SERULUH RIBU RUPAH
METERAN
TEMPEL
80759AKX094327171

Pramudya Adi Amarta

18102010048

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini Penulis persembahkan untuk keluarga, sahabat, teman-teman, dan orang-orang yang Penulis sayang yang sangat berjasa selama proses menjalani bangku perkuliahan.

HALAMAN MOTTO

*“Jangan hanya dongak ke langit, coba runduk ke bumi. Tengoklah mereka yang
papa, lebih pantas mengeluh”¹*

¹ Ebiet G. Ade - Bila Kita Ikhlas

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Segala puji bagi Allah SWT Yang Maha Kuasa atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada Penulis, sehingga Penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Etika Komunikasi Perspektif Utilitarian dan Pandangan Islam (Analisis Pada Video Seri YouTube “*Pertama Kali Puasa Dalam Hidup Waseda Boys*”)”

Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Baginda Rasulullah SAW., yang telah membimbing umat manusia dengan keteladanannya serta yang dinanti-nantikan syafaatnya di hari akhir kelak.

Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat tugas akhir untuk memperoleh gelar Strata-1 pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan harapan penulisan ini dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis bagi masyarakat secara umum dan terkhusus bagi kalangan akademisi dan praktisi media audio visual. Atas dasar hal tersebut, Penulis mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah mendukung dan berpartisipasi dalam penulisan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Prof. Dr. Al-Makin, M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
3. Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Sos. selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
4. Bapak Mochammad Sinung Restendy, M.Sos. selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
5. Ibu Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si. selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan, saran dan motivasi bagi Penulis sepanjang penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas ilmu,

pembelajaran, serta motivasi yang telah diberikan sejak di ruang kelas hingga penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa diberikan kesehatan sekeluarga.

6. Bapak Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan dedikasi, nasihat, dan kritik serta saran kepada Penulis semasa kuliah dari semester awal hingga akhir perkuliahan.
7. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan ilmu dan dedikasinya terhadap mahasiswanya terkhusus kepada Penulis selama belajar di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Ayah, Ibu, adik-adik, dan keluarga besar tercinta yang selalu memberikan dukungan moral ataupun material sepenuh hati dan doa-doa yang terpanjatkan untuk Penulis.
9. Keluarga besar Sunan Kalijaga Televisi (SUKA TV), khususnya teman-teman Generasi 11 yang menjadi wadah terbesar dan paling berpengaruh bagi kemampuan yang dimiliki oleh Penulis. Berkat SUKA TV, Penulis dapat mengembangkan kemampuan *soft skill* dan *hard skill*.
10. Keluarga besar Humas Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada Penulis untuk mengetahui dan merasakan pengalaman bekerja di industri ke depannya.
11. Teman-teman Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2018, khususnya Rifki, Reza, Bagastitan, Henry, Ardi, dan Aris yang selalu bersedia menjadi teman diskusi sekaligus memberikan dukungan ide dan moral bagi Penulis dari awal perkuliahan hingga skripsi ini selesai.
12. Eka Munawaroh, Alvin Sofia Khoirunnisa, dan Lutfiana Rizqi Sabtiningrum sebagai teman pertama Penulis saat menginjakkan kaki ke kampus ini, yang telah memberikan dukungan dan pembelajaran moral bagi Penulis.

13. Mas Anak Agung Achmed Ibnu Dhofir dan Mbak Nizma Anggara yang telah memberikan banyak kesempatan pekerjaan dan dukungan moral untuk Penulis, sehingga Penulis dapat memenuhi kebutuhan bagi Penulis dan keluarga.
14. Seluruh pihak terkait yang memberikan pengaruh, baik itu pengaruh, baik itu pengaruh baik maupun pengaruh yang “katanya buruk” sehingga dapat membentuk karakter Penulis yang sekarang ini.

Kepada yang telah Penulis sebutkan di atas, Penulis mengucapkan banyak terima kasih atas segala kebaikan yang telah dan akan diberikan, baik dukungan moral, material, doa, masukan, saran maupun nasihat dalam proses pengerjaan skripsi ini. Penulis hanya mampu membalas dengan memanjatkan doa: semoga kebaikan yang telah dicurahkan, kelak diberikan balasan terbaik oleh Allah SWT. *Aamiin.*

Yogyakarta, 16 November 2022

Penulis

Pramudya Adi Amarta

NIM. 18102010048

ABSTRAK

Pramudya Adi Amarta, 18102010048, *Etika Komunikasi Perspektif Utilitarian dan Pandangan Islam (Analisa Pada Video Seri YouTube “Pertama Kali Puasa Dalam Hidup Wasedaboys”)*. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2022.

Peralihan media komunikasi dari konvensional ke arah *new media* belakangan ini mengalami peningkatan popularitas. Salah satunya adalah YouTube sebagai media berbagi video yang memunculkan banyak jenis konten yang diproduksi oleh *content creator*. Namun sayangnya, banyak konten tidak diimbangi dengan kewajiban etis dan moral yang memikirkan manfaat untuk audiens.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yang mengkaji tentang etika komunikasi dari konten video seri YouTube berjudul “Pertama Kali Puasa Dalam Hidup Wasedaboys” pada kanal *Nihongo Mantappu*. Dalam penelitian ini, Penulis menggunakan teknik analisis naratif model John W. Creswell, yang menjabarkan dialog dan adegan dari video yang telah dikumpulkan dengan teknik dokumentasi. Selanjutnya, data dianalisis dan ditarik ke dalam perspektif utilitarianisme John Stuart Mill yang membahas bentuk utilitarianisme menjadi utilitarianisme peraturan dan tindakan, yang mencoba menunjukkan manfaat serta antusiasme dalam pesan yang dibawa. Kemudian, dihubungkan dengan pandangan etika komunikasi Islam yang ditemukan dalam Al-Qur’an dalam enam bentuk, yaitu : *qaulan ma’ruufa*, *qaulan kariima*, *qaulan maisuraa*, *qaulan baliigha*, *qaulan layyina*, dan *qaulan sadiida*.

Hasil dari penelitian ini menjabarkan bahwa pada video tersebut telah memenuhi unsur dari keenam bentuk etika komunikasi menurut Islam, yang disajikan dalam dialog dan adegan yang telah tersusun dari kondisi sosiologis Waseda Boys saat membuat video. Kebermanfaatan juga ditampilkan serta dirasakan oleh mereka dan audiens dari apa yang disampaikan pada kolom komentar serta *review* di setiap akhir video dalam bentuk obrolan.

Kata Kunci : Etika Komunikasi, Etika Komunikasi Islam, Utilitarianisme John Stuart Mill, Analisis Naratif Creswell.

ABSTRACT

Pramudya Adi Amarta, 18102010048, Etika Komunikasi Perspektif Utilitarian dan Pandangan Islam (Analisa Pada Video Seri YouTube “Pertama Kali Puasa Dalam Hidup Wasedaboys”). Thesis of the Islamic Communication and Broadcasting Study Programme. Faculty of Da’wah Communication, Sunan Kalijaga Islamic State University Yogyakarta, 2022.

The transition of communication media from conventional mode into new media has recently increased. One of them is YouTube as a video sharing platform that brings up many kinds of contents which produced by the creators. Unfortunately, a lot of contents are not balanced with ethical and moral obligations that not considered about the benefits to the audiences.

This research is a type of descriptive-qualitative research that examines about the ethics of communication from YouTube video series content titled as “Pertama Kali Puasa Dalam Hidup Wasedaboys” from Nihongo Mantappu’s channel. In this research, the researcher was using the John W. Creswell’s narrative-analysis technique, that describe the dialogue and scene from the video which are already collected using documentation technique. Next, the data will be analyzed and connected into John Stuart Mill’s utilitarianism perspective about the usefulness of the messages and connected it again form the Islamic ethics of communication’s perspective from the Qur’an that described it in the six of types : qaulan ma’ruufa, qaulan kariima, qaulan maisuraa, qaulan baliigha, qaulan layyina, dan qaulan sadiida.

The results of this research described that in those video already complete the indicators from the six types of ethics communication in Islamic perspective, that shown in the dialogue and scene which already structured from the condition of Waseda Boys when they made the videos. The usefulness are also shown and felt by then and audience from what are they saying and responses in the comment section also reviewing in the every ending part of the videos.

Keywords : ethics of communication, Islamic ethics of communication, John Stuart Mill’s utilitarianism, Creswell’s narrative analysis.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB

Transliterasi kata-kata arab yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	b	Be
ت	Ta	t	Te
ث	Ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	kh	Ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	Es dan ye
ص	Šad	š	Es (dengan titik di bawah)

ض	Dad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	g	G
ف	Fa	f	Ef
ق	Qaf	q	Ki
ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	El
و	Mim	m	Em
ن	Nun	n	En
و	Wau	w	We
ه	Ha	h	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta’addidah</i>
عدّة	Ditulis	<i>‘iddah</i>

C. Semua *Ta’ Marbutah*

Semua *ta' marbuttah* ditulis dengan “h”, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
عَلَّة	Ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U
فَعَلَ	Fathh	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذَكَرَ	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يَذْهَبُ	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	A
جاهلية	Ditulis	<i>Jaahiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	A
تنس	Ditulis	<i>Tansa</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
كريم	Ditulis	<i>Kariim</i>
Dhammah + wawu	Ditulis	U
فروض	Ditulis	<i>Furuud</i>

F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Apostrof

الانتم	Ditulis	<i>A'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لأنشكرتم	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyyah maka ditulis menggunakan huruf awal “al”

القرآن	Ditulis	<i>Al-Qur'an</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiah maka ditulis dengan huruf pertama Syamsiyyah tersebut

السَّمَاء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB.....	xii
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR TABEL	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
1. Manfaat Teoritis	4
2. Manfaat Praktis.....	4
E. Kajian Pustaka.....	5
F. Kerangka Teori.....	9
1. Etika Komunikasi	9
2. Perspektif Utilitarianisme	11
G. Kerangka Berpikir.....	13
H. Metode Penelitian.....	14
1. Jenis Penelitian	14
2. Subyek dan Obyek Penelitian.....	15
3. Metode Pengumpulan Data	15
4. Metode Analisis Data	18
I. Sistematika Pembahasan	19
BAB II MENGENAL ETIKA KOMUNIKASI ISLAM DAN KANAL	
YOUTUBE <i>NIHONGO MANTAPPU</i>.....	21
A. Gambaran Etika Komunikasi dalam Islam	21
1. Qaulan Ma'ruufa.....	23
2. Qaulan Kariima.....	24
3. Qaulan Maisuraa.....	25
4. Qaulan Baliigha	26

5. Qaulan Layyina.....	27
6. Qaulan Sadiida.....	28
B. Tentang <i>Channel YouTube</i> “Nihongo Mantappu”	30
1. Profil Jerome Polin	32
2. Mengenal Karakteristik Waseda Boys	37
3. Ragam Konten Waseda Boys	43
BAB III ANALISA ETIKA KOMUNIKASI PADA KONTEN YOUTUBE	
<i>WASEDA BOYS</i>.....	49
A. Pandangan Etika Komunikasi Utilitarianisme	49
1. Video 1 : Pertama Kali Puasa Dalam Hidup Waseda Boys! – Day 1 ..	49
2. Video 2 : Pertama Kali Puasa Dalam Hidup Waseda Boys! – Day 2 ..	61
3. Video 3 : Pertama Kali Puasa Dalam Hidup Waseda Boys! – Day 3 ..	70
B. Pandangan Etika Komunikasi Islam	81
1. Video Pertama	81
2. Video Kedua	95
3. Video Ketiga.....	104
C. Hubungan Etika Utilitarian dengan Etika Komunikasi Islam.....	113
BAB IV PENUTUP	120
A. Kesimpulan	120
B. Saran.....	121
DAFTAR PUSTAKA	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian	14
Gambar 2 : Profil Kanal YouTube <i>Nihongo</i>	31
Gambar 3. Potret Jerome Polin (via Mantappu, Corp).	32
Gambar 4. Jerome Saat Menang Lomba Pidato Bahasa Jepang (via Instagram)..	34
Gambar 5. <i>Cover</i> Buku <i>Mantappu Jiwa</i> Karya Jerome Polin)	35
Gambar 6. Potongan Talkshow Jerome Polin bersama Nadiem Makarim	36
Gambar 7. Jerome dan Kakaknya Dalam <i>Forbes 30 Under 30 Asia 2021</i>	37
Gambar 8 (<i>kiri ke kanan</i>) Jerome bersama Yusuke, Otsuka, dan Tomo)	37
Gambar 9. Potret Tomohiro Yamashita (via Instagram @tomoyama32)	39
Gambar 10. Potret Yusuke Sakazaki (via Instagram @skzk_yusuke).....	41
Gambar 11. Potret Otsuka Ryoma (via Instagram @otk_rym).....	42
Gambar 12. Konten Pertama yang Menampilkan <i>Waseda Boys</i>	44
Gambar 13. Konten Kuis yang Dikemas dengan Konsep <i>Battle</i>	45
Gambar 14. Konten Kuliner <i>Waseda Boys</i>	45
Gambar 15. Konten Trip atau Eksplorasi Daerah	46
Gambar 16. Konten Tantangan Berpuasa bagi <i>Waseda Boys</i>	47
Gambar 17. Jerome Membangunkan Yusuke dan Otsuka	50
Gambar 18. Jerome Memberikan Arahan pada Yusuke dan Otsuka	51
Gambar 19. Jerome, Yusuke, dan Otsuka Memberikan Semangat.....	52
Gambar 20. Tomo Menyesal Tidak Bisa Bangun Pukul 4 Pagi	53
Gambar 21. Jerome Mengikuti Kelas Secara <i>Online</i>	54
Gambar 22. Otsuka Menjemur Pakaian Setelah Dicuci.....	54
Gambar 23. Tomo Bersiap Mengikuti Kelas di Kampus Waseda	54
Gambar 24. <i>Waseda Boys</i> Berbincang Setelah Selesai Mengikuti Kelas	55
Gambar 25. <i>Waseda Boys</i> Buka Puasa Hari Pertama	56
Gambar 26. Kenikmatan Ketika Menyantap Makanan.....	57
Gambar 27. Beberapa Komentar dari Penonton	58
Gambar 28. <i>Thumbnail</i> Video Kedua	61
Gambar 29. Potret <i>Waseda Boys</i> Sedang Santap Sahur.....	62
Gambar 30. Yusuke Menunjukkan Buku yang Sedang Dibaca Olehnya	63

Gambar 31. Kata Motivasi Agar Tetap Produktif.....	64
Gambar 32. Otsuka Menegur Yusuke.....	65
Gambar 33. Jerome Memberikan Semangat Kepada Tomo	66
Gambar 34. Tomo Mengingatkan Yusuke	67
Gambar 35. Komentar dari Destia Nurul Faizah	68
Gambar 36. Komentar dari Anas Rimba Alam.....	68
Gambar 37. <i>Thumbnail</i> Video Ketiga	71
Gambar 38. Yusuke, Otsuka, dan Jerome Mulai Memahami Makna Puasa.....	72
Gambar 39. Tomo Memberikan Pendapatnya Setelah Puasa	73
Gambar 40. Yusuke Menyampaikan Pendapatnya	74
Gambar 41. <i>Waseda Boys</i> Mengapresiasi yang Berpuasa Selama 30 hari	75
Gambar 42. <i>Waseda Boys</i> Mendiskusikan Kebiasaan Puasa di Indonesia	77
Gambar 43. Beberapa Komentar Penonton Pada Pesan <i>Waseda Boys</i>	78
Gambar 44. Jerome Memberikan Semangat Sebelum Kelas	83
Gambar 45. Yusuke Menyukai Kelas yang Dia Ikuti	84
Gambar 46. Jerome Menyesuaikan Cara Bicaranya	87
Gambar 47. <i>Waseda Boys</i> Mencandai Otsuka.....	92
Gambar 48. <i>Waseda Boys</i> Menceritakan Kondisi Mereka	94
Gambar 49. Jerome Mencoba Membangunkan Teman-temannya.	96
Gambar 50. Tomo Menyampaikan Rasa Menyesalnya	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Rangkuman Hasil pada Video Pertama.....	59
Tabel 2. Hasil Rangkuman Analisa Pada Video Kedua	69
Tabel 3. Rangkuman Hasil Pada Video Ketiga	79

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era konvergensi media seperti saat ini, kita sebagai manusia memiliki kebebasan untuk menggunakan media yang dapat kita gunakan untuk berkomunikasi. Tak hanya media, bahkan model dan teknis untuk menyampaikan pesan saja kini mulai beragam. *New media* dinilai menjadi media yang paling populer digunakan pada akhir-akhir ini. Salah satu media sosial yang populer digunakan dalam dua tahun terakhir ini adalah Youtube. Youtube adalah laman berbagi video secara gratis, yang dapat diakses oleh semua orang. Bahkan, kita juga dapat membuat akun dan berbagi video yang kita inginkan¹. Youtube sudah berdiri sejak 2005² dan dalam dua tahun terakhir ini, situs laman YouTube berhasil menduduki posisi kedua sebagai media sosial yang paling banyak digunakan³ hingga menyentuh angka sebanyak 2 milyar pengguna aktif pada tahun 2021⁴.

Dengan adanya kemudahan akses dan banyak pengguna Youtube, jenis konten dan bentuk video yang ditampilkan pun makin banyak dan beragam. Pilihan video mulai dari *features News*, *video blog (vlog)*, tutorial, hingga konten animasi yang bersifat menghibur. Di Indonesia

¹ <https://edu.gcfglobal.org/en/youtube/what-is-youtube/1/> (diakses pada 02 Januari 2022, 20:19 WIB)

² Asdani Kindarto & Smitdev Community, “Belajar Sendiri YouTube”, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008). hlm. 2

³ https://blog.hootsuite.com/youtube-stats-marketers/#YouTube_usage_statistics (diakses kembali pada 04 Januari 2022, 22:34 WIB)

⁴ <https://www.globalmediainsight.com/blog/youtube-users-statistics/#second> (diakses pada 04 Januari 2022, 22:46 WIB)

sendiri, tak kekurangan banyak kanal Youtube yang menghadirkan konten-konten menarik. Namun ada dampak negatif yang ditimbulkan dari kemudahan dan popularitas Youtube di kalangan masyarakat ini, yaitu banyaknya konten-konten yang tidak pantas untuk ditayangkan dan ditonton, baik secara isi maupun kewajiban moral. Meskipun Youtube memiliki syarat dan ketentuan normatif yang mengatur konten yang diunggah, namun ketentuan etis dan moral tidak diatur secara tertulis di sana. Inilah yang mengakibatkan banyak *creators* yang membuat konten tanpa memikirkan kewajiban moral dan etis untuk para audiens. Persoalan etika selalu melekat dalam setiap bentuk komunikasi, sehingga komunikasi dapat dinilai dalam dimensi benar dan salah, serta melibatkan pengaruh yang berarti terhadap orang lain. Atas dasar inilah, seorang komunikator secara sadar memilih dan memilah tujuan komunikasi tertentu dengan cara berkomunikasi yang sesuai⁵. Banyak perspektif yang dapat digunakan untuk menelaah apakah cara berkomunikasi dan konten pesan itu termasuk sesuai dengan kaidah etika atau tidak, salah satunya adalah fungsi dan kebermanfaatan pada konten yang dibuat.

Berangkat dari situlah, Penulis hendak meneliti bagaimana konten-konten Youtube dipandang secara etis dalam perspektif fungsi atau kebermanfaatan. *Creators* yang akan ditelaah kontennya adalah kanal Youtube Nihongo Mantappu. Nihongo Mantappu adalah *channel* Youtube yang berdiri sejak 2017, yang dibuat oleh mahasiswa asal Indonesia yang

⁵ Richard L. Johannesen. "Etika Komunikasi (Ethics in Human Communication Third Edition)", (Bandung: Rosdakarya, 1996). hlm.2

sedang menjalankan studi beasiswa S1 di Jepang bernama Jerome Polin Sijabat. *Channel Nihongo Mantappu* sampai saat ini telah *disubscribe* oleh 8,75 juta *subscribers* secara global⁶. Video yang diunggah pada kanal ini awalnya adalah video pembelajaran Bahasa Jepang, yang kemudian dikemas dan dikembangkan oleh Jerome Polin dengan model *video blog* (vlog) kesehariannya bersama dengan teman-temannya yang awalnya diberi nama “*Waseda Mantappu Boys*”⁷ hingga akhirnya berubah menjadi “*Waseda Boys*”.

Konten yang dibawakan oleh Waseda Boys ini terkait dengan keseharian mereka dengan pembawaan yang selalu menarik, dan mengedukasi. Hal ini dibuktikan dengan minimal penayangan setiap video mulai dari 700 ribu hingga lebih dari 1 juta *views*. Penulis ingin mengkaji etika komunikasi dari konten video Waseda Boys, dalam episode “*Pertama Kali Puasa Dalam Hidup Waseda Boys*”. Pemilihan episode ini disebabkan pada banyaknya angka *views* hingga 14 juta *views* untuk ketiga seri videonya. Hal lain yang menjadi pendorong adalah konten keislaman yang dibawakan oleh mereka, mengingat mereka bukanlah penganut agama Islam atau muslim, sehingga menarik melihat bagaimana pesan atau pola komunikasi dari mereka, dilihat dari perspektif etika dan agama Islam itu sendiri.

⁶ <https://www.youtube.com/c/nihongomantappu/about> (diakses pada 04 Januari 2022, 23:13 WIB)

⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=Q6X9RFUf62M> (diakses pada 04 Januari 2022, 23:34 WIB)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka rumusan masalah yang hendak dijawab pada penelitian ini adalah : bagaimana dialog dan penyampaian pesan Waseda Boys dalam video seri *“Pertama Kali Puasa Dalam Hidup Waseda Boys”* dipandang dari perspektif etika komunikasi utilitarianisme serta hubungannya bila dipandang dari etika komunikasi Islam?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah menjawab dari rumusan masalah yang tercantum di atas, yakni untuk mengetahui bagaimana etika komunikasi Waseda Boys dalam menyampaikan pesan pada video seri *“Pertama Waseda Boys Ikut Puasa”* berdasarkan perspektif utilitarian serta hubungan penyampaian pesan Waseda Boys tersebut dilihat dari etika komunikasi Islam.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah dalam perkembangan komunikasi Islam khususnya mengenai etika komunikasi Islam
- b. Memberikan pemahaman serta mengembangkan penelitian lain mengenai etika komunikasi Islam pada konten video YouTube

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membentuk kesadaran etika komunikasi pada masyarakat secara umum dan alumni Program Studi

Komunikasi dan Penyiaran Islam secara khusus, yang hendak menjadi *influencer* sehingga outputnya nanti dapat dipraktikkan pada konten *video blog (vlog)* yang dibuat demi kualitas konten yang lebih baik.

E. Kajian Pustaka

Dalam proses penelitian ini, Penulis mengkaji beberapa penelitian atau karya ilmiah terdahulu yang kemungkinan besar relevan dengan judul atau substansi dengan penelitian ini. Namun, tentu ada beberapa unsur kebaruan yang menjadi pembeda atau pembanding dengan penelitian terdahulu, agar pengembangan penelitian terkait dapat menjadi lebih luas. Beberapa karya ilmiah yang digunakan sebagai acuan atau referensi antara lain :

1. Skripsi Strata-1 UIN Sunan Kalijaga karya Aryandi yang berjudul *“Etika Komunikasi Profetik Dalam Reality Show (Analisis Semiotika Reality Show Rumah Uya Edisi 11 November 2019)”* Tahun 2020. Dalam penelitian tersebut, Aryandi menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mengkaji penelitiannya. Penelitian ini berfokus pada kajian komunikasi profetik yang dianalisis menggunakan Analisis Semiotika Roland Barthes pada penayangan program televisi Rumah Uya⁸. Perbedaan penelitian Aryandi dengan milik Penulis sendiri kiranya sudah cukup jelas. Penulis hendak memandang etika komunikasi dari perspektif etika komunikasi itu sendiri dengan mengambil

⁸ Aryandi, “Etika Komunikasi Profetik Dalam Reality Show (Analisis Semiotika Reality Show Rumah Uya Edisi 11 November 2019)”, Skripsi. UIN Sunan Kalijaga: Yogyakarta, 2020, hlm. 7-11.

pemikiran utilitarian serta sudut pandang keislaman, sedangkan Penelitian Aryandi memfokuskan kajian pada semiotika profetiknya.

2. Skripsi Strata-1 UIN Sunan Ampel karya Mochammad Lutfi yang berjudul “*Upacara “Larung Sungai” Dalam Perspektif Etika Utilitarianisme John Stuart Mill (Studi Kasus Pada Masyarakat Bantaran Sungai Jagir Surabaya)*” Tahun 2019. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian dari Penulis pada bagian jenis penelitian yang menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian karya M. Lutfi ini kemudian berfokus memaknai Upacara Larung Sungai dari perspektif etika utilitarian yang nantinya juga akan digunakan oleh Penulis. Perbedaan terdapat pada subyek dan obyek penelitian itu sendiri. Penulis berfokus pada etika komunikasi yang menjelaskan pola dan perilaku komunikasi dari subyek yang kemudian dihubungkan dengan perspektif utilitarianisme komunikasi, sementara penelitian kedua ini berfokus pada kacamata etika sebagai perspektif utama kajian penelitian⁹. Meski sama-sama mengamati kaidah manfaat dan perilaku, tapi subyek yang diambil adalah konten video sedangkan penelitian kedua ini berfokus pada kegiatan budaya masyarakat.
3. *Paper* internasional berjudul “*Utilitarian and Hedonic Motivations: Its Influences on Search and Purchase Intention on Instagram*” yang ditulis oleh Santirianingrum Soebandhi, dkk. dan ditampilkan dalam

⁹ Mochammad Lutfi, “Upacara “Larung Sungai” Dalam Perspektif Etika Utilitarianisme John Stuart Mill (Studi Kasus Pada Masyarakat Bantaran Sungai Jagir Surabaya)”, Skripsi. UIN Sunan Ampel: Surabaya, 2019, hlm. 7-9.

International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Tahun 2019. *Paper* dengan menggunakan jenis penelitian kuantitatif untuk menentukan dampak perspektif utilitarianisme dan hedonisme pada keinginan audiens untuk berbelanja di Instagram. *Paper* ini membantu mendukung Penulis untuk mendapatkan sudut pandang lain dari perspektif utilitarianisme itu sendiri. Jenis penelitian dan fokus pada penelitian sendiri sudah tentu berbeda dengan tingkatan yang berbeda pula. Meski sama-sama mengkaji media sosial melalui perspektif utilitarianisme, namun fokus obyek dari *paper* ini adalah efek dari pandangan utilitarianisme itu sendiri pada khalayak¹⁰. Sedangkan fokus obyek Penulis adalah bagaimana komunikator pola komunikasi komunikator pada perspektif utilitarianisme.

4. Artikel jurnal karya Faricha Andriani dalam jurnal “*At-Tabasyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*” Volume 6 Nomor 1 dengan judul “*Perkembangan Etika Komunikasi Islam Dalam Bermedia Sosial*”. Artikel ini menjelaskan secara deskriptif mengenai fenomena perkembangan media sosial dan penggunaannya pada era sekarang ini. Kemudian, dari fenomena itu akhirnya dijelaskan proses dan ketentuan etika komunikasi Islam terkhususnya pada pengguna media

¹⁰ Santirianingrum Soebandhi, dkk., “*Utilitarian and Hedonic Motivations: Its Influences on Search and Purchase Intention on Instagram*”, *Paper proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, Paper. Bangkok, Thailand, March 5-7 2019

sosial¹¹. Artikel ini sangat membantu Penulis untuk mengaitkan pandangan etika komunikasi Islam pada media. Hal ini tentu juga sangat berhubungan dengan judul dan masalah yang diangkat. Namun, artikel pada jurnal tersebut masih bersifat umum, sehingga penelitian ini adalah bentuk khusus dan lebih fokus pada kajian siapa, apa, dan dimana fenomena yang dimaksud terjadi, yaitu pada konten video Wasedaboys.

5. Artikel jurnal karya A. Fikri Amiruddin Ihsani dan Novi Febriyanti dalam jurnal *Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial* Volume 02 Nomor 1 dengan judul “*Etika Komunikasi Sebagai Kontrol Kesalehan Virtual Dalam Perilaku Bermedia Masyarakat Di Era Digital*”. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif, artikel ini meneliti fenomena perilaku bermedia sosial masyarakat yang dilihat pada *platform* Twitter, kemudian mengaitkannya dengan etika komunikasi sebagai sebuah kontrol pada perilaku kesalehan yang berdasarkan pada indikator komunikasi Islam pada Al-Qur’an¹². Perbedaan artikel tersebut dengan Penelitian ini terletak pada subyek dan kajian penelitian. Obyek pada artikel tersebut berfokus pada fenomena kesalehan virtual masyarakat pada media sosial Twitter, sementara Penulis berfokus pada fenomena video blog di YouTube. Selain sama-sama mengkaji fenomena etika komunikasi, perbedaan artikel dengan

¹¹ Faricha Andriani, “*Perkembangan Etika Komunikasi Islam Dalam Bermedia Sosial*”, dalam Jurnal “*At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*” Vol. 6 No.1 hlm.55-73.

¹² A. Fikri Amiruddin Ihsani & Novi Febriyanti, “*Etika Komunikasi Sebagai Kontrol Kesalehan Virtual dalam Perilaku Bermedia Masyarakat di Era Digital*”, dalam Jurnal “*Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*” Volume 02 Nomor 01, Februari 2021, hlm.24-35

penelitian ini terletak pada fokus kajian. Artikel tersebut berfokus pada fenomena komunikasi untuk mengatur kesalehan virtual dalam bermedia sosial, sedangkan penelitian ini hanya mencoba melihat dan menjabarkan bagaimana video tersebut dipandang dari perspektif etika juga keislaman, sehingga dapat dinilai apakah video blog ini sesuai dengan kaidah etika komunikasi dan pandangan keislaman.

F. Kerangka Teori

1. Etika Komunikasi

Komunikasi merupakan salah satu ilmu sosial yang berhubungan dengan ilmu-ilmu sosial lainnya. Komunikasi adalah fenomena yang akan terjadi secara terus-menerus, dinamis, dan bersifat kompleks karena faktor-faktor yang mempengaruhinya mulai dari sosial, budaya, psikologis, ekonomi, dan politik¹³.

Komunikasi sendiri sudah dikenal sejak zaman Yunani dari asal kata *communis* atau *communicatio* yang berarti sama makna. Kajian komunikasi kemudian dipahami sebagai proses penyampaian gagasan/pesan yang disampaikan seseorang ke orang lain melalui sebuah media tertentu, untuk menciptakan persepsi dan pemaknaan yang sama¹⁴. Komunikasi melibatkan interaksi antar anggota masyarakat. Dalam interaksi diperlukan norma-norma atau aturan-aturan yang berfungsi untuk mengendalikan proses maupun personal dari komunikasi itu sendiri. Secara tidak langsung, sudah terdapat

¹³ Rachmat Kriyantono, Ph.D., “Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi : Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam” Edisi Pertama (- : Penerbit Kencana, 2019), hlm. 156-157

¹⁴ Ibid., hlm.155

hubungan yang nyata antara komunikasi sebagai moda utama dalam kehidupan dengan norma-norma yang mengatur tindakan yang kemudian disebut sebagai etika.

Etika komunikasi merupakan pandangan baru, dimana standar-standar etis diterapkan kepada komunikator dan komunikan, untuk menciptakan pesan yang tidak merugikan. Setidaknya, terdapat tujuh pandangan etika komunikasi yang berhubungan dengan perspektif lainnya, yaitu :

- a. Perspektif politik : etika komunikasi politik mengutamakan kebebasan, kesetaraan, menanamkan penghargaan atas perbedaan.
- b. Perspektif sifat manusia : sifat mendasar manusia adalah berpikir, untuk itu etika komunikasi yang dilihat dari perspektif ini adalah bagaimana manusia secara sadar menyampaikan atau melakukan interaksi pesan kepada yang lain.
- c. Perspektif dialogis : komunikasi selalu setidaknya melibatkan dua orang dalam sebuah transaksi dialogis. Untuk itu, etika yang disoroti pada perspektif ini adalah keterlibatan yang ditandai dengan keterbukaan, kejujuran, kerukunan, intensitas, dan keutamaan kualitas hubungan.
- d. Perspektif situasional : situasional berkaitan dengan relevansi keadaan saat komunikasi hendak, sedang, atau akan dilakukan. Perhatian etika pada perspektif ini ada pada bagaimana fungsi

komunikator, standar khalayak, derajat kesadaran, tingkat urgensi, tujuan dan nilai khalayak.

- e. Perspektif religius : kitab suci serta *habit* religius mengikat komunikasi melalui etika kepercayaan yang dianut. Pedoman etika sesuai dengan apa yang disampaikan dalam ayat-ayat suci agama.
- f. Perspektif utilitarian : standar etika utilitarian berpijak pada kegunaan, kegembiraan, dan kesenangan dalam berkomunikasi menyampaikan pesan.
- g. Perspektif legal : perilaku komunikasi yang diterima sesuai dengan peraturan undang-undang dan etis yang berlaku di masyarakat¹⁵.

2. Perspektif Utilitarianisme

Pemikiran tentang kata utilitarianisme berkembang pada awal abad ke-19, yang awalnya merupakan nama yang diberikan kepada kelompok revolusi sosial di Inggris yang menuntut kegunaan dan manfaat yang jelas dari institusi sosial. Kelompok tersebut menggaungkan kegunaan yang nyata bagi para gelandangan di bawah institusi sosial, hingga mereka akhirnya membangun institusi sosial independen bernama “*Workhouse*” yang menawarkan “kebahagiaan dan kegunaan yang maksimal”. Hingga kemudian, aksi ini menjadi doktrin filsafat etika yang sekarang dikenal sebagai konsepsi

¹⁵ Muhamad Mufid. “*Etika dan Filsafat Komunikasi*”, Cetakan ke-4 (Jakarta: Penerbit Kencana, 2015) hlm.185-186

“utilitarian” dengan konsep “Prinsip Kebahagiaan Terbesar” yang berlandaskan bahwa “tindakan yang terbaik, adalah tindakan yang menghasilkan kebahagiaan dan kegunaan terbesar”¹⁶. Kemudian prinsip ini dikembangkan oleh ahli hukum Inggris bernama Jeremy Bentham, yang mengklasifikasikan “Prinsip Kebahagiaan Terbesar” sebagai keuntungan, manfaat, kenikmatan, kebaikan, atau kebahagiaan yang dapat diukur.¹⁷

Namun dalam perjalanan waktu kemudian, pemikiran Bentham dianggap terlalu primitif, sehingga dibantah dan diperbaharui oleh John Stuart Mill yang merupakan “murid” paham utilitarianisme dari Jeremy Bentham. Mill mendefinisikan utilitarianisme ini menjadi lebih sederhana dan mudah diterima oleh pemikiran filsafat. Dia menyederhanakan penafsiran utilitarianisme menjadi suatu paham etis yang berpendapat bahwa yang baik adalah yang berguna, berfaedah, dan menguntungkan. Sebaliknya, yang jahat atau buruk adalah yang tak bermanfaat, tak berfaedah, dan merugikan. Karena itu, baik buruknya perilaku dan perbuatan ditetapkan dari segi berguna, berfaedah, dan menguntungkan atau tidak. Dari prinsip ini, tersusunlah teori tujuan perbuatan¹⁸.

Kemudian di era sekarang, perspektif utilitarianisme masih dapat digunakan untuk mengukur etis dari komunikasi melalui sebuah

¹⁶ Gordon Graham, “*Teori-Teori Etika*” Cetakan II (Bandung : Penerbit Nusa Media, 2019) hlm.184-185

¹⁷ Ibid., hlm. 187-188

¹⁸ Ibid., hlm. 189-190

pertanyaan “*Apakah cara atau tujuan tersebut dapat meningkatkan kebaikan yang besar?*” yang kemudian, prinsip kegembiraan pun mencakup nilai intrinsik seperti persahabatan, kesehatan, dan pengetahuan¹⁹. Semakin ke sini, prinsip utilitarianisme pun semakin ringan dipandang sebatas pada bagaimana komunikasi yang dilakukan dapat menghindarkan dari hal-hal yang buruk. Ada dua bentuk utilitarianisme, yaitu :

a. *Utilitarianisme tindakan*

Bentuk ini menjelaskan bahwa segala tindakan yang dapat menghindarkan dari banyak hal buruk dan mendatangkan lebih banyak kebaikan dapat dilaksanakan. Norma-norma moral universal tidak berlaku karena fokus bentuk ini ada pada tujuannya.

b. *Utilitarianisme peraturan*

Prinsip dari bentuk ini adalah mengutamakan tindakan sesuai dengan peraturan dan norma yang berlaku, demi keberlangsungan peraturan dan datangnya dampak baik itu sendiri²⁰

G. Kerangka Berpikir

Proses penulisan dan penjelasan pada penelitian ini mengikuti kerangka berpikir seperti berikut ini :

¹⁹ Richard L. Johannesen, “*Etika Komunikasi (Ethics in Human Communication Third Edition)*”, (Bandung : Rosdakarya, 1996). hlm. 102

²⁰ Sumarno, dkk., “*Filsafat dan Etika Komunikasi*”, (Tangerang Selatan : Universitas Terbuka, 2013), hlm. 3.19



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian

Berdasarkan kerangka berpikir di atas, pada penelitian ini dialog dan/atau adegan dari ketiga video “Pertama Kali Puasa Dalam Hidup Wasedaboys” dicatat dan dikumpulkan, lalu dikelompokkan pada kategorinya masing-masing, sesuai dengan penjelasan deskripsi etika komunikasi perspektif utilitarian dan deskripsi etika komunikasi Islam.

Hasil dari pengelompokan dan deskripsi tadi kemudian dianalisis kembali dalam subbab tersendiri menggunakan teknik analisis naratif dari Creswell, yang mana dialog akan dideskripsikan dan dijelaskan *setting* atau kondisi dari kejadian dan menginterpretasikan makna dan hubungan dari dua deskripsi tadi untuk melihat etika komunikasi yang dilakukan oleh Waseda Boys.

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian dengan jenis deskriptif kualitatif dengan menggunakan kajian dokumentasi dan observasi. Penelitian kualitatif sendiri merupakan sebuah prosedur penelitian yang datanya diambil dari perilaku yang dapat diamati, kata-kata tertulis, ataupun lisan dari orang-orang yang kemudian

ditampilkan secara deskriptif menggunakan narasi yang dibangun atas interpretasi terhadap multi perspektif²¹.

2. Subyek dan Obyek Penelitian

a. Subyek Penelitian

Subyek dari penelitian ini adalah video dari *channel* YouTube “Nihongo Mantappu” yang dibawakan oleh kelompok *Wasedaboys* dengan judul “PERTAMA KALI PUASA DALAM HIDUP WASEDABOYS!” yang terbagi dalam tiga episode.

b. Obyek Penelitian

Obyek pada penelitian ini akan berfokus mengkaji komunikasi dari *Wasedaboys* dalam video tersebut, kemudian menariknya ke dalam etika komunikasi menurut pandangan utilitarian, sekaligus mengkaji komunikasi pesan toleransi dalam video tersebut berdasarkan perspektif Islam

3. Metode Pengumpulan Data

a. Jenis Data

1) Data Primer

Sumber data primer adalah video *Wasedaboys* dalam seri “Pertama Kali Puasa Dalam Hidup Wasedaboys” yang terbagi menjadi tiga episode. Pola interaksi dan komunikasi serta pesan-pesan komunikasi dalam video akan diobservasi dan didokumentasikan sebagai sumber data penelitian.

²¹ Muh. Fitrah, M.Pd. & Dr. Luthfiyah, M.Ag., “*Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus)*”, (Sukabumi: CV. Jejak, 2017) hlm.44

2) Data Sekunder

Sumber data sekunder yang digunakan oleh Peneliti untuk mendukung penelitian dapat berupa artikel, majalah, jurnal, buku, skripsi, tesis maupun internet yang mengandung pembahasan utama berupa etika komunikasi dan/atau teori utilitarianisme. Penulis juga menggunakan video-video lain *Wasedaboys* yang memiliki kaitan secara langsung maupun tidak langsung dengan video tersebut untuk membantu Penulis merefleksikan pola interaksi dan komunikasi *Wasedaboys*.

b. Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi

Observasi secara hakikat adalah bentuk dari penggunaan panca indera untuk memperoleh informasi demi hasil sebuah penelitian. Observasi merupakan langkah mengamati dan mencatat gejala-gejala dari obyek yang diselidiki, sebagai sebuah metode untuk mengumpulkan data.²²

Dalam penelitian ini, Penulis membatasi fokus observasi pada tiga episode video dengan judul “*Pertama Kali Puasa Dalam Hidup Wasedaboys*” dan beberapa video lain di *channel* yang sama yang masih berhubungan dengan nuansa

²² Ibid., hlm.72

Ramadhan dan Idul Fitri yang melibatkan *Wasedaboys* dalam konten tersebut.

2) Dokumentasi

Dokumentasi dapat dimengerti sebagai proses menelaah dokumen. Dokumen yang dimaksud dalam hal ini adalah dokumen-dokumen yang dianggap relevan dengan penelitian. Pencarian data menggunakan dokumentasi, dapat dilakukan pada segala bentuk pembuktian fisik, yang dapat dicerna oleh panca indera, baik itu tulisan, gambar, lisan, dan sebagainya²³. Seiring perkembangan kajian media dan teknologi, teknik dokumentasi juga dapat dilakukan pada rekaman suara, gambar, atau audio visual yang menjadi bukti nyata yang dapat dianalisis dalam sebuah penelitian.

Penelitian kali ini, menggunakan dokumen video dari *channel YouTube Nihongo Mantappu* yang di dalamnya melibatkan *Wasedaboys* untuk mempelajari pola dan proses komunikasi dari *Wasedaboys*. Fokus dokumentasi tentu tetap pada tiga episode video dengan judul “*Pertama Kali Puasa Dalam Hidup Wasedaboys*” yang juga didukung dengan komentar-komentar di video terkait.

²³ Ibid., hlm74

4. Metode Analisis Data

Setelah data-data yang dicari telah terkumpul, perlu adanya penyusunan secara sistematis dari data yang telah diperoleh tadi, untuk diorganisasikan dalam kategori, kemudian menjabarkan data ke dalam unit-unit, melakukan analisis integrasi, dan menyusunnya menjadi pola yang dapat dipilah hingga menjadi satu kesimpulan yang dapat dipahami oleh orang lain maupun diri sendiri. Proses tadi adalah tahapan dari analisa data yang harus dilakukan dalam penelitian.²⁴

Analisis naratif akan digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Analisis akan mengacu pada hasil observasi dan dokumentasi dari ketiga video *YouTube* “*Pertama Kali Puasa Dalam Hidup Wasedaboys*” dan hal-hal yang berkaitan dengannya, yang kemudian akan difokuskan pada kajian makna, deskripsi, dan penempatan konteks sesuai dengan kajian perspektif utilitarian serta pandangan Islam. Dengan pendekatan kualitatif pada analisis isi naratif nanti dapat membantu pemahaman, proses analisis, serta proses evaluasi narasi pada temuan dialog dan/atau adegan dari ketiga video tersebut²⁵.

Lebih lanjut, model analisis naratif yang digunakan adalah model dari Cresswell. Dengan mencari dan mengumpulkan data dari subyek penelitian yang berupa adegan dan/atau dialog yang menjadi

²⁴ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2013). hlm 244

²⁵ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenadammedia Group, 2013). hlm. 9

kunci dalam rangkaian video, data kemudian dikelompokkan sesuai dengan kategorinya masing-masing. Kemudian, kelompok data dideskripsikan sesuai dengan *setting* atau kondisi yang terjadi. Lalu data diinterpretasikan maknanya, kemudian membentuk sebuah hubungan satu sama lain²⁶.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang disajikan pada penelitian ini akan mendeskripsikan satu per satu hal yang berkaitan dengan judul penelitian. Adapun susunan atau sistematika pembahasan yang disajikan adalah sebagai berikut.

BAB PERTAMA adalah pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB KEDUA berisi gambaran umum yang tentang etika komunikasi dalam pandangan Islam, kemudian pengenalan *Waseda Boys* dan akun *Nihongo Mantappu* secara umum, serta rincian analisis dari postingan video yang diunggahnya. Bab ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada pembaca mengenai akun *YouTube* yang menjadi subyek penelitian.

BAB KETIGA adalah pembahasan. Bab ini berisi pembahasan mengenai hasil analisis dari konten video seri *Waseda Boys* yang berjudul “*Pertama Kali Puasa Dalam Hidup Wasedaboys*” yang terbagi dalam tiga

²⁶ John Creswell, *Research Design : Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*, 3rd ed. (Singapore: Sage Publications Asia-Pacific, 2009). hlm. 170

bagian video terpisah. Kemudian dilanjutkan dengan analisis etika komunikasi dari video tersebut, sekaligus pandangan etika dari perspektif utilitarianisme dan juga keislaman

BAB KEEMPAT adalah penutup. Dalam bab ini terdapat kesimpulan dari penelitian, saran-saran yang didasari pada temuan penelitian dan kata penutup.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan data-data yang telah diuraikan pada bab-bab dan pembahasan sebelumnya, maka Penulis memberikan beberapa saran untuk membantu pengembangan penerapan praktis dan teoritis penelitian ke depannya sebagai berikut :

1. Agar melanjutkan dan mengembangkan kajian etika komunikasi dari media-media lain dari perspektif yang lain sebagai referensi ilmiah berikutnya dalam kajian etika komunikasi
2. Kepada penggiat akademis, untuk dapat menggunakan teknik analisis yang tepat untuk menghubungkan etika komunikasi dengan disiplin ilmu lainnya.
3. Untuk penggiat dakwah dapat menggunakan konsep *vlog* dan tantangan (*challenge*) untuk mengemas pesan dakwah agar lebih menarik.
4. Untuk penggiat media sosial khususnya dalam konten audio visual agar memperhatikan konsep etis dan etika komunikasi sebelum melakukan rekaman atau pembuatan konten. Hal ini tentu ditujukan agar konten lebih edukatif dan minim kesalahpahaman.
5. Kepada penggiat konten audio visual dakwah agar lebih memaksimalkan potensi *influencer* dengan editing yang lebih mumpuni agar lebih menarik.
6. Mendalami kembali dan menghadirkan narasumber untuk berkolaborasi menyampaikan pesan dakwah yang sesuai standar etis dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- AKHIRNYA SAKURA TRIP WASEDABOYS DIMULAI! SERU BANGET!* | *Sakura Trip #1*, 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=sUv-3Zq9gR8&t=5s>.
- Amir, M. (1999) *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam*. Jakarta: Logos.
- Andriani, Faricha. (2019), “Perkembangan Etika Komunikasi Islam Dalam Bermedia Sosial.” *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 6, no. 1: 55–73.
- Aryandi. (2020), “Etika Komunikasi Profetik Dalam Reality Show (Analisis Semiotika Reality Show Rumah Uya Edisi 11 November 2019).” *Skripsi*, UIN Sunan Kalijaga.
- BATTLE PENGETAHUAN UMUM WASEDA BOYS! SERU BANGET!*, 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=ok6UxJfxCCY&t=768s>.
- Bella, Stella. (2016), “Pentingnya Pemenuhan Gizi dan Nutrisi Seimbang.” *Majalah Mitra Keluarga*.
- BELOM BUKA UDAH NGANTRI! RAMEN TERENAK DI TOKYO?!*, 2018. <https://www.youtube.com/watch?v=qXUVjoel37c>.
- Creswell, John. (2013), *Research Design : Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. 3rd ed. Singapore: Sage Publications Asia-Pacific, 2009.
- Eriyanto. (2013), *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenadammedia Group.
- Faizah, dan Effendi. (2015), *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Fitrah, M. dan Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus)*. Sukabumi: CV. Jejak, 2017.
- Global Media Insight. “YouTube User Statistics 2022 | Global Media Insight.” *Global Media Insight* (blog), 2022. <https://www.globalmediainsight.com/blog/YouTube-users-statistics/#second>.
- Goodwill Community Foundation. “Goodwill Community Foundation Global - YouTube: What is YouTube?” *Goodwill Community Foundation Global* (blog), 2017. <https://edu.gcfglobal.org/en/YouTube/what-is-YouTube/1/>.
- Graham, Gordon. (2019). *Teori-Teori Etika*. Bandung: Penerbit Nusa Media.

Hefni, Harjani. (2015). *Komunikasi Islam*. Jakarta: Prenadammmedia Group, 2015.

Ihsani, A.Fikri Amiruddin, dan Febriyanti. “Etika Komunikasi Sebagai Kontrol Kesalehan Virtual dalam Perilaku Bermedia Masyarakat di Era Digital.” *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial* 2, no. 1 (Februari 2021): 24–35.

Johannesen, Richard L. (1996). *Etika Komunikasi (Ethics in Human Communication)*. Third Edition. Bandung: Rosdakarya.

Kindarto, Asdani dan SmitDev Community. (2008). *Belajar Sendiri YouTube*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Kriyantono, Rachmad. (2019). *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi : Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam*. Penerbit Kencana.

Kurnia, Riza Dian. “Jerome Polin: Profil, Biografi, Fakta Terkini.” *Qoala* (blog), 16 April 2021. <https://www.qoala.app/id/blog/trivia/profil-dan-biografi-jerome-polin/>.

Lutfi, Muhammad. (2019). “Upacara ‘Larung Sungai’ Dalam Perspektif Etika Utilitarianisme John Stuart Mill (Studi Kasus Pada Masyarakat Bantaran Sungai Jagir Surabaya).” Thesis, UIN Sunan Ampel.

MENUNYA CUMA I, TAPI SAMPE NGANTRI DAN TEMPATNYA LUAS! 🤔, 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=D5utReHc0YA>.

“Mochammad Lutfi_E01212006.pdf.” Diakses 15 Agustus 2022. https://digilib.uinsby.ac.id/35668/3/Mochammad%20Lutfi_E01212006.pdf.

Mufid, Muhammad. (2015). *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Penerbit Kencana.

Muhammad, Abdullah Bin. (2003). *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2 (Terjemahan)*. Diterjemahkan oleh M. Abdul Ghoffar. 2 ed. Bogor: Pustaka Imam As-syafii.

PERTAMA KALI PUASA DALAM HIDUP WASEDABOYS! - DAY 1, 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=Y3VOrHrh4Ps&t=470s>.

QUIZ SEBERAPA TAHU ORANG JEPANG TENTANG INDONESIA! (WASEDABOYS), 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=Lc4abriSJHI&t=1064s>.

Ramadhan, Alfain Jalaluddin. “Tidak Boleh Malas saat Puasa Ramadhan.” *Suara Muhammadiyah* (blog). Diakses 9 Juni 2022. <https://suaramuhammadiyah.id/2022/04/04/tidak-boleh-malas-saat-puasa-ramadhan/>.

- Riyanto, Waryani Fajar. (2012). *Komunikasi Islam : Perspektif Integrasi-Interkoneksi*. Yogyakarta: Galuh Patria.
- Rohman, Abd. (2007). *Komunikasi dalam Al-Qur'an*. Malang: UIN Malang Press.
- SEHARI BARENG OTSUKA! | DAILY LIFE MAHASISWA JEPANG, 2021.
<https://www.youtube.com/watch?v=w7uAeyILY5A&t=942s>.
- Sijabat, Jerome Polin. (2019). *Mantappu Jiwa*. Surabaya: Gramedia Pustaka Utama.
- Social Blade. "Nihongo Mantappu's YouTube Stats (Summary Profile) - Social Blade." *Social Blade* (blog), Januari 2022.
https://socialblade.com/YouTube/channel/UC1Gmqqs_Myzl2KHleqfUC9A/monthly.
- Soebandhi, Santirianingrum. "Utilitarian and Hedonic Motivations: Its Influences on Search and Purchase Intention on Instagram." Bangkok, 2019.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarno. dkk. *Filsafat dan Etika Komunikasi*, t.t.
- Tajiri, Hajir. (2015). *Etika dan Estetika Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- TOMO MALU SAMA KELAKUKAN JEROME?! | Q&A Special 100K Subscribers, 2018. <https://www.youtube.com/watch?v=21lKnzaM1hk>.
- YouTube Nihonggo Mantappu. "Nihongo Mantappu - YouTube." *YouTube* (blog). Diakses 4 Januari 2022.
<https://www.youtube.com/c/nihongomantappu/about>.