



UNIVERSITAS

**MERCU BUANA**

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Broadcasting

Bima Apriza Wizal

44118010006

Etika Komunikasi Verbal Netizen Dalam Penggunaan Ruang Publik Pada Kolom Komentar Youtube “Majelis Lucu Indonesia”

Biografi : 5 Bab 86 Halaman + Lampiran + 37 Buku + 5 Jurnal + 7 Internet

### **ABSTRAK**

Youtube merupakan media sosial yang kini menjadi industri baru bagi para penggunanya. Hal tersebut digunakan oleh masyarakat untuk mendapatkan informasi terkini, tetapi sering kali Youtube dimanfaatkan sebagai platform untuk menjalankan bisnis-bisnis maupun sebagai hiburan semata, sehingga pesan yang akan disampaikan perlu diperhatikan dengan menggunakan etika yang baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan etikakomunikasi yang terjadi pada kolom komentar akun Youtube Majelis Lucu Indonesia. Kemudian dalam penelitian ini menggunakan pengertian Community Guideline Youtube (Pedoman Komunitas) sebagai dasar pengertian etika komunikasi dalam proses analisis penelitian ini. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan metode studi kasus dan menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman.

Peneliti menggunakan teknik wawancara dengan salah satu informan dari akun Youtube Majelis Lucu Indonesia dan melakukan observasi pada komentar masyarakat dari beberapa konten video dalam bentuk dokumentasi. Analisis teknisdengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teknik observasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian ini.

Hasil dari penelitian ini berhasil menyimpulkan etika komunikasi yang terjadi pada penggunaan ruang publik pada kolom komentar Youtube Majelis LucuIndonesia menyajikan komentar positif dari netizen terkait dengan konten yang sudah peneliti observasi. Kemudian, dalam penggunaan bahasa diberikan kebebasan berbicara dan tidak tertuju dengan etika komunikasi dan dapat memanfaatkan penggunaan bahasa netizen untuk mempromosikan penjualan dan popularitas.

*Kata Kunci : Youtube, Media Sosial, Etika, Komunikasi Verbal, Netizen*



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Mercu Buana University  
Faculty of Communication  
Broadcasting Studies  
Bima Apriza Wizal  
44118010006

Ethics of Netizens' Verbal Communication in the Use of Public Space in the Youtube Comment Column "Majelis Lucu Indonesia"

Biography : 5 Chapters 86 Pages + Appendices + 37 Books + 5 Journal + 7 Internet

### ABSTRACT

*Youtube is a social media which has now become a new industry for its users. This is used by the public to get the latest information, but YouTube is often used as a platform to run businesses or just for entertainment, so it is necessary to pay attention to the messages that will be conveyed using good ethics.*

*This study aims to determine the use of communication ethics that occurs in the comments column of the Indonesian Funny Council Youtube account. Then in this study using the notion of the Youtube Community Guideline (Community Guidelines) as a basis for understanding the ethics of communication in the process of analyzing this research. This study uses a constructivist paradigm with a case study method and uses data analysis techniques by Miles and Huberman.*

*The researcher used an interview technique with one of the informants from the Indonesian Funny Council Youtube account and made observations on community comments from some of the video content in the form of documentation. Technical analysis with data reduction, data presentation and drawing conclusions. The observation technique is a technique for checking the validity of the data in this study.*

*Based on the results of this study succeeded in concluding that communication ethics that occur in the use of public space in the Youtube comments column of the Indonesian Funny Council presents positive comments from netizens related to content that researchers have observed. Then, the use of language is given freedom of speech and is not focused on communication ethics and can take advantage of the use of netizens' language to promote sales and popularity.*

**Keywords:** Youtube, Social Media, Ethics, Verbal Communication, Netizens