

## **Analisis Resepsi Plagiarisme Konten Dalam Youtube Ferry Irwandi (Studi Pada Konten Kreator Surabaya)**

**<sup>1</sup>Retno Tri Maharani, <sup>2</sup>Merry Fridha Tri Palupi, <sup>3</sup>Irmasanthi Danadharta**

<sup>1,2,3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

[retnotrimaharani633@gmail.com](mailto:retnotrimaharani633@gmail.com)

### **Abstract**

*The ease of production and dissemination of content on social media has given rise to a large number of content creators and a surge of creative content. However, the abundance of content on social media has also led to the emergence of unethical practices such as plagiarism, which involves the unauthorized use of words, ideas, graphics, images, or any other material without proper attribution. Ferry Irwandi uploaded a video on his personal YouTube channel to express his opinion on the plagiarism accusations made by content creator Mattdicx against fellow content creator Anas Creative. This study aims to examine the reception of five Surabaya-based content creators regarding content plagiarism through Ferry Irwandi's YouTube video. To analyze their reception, the study employs Stuart Hall's reception analysis method. The results of the Stuart Hall reception analysis categorize the informants into three audience types: Hegemonic Dominant Position, Negotiated Position, and Oppositional Position. However, the final analysis reveals two distinct audience types: four informants fall under the Hegemonic Dominant Position, and one informant falls under the Negotiated Position. The informants' reception is influenced by their thought patterns, educational and professional backgrounds, experiences and understanding of plagiarism, and their tenure (career level) as content creators.*

**Keywords:** Reception Analysis, Content Plagiarism, Youtuber, Content Creator

### **Abstrak**

Kemudahan produksi dan penyebaran konten di media sosial yang dimana memunculkan banyak konten kreator serta banyak konten kreatif bermunculan. Dengan banyaknya konten yang berada di media sosial memunculkan permasalahan yang tidak etis yaitu plagiarisme dimana plagiarisme merupakan penggunaan kata-kata dan ide, grafik, gambar, atau apapun yang dipinjam tanpa memberikan kredit title. Ferry Irwandi membuat video pada kanal youtube pribadinya untuk menyampaikan pendapatnya berkaitan dengan kasus tuduhan plagiarisme konten yang dilakukan oleh konten kreator Mattdicx kepada konten kreator Anas Creative. Penelitian ini berupaya untuk mengetahui resepsi oleh lima orang informan yaitu konten kreator Surabaya terkait plagiarisme konten melalui tayangan video di kanal youtube Ferry Irwandi, untuk mengetahui resepsi tersebut metode penelitian yang digunakan adalah analisis resepsi Stuart Hall. Hasil penelitian analisis resepsi Stuart Hall memilah informan menjadi tiga tipe khalayak, yakni Hegemonic Dominant Position, Negotiated Position dan Oppositional Position, namun hasil analisis resepsi dalam penelitian ini didapatkan dua tipe khalayak, yakni empat informan Hegemonic Dominant Position, dan satu informan Negotiated Position. Resepsi oleh para informan berdasarkan pola pikir, latar belakang pendidikan dan pekerjaan juga pengalaman dan pemahaman plagiarisme serta jam terbang (jenjang karir) sebagai konten kreator.

**Kata kunci:** Analisis Resepsi, Plagiarisme Konten, Youtuber, Konten Kreator

## **Pendahuluan**

Produksi konten kreatif adalah aktivitas yang tidak terhindarkan di era digital, terutama di media sosial dengan 167 juta pengguna di Indonesia pada tahun 2023 (Riyanto, 2023). Teknologi yang melengkapi media sosial memudahkan pengguna untuk menyebarkan karya dan menemukan konten visual atau video, menjadikan media sosial sebagai tempat ekspresi diri. Namun, kemudahan akses ini juga memunculkan masalah etis seperti plagiarisme, yaitu tindakan mengutip, menggunakan, mengakui, atau memparafrase karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli (Soelistyo, 2011). Kasus plagiarisme di Indonesia termasuk tuduhan terhadap Siti Fadilah Supari dan Safrina Putri Indira, serta dugaan plagiarisme oleh grup K-pop Fifty Fifty dan kanal YouTube Calon Sarjana. Rebecca Moore menyatakan bahwa internet memudahkan plagiarisme karena akses online yang gratis (Howard, 2007). Kasus plagiarisme konten di media sosial juga mencakup tuduhan terhadap Anas Creative yang meniru konsep konten kreator lain, seperti diungkapkan oleh @mattdicx di TikTok. Video ini menimbulkan diskusi luas di berbagai platform sosial. Ferry Irwandi, seorang konten kreator di YouTube dengan 842 ribu subscribers per April 2024, juga membahas fenomena ini. Selain itu, youtube digunakan dalam penelitian ini karena tingginya jumlah pengguna di Indonesia, mencapai 139 juta pada tahun 2023 (Annur, 2023).

Dalam penelitian terdahulu seperti "Pemaknaan Konten Psikologi Keuangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya" (2023) oleh Victoria Angelina dkk. menggunakan teori resepsi Stuart Hall dan analisis resepsi pada konten YouTube Satu Persen (Victoria Angelina dkk., 2023). Penelitian ini berfokus pada pemaknaan audiens terhadap 4 konten Psikologi Keuangan di YouTube Satu Persen, tiga kelompok audiens menanggapi dengan cara yang berbeda. Dua kelompok audiens setuju bahwa mengubah gaya hidup dan hubungan dapat mengurangi dampak buruk keuangan seseorang. Namun, kelompok lainnya berpendapat bahwa hal ini sebenarnya tergantung pada niat dan kemampuan pribadi untuk mengendalikan diri. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konten video di YouTube memberikan pemaknaan yang bervariasi tergantung pada pengalaman hingga latar belakang dari penonton. Sedangkan dalam penelitian ini membahas plagiarisme konten di media sosial yang akan memberikan kebaharuan dalam analisis resepsi. Berdasarkan penjabaran tersebut plagiarisme yang terdapat di internet atau di media sosial semakin marak di Indonesia dan juga penggunaan youtube sebagai objek penelitian ini dapat merumuskan masalah bagaimana resepsi konten kreator terkait fenomena yang terjadi yaitu tindakan plagiarisme konten di media sosial dan hal tersebut menjadi landasan penelitian ini yang bertujuan untuk mengkaji secara mendalam resepsi konten kreator terhadap tuduhan plagiarisme konten di media sosial melalui kanal YouTube Ferry Irwandi.

Teori resepsi menyatakan bahwa setiap tahap komunikasi yang ada berdiri sendiri namun saling terkait, di mana pengkodean pesan mengontrol penerimaannya namun tidak secara transparan, karena setiap tahap memiliki batas dan kemungkinan masing-masing. Sirkuit komunikasi juga mereproduksi model-model dominan pesan (During, 1999). Hall mengkategorikan penonton dikategorikan dalam tiga posisi yaitu, Dominant Hegemonic

Position (menerima pesan secara penuh), Negotiated Position (menyaring pesan), dan Oppositional Position (menolak pesan).

Heidi Williams dalam buku "Plagiarism" menyatakan bahwa plagiarisme adalah penggunaan kata-kata dan ide orang lain tanpa memberikan kredit (Williams, 2008). Plagiarisme memiliki beberapa tipe, termasuk Plagiat Langsung, Plagiat karena kutipan yang salah, dan Plagiat Mosaik. Soelistyo menambahkan tipe plagiarisme seperti plagiarisme kata demi kata, plagiarisme atas sumber, plagiarisme kepengarangan, dan self-plagiarisme (Soelistyo, 2011). Plagiarisme meningkat dengan kemudahan akses internet, yang memungkinkan penyalinan karya dengan mudah (Williams, 2008). YouTube adalah platform video online yang digunakan untuk menemukan, menonton, dan berbagi video. YouTube menarik banyak pengguna karena mudah digunakan, gratis, dan dapat diakses kapan saja. YouTube juga digunakan sebagai media pembelajaran karena potensial, praktis, informatif, dan interaktif.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang dimana menggunakan teori resepsi Stuart Hall dan metode analisis resepsi dalam pengumpulan dan analisis data. Sumber data didapatkan dari objek penelitian yaitu kanal youtube Ferry Irwandi "Kita Semua Adalah Peniru" yang membahas tuduhan plagiarisme terhadap Anas Creative oleh Mattdicx. Konten tersebut akan diinterpretasikan oleh konten kreator dari Surabaya sebagai informan/subjek penelitian. Kriteria subjek penelitian adalah seorang konten kreator di media sosial, konten kreator Surabaya dan konten kreator Surabaya di level micro. Proses pengumpulan data diperoleh dari focus group discussion (FGD) secara online dan observasi teks terhadap konten "Kita Semua Adalah Peniru" di YouTube Ferry Irwandi. Dan juga dari dokumen, jurnal, buku, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan analisis resepsi. FGD digunakan sebagai teknik pengumpulan data karena untuk memahami sikap dan perilaku khalayak, dengan 5 orang peserta/konten kreator dalam penelitian ini yang dimana dilakukan secara online agar tetap fleksible dari segi waktu bagi para konten kreator. FGD dilakukan secara online selama 60-120 menit dan terbagi dalam beberapa sesi.

Sesi pertama adalah mengenal latar belakang dan mengetahui pemahaman konten kreator terhadap plagiarisme. Sesi kedua memberikan pertanyaan terkait plagiarisme sebelum resepsi konten. Sesi terakhir adalah resepsi konten "Kita Semua Adalah Peniru" dan penempatan informan dalam tipe khalayak menurut teori resepsi Stuart Hall. Teknik Analisis Data yang dilakukan yakni, pengumpulan data, FGD dilakukan selama 60-120 menit dalam beberapa sesi sesuai kebutuhan. Analisis data dilakukan berdasarkan data yang dikumpulkan dan dikelompokkan sesuai pertanyaan, pernyataan, dan opini kemudian interpretasi data dimana peneliti menganalisis interpretasi pengalaman khalayak dalam bermedia, menggabungkannya dengan teori resepsi Stuart Hall untuk menentukan posisi informan.

### **Hasil dan Pembahasan**

Kanal YouTube Ferry Irwandi, mengangkat isu sosial, politik, dan ekonomi, serta memiliki 879 ribu subscriber. Kontennya mencakup short film, videografi, jurnal paruh baya, dan dokumenter, dengan gaya bercerita khas. Kanal ini juga mengangkat isu-isu populer seperti

NFT dan sisi gelap TikTok. Dalam playlist "Tentang Videografi", memberikan tutorial videografi, termasuk efek, tipografi, color grading, dan video editing. Salah satu videonya, "Kita Semua Adalah Peniru," membahas masalah antara Mattdicx dan Anas. Isi dari konten tersebut membahas fenomena viral di media sosial, yakni tuduhan plagiarisme yang dilontarkan oleh konten kreator Mattdicx (Ahmad Dicky) terhadap Anas Creative. Awalnya, Mattdicx menuduh dalam sebuah video di TikTok bahwa seorang konten kreator muda, yang disebutnya 'bocil', meniru setup video khasnya yang menampilkan background api unggun. Mattdicx menekankan pentingnya Key Visual (KV) sebagai identitas unik setiap konten kreator dan mengkritik peniruan KV sebagai tindakan tidak terpuji. Ia menyindir praktik plagiarisme dengan istilah "Amati, Tiru, Plek-Ketiplek," yang berarti meniru langsung dan mendetail tanpa modifikasi signifikan. Meskipun Mattdicx tidak menyebut nama, banyak netizen mengaitkan 'bocil' dengan Anas Creative. Serta pendapat Ferry Irwandi terhadap fenomena tersebut. Melalui tayangan tersebut konten kreator memberikan resepsi mereka dan resepsi yang dihasilkan tidak hanya melalui tayangan tersebut melainkan juga dipengaruhi oleh latar belakang sebagai konten kreator dan pemahaman berkaitan dengan plagiarisme konten. Berkaitan dengan plagiarisme konten, peneliti memberikan beberapa pertanyaan untuk mendapatkan hasil resepsi dari konten kreator dalam proses FGD (focus group discussion).

Resepsi dari konten kreator Surabaya terhadap konten youtube Ferry Irwandi "Kita Semua Adalah Peniru" menghasilkan dua tipe khalayak aktif menurut Stuart Hall yaitu, *Hegemonic Dominant Position* di mana khalayak menerima secara menyeluruh pesan yang disampaikan oleh media, dalam penelitian ini terdapat 4 kreator yang berada pada posisi tersebut diantaranya, Andi Azril, Leonita Wenny, Putri Wahyu dan Clarissa Windy. Kemudian terdapat posisi *Negotiated* yang dimana satu kreator masuk dalam tipe ini adalah Norman Iskandar yang dimana tipe ini tidak sepenuhnya menerima namun juga tidak sepenuhnya menolak pesan yang disampaikan oleh media. Dan dalam penelitian ini tidak ditemukan *Oppositional Position*. Adapun hasil resepsi tiap tipe khalayak dipengaruhi oleh beberapa hal dan hasil resepsi adalah resepsi kreator terhadap plagiarisme konten yang terdapat dalam video youtube Ferry Irwandi. Hasil resepsi yang berada pada posisi *Hegemonic Dominant* menyetujui hal yang ditekankan oleh Ferry Irwandi bahwa kemiripan konten bukan selalu berarti plagiarisme, namun bisa saja karena inspirasi. Ia juga mengecam cara Mattdicx menegur Anas, terutama karena Anas masih muda dan sedang berkembang sebagai konten kreator, harus saling mendukung sebagai sesama konten kreator. Kreator seperti Andi, Putri, Leonita, dan Clarissa yang masuk dalam tipe ini menerima pesan tersebut dan menyetujuinya.

"Kalau aku, si Anas ini terinspirasi, tapi dia nggak tahu kalau misalkan inspirasinya itu terlalu nggak diolah sama dia dan nggak di kembangkan mungkin jadi kayaknya orang-orang yang melihat yang sudah biasa melihat kontennya Mattdicx duluan berpikinya, kayaknya ini ciri khasnya kayak gitu mungkin dari inspirasi awalnya. Itu kan cuma karena pola pikir orang yang berbeda-beda kan kalau dari aku mikirnya gitu jadi dia itu terinspirasi."  
**(Leonita Wenny, focus group discussion, 5 Juni 2024)**

Berdasarkan resepsi salah satu kreator dapat dinyatakan bahwa mereka tidak dapat menentukan apakah hal tersebut termasuk plagiarisme atau bukan. Namun mereka menganggap

hal tersebut sebagai suatu hal yang terinspirasi karena dalam pembuatan sebuah konten di media sosial memerlukan sebuah inspirasi jika semua hal dianggap sebagai plagiarisme hal tersebut akan membatasi ruang berkreasi mereka sebagai konten kreator yang membuat konten di media sosial yang dimana memiliki persaingan yang ketat. Namun, tidak berarti mereka tidak memiliki pemahaman terhadap plagiarisme. Mereka memahami kompleksitas dalam membedakan antara salinan langsung dan pengaruh inspiratif dalam menciptakan konten bahkan 3 diantaranya pernah mengalami diplagiat oleh kreator lain.

Sedangkan pada tipe *Negotiated* menyetujui beberapa hal yaitu kemiripan konten bukan selalu berarti plagiarisme, namun bisa saja karena inspirasi dan harus saling mendukung sebagai sesama konten kreator. Namun konten kreator pada tipe ini tidak setuju dengan pernyataan dalam konten youtube Ferry Irwandi yang dimana beranggapan bahwa Anas tidak melakukan plagiarisme konten.

“Kalau aku gak lihat beberapa detailnya ya, cuman mungkin kalau dari segi pembuatan video segala macam itu sih plagiarisme. Cuman kalau dari segi pembahasan segala macam itu menurutku nggak juga ya karena ada beberapa yang dia katakan itu misalnya kayak ngobrol segala macam itu menurutmu ini sih enggak, mungkin lebih ke tempatnya pembuatan videonya menurut aku lho ya. Dari konsep-konsepnya mungkin hampir sama cuman untuk isi pembicaraannya itu beda.” (Norman Iskandar, **focus group discussion, 5 Juni 2024**)

Berdasarkan resepsi tersebut diketahui bahwa kreator pada tipe memiliki pola pikir yang berbeda dengan menyatakan bahwa konten Anas bisa dikatakan sebagai suatu hal yang terinspirasi dari konten Mattdicx, namun ia tetap melihat indikasi plagiarisme dalam cara pembuatan video Anas Creative. Meskipun tidak terlalu mendalami videografi dan tidak mengikuti detail permasalahan Mattdicx dan Anas secara menyeluruh. Kreator tipe ini juga setuju dengan pesan bahwa konten yang mirip belum tentu merupakan plagiat, namun tetap menyimpan kekhawatiran terhadap kemungkinan plagiarisme dalam konten-konten tersebut.

## Penutup

Kanal YouTube Ferry Irwandi adalah platform pribadi yang berfokus pada konten video tentang isu-isu sosial, ekonomi, politik, dan videografi. Tujuannya adalah menyebarkan aspirasi dan pendapat pribadi Ferry Irwandi serta memfasilitasi diskusi dengan audiensnya tentang berbagai isu di Indonesia termasuk plagiarisme konten yang terdapat dalam kontennya “Kita Semua Adalah Peniru”. Dari hasil penelitian, terdapat 2 tipe khalayak. Dominant Hegemonic Position diwakili oleh Andi Azril, Putri Wahyu, Leonita Wenny, dan Clarissa Windy. Mereka melihat kasus plagiarisme konten antara Mattdicx dan Anas Creative dari perspektif sinematografi dan pengalaman berhubungan dengan Anas, yang membentuk resepsi mereka terhadap konten tersebut.

Mereka melihat hal tersebut bisa saja dikategorikan sebagai plagiarisme konten, namun mereka tidak meresepsikannya sebagai plagiarisme namun sebagai sebuah inspirasi. Hal tersebut muncul dikarenakan latar belakang pendidikan dan pekerjaan sebagai konten kreator serta dari jenjang waktu berkair sebagai konten kreator membuat pola pikir mereka

memunculkan anggapan bahwa jika segala hal yang merupakan proses kreatif dikatakan sebagai plagiarisme maka ruang lingkup kreatifitas sebagai konten kreator akan terbatas. Dan sebagai konten kreator juga tidak akan berkembang, jika segala hal dikatakan sebagai plagiarisme. Sehingga membuat mereka setuju dengan pesan-pesan yang terdapat dalam konten Ferry Irwandi.

Di tipe khalayak Negotiated Position, terdapat 1 informan yaitu Norman Iskandar. Pendapatnya berbeda dengan konten kreator lain karena ia melihat tindakan Anas Creative sebagai bentuk plagiarisme, namun juga mengakui bahwa konten yang ditiru juga dapat disebut sebagai inspirasi. Resepsi ini didasari oleh pemahaman yang lebih ketat terhadap definisi plagiarisme dalam konten video. Namun, Norman juga mengakui bahwa konten yang ditiru bisa saja menjadi inspirasi, menunjukkan bahwa dia memahami kompleksitas dalam membedakan antara plagiarisme dan pengaruh inspiratif dalam menciptakan konten. Kekhawatiran Norman terhadap plagiarisme mungkin berasal dari pengalamannya sebagai konten kreator dan pemahaman bahwa tindakan seperti itu dapat merugikan konten kreator lain.

### Daftar Pustaka

- Annur, C. M. (2023, November 24). *Indonesia Peringkat Keempat Pengguna YouTube Terbanyak Dunia*. databoks.katadata.co.id.
- During, S. (1999). *The Cultural Studies Reader, Second Edition* (S. During, Ed.; Second edition). Routledge.
- Howard, R. M. (2007). Understanding "Internet plagiarism." *Computers and Composition*, 24(1), 3–15. <https://doi.org/10.1016/j.compcom.2006.12.005>
- Riyanto, A. D. (2023, April 18). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/#:~:text=By%20Andi%20Dwi%20Riyanto&text=Data%20terbaru%20yang%20dit%20erbitkan%20oleh,juta%20pengguna%20pada%20tahun%202023>.
- Soelistyo, H. (2011). *Plagiarisme : Pelanggaran Hak Cipta Dan Etika*. Penerbit Kanisius.
- Victoria Angelina, Merry Fridha Tri Palupi, & Herlina Kusumaningrum. (2023). PEMAKNAN KONTEN PSIKOLOGI KEUANGAN OLEH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA. *SEMAKOM: SEMINAR NASIONAL MAHASISWA KOMUNIKASI, Vol 2 No 1*(SEMAKOM Series 2). <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom/article/view/2731>
- Williams, Heidi. (2008). *Plagiarism*. Greenhaven Press.