

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa mencukupi kehidupannya sendiri tanpa bantuan orang lain. Manusia membutuhkan interaksi dengan manusia lain yang disebut dengan komunikasi. Pada dasarnya komunikasi adalah hubungan saling memahami antara subjek dan objek yang berkomunikasi. Untuk menjalin kesepahaman tersebut, maka dibutuhkan sebuah bahasa dalam menjembatani komunikasi manusia. Sebagaimana diutarakan oleh William and Wayne (dalam Uchyana: 1993) bahwa “*Communication is process by which information is exchanged between or among individuals through a common system of symbols, signs, and behavior*”. Komunikasi adalah proses di mana informasi dipertukarkan di antara individu melalui sistem simbol, tanda, dan perilaku yang sama. Penggunaan bahasa dalam komunikasi tidak sebatas untuk menyampaikan informasi, tetapi lebih lanjut dapat menimbulkan pembentukan pendapat dan sikap seseorang.

Hal ini sejalan dengan salah satu fungsi bahasa sebagai identitas yang mencerminkan pikiran dan produk kecerdasan penuturnya (Chaer, 2012, hlm. 33; Pateda, 2011, hlm. 7). Melalui bahasa seseorang mampu mencerminkan tingkat kesopanan, intelektualitas, dan emosionalnya terhadap suatu permasalahan. Tidak jarang ditemui seseorang yang menggunakan bahasa yang baik, sopan, dan santun dalam penyampaiannya sering dianggap baik. Begitu pula sebaliknya, seseorang yang tidak mampu menggunakan bahasa dengan baik kerap kali dicap buruk juga oleh orang lain. Berdasarkan hal tersebut, jelas bahwa kemampuan berbahasa sangat berpengaruh dalam kehidupan manusia khususnya dalam kehidupan sosial bermasyarakat.

Masyarakat harus mampu menggunakan bahasa yang baik. Salah satu indikator utama penilaian terhadap kemampuan berbahasa yang baik adalah mampu menggunakan bahasa yang santun. Santun berbahasa tidak hanya dimaknai dengan pemilihan diksi saja, namun juga harus disampaikan dengan cara tepat. Apabila hanya pemilihan katanya saja yang benar dan disampaikan dengan nada yang ketus

serta cara yang kasar akan dianggap kurang santun dan menimbulkan penilaian negatif terhadap penuturnya.

Kajian kesantunan pada bidang bahasa merupakan kajian pragmatik. Pragmatik adalah ilmu yang mengkaji penggunaan bahasa sebagai tindak ujar atau tindak tutur (Leech, 1993, hlm. 5—6; Chaer, 2010, hlm. 23). Pada tindak tutur kesantunan, situasi dan kondisi pemakainya (konteks) sangat diperhatikan. Beberapa ahli telah menjelaskan teori kesantunan. Pertama, Lakoff (dalam Purwo, 1994, hlm. 87) membuat tiga aturan pragmatis yang harus dipenuhi untuk memaksimalkan kesantunan yaitu, (1) jangan memaksakan kehendak, (2) memberikan pilihan, dan (3) membuat orang lain merasa lebih baik atau bersikap bersahabat. Sementara, Brown dan Levinson (1987, hlm. 66) mengemukakan bahwa kesantunan berbahasa berkisar pada konsep wajah (*face*). Wajah positif yang mengacu kepada keinginan pemilik wajah agar semua prestasi dan jerih payahnya dihargai oleh orang lain dan wajah negatif yang mengacu kepada keinginan pemilik wajah agar tidak dikritik ataupun dihalangi oleh orang lain. Leech (1993, hlm. 206—207), membuat prinsip kesantunan berbahasa menjadi enam jenis maksim. (1) maksim kebijaksanaan, (2) maksim kedermawanan, (3) maksim pujian, (4) maksim kerendahan hati, (5) maksim kesepakatan, dan (6) maksim simpati. Maksim-maksim ini digunakan untuk memaksimalkan keuntungan kepada lawan bicara (mitra tutur). Berdasarkan aturan dan prinsip-prinsip yang telah dibuat dapat disimpulkan bahwa kesantunan dalam berbahasa dapat tercapai apabila peserta tutur mematuhi aturan dan prinsip-prinsip tersebut.

Kesantunan berbahasa menjadi bagian utama dalam menciptakan ruang yang nyaman bagi penutur maupun mitra tutur. Apabila kesantunan berbahasa diterapkan dalam berkomunikasi maka akan tercipta masyarakat yang damai, tenang, tentram, dan saling mengasihi. Akan tetapi, kenyataan dalam kehidupan menunjukkan bahwa masih ada orang yang bertutur kata dalam berkomunikasi tanpa memperhatikan kesantunan berbahasa. Seperti penggunaan kata cacian, makian, kata kasar, bahkan merendahkan. Terlebih di era digital sekarang ini, kemajuan teknologi yang terus berkembang menciptakan perubahan yang signifikan dalam kehidupan manusia. Hadirnya teknologi berupa media sosial membuat komunikasi tidak hanya merujuk pada situasi yang mengharuskan penutur dan mitra tutur saling

berhadapan. Ketidakhadiran para pelaku komunikasi dalam media sosial menyebabkan bahasa yang dipakai cenderung bebas dan setara (*equal*), sehingga kehilangan daya santun (Anshori, 2022, hlm. 11) yang memicu kesalahpahaman dan berujung pertikaian.

Bahasa pada media sosial sangat bervariasi dan kompleks. Menurut Mashudi, dkk (2017, hlm. 70—85) penggunaan bahasa dalam media sosial kurang memperhatikan unsur ketatabahasaan. Campur kode hingga alih kode merupakan fenomena berbahasa pada sosial media. Percampuran bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris, maupun bahasa daerah lazim ditemukan pada komunikasi media sosial. Hal ini memperlihatkan bahwa bahasa pada media sosial tidak memiliki aturan baku untuk para penggunanya. Hadirnya slang dan istilah teknis untuk menamai benda-benda baru juga merupakan fenomena dari bahasa media sosial. Pendapat ini sejalan dengan Kessler dan Bergs (dalam Anshori, 2020, hlm. 310) yang menyatakan bahwa bahasa media sosial banyak mengandung singkatan atau kode bahasa yang sifatnya pribadi untuk mempercepat dan memperpendek komunikasi sehingga secara kualitatif menurunkan kemampuan komunikasi seseorang.

Selain itu, bahasa di media juga mencerminkan longgarnya tiga aspek penting dalam berbahasa. yaitu kesetiaan dalam berbahasa (*language loyalty*), kebanggaan terhadap sebuah bahasa (*language pride*), dan kesadaran terhadap pentingnya berbahasa (*awareness of the norm*). Ketiga hal tersebut terjadi karena rendahnya nilai yang dimiliki penutur bahasa dan euforia virtual yang dialami para pengguna media sosial (Anshori, 2020, hlm. 310).

Media sosial sebagai produk dari dinamika perubahan kemajuan teknologi informasi mempengaruhi perilaku berbahasa manusia. Seperti koin yang memiliki dua sisi, kemudahan yang dihadirkan oleh teknologi informasi memberikan tantangan baru bagi kehidupan manusia. Salah satunya mengenai kesantunan berbahasa. Telah banyak dilakukan penelitian terhadap kesantunan berbahasa masyarakat Indonesia di media sosial, seperti di *YouTube* (Jamilah & Wahyuni 2020; Sukmono 2020) *Twitter* (Jayanti & Subyantoro, 2019; Rismaya, 2020)) *Facebook* (Palupi & Endahati, 2019) *TikTok* (Agustyn, 2022) dan lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku berbahasa masyarakat pengguna media

sosial di Indonesia cenderung tidak memperhatikan kesantunan berbahasa. Terjadi pelanggaran kesantunan berbahasa baik secara lisan maupun tulisan pada kolom komentar. Perkataan kasar berupa gurauan atau ejekan menjadi bahasa yang paling banyak ditemukan.

Tidak jarang pula ditemukan informasi pada media sosial menggunakan bahasa yang vulgar dan provokatif, berisi berita bohong, dan ujaran kebencian yang melanggar pasal UU ITE. Fenomena-fenomena ini menunjukkan penurunan kesantunan berbahasa masyarakat Indonesia dan merupakan situasi mengkhawatirkan yang dapat menjatuhkan citra diri bangsa.

Penggunaan internet dan media sosial yang saat ini sulit dilepaskan dari kehidupan manusia, memungkinkan manusia terpengaruh baik secara positif maupun negatif. Pada dasarnya apa yang dilihat, dibaca, atau ditonton dapat mempengaruhi cara berpikir dan perilaku manusia salah satunya perilaku berbahasa. Prinsip hidup manusia adalah menyalin dan mengikuti apa yang dilihatnya (Hermawanto dan Wardani, 2021). Oleh karena itu, menyeleksi bacaan dan tontonan yang berupa konten-konten pada media sosial merupakan keterampilan yang harus dimiliki setiap individu.

Konten-konten yang dihasilkan di dalam media sosial juga tidak semuanya bagus. Ada beberapa konten buruk dari segi isi maupun segi bahasa yang masih mendapat perhatian. Hal ini dapat disebabkan karena lemahnya aturan yang mengikat kreator dalam memproduksi konten yang mereka hasilkan. Penggunaan bahasa yang kasar dan tidak santun dengan tujuan viral adalah sesuatu hal yang lumrah dalam konten-konten di media sosial Indonesia.

Salah satunya dari kreator konten Richard Theodore yang sudah memiliki 7,5 juta pengikut dengan jumlah *likes* lebih dari 102,8 juta di *TikTok* sempat menjadi perbincangan hangat di media sosial karena kontennya yang berupa “tes kejujuran” kepada seorang pemilik warung di Nusa Tenggara Timur (NTT). Konteks video, Richard sengaja meninggalkan *handphone* di warung tersebut untuk melihat kejujuran Bapak sang pemiliknya. Hasilnya *handphone* tersebut tidak hilang dan kembali utuh kepada Richard. Tetapi menurutnya Bapak pemilik warung tidak sepenuhnya jujur karena tidak langsung memanggil dirinya saat ponselnya ketinggalan. Berikut tuturannya. “*Enggak (jujur) lah. Pokoknya jujurnya nggak 100*

Amanda Maharani, 2024

ANALISIS KESANTUNAN BERBAHASA KREATOR KONTEN DALAM MEDIA SOSIAL YOUTUBE SERTA PEMANFAATANNYA SEBAGAI BUKU PANDUAN BAGI YOUTUBER

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

persen katanya bapak 'handphone mana?' oh ini handphone. Kenapa nggak panggil kita, susah jauh mesti naik motor kata dia. Naik motor dari mana katanya." (Tempo.co, 2023).

Perilaku berbahasa yang ditunjukkan oleh kreator konten tersebut adalah bentuk ketidaksantunan dalam berbahasa dan tindakan yang menjatuhkan citra diri manusia. Richard Theodore pada kasus di atas telah melakukan pelanggaran prinsip kesantunan berbahasa. Berdasarkan teori Leech (1993, hlm. 206—207) Richard (penutur) telah melanggar maksim pujian karena memberikan kecaman berupa penilaian negatif dengan mengkritik Bapak pemilik warung (mitra tutur).

Dari video Richard Theodore muncul reaksi dari berbagai kalangan. Khususnya dari masyarakat Nusa Tenggara Timur (NTT) yang ikut merasa tersinggung karena Richard telah mengecap warga NTT tidak jujur yang merupakan penghinaan yang dapat memicu kegaduhan di masyarakat. Oleh karena itu, dalam membuat konten di media sosial kreator harus bijaksana dan berhati-hati sebelum mengunggah video. Salah satu caranya dengan memperhatikan etika serta kesantunan berbahasa dalam konten tersebut.

Masalah santun atau tidaknya seseorang dalam menggunakan bahasa sangat tergantung pada nilai moral dan budaya yang berlaku di masyarakat. Setiap budaya memiliki caranya masing-masing untuk mengidentifikasi kesantunan. Masyarakat Indonesia sebagai bangsa timur sangatlah mengedepankan nilai-nilai keluhuran dan kesantunan. Konten-konten dengan bahasa kasar, vulgar, atau provokatif meskipun dengan tujuan menghibur jelas tidak baik untuk dikonsumsi masyarakat, karena tidak menunjukkan rasa hormat pada mitra tutur dalam berkomunikasi dan juga tidak sesuai dengan nilai-nilai moral dan budaya bangsa ini.

Ketidaksantunan masyarakat Indonesia di media sosial menguatkan bahwa semakin pentingnya memperhatikan penggunaan bahasa dalam berkomunikasi di media sosial. Menurut laporan *We Are Social* yang bekerja sama dengan *Hootsuite*, mencatat bahwa per Januari tahun 2023 di Indonesia ada sekitar 212,9 juta pengguna internet. Kemudian, sebanyak 167 jutanya merupakan pengguna media sosial secara aktif dengan rata-rata lama penggunaan 3 jam 18 menit setiap harinya (Riyanto, 2023). Berdasarkan data tersebut mayoritas masyarakat di Indonesia

merupakan pengguna aktif internet yang juga menggunakan media sosial dalam kesehariannya.

Bahasa di media sosial harus menjadi perhatian khusus karena perilaku berbahasa yang buruk pada media sosial juga dapat berdampak buruk kepada eksistensi bahasa Indonesia itu sendiri serta terganggunya hubungan sosial bermasyarakat. Maka dari itu, upaya dalam menciptakan lingkungan masyarakat yang bertutur kata santun merupakan agenda yang sangat penting. Utamanya bagi generasi penerus bangsa. Dukungan dari lingkungan keluarga, sekolah, dan pemerintah sangat dibutuhkan untuk melatih masyarakat menggunakan bahasa yang santun.

Berdasarkan pertimbangan banyaknya konten-konten yang kurang baik dari segi bahasanya yang terus menjamur di media sosial, penulis tertarik untuk menganalisis bahasa dalam konten media sosial. Sumber data penelitian yang dipakai adalah media sosial *YouTube*. Media sosial ini telah menjadi salah satu media yang paling banyak digunakan masyarakat. Melalui survei yang telah dilakukan oleh Simon Kemp diketahui bahwa bulan Januari tahun 2023 ada sekitar 139 juta pengguna media sosial *YouTube* di Indonesia (Datareportal, 2023). *YouTube* memungkinkan penggunanya dapat melihat, mengirim, ataupun membagikan video. Media ini menyajikan video sebagai konten utamanya. Melalui penyajian video tersebut menghasilkan gambaran lebih jelas mengenai sikap tutur kreator konten atau biasa dikenal dengan istilah *Youtuber*. Penelitian ini berfokus pada kesantunan berbahasa yang dilakukan oleh kreator konten dalam video konten yang diproduksinya.

Salah satu konten video yang saat ini berkembang pesat di *YouTube* adalah *podcast*. Menurut Phillips (dalam Susilowati, 2020), *podcast* adalah dokumen audio digital yang dibuat dan disebarluaskan secara *online* melalui berbagai platform dan dapat diakses oleh masyarakat luas dengan menggunakan jaringan internet. Kemasan *podcast* dapat berupa monolog, dialog/*talkshow*, dokumenter, *review*, atau sandiwara/drama. Konten *podcast* menjadi sangat diminati selain karena kemudahan akses mendapatkannya, *podcast* juga memiliki tema yang variatif seperti komedi, sosial, agama, horor, politik, bisnis, pendidikan, olahraga, hingga hal-hal acak lainnya yang dibuat oleh masing-masing kreator konten dan diunggah

Amanda Maharani, 2024

ANALISIS KESANTUNAN BERBAHASA KREATOR KONTEN DALAM MEDIA SOSIAL YOUTUBE SERTA PEMANFAATANNYA SEBAGAI BUKU PANDUAN BAGI YOUTUBER

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pada kanal miliknya. Hal ini memberikan pilihan kepada para penonton untuk memilih topik mana yang disukainya. *Podcast* juga dapat dijadikan sumber informasi dan hiburan bagi masyarakat. Salah satu contohnya pada *podcast* berbentuk dialog, percakapan yang timbul dari dua orang atau lebih yang membahas sebuah topik tertentu dapat menjadi sebuah informasi bagi pendengarnya. Informasi yang muncul tersebut dapat merujuk pada perspektif mengenai sebuah isu, pemberian edukasi, hingga penyajian hiburan.

Ada banyak sekali kreator konten di *YouTube* yang membuat bentuk konten berupa *podcast*. Pada penelitian ini, penulis fokus kepada empat kreator yaitu Najwa Shihab (NS), Merry Riana (MR), Khalid Basalamah (KHB), dan Raditya Dika (RD). Hal yang melatarbelakangi pemilihan keempat kreator tersebut, pertama banyaknya pengguna media sosial *YouTube* tertarik dengan konten-konten yang mereka hasilkan, terbukti dengan jumlah pengikut para kreator yang lebih dari 2 juta orang. Kedua, variasi tema. Masing-masing kreator memiliki tema yang berbeda untuk *podcast* yang diproduksinya. NS memiliki tema sosial politik, MR memiliki tema ekonomi dan bisnis, KHB memiliki tema keagamaan, dan RD memiliki tema komedi atau hiburan. Ketiga, variasi profesi. Para kreator berasal dari latar belakang profesi yang berbeda. NS dikenal sebagai wartawan/jurnalis, MR dikenal sebagai motivator dan pengusaha, KHB dikenal sebagai Penceramah, dan RD dikenal sebagai artis komedian. Perbedaan-perbedaan ini akan memberikan data penelitian yang variatif untuk menyusun buku panduan bagi *YouTuber*.

Konsep *podcast* yang dibuat oleh keempat kreator memiliki kesamaan bentuk berupa *dialog/talkshow* dengan narasumber. Konten ini akan dijadikan sumber data pada penelitian kesantunan berbahasa. Pada kegiatan bincang-bincang dengan narasumber yang diundang tidak dapat dielakkan munculnya sanggahan, persetujuan, gurauan, sindiran, pujian, dan hal lainnya dari pembicaraan dengan narasumber. Tuturan-tuturan itulah yang dikaji lebih dalam terutama pada aspek kesantunan berbahasanya.

Penulis melakukan analisis kesantunan berbahasa pada tuturan kreator konten dalam *podcast* yang telah diproduksinya menggunakan teori prinsip kesantunan berbahasa Leech (1993) serta melihat fungsi tuturannya berdasarkan teori Searle (1975). Hasil penelitian ini akan dimanfaatkan dalam menyusun rancangan buku

panduan bagi *YouTuber* agar senantiasa berbahasa santun dalam memproduksi konten-konten berikutnya.

Kesantunan yang mulai tergerus, apabila dibiarkan secara terus-menerus tidak mustahil melahirkan generasi yang arogan, kasar, dan tidak mengindahkan nilai etika serta agama. Maka dari itu, salah satu usaha yang dapat dilakukan dengan menciptakan para kreator konten yang baik dan menjadikan media bahasa sebagai alat pencerdasan dan pencerahan bagi masyarakat untuk menciptakan lingkungan yang damai dan tentram.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis mengidentifikasi masalah yang muncul, sebagai berikut.

- 1) Banyaknya ditemukan orang-orang yang belum memperhatikan kesantunan berbahasa ketika berkomunikasi.
- 2) Munculnya konten-konten pada media sosial menggunakan bahasa yang kasar, vulgar, dan provokatif dengan tujuan viral.
- 3) Hadirnya media digital yang mengubah perilaku berbahasa masyarakat ke arah yang lebih buruk.
- 4) Banyaknya laporan-laporan terkait kasus pelanggaran UU ITE setiap tahunnya. Sebagian besar kasus tersebut tentang pencemaran nama baik dan ujaran kebencian.
- 5) Kurangnya panduan berbahasa santun untuk para kreator konten dalam memproduksi kontennya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah penelitian di atas, penulis menyusun rumusan masalah sebagai berikut.

- 1) Bagaimana realisasi kesantunan berbahasa yang dilakukan oleh kreator konten dalam media sosial *YouTube*?
- 2) Bagaimana fungsi tuturan yang dilakukan oleh kreator konten dalam media sosial *YouTube*?
- 3) Bagaimana rancangan buku panduan untuk para *YouTuber* berdasarkan kajian kesantunan berbahasa kreator konten dalam media sosial *YouTube*?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Mendeskripsikan realisasi kesantunan berbahasa kreator konten yang terdapat dalam media sosial *YouTube*.
- 2) Mendeskripsikan realisasi fungsi tuturan kreator konten yang terdapat dalam *YouTube*.
- 3) Menghasilkan rancangan buku panduan untuk para *Youtuber* berdasarkan kajian kesantunan berbahasa kreator konten dalam *YouTube*.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, baik secara teoretis maupun praktis.

1) Manfaat Teoretis

Penelitian ini memberikan gambaran tentang kesantunan berbahasa kreator konten di Indonesia yang hasilnya diharapkan dapat memberikan sumbangsih bagi perkembangan ilmu teori pragmatik dalam kajian kesantunan berbahasa serta digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya yang menulis topik sejenis. Penelitian ini juga diharapkan memberikan manfaat bagi masyarakat khususnya dalam dunia pendidikan dan para pembuat konten agar senantiasa berbahasa yang santun.

2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan mampu menjadi cerminan bagi kreator konten agar senantiasa menjaga dan memperhatikan nilai-nilai kesantunan berbahasa saat berbicara. Penelitian ini juga diharapkan memberikan panduan pada para kreator konten agar lebih santun dalam berbahasa sehingga dapat menciptakan ruang di media sosial yang harmonis dan nyaman untuk dilihat dan ditonton oleh masyarakat. Serta menumbukan kesadaran bagi para pembaca agar terus memperhatikan nilai-nilai kesantunan berbahasa yang merupakan aspek penting dalam kehidupan.

F. Definisi Operasional

Untuk memahami istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian, berikut adalah definisi operasionalnya.

Amanda Maharani, 2024

ANALISIS KESANTUNAN BERBAHASA KREATOR KONTEN DALAM MEDIA SOSIAL YOUTUBE SERTA PEMANFAATANNYA SEBAGAI BUKU PANDUAN BAGI YOUTUBER

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- 1) Kesantunan Berbahasa adalah upaya berbahasa yang santun dilakukan oleh penutur dan mitra tutur dalam berkomunikasi untuk mencapai tujuan komunikasi yang diharapkan. Kesantunan digunakan oleh penutur dan mitra tutur untuk membuat suasana yang nyaman, damai, dan menyenangkan dalam berkomunikasi. Hal ini menghindari terjadinya ketersinggungan, kesalahpahaman, atau permusuhan. Komunikasi dapat berjalan dengan maksimal apabila penutur dan mitra tutur sama-sama menghargai satu sama lain terhadap sesuatu yang diutarakan. Jika salah satu dari penutur maupun mitra tutur melanggar kesantunan berbahasa, nilai negatif akan melekat pada dirinya. Pada saat berkomunikasi, setiap orang seyogyanya tunduk pada norma-norma budaya. Untuk menghindari nilai negatif, misalnya dianggap sebagai seseorang yang angkuh, egois, congkak, sombong, tidak beradab, maupun tidak berbudaya.
- 2) Kreator konten adalah sebuah profesi yang membuat suatu konten, baik berupa tulisan, gambar, video, suara, ataupun gabungan dari dua atau lebih materi. Konten tersebut dibuat untuk media, terutama pada media digital seperti *blogger*, *instagram*, *YouTube* dan lainnya. Penelitian ini berfokus pada kreator konten *YouTube* yang membuat konten berupa video *podcast* dengan narasumber yang diundangnya.
- 3) *YouTube* merupakan salah satu media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat. Sebagai hiburan, mencari informasi, berbagi pengalaman, media promosi, pemasaran, dan lainnya. Ada banyak jenis konten yang dihasilkan di *Youtube*. Pada penelitian ini konten video yang dianalisis difokuskan kepada konten *podcast*. Konten ini berupa video wawancara atau *talkshow* di mana ada dua orang atau lebih berbincang-bincang membahas suatu topik. Melalui konten video tersebut, terlihat komunikasi antar kreator konten dan narasumber serta kesantunan berbahasa yang mereka lakukan.
- 4) Buku panduan adalah segala bentuk bahan yang digunakan untuk membantu guru, siswa, instruktur, atau seseorang dalam proses menciptakan sesuatu. Bahan yang dimaksud berupa buku panduan yang digunakan oleh para *Youtuber* (pembuat konten) untuk menciptakan konten-konten yang lebih baik dari segi bahasanya khususnya dalam komunikasi di media sosial.