

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau langsung dari yang diamati. Tujuannya ialah untuk dilakukan pengembangan dan penganalisaan model penelitian berdasarkan pada teori yang didapat dari kepustakaan yang berkaitan dengan fenomena yang akan digali dan dicari secara langsung kepada objek penelitian yang tertuju untuk diambil data-data yang diperoleh melalui studi literatur/ Literatur Review yang berfokus pada metode etnografi virtual di ruang siber di sosial media, dalam hal ini konten dari @Aishwa Nahla Official dan didukung juga dengan data-data yang diambil melalui jurnal-jurnal terkait dan buku atau studi pustaka pendukung. Untuk diambil sebagai bahan analisis dan informasi dari penelitian ini. Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan pada pembahasan mengenai Pemanfaatan Islamic Content Sebagai Sumber Penghasilan Pada Channel Aishwa Nahla Ditinjau dari Etika Dan Bisnis Islam.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara online dengan cara menyaksikan tayangan youtube dari akun subjek penelitian dan menganalisis variabel-variabel terkait melalui resepsi audiens sebagai informan ketiga terhadap tayangan pada channel content creator dan di dapat melalui website influencer dunia @noxinfluencer dan jurnal-jurnal terkait variabel yang diteliti dari googlescholar, Proquest, Pub Med,

dan Ebsco.

C. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Pemanfaatan Islamic Content Sebagai Sumber Penghasilan Pada Channel Aishwa Nahla Ditinjau Dari Etika bisnis Islam.

D. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif. Jenis penelitian dipilih secara etnografi virtual di ruang siber dengan memanfaatkan sosial media dari akun Youtuber terkait yaitu @Aishwa Nahla Official dengan cara menyaksikan tayangan youtube dari akun subjek penelitian dan menganalisis variabel-variabel terkait melalui resepsi audiens sebagai informan ketiga terhadap tayangan pada channel content creator dan di dapat melalui website influencer dunia @noxinfluencer dan jurnal-jurnal terkait variabel yang diteliti dari googlescholar, Proquest, Pub Med, dan Ebsco.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data Primer dan data sekunder

2.1 Data Primer

Adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus.⁴⁵. Data primer dalam penelitian ini adalah dengan mengambil objek utama youtuber kota Palembang Aishwa nahla official untuk melihat fenomena sosial dan kultur pengguna di ruang siber yang

⁴⁵ Istijanto, *Riset Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005) hlm. 32.

dihasilkan dari kemampuan berkekrativitas dan memberikan dampak kepada etika, moral, budaya, education, dan ekonomi dalam kehidupan bersama. Pemilihan responden dilakukan dengan menggunakan purposive sampling.⁴⁶ Dalam penelitian kualitatif tidak berdasarkan pada hitungan statistik tetapi melalui sampel yang dipilih untuk mendapatkan informan yang maksimum, bukan untuk mengeneralisasikan. Penentuan sampel dalam penelitian kualitatif dilakukan saat peneliti memulai riset penelitian dan observasi sampel yang akan diteliti. Caranya peneliti akan memilih contoh channel yang akan diteliti untuk dipertimbangkan akan memberikan data yang diperlukan. Selanjutnya dari informasi yang diperoleh peneliti menetapkan sampel tersebut untuk dipertimbangkan.. Selanjutnya dinyatakan bahwa sampel sebagai sumber data harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Responden memahami pemanfaatan penggunaan media sosial, bukan sebagai pengguna saja tetapi juga memperoleh pendapatan,
2. Responden sedang terlibat dalam kegiatan yang akan diteliti yaitu menjadi youtuber atau content creator pada channelnya
3. Responden yang sesuai dengan lokasi penelitian.

2.2 Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media ketiga (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misal lewat orang lain, jurnal, web terkait, sosial media, dokumen, atau buku rujukan.

⁴⁶ *Ibid*, hal 215

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang sistematis dalam pengumpulan, pencatatan, penyajian fakta untuk tujuan tertentu. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Observasi

Metode observasi dimaknai sebagai bentuk penelitian berdasarkan pengamatan dan pencatatan sistematis terhadap fenomena yang akan diteliti untuk diambil informasinya kemudian dipelajari oleh peneliti itu sendiri. Observasi yang digunakan ialah partisipan moderat. Peneliti dalam mengumpulkan data mengikuti observasi partisipatif dalam beberapa tayangan di video yang disajikan atau melalui aktivitas-aktivitas informan di sosial mediana, dengan cara menjadi penggemar content creator tersebut. Cara ini penulis pilih agar dapat memperoleh informasi sebanyak mungkin berdasarkan observasi yang bersifat partisipatif moderat ini. Adapun yang menjadi objek dalam observasi ini diantaranya mengenai peran yang didapat dari aktivitas sosial mediana sebagai seorang content creator.

2. Dokumentasi

Dokumentasi dapat dilakukan dengan cara mengumpulkan beberapa informasi tentang data dan fakta yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian baik dari sumber dokumen yang dipublikasikan, jurnal ilmiah, koran, majalah, website, dan lain-lain.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan indikator penting dalam penelitian studi pustaka

diperoleh dari buku, skripsi terdahulu, internet, dan sumber lainnya dari googlescholar, Proquest, Pub Med, dan Ebsco.

4. Research Question

Atau pertanyaan penelitian dibuat berdasarkan kebutuhan dari topik yang dipilih, dan menjaga agar tinjauan tetap fokus, RQ dirancang dengan bantuan kriteria PICOC yaitu Populasi, Intervensi, Compare, Outcomes dan Context (Kitchenham dan Charters,2007).

F. Variabel-Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen.

1. Variabel *Dependent* (terikat) adalah variabel yang menjadi pusat utama dalam sebuah pengamatan dalam penelitian. Tujuan penelitian ini memahami dan membuat variabel terikat, menjelaskan variabilitasnya atau meprediksikannya. Variabel *dependent* diartikan dengan variabel terikat atau variabel terpenuhi.⁴⁷
2. Variabel *independent* (bebas) adalah variabel yang dapat memberikan pengaruh pada perubahan dalam variabel *dependent* dan mempunyai hubungan yang positif ataupun yang negatif bagi variabel *dependent* nantinya. Variasi *dependent* merupakan hasil dari variabel *independent*. Variabel *independent* sering juga disebut dengan variabel bebas atau variabel yang mempengaruhi.

G. Model dan Sifat Penelitian

⁴⁷ Syafizal Helmi Situmorang, Analisis data : Untuk Riset Manajemen dan Bisnis, (Medan: USU Press, 2010) hlm. 7

Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau langsung dari objek penelitian yang diamati. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha untuk menemukan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data.⁴⁸ dan pendekatan ini didukung oleh metode etnografi virtual. Etnografi virtual merupakan metode yang digunakan dengan melihat fenomena sosial dan kultur pengguna di ruang siber.⁴⁹

Maka penulis mengumpulkan data-data bersumber dari cyber spaces di sosial media, dalam hal ini pemanfaatan konten islami oleh youtuber @aishwanahlaofficial yang merupakan content creator yang memiliki popularitas dan peminat terbanyak dari generasi millennial dan background anak-anak yang cinta sholat.

Sifat penelitian ini merujuk kepada penelitian “deskriptif kualitatif” yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif yang diuraikan dan difokuskan melalui fenomena yang terjadi pada saat penelitian dilakukan sesuai dengan yang terjadi pada waktu tersebut. Pusat penelitian pada pandangan yang mungkin berbeda sesuai keunikan dan kepentingan masing-masing orang lain.⁵⁰ Penelitian ini tentang influencer di sosial media, maka penulis menggunakan sosial media untuk membantu menganalisa konten dari youtuber tersebut untuk mendapatkan data-data yang diperoleh dari para informan. Dan untuk ruang

⁴⁸ Moh. Nasir, *Metode Penelitian*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2011), h.47.

⁴⁹ Rulli Nasrullah. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. (Jakarta: Prenadamedia, 2016).

⁵⁰ Iqbal hasan Analisis Data Penelitian dengan statistik, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008)

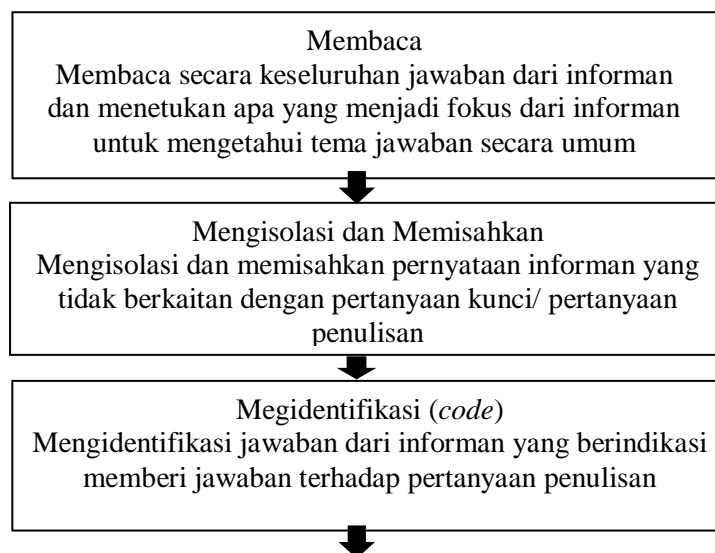
lingkup yang diteliti adalah pemanfaatan islamic content sebagai sumber penghasilan pada channel aishwa nahla ditinjau dari etika bisnis islam.

H. Teknik Analisis Data

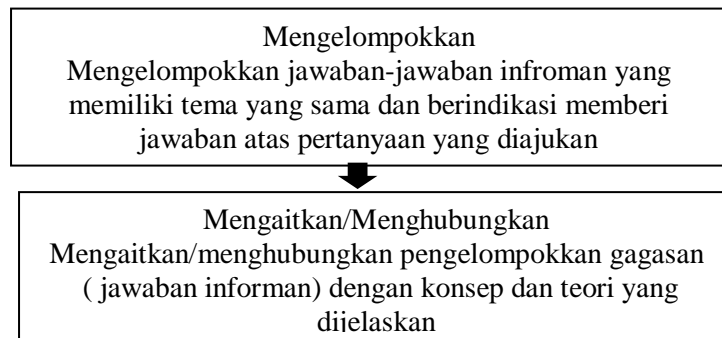
I. Metode *Etnografi Virtual*

Analisis data penting dalam kegiatan pemecahan masalah penelitian. Menganalisa data diartikan sebagai tindakan penelitian yang mempertemukan kesenjangan antara teori dan implementasi. Penelitian kualitatif menggunakan analisis non statistik, artinya data diolah melalui pemecahan secara deksriptif disertai penjelasan dengan menggunakan daya imajinasi, intuisi, dan daya kreasi peneliti yang diperjelas dalam kata-kata kemudian disajikan dalam bentuk laporan penelitian dan menggunakan metode etnografi untuk meneliti secara intensif dan terstruktur serta mendalam mengenai gejala-gejala tertentu. Metode etnografi digambarkan dan dikembangkan oleh Alan Bryman yaitu:⁵¹

Skema 3.1 Metode etnografi



⁵¹ Rachmah ida, *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. (jakarta:Kencana, 2014).



Dari skema diatas menjelaskan mengenai beberapa tahapan yang akan dilakukan dalam menganalisis data yaitu sebagai berikut:

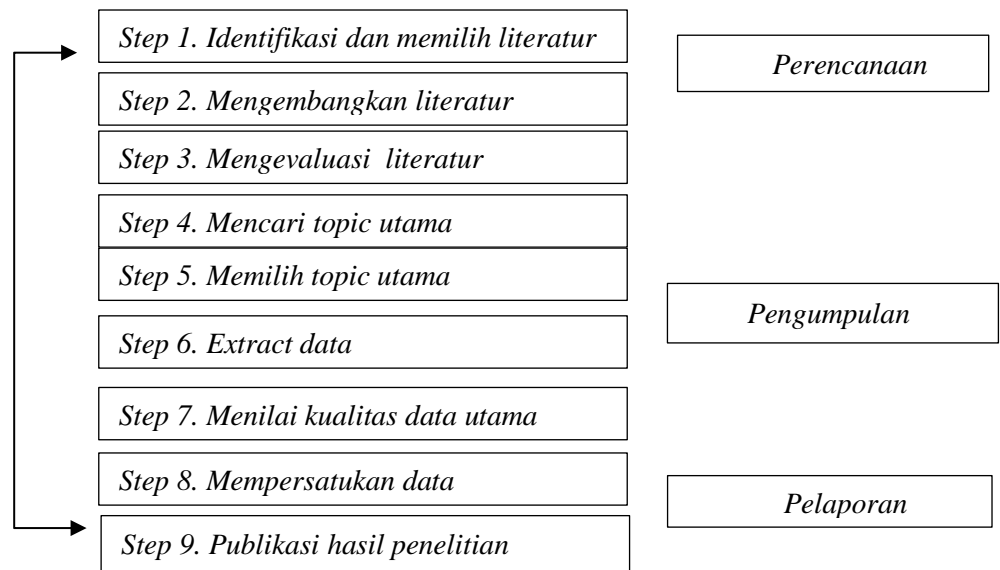
- a. *Collecting Data* tahap ini dilakukan dengan membaca secara keseluruhan informasi jawaban yang didapat dari informan dan melakukan proses pengumpulan pernyataan-pernyataan informan yang memiliki tema yang dapat memberi jawaban atas pertanyaan yang dimaksud dan data yang didapat dari content creator, termasuk user sosial media, jumlah followers, pendapatan dan hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan sebagai content creator.
- b. *Editing Data* merupakan pembersihan data dimana data tersebut diperiksa kembali apakah data yang didapat dari responden sudah benar. Dalam proses ini akan dibaca secara keseluruhan untuk dapat menemukan jawaban dan tema jawaban secara umum.
- c. *Coditing Data* merupakan proses klarifikasi dengan cara menyeleksi hasil jawaban dan dibandingkan dengan pertanyaan yang diajukan penulis atau yang akan digali penulis terkait variabel tersebut.

2. Metode *Systematic Literatur Review (SLR)*

Systematic Literatur Review dimaknai sebagai langkah penelitian dalam

hal mengidentifikasi, menilai, dan menjelaskan semua bukti penelitian yang tersedia untuk tujuan memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian tertentu.

Skema 3. 2 *Langkah langkah Systematic Literature Review (SLR)*⁵²



Pada skema 3.2, *Systematic Literature Review (SLR)* dilakukan melalui tiga tahapan yaitu, perencanaan, pelaksanaan, dan pelaporan tinjauan literatur. Langkah pertama yang harus dilakukan ialah persyaratan tinjauan sistematis diidentifikasi. Kemudian, tinjauan sistematis pada permasalahan pemanfaatan *Islamic Content* sebagai sumber penghasilan youtuber kota Palembang diidentifikasi dan ditinjau. Mengarahkan pelaksanaan tinjauan dan mengurangi kemungkinan bias peneliti. Pada langkah kedua, ini mendefinisikan pernyataan penelitian ,strategi pencarian, proses seleksi studi dengan kriteria inklusi dan

⁵² Luluk Latifah, Iskandar Ritonga, *Systematic Literatur Review (SLR) Kompetensi Sumber Daya Insani Bagi Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia*. Journal Islamic Economic And Banking, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Vol 2 No.1 Juli Tahun 2020.

eksklusi, penilaian kualitas, dan akhirnya proses ekstraksi dan sintesis data. langkah ketiga adalah pelaporan dengan menuliskan hasil penelitian berdasarkan literatur yang telah melalui proses langkah pertama dan kedua, kemudian membahasnya dalam hasil penelitian dan menyimpulkannya.

a. Research Question

Research Question atau pertanyaan penelitian dibuat berdasarkan kebutuhan dari topik yang dipilih, dan menjaga agar tinjauan tetap fokus. Berikut *Research question* dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

RQ1 : Bagaimana Pemanfaatan Islamic Content Pada Bisnis Youtube Terhadap Channel Content Creator?

RQ2 : Bagaimana Peningkatan Sumber Penghasilan Terhadap Channel Youtube Channel Content Creator?

RQ3 : Bagaimana Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada channel content creator dalam merepresentasikan Youtube sebagai New Media Digital?

b. Search Proses

Search proses dimaknai sebagai tahap pencarian untuk mendapatkan sumber yang sesuai dengan pertanyaan penelitian. Proses pencarian sumber dilakukan pada alamat situs <https://scholar.google.co.id/>.

c. Inclusion and Exclusion Criteria

Tahap ini ditentukan kriteria dari data yang ditemukan. Apakah data tersebut bisa dijadikan sumber data untuk penelitian atau tidak. Berikut kriteria sebuah data layak dijadikan sumber data penelitian:

1. Data yang diperoleh memiliki rentang waktu dari 2015-2020

2. Data diperoleh dari sumber <https://scholar.google.co.id/>.
3. Data yang digunakan berisi paper jurnal dan penelitian yang berkaitan dengan pemanfaatan islamic content pada channel content creator sebagai sumber penghasilan ditinjau dari etika bisnis islam.

d. Quality Asesment

Pada tahap ini data ditemukan dan dievaluasi berdasarkan pertanyaan berikut:

1. QA1 : Apakah *paper jurnal* atau penelitian diterbitkan pada rentang waktu 2015-2020?
2. QA2 : Apakah *paper jurnal* tersebut membahas mengenai perkembangan youtubeyang bertransformasi menjadi sumber penghasilan pada channel youtube content creator?
3. QA3: Apakah *paper jurnal* atau penelitian tersebut membahas mengenai pemanfaatan content terhadap channel content creator dan etika bisnis islam dalam meninjaunya?

Dan setiap paper akan diberikan nilai berdasarkan pertanyaan diatas

1. Ya: untuk *paper jurnal* atau penelitian yang sesuai dengan pertanyaan pada quality assesment.
2. Tidak : untuk *paper jurnal* atau penelitian yang tidak sesuai dengan pertanyaan pada *quality assesment*

e. Data Collection

Pada tahap ini data data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dikumpulkan untuk selanjutnyadilakukan proses analisis. Berikut langkah-langkah pengumpulan data

1. Kunjungi situs <https://scholar.google.co.id/>.
2. Masukkan kata kunci “ Youtube sebagai sumber peghasilan, pemanfaatan konten youtube dalam tinjauan etika bisnis islam”
3. Pada rentang khusus masukan 2015 pada kotak pertama dan 2020 pada kotak kedua menandakan *rentang paper jurnal atau penelitian yang dipilih ialah 2015-2020.*

f. *Data Analysis*

Data yang telah dikumpulkan pada tahap sebelumnya, dianalisis dan dianalisa pada tahap ini akan dikumpulkan dalam menjawab semua research question yang sebelumnya telah ditentukan.

g. *Documentation*

Pada tahap ini tahapan hingga hasil penelitian ditulis dalam bentuk dengan format yang telah disediakan.

Kuisisioner Penelitian Metode SLR (*Systematic Literatur Review*)

Tabel 3.1: Pengelompokan Berdasarkan Jenis Jurnal/ penelitian
Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2021.

No	Tipe Jurnal/ Penelitian	Tahun	Jumlah
1	Jurnal Ilmu Komunikasi	2018	1
2	Konferensi Nasional Komunikasi	2017	1
3	Jurnal Representation	2020	1
4	E-Jurnal SKTIP Medan	2019	1
5	Cogent Business & Management	2020	1
6	Journal Of Communication	2017	1
7	Jurnal Manajemen dan Inovasi	2019	1
8	Journal Of Applied Management	2017	1
9	Universitas Islam Indonesia	2018	1
10	UIN Raden Intan Lampung, Ekonomi Syariah	2019	1
11	Jurnal Komunika	2020	1
12	Jurnal komunikasi Kareba	2018	1
13	IAIN Metro Ekonomi Syariah	2020	2
14	Seminar Nasional Desain (SANDI)	2021	1

Tabel 3.2 Hasil *Quality Assesment*

No	Penulis	Tahun	QA1	QA2	QA3	Hasil
1	Jimi N.Mahameruaji, Lilis Puspitasari, Evi Rosfiantika, Detta Rahmawan	2018	Ya	Ya	Tidak	Diterima
2	Nur Kholisoh, Dwi Esti Wahyuni	2017	Ya	Ya	Ya	Diterima
3	Tri Wahyu Amalia, A.A.I. Prihandari Satvikadewi	2020	Ya	Ya	Ya	Diterima
4	Syahrul Hidayanto, Irwansyah	2019	Ya	Ya	Ya	Diterima

5	Mohamad Trio Febriyantoro	2020	Ya	Ya	Tidak	Diterima
6	Dra. Tatiana Hidalgo-Mari, Dr. Jesus Segarra- Saavedra	2017	Ya	Ya	Tidak	Diterima
7	Ana Ramadhayanti	2019	Ya	Ya	Ya	Diterima
8	Anang Sujoko	2017	Ya	Ya	Ya	Diterima
9	Ulfa Dwi Solikhah	2018	Ya	Ya	Tidak	Diterima
10	Nurul Isfari Hidayat	2019	Ya	Ya	Ya	Diterima
11	Ade Nur Istiani, Yosep Yogo Widhiyatmoko	2020	Ya	Ya	Ya	Diterima
12	Fatty Faiqah, Muh Nadjib, Andi Subhan Amir	2018	Ya	Ya	Ya	Diterima
13	Husnun Azizah, Nindy Ayu Meiliska	2020	Ya	Ya	Ya	Diterima
14	Putu Karin Pradnya Larasati, Kashira Dwindi Kartika,Avivah Suci Rahayu,Putri Khairunnisa, I Nyoman Larry Julianto	2021	Ya	Ya	Ya	Diterima

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2021

Hasil Dari RQ1 : Pemanfaatan Islamic Content Pada Bisnis Youtube Terhadap Channel Content Creator

Dari Research Question yang dikumpulkan, didapatkan kategori paper yang berkaitan dengan variabel pertama penelitian yang akan diteliti. Dari hasil yang terlihat pada tabel 3 menunjukkan bahwa banyak peneliti yang melakukan penelitian pemanfaatan content oleh *content creator* dalam perkembangan industri *youtube*. Pada jurnal nomor [3],[5],[14],[7] menjelaskan secara lengkap mengenai pemanfaatan content dan strategi dalam mempertahankan eksistensi di kanal *youtube* serta menjelaskan bagaimana langkah yang harus dicapai *content creator* dalam membawa content nya pada pemanfaatan dan pengaruh yang positif bagi *persuader* nya.

Sedangkan pada jurnal nomor [8], [11], dan [6] hanya menerangkan fenomena *youtube* sebagai new media dan bagaimana pemanfaatan content yang harus positif dan berkualitas tetapi tidak menerangkan langkah dan strategi apa saja yang harus dicapai dalam pemanfaatan content tersebut. Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan penelitian yang ditemukan peneliti menemukan bahwa pemanfaatan content yang positif atau dalam hal ini pemanfaatan *islamic content* sangat diperlukan dalam mempertahankan diri dari kanal *youtube* yang dijalankan. Dan mempertahankan kepercayaan dari persuader terhadap konten yang disajikan oleh pemilik channel

Tabel 3.3 Kategori Penelitian Variabel Pertama

No	Penulis	Paper Penelitian	Jumlah
1	Penerapan Ekonomisasi Religiusitas Dan Managerial	[8], [11], [12],[3], [5], [6],[14],[7]	8

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2021

Hasil dari RQ2 : Peningkatan Sumber Penghasilan Terhadap Channel Content Creator

Dari Research Question yang dikumpulkan, didapatkan kategori yang berkaitan dengan variabel kedua dalam penelitian yang akan diteliti. Dari hasil yang terlihat pada tabel 4 menunjukkan bahwa saat ini banyak peneliti yang melakukan penelitiannya terkait transformasi *youtube* sebagai peningkatan sumber penghasilan terhadap channel content creator apakah memiliki pengaruh terhadap minat *youtuber* dalam membuat channel *youtube* nya. Pada jurnal nomor [1],[10], [13],[14], dan [7] menyatakan bahwa kemampuan yang dimiliki oleh content creator dalam pemanfaatan content nya dapat meningkatkan sumber penghasilan karena secara tidak langsung *content creator* yang sudah memiliki

eksistensi di kanal *youtube* nya mampu mendorong pemasaran digital melalui iklan, *endorsement* yang ditawarkan oleh *broker* iklan atau perusahaan terkait yang mengajak dalam bekerjasama. Karena *persuader* dari *content creator* dalam hal ini dapat memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian yang disampaikan oleh *content creator*. Ini membuat terjadinya peningkatan penghasilan yang diterima oleh *content creator*. Sedangkan pada jurnal nomor [9] tidak berpengaruh signifikan karena peneliti menemukan intensitas pengguna *youtube* hanya mencari informasi saja tidak untuk menjadikan sebagai salah satu profesi yang diminati. Dari jurnal yang ditemukan dapat penulis simpulkan bahwa banyak *content creator* yang menjadikan *youtube* sebagai sumber penghasilan atau profesi yang masih digemari hingga saat ini.

Tabel 3.4 Kategori Penelitian Variabel Kedua

No	Penulis	Paper Penelitian	Jumlah
1	Peningkatan sumber penghasilan terhadap channel <i>content creator</i>	[1], [10], [9], [13],[14],[7]	6

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2021

Hasil dari RQ3: Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Channel Content Creator

Dari Research Question yang telah dikumpulkan, peneliti menemukan kategori paper yang berkaitan dengan variabel ketiga dalam penelitian yang diteliti. Dari hasil yang terlihat pada tabel 5 menunjukkan bahwa peneliti tertentu melakukan penelitian terkait pemanfaatan *youtube* dengan meninjau melalui etika bisnis islam. Ini dinilai sebagai acuan bagi *content creator* dalam memilih dan memilah *content* positif dan berkualitas untuk di jadikan sebagai tontonan bagi masyarakat, karena tanggung jawab dari seorang *content creator* juga sangat

penting dilakukan untuk memberikan dampak positif dan menghindarkan dari tontonan yang negatif dan menurunkan kualitas dari pemanfaatan *youtube* itu sendiri. Dapat disimpulkan bahwa peninjauan etika bisnis islam ini berpengaruh terhadap penentuan kualitas sebuah content dan pemanfaatan content yang positif karena untuk mengetahui apakah content itu layak untuk dijadikan tontonan atau tidaknya, dilihat dari komponen yang ada di etika bisnis islam. Dalam penelitian lain pada jurnal nomor [11] juga menerangkan terkait penentuan kualitas content yang harus diperhatikan oleh *content creator* yang merupakan refleksi dari prinsip-prinsip etika bisnis islam.

Tabel 3.5 Kategori Penelitian Variabel Ketiga

No	Penulis	Paper Penelitian	Jumlah
1	Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Channel Content Creator	[11], [13],[2]	3