



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan prinsip otonomi dalam praktik *content marketing* pada *website* GuruInovatif sebagai bagian dari etika bisnis perusahaan di bidang edukasi digital. Prinsip otonomi menjadi penting dalam praktik *content marketing* karena berkaitan dengan kebebasan, kesadaran moral, dan tanggung jawab tim dalam mengambil keputusan yang berdampak pada audiens, khususnya para guru sebagai pengguna utama *website* GuruInovatif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara dengan pihak manajemen dan tim *content marketing* GuruInovatif, serta observasi terhadap konten yang dipublikasikan pada *website* perusahaan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan konsep prinsip otonomi dalam etika bisnis untuk melihat bentuk penerapan dan aspek-aspek yang mencerminkan prinsip tersebut dalam praktik *content marketing*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip otonomi dalam praktik *content marketing* pada *website* GuruInovatif telah diterapkan melalui tiga aspek utama, yaitu kesadaran kewajiban moral, kebebasan dari tekanan, dan tanggung jawab moral. Tim *content marketing* memiliki kesadaran bahwa konten yang diproduksi tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media edukasi yang harus jujur, bermanfaat, dan tidak menyesatkan. Selain itu, terdapat kebebasan dalam aspek kreatif seperti gaya penulisan dan sudut pandang konten, serta tanggung jawab moral dalam mengevaluasi dan memperbaiki konten berdasarkan feedback audiens.

Namun demikian, penerapan prinsip otonomi tersebut belum sepenuhnya berjalan secara ideal. Kebebasan yang dimiliki tim masih berada dalam batasan struktural berupa target produksi, tekanan deadline, serta kontrol manajerial terhadap keputusan strategis. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penerapan prinsip otonomi dalam praktik *content marketing* pada *website* GuruInovatif bersifat otonomi terbatas, sehingga diperlukan upaya untuk menyeimbangkan antara kebebasan, tanggung jawab moral, dan kepentingan strategis perusahaan.

Kata kunci: Prinsip Otonomi, Etika Bisnis, *Content marketing*, *Website*, GuruInovatif



ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of the principle of autonomy in content marketing practices on the GuruInovatif website as part of business ethics in a digital education company. The principle of autonomy is important in content marketing practices because it relates to freedom, moral awareness, and responsibility in decision-making processes that have an impact on the audience, particularly teachers as the main users of the GuruInovatif website.

This research employs a qualitative approach using a case study method. Data were collected through interviews with management and the content marketing team of GuruInovatif, as well as observation of the content published on the company's website. The collected data were analyzed using the concept of the principle of autonomy in business ethics to examine the forms of implementation and the aspects that reflect autonomy in content marketing practices.

The results of the study indicate that the principle of autonomy in content marketing practices on the GuruInovatif website has been implemented through three main aspects: moral obligation awareness, freedom from pressure, and moral responsibility. The content marketing team demonstrates an understanding that content is not merely a promotional tool but also an educational medium that must be honest, beneficial, and not misleading. In addition, the team is granted freedom in creative aspects such as writing style and perspective, along with moral responsibility in evaluating and improving content based on audience feedback.

However, the implementation of the principle of autonomy has not been fully ideal. The autonomy of the content marketing team remains constrained by structural limitations, including production targets, deadline pressures, and managerial control over strategic decisions. Therefore, it can be concluded that the application of the principle of autonomy in content marketing practices on the GuruInovatif website reflects a form of limited autonomy, indicating the need for a better balance between freedom, moral responsibility, and the company's strategic interests.

Keywords: *Principle of Autonomy, Business Ethics, Content marketing, Website, GuruInovatif.*