Identifikasi Tujuan Penggunaan Kata Umpatan Dalam Podcast Youtube Has Creative "Dzawin Nur Dan Praz Teguh"

Andhila Pelita Sukma[1], Ratih Hasanah[2]
[1] Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, andhilapelitasukma@student.telkomuniversity.ac.id
[2] Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, ratihhasanah@telkomuniversity.ac.id

Abstract
Podcasts are one of the YouTube platform programs that are in great demand by the wider community. With the current development of social media, there are many uses of swear language that are free to be spoken, one of which is the use of language in podcast content. Currently, the use of swear language is not only spoken by adults, but also by small children, teenagers and adults. The research aims to identify the form of use and purpose of swear language in the HAS Creative Dzawin Nur and Praz Teguh podcast content. The research method was carried out by identifying swear language, distributing coding sheets, conducting interviews. Observational research data collection methods, coding sheets, interviews, and documentation. Source triangulation research data validity method. The results of this research show that the content of the HAS Creative Dzawin Nur and Praz Teguh video podcast with the title "PWK-Dzawin Nur Unpacks the Ritual of the Science of Summoning Kuntilanak in the Gray Sky with Praz Teguh". There are 29 swear words with categories of animals, gender, adjectives and nouns. There are ten purposes for using swear language, namely as a form of breaking the ice, expressing affirmation, expressing anger, expressing familiarity, expressing surprise, expressing joy, expressing disbelief, expressing insults, expressing self-defense, and expressing sadness.

Keywords-podcast, swear language, intended use

Abstrak
Podcast merupakan salah satu program platform YouTube yang banyak diminati oleh masyarakat luas. Adanya perkembangan media sosial saat ini, banyak ditemukan penggunaan bahasa umpatan yang bebas untuk diucapkan salah satunya penggunaan bahasa dalam konten podcast. Saat ini, penggunaan bahasa umpatan tidak hanya diucapkan oleh kalangan dewasa, melainkan dari kalangan anak kecil, remaja, hingga dewasa. Penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk penggunaan dan tujuan bahasa umpatan pada konten podcast HAS Creative Dzawin Nur dan Praz Teguh. Metode penelitian dilakukan dengan cara mengidentifikasi bahasa umpatan, melakukan penyebaran lembar *coding*, melakukan wawancara. Metode pengumpulan data penelitian observasi, lembar coding, wawancara, dan dokumentasi. Metode keabsahan data penelitian triangulasi sumber. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa konten podcast video HAS Creative Dzawin Nur dan Praz Teguh dengan judul "PWK-Dzawin Nur Bongkar Ritual Ilmu Pemanggil Kuntilanak Dilangit Kelabu Bareng Praz Teguh". Terdapat 29 bahasa umpatan dengan kategori hewan, jenis kelamin, kata sifat, dan kata benda. Terdapat sepuluh tujuan penggunaan bahasa umpatan, yaitu sebagai bentuk mencairkan suasana, pengungkapan penegasan, pengungkapan kemarahan, pengungkapan keakraban, pengungkapan keterkejutan, pengungkapan rasa senang, pengungkapan ketidakpercayaan, pengungkapan penghinaan, pengungkapan pembelaan diri, dan pengungkapan kesedihan.

Kata Kunci-podcast, bahasa umpatan, tujuan penggunaan

I. PENDAHULUAN

Podcast menjadi salah satu video konten yang sangat menarik karena memiliki jumlah pencari dan pendengar yang tinggi. Menurut Meisyanti & Kencana (2020) menjelaskan bahwa konten podcast akan berkembang dengan menggunakan kreativitas dari para konten kreator yang tentunya akan disesuaikan pada karateristik podcast yaitu

sesuai dengan permintaan atau kebutuhan dari para pendengarnya. Dalam melakukan podcast, tentunya akan terdapat suatu interaksi antara *host* dan Bintang tamu, hal ini dikarenakan interaksi merupakan suatu keharusan untuk mewujudkan proses sosial pada kehidupan antar manusia. Dalam melakukan interaksi didalam podcast, terdapat penggunaan bahasa yang berlaku. Bahasa umpatan merupakan bahasa yang tidak baku dan tidak sesuai pada tempat dan konteks sehingga dapat melukai perasaan seseorang (Jadmiko & Damariswara, 2022). Bahasa umpatan yang diujarkan oleh *host* ataupun Bintang tamu yang sering ditemukan seperti anjing, babi, goblok, bangsat, tolol, dan beberapa bahasa umpatan yang lainnya. Penyampaian bahasa umpatan akan memiliki makna yang berbeda ketika diucapkan oleh pembicara.

Dalam penelitian (Eliastuti et al., 2023) terdapat tujuh kategori bahasa umpatan yaitu Bahasa umpatan menggunakan kata hewan, menggunakan anggota tubuh manusia, menggunakan kata sifat, menggunakan kata benda, menggunakan kata kerja, dan menggunakan kata profesi. Penelitian ini menggunakan sepuluh tujuan dalam pengungkapan bahasa umpatan yaitu: pengungkapan kesedihan, rasa senang, kemarahan, keterkejutan, keakraban, ketidakpercayaan, pembelaan diri, mencairkan suasana, penegasan, dan penghinaan. Oleh karena itu, dapat diartikan bahwa penggunaan bahasa umpatan di media sosial terutama pada *platform* YouTube sudah dinormalisasikan oleh khalayak luas dengan ditemukanya penggunaan bahasa umpatan pada media sosial.

Berdasarkan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk mengidentifikasi bentuk bahasa umpatan yang ada pada sebuah konten podcast video dan bagaimana tujuan penggunaan bahasa umpatan itu diujarkan oleh pembicara. Salah satu konten podcast video pada *platform* YouTube yang tidak memberikan sensor pada penggunaan bahasa umpatan adalah konten podcast pada kanal YouTube HAS Creative. Pada salah satu konten podcast Dzawin Nur dan Praz Teguh yang berjudul "PWK – Dzawin Nur Bongkar Ilmu Pemanggil Kuntilanak Dilangit Kelabu Bareng Praz Teguh" yang telah ditemukan sebanyak 26 *scene* penggunaan bahasa umpatan dengan durasi podcast 1 jam 17 menit 29 detik. Topik pembahasan yang ada pada kanal YouTube ini tidak menentu seperti berbincang mengenai kehidupan dan saling bercerita antara Dzawin Nur dan Praz Teguh.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Computer Mediated Communication (CMC)

Computer Mediated Communication merupakan Suatu bentuk komunikasi yang dapat dimasukkan pada kategori CMC ini ketika dua orang atau lebih hanya bisa saling berkomunikasi atau melakukan tukar informasi lewat komputer yang termasuk pada teknologi komunikasi baru. Secara konseptual *Computer Mediated Communication* adalah suatu bentuk pertukaran informasi lewat penggunaan dua ataupun lebih dengan jaringan internet (Arianto & Bafiarti, 2020).

B. Identifikasi

Identifikais berasal dari kata *identify* yang berarti menelaah atau meneliti. Identifikasi juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi interaksi karena memiliki kecenderungan untuk menjadi mirip dengan seseorang yang dikagumi. Identifikasi merupakan suatu tindakan yang dilakukan melalui proses mencari, menemukan, meneliti, mencatat suatu data dan informasi mengenai seseorang atau sesuatu (Hidayat et al., 2022).

C. Bahasa

Pateda (2011:7) dalam (Noermanzah, 2019) menyebutkan bahwa bahasa merupakan suatu bunyi yang memiliki fungsi sebagai alat untuk menggantikan individual dalam menyatakan sesuatu terhadap lawan bicaranya yang pada akhirnya memunculkan kooperatif antara penutur dan lawan tutur. Dalam komunikasi digital saat ini tentunya penggunaan bahasa menjadi salah satu aspek penting dalam menyampaikan pesan.

D. Bahasa Umpatan

Menurut Adisastrajaya (2012) dalam penelitian Jadmiko & Damariswara (2022) menjelaskan bahwa bahasa umpatan merupakan bahasa yang tidak pantas untuk diucapkan karena mnegandung bahasa yang tidak baik untuk aturan yang ada dalam suatu lingkungan. Dalam penelitian Eliastuti et al., (2023) menyebutkan bahwa terdapat tujuh kategori penggunaan bahasa umpatan, yaitu: Menggunakan kata hewan, Menggunakan anggota tubuh, Menggunakan kata sifat, Menggunakan kata benda, Menggunakan kata kerja, Menggunakan keadaan, Menggunakan kata profesi.

E. Tujuan Dalam Penggunaan Bahasa Umpatan

Dalam penyampaian bahasa umpatan, tentunya memiliki tujuan dari penggunaan bahasa umpatan itu sendiri. Menurut Winiasih (2010:58) dalam penelitian Putri & Indrawati (2021) menyebutkan bahwa terdapat sepuluh tujuan dalam pengungkapan bahasa umpatan, yaitu untuk mengungkapkan kemarahan, mengungkapkan kekesalan, penyesalan, mengungkapkan kesedihan, mengungkapkan kekecewaan, mengungkapkan kekaguman, atau keheranan, mengungkapkan penghinaan atau merendahkan orang lain, keterkejutan, mengungkapkan keakraban atau rasa humor, dan mengungkapkan kegembiraan.

F. Media Sosial

Media sosial juga merupakan sebuah media *online* yang dapat mendukung berjalannya suatu interaksi. Andrean Kaplan dan Michael Haenlein dalam (Rafiq, 2020) menjelaskan bahwa media sosial merupkan suatu kelompok aplikasi berbasis internet yang tentunya dapat membangun diatas dasar ideologi dan teknologi web 2.0 dan dapat menciptakan pertukaran *user generated content.*

G. Kanal YouTube

YouTube menjadi salah satu *platform* sosial media yang masih eksis hingga sat ini. YouTube juga merupakan salah satu *platform* media sosial yang dapat digunakan untuk mengupload video, menonton berbagai macam video, dan juga dapat berbagi video yang bisa dilihat oleh banyak orang (Tinambunan & Siahaan, 2022).

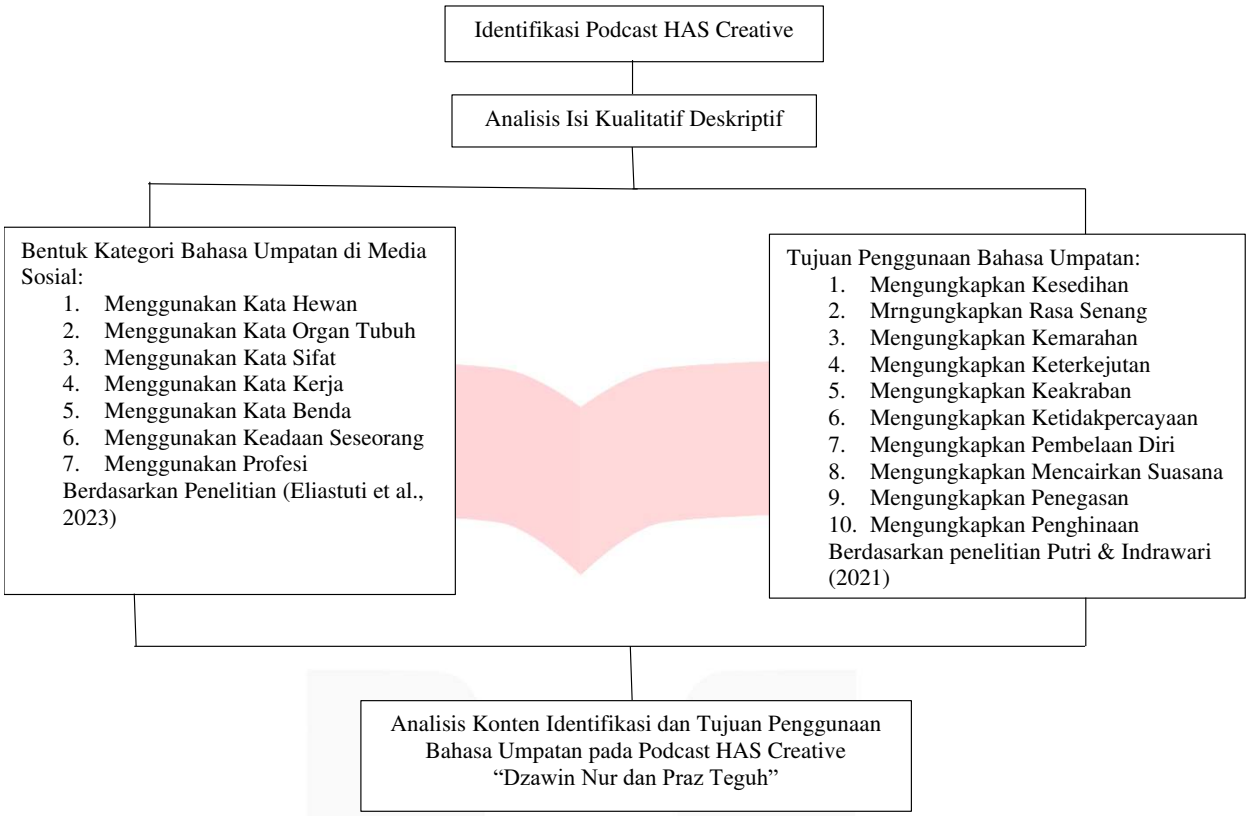
H. Podcast

Saat ini podcast mnejadi salah satu program dalam kanal YouTube yang banyak diminati oleh masyarakat luas. Di Indonesia, podcast juga menjadi salah status sumber literasi digital secara global. Menurut Meisyanti & Kencana (2020) menjelaskan bahwa konten podcast akan berkembang dengan menggunakan kreativitas dari para konten kreator yang tentunya akan disesuaikan pada karateristik podcast yaitu sesuai dengan permintaan atau kebutuhan dari para pendengarnya.

I. HAS Creative

HAS Creative merupakan salah satu kanal YouTube yang meyediakan konten hiburan yang bertemakan podcast video. HAS Creative berdiri pada tanggal 24 Juni 2021. Dalam kanal YouTube HAS Creative memiliki enam program podcast dengan host yang berbeda, yaitu: The HasTag, Mamat Kelili (MALING), Podcast Warung Kopi (PWK), Undangan Makan Random (UMR), Talkjil, dan Bapak-Bapak Emang Gitu (BBEG). HAS Creative memiliki beberapa *platform* media sosial, yaitu *Instagram* dengan 135 ribu pengikut, TikTok dengan 288,4 ribu pengikut, Twitter dengan 2.161 pengikut, dan Kanal YouTube dengan 2,51 juta *subscribe*.

J. Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
(Sumber: Olahan Peneliti, 2023)

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan cara mengidentifikasi bahasa umpatan yang muncul pada video konten podcast yang diteliti. Setelah ditemukan, kemudian akan dikelompokkan berdasarkan bentuk kategori bahasa umpatan yang telah ditentukan oleh peneliti melalui penelitian (Eliastuti et al.,2023). Dalam penelitian ini juga menggunakan metode penyebaran lembar coding, dimana peneliti telah mengumpulkan *scene* yang telah mengandung bahasa umpatan yang akan dibuat tabel lembar *coding* untuk mengetahui tujuan penggunaan bahasa umpatan yang telah ditetapkan peneliti melalui penelitian (Putri & Indrawati, 2021). Kemudian, penelitian ini juga melakukan penyebaran lembar *coding* kepada ketiga *coder* untuk mengisi lembar *coding* tersebut. Setelah mendapatkan hasil pengkodingan, peneliti melakukan wawancara yang lebih mendalam kepada ketiga *coder* untuk memastikan hasil *coding* dari lembar *coding* yang telah diisi untuk mengetahui tujuan penggunaan bahasa umpatan pada konten podcast dalam kanal YouTube HAS Creative. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi, lembar *coding,* Wawancara, dan Dokumentasi. Keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Triangulasi sumber. Metode analisis Data yang digunakan ialah Reduksi data, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini berdasarkan sumber informasi yang diperoleh melalui proses pengisian lembar *coding* dan wawancara kepada tiga *coder* yang telah menonton konten podcast Dzawin Nur dan Praz Teguh dengan judul "PWK-Dzawin Nur Bongkar Ritual Ilmu Pemanggil Kuntilanak Dilangit Kelabu Bareng Praz Teguh". Setelah

melakukan observasi dan reduksi data peneliti telah membuat sub analisis yaitu indikator kategori tujuan penggunaan bahasa umpatan pada kanal YouTube HAS Creative. Penggunaan bahasa umpatan yang sering ditemukan dalam sosial media ialah pada konten podcast, video *gaming*, video komedi, dan lainnya. Berdasarkan pengkategorian tujuan yang telah ditentukan, telah didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Hasil Analisis Data Berdasarkan Bentuk Kategori Penggunaan Bahasa Umpatan pada Konten Podcast HAS Creative

Berikut ini merupakan hasil analisis data bentuk penggunaan bahasa umpatan yang telah ditemukan pada konten YouTube HAS Creative Dzawin nur dan Praz Teguh dari durasi 00:00 – 1:17:29.

Tabel 4.1 Hasil Analisis Data Bentuk Kategori Penggunaan Bahasa Umpatan Pada Konten Podcast

Bentuk Bahasa Umpatan	Jumlah	Scene
Kata Hewan: 'Anjing/Anying' dan 'Bangsat'	Anjing/Anying: 15 dan Bangsat:1	1, 2, 3,6, 10,11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 22, 23, dan 24
Kata Sifat/Keadaan: 'Goblok' dan 'Tolol'	Goblok: 6 dan Tolol: 1	4, 6, 7, 8, 9, 12, 20
Organ Tubuh Manusia: 'Titit' dan 'Kontol'	Titit: 3 dan Kontol: 1	5, 17, 21, dan 22
Kata Benda: 'Tai'	Tai: 2	25 dan 26

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2024.

2. Hasil Analisis Data Berdasarkan Tujuan Pengungkapan Bahasa Umpatan

Penggunaan bahasa umpatan tentunya memiliki tujuan dalam pengungkapannya. Selain itu juga Winiasih (2010: 58) dalam penelitian Putri Indrawati (2021) menyebutkan bahwa terdapat sepuluh tujuan dalam pengungkapan bahasa umpatan yang disampaikan seseorang, yaitu Mengungkapkan kemarahan, Mengungkapkan kekesalan, Mengungkapkan penyesalan, Mengungkapkan kesedihan, Mengungkapkan kekecewaan, Mengungkapkan kekaguman atau keheranan, Mengungkapkan keakraban atau rasa humor, Mengungkapkan kegembiraan, Mengungkapkan penghinaan atau merendahkan orang lain, dan Mengungkapkan keterkejutan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sepuluh kategori dalam tujuan dalam penggunaan bahasa umpatan yaitu untuk Mengungkapkan kesedihan, Mengungkapkan rasa senang, Mengungkapkan kemarahan, mengungkapkan keterkejutan, Mengungkapkan Keakraban atau sapaan, Mengungkapkan ketidakpercayaan, Mengungkapkan pembelaan diri, Mencairkan suasana, Mengungkapkan penegasan, Mengungkapkan Penghinaan. Berikut merupakan tabel hasil pengkodingan oleh para *Coder* yang telah dilakukan:

3. Hasil Penjumlahan *Coding* Tujuan Penggunaan Bahasa Umpatan

Keterangan :

a. Mengungkapkan Kesedihan
b. Mengungkapkan Rasa Senang
c. Mengungkapkan Kemarahan
d. Mengungkapkan Keterkejutan
e. Mengungkapkan Keakraban
f. Mengungkapkan Ketidakpercayaan
g. Mengungkapkan Pembelaan Diri
h. Mengungkapkan untuk Mencairkan Suasana
i. Mengungkapkan Penegasan
j. Mengungkapkan Penghinaan

Tabel 4.2 Hasil Penjumlahan *Coding* dalam Kategori Tujuan Penggunaan Bahasa Umpatan

JUDUL PODCAST	Kategori Dalam Tujuan Penggunaan Bahasa Umpatan									
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
PWK - Dzawin Nur Bongkar Ritual Ilmu Pemanggil Kuntilanak Dilangit Kelabu Bareng Praz Teguh	2	9	14	10	11	8	6	19	18	7

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2024

B. Pembahasan

Podcast menjadi salah satu media yang cukup populer saat ini. Berdasarkan hasil publikasi dari New York Magazine, podcast sendiri telah memiliki berbagai tema yaitu politik, komedi, olahraga, dan sebuah produk serial dengan menggunakan materi fiksi yang berkelanjutan (Khazim & Andarini, 2021). Podcast juga termasuk dalam *Computer Mediated Communication* karena podcast menjadi salah satu cara berkomunikasi yang termediasikan oleh jaringan komputer. Dengan adanya teknologi ini, tentunya menggunakan media *mobile* yang dapat berupa *smartphone*. Dalam pengemasan podcast, tentunya antar pembicara akan melakukan perbincangan dengan bintang tamu yang kemudian akan diunggah ke jejaring sosial dan dapat dilihat oleh khalayak luas.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan ini, konten podcast video Dzawin Nur dan Praz Teguh yang termasuk dalam cara berkomunikasi yang termediasikan oleh jaringan internet ini telah ditemukan banyak penggunaan bahasa umpatan di dalamnya yang pastinya konten tersebut telah ditonton oleh masyarakat luas, bahkan beberapa orang telah menontonnya berulang kali.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, telah ditemukan sebanyak 7 kata yang telah diucapkan oleh Dzawin Nur dan Praz Teguh pada video konten podcast yang telah diunggah. Bahasa umpatan yang telah terdapat pada konten podcast ini ialah kata ‘anjing/anying’, ‘bangsat’, ‘kontol’, ‘titit’,’bego’,’tolol’, dan ‘tai’. Dalam konten podcast yang telah dipublikasikan pada kanal YouTube ini, segala bentuk pesan maupun isi dari obrolan tersebut tentunya akan tersampaikan kepada para penontonnya melalui jaringan internet. Hal tersebut tentunya akan membuat penyampaian bahasa umpatan yang diucapkan oleh Dzawin Nur dan Praz Teguh akan tersampaikan juga kepada para penontonnya.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan fakta bahwa tujuan penggunaan bahasa umpatan yang mendominasi ialah untuk mencairkan suasana. Hal ini dibuktikan dengan jumlah hasil pengkodingan oleh peneliti dan ketiga coder bahwa sebanyak 19 hasil penjumlah yang memilih tujuan untuk mencairkan suasana dan 10 scene yang telah terpilih sebagai tujuan pengungkapan untuk mencairkan suasana. Hal ini tentunya telah dijelaskan oleh ketiga coder melalui wawancara yang telah dilakukan, bahwa 10 scene yang telah dipilih tersebut merupakan suatu bentuk pengucapan bahasa umpatan untuk mengasosiasikan mencairkan suasana agar obrolan pda scene tersebut tidak kaku. Berdasarkan hsil penelitian dan hasil wawancara yang telah dilakukan dapat diartikan bahwa penggunaan bahasa umpatan yang saat ini telah dinormalisasikan bukan lagi sebagai bentuk pengungkapan kemarahan namun sebagai bentuk pengungkapan untuk mencairkan suasana

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Konten podcast video “PWK – Dzawin Nur Bongkar Ritual Ilmu Pemanggil Kuntilanak Dilangit Kelabu Bareng Praz Teguh” telah mengandung 7 bahasa umpatan yang ditemukan dengan menggunakan kata hewan yaitu ‘Anjing atau Anying’ dan ‘Bangsat’, menggunakan kata sifat yaitu ‘Goblok’ dan ‘Tolol’, menggunakan kata bagian organ tubuh yaitu ‘Titit’ dan ‘Kontol’, dan menggunakan kata benda yaitu ‘tai’
2. Berdasarkan hasil pengkodingan pada dua puluh enam *scene* yang telah di tetapkan oleh peneliti, masing-masing telah memiliki tujuan penggunaan bahasa umpatan yaitu untuk mengungkapkan kesedihan, mengungkapkan rasa senang, menungkapkan kemarahan, mengungkapkan keterkejutan, mengungkapkan keakraban, mengungkapkan ketidakpercayaan, mengungkapkan pembelaan diri, mengungkapkan mencairkan suasana, mengungkapkan penegasan, dan mengungkapkan penghinaan. Namun berdasarkan

hasil penjumlahan *coding,* peneliti menemukan fakta bahwa tujuan penggunaan bahasa umpatan yang mendominasi yaitu sebagai bentuk untuk mencairkan suasana.

B. Saran

Adapun saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Saran Akademis

Dengan adanya keterbatasan dalam penelitian ini, diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat melanjutkan penelitian mengenai penggunaan bahasa umpatan dari berbagai sudut pandang dengan menggunakan metode yang berbeda dan dapat memperdalam bahasan mengenai penggunaan bahasa umpatan pada ranah komunikasi dengan menggunakan teori yang berbeda.

2. Saran Praktis

a. Bagi *Content Creator,* diharapkan dapat mengontrol perkataan saat membuat video konten dengan tidak menggunakan bahasa umpatan dengan mudah dan bebas saat melakukan interaksi dengan lawan bicara dan menghindari perkataan yang mengandung unsur negatif. *Content creator* juga dapat memberikan peringatan mengenai konten yang telah diunggah, dapat berbentuk minimal usia menonton atau peringatan kelayakan menontonnya
b. Bagi pengelola YouTube, diharapkan dapat mempertegas memperkuat lagi aturan yang berlaku di kanal YouTube mengenai penggunaan bahasa saat membuat konten dan memberikan sanski ataupun pelanggaran pada *content creator* yang menggunakan bahasa umpatan secara frontal tanpa adanya sensor. Dengan demikian, diharapkan penggunaan bahasa umpatan dapat berkurang sehingga membentuk obrolan yang lebih positif dan nyaman ditonton untuk semua orang yang ingin menikmati konten videonya

REFERENSI

A., Bahfiarti, T., & Kalalembang, E. (2020). Computer Mediated Communication Dalam Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Sulawesi Barat. *Avant Garde*, *8*(1), 60. https://doi.org/10.36080/ag.v8i1.973

Ayu Karunianingsih, D. (2023). Podcast Video dan Strategi Pemilihan Konten dalam Times Indonesia Podcast pada Times TV Jogja Video Podcasts and Content Selection Strategies in Times Indonesia Podcast on Time TV Jogja Sekolah Tinggi Multi Media, Yogyakarta. *Jurnal_Pekommas_Vol._8_No._1*, *2023*, 71–80

Eliastuti, M., Rachmawati, E., Triani, R., Sukmawati, I., Meilani, A. J., Dos, M., & De Aroju, S. (2023). Analisis Penggunaan Umpatan Pada Konten YouTube Milyhya Berjudul voice to all 2.0, Test Panci 2.0, Epic Chicken Dinner. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, *3*(1), 324–334. https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i1.651

Haryono, C. G. (2020). Ragam metode penelitian kualitatif komunikasi. CV Jejak (Jejak Publisher).

Kapriadi, P. R., & Irwansyah. (2020). Implementasi Computer Mediated Communication Dalam Digital Staffing Berbasis Mobile Applications and Online Platform. *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *9*(2), 382–399.

Meisyanti, & Kencana, W.(2020). *Platform Digital Siaran Suara Berbasis on Demand. Jurnal Komunikasi dan Media, 4(2), 191-207.* https://doi.org/10.33884/commed.v4i2.1547

Noermanzah. (2019). Bahasa sebagai Alat Komunikasi, Citra Pikiran, dan Kepribadian. *Prosiding Seminar Nasional Bulan Bahasa (Semiba)*, 306–319. https://ejournal.unib.ac.id/index.php/semiba

Jadmiko, R. S., & Damariswara, R. (2022). Analisis Bahasa Kasar yang Ditirukan Anak Remaja dari Media Sosial Tiktok di Desa Mojoarum Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung. *Stilistika: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, *15*(2), 227. https://doi.org/10.30651/st.v15i2.13162

Pertiwi,C.M. (2023). *Analisis Konten Campaign Traveloka #lihatdunialagi : "Wasedaboys Masuk Ke Pedalaman Papua! Ketemu Suku Dani! Pada Akun Youtube Nihongo Mantappu. Jurnal Kajian Komunikasi.*

Tinambunan, T. & Siahaan, C. (2022). *Pemanfaatan YouTube Sebagai Media Komunikasi Massa di Kalangan Pelajar.*

Uun Andika Putri, & Dr. Dianita Indrawati, S. S. . M. H. (2021). Pisuhan Dalam Podcast Mendoan. *Bapala*, *8*, 57–70.