



Analisis Wacana Kritis *Trash-Talk* Pada Konten *Game* Mobile Legends Di Kanal Youtube Gerrard Wijaya

Ferdyanto Tantyo Nugroho¹, Syafrida Nurrachmi Febriyanti²

^{1,2} Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur

Abstract

Received: 14 Agustus 2023

Revised: 15 September 2023

Accepted: 22 September 2023

The use of Trash-talk on the Youtube platform or in the play environment of generation Z youth is a phenomenon that is commonly seen, but it is interesting to see the use of Trash-talk which was originally a ban for parents to their children but has become normalized in the surrounding environment. The data collection technique was carried out by means of documentation studies and observations of Game Content entitled "DADADADADAR ML RASA PUBG" owned by Gerrard Wijaya's Youtube Channel. The data analysis technique used is critical discourse analysis using the Van Dijk model which describes three dimensions, namely text, social cognition and social context. The results of this study are divided into three parts based on aspects of the text that give rise to Trash-talk representations, social cognition that explains the reasons for content creators producing texts, and social contexts that connect the meaning of power to discourse in society.

Keywords: *Critical Discourse Analysis, Trash talk, Generation Z, Online Games.*

(*) Corresponding Author: ferdy.nugroho07@gmail.com

How to Cite: Nugroho, F. T, & Febriyanti, S. N. (2023). Analisis Wacana Kritis *Trash-Talk* Pada Konten *Game* Mobile Legends Di Kanal Youtube Gerrard Wijaya. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8388761>.

PENDAHULUAN

Penelitian ini mengkaji tentang Fenomena *Trash-talk* yang marak beredar di Konten *Game* pada Platform *Youtube* salah satunya Kanal *Youtube* Gerrard Wijaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui wacana *Trash-talk* pada Konten *Game* Mobile Legends yang diunggah di Kanal *Youtube* Gerrard Wijaya. *Trash-talk* atau percakapan kotor adalah fenomena yang sering terdengar di konten-konten gaming pada platform *Youtube*. Fenomena yang sering terdengar di platform *Youtube* kini juga sering terdengar pada lingkungan masyarakat ketika mereka sedang bermain *Game* Mobile Legends dan menjadi hal yang biasa dilakukan. Konten *Game-Game* yang memuat *Trash-talk* menjadi satu hal yang menarik ketika *Trash-talk* di nilai sebagai tindakan negatif di masyarakat namun menjadi tontonan yang menarik di dunia maya. Oleh karena itu, produksi sebuah konten *Game* yang mengandung *Trash-talk* menimbulkan pemaknaan baru yang berbeda di media sosial saat ini. Hal ini yang menjadi menarik peneliti untuk mengetahui wacana *Trash-talk* yang ada pada Konten *Game* Mobile Legends di Kanal *Youtube* Gerrard Wijaya.

Perkembangan teknologi media kini sangat pesat dan kemajuan teknologi semakin berkembang baik di Indonesia maupun di seluruh dunia. Dalam hal ini, khususnya di provinsi-provinsi Indonesia, penggunaan media sosial yang diakses dari ponsel semakin meningkat dan peningkatan ini mempengaruhi berbagai jenis proses penggunaan dari media sosial itu sendiri. Saat ini, Indonesia menempati urutan ketiga pengguna internet terbesar setelah China. Dalam hal ini, media

sosial dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat Indonesia, baik mahasiswa, peneliti, mahasiswa, maupun masyarakat umum (Hendra & Laugu, 2020)

Youtube adalah salah satu platform media sosial paling populer saat ini. Pasalnya, berbagai konten video yang diunggah di platform tersebut menarik banyak perhatian. Selain itu, pengguna *Youtube* dapat mencapai angka yang luar biasa. *We Are Social* melaporkan bahwa pada Januari 2022, platform ini memiliki 2,56 miliar pengguna. Dengan 467 juta orang, India adalah negara dengan pengguna *Youtube* terbanyak di dunia. Amerika Serikat mengikuti dengan 240 juta pengguna. Indonesia berada di urutan ketiga dengan 127 juta pengguna *Youtube*. Sementara itu, pangsa pasar *Youtube* di Indonesia mencapai 21,42% pada April 2022, tertinggi kedua setelah *Facebook* (databooks.katadata.co.id., 2022) Jejaring sosial *Youtube* adalah situs web berbagi video populer di mana pengguna dapat mengunggah, melihat, dan berbagi klip video. Dalam hal ini, perlu Anda ketahui bahwa *Youtube* didirikan pada Februari 2005 oleh tiga mantan karyawan Paypal. *Youtube* biasanya berisi klip video dari film, acara TV, dan video yang dibuat sendiri oleh pengguna (Hendra & Laugu, 2020) Menurut data yang diperoleh dalam (goodstats.id, 2022) Konten *Tutorial Game* menjadi salah satu Konten *Youtube* yang paling sering ditonton *Netizen* Indonesia. Berdasarkan survei yang disebar oleh APJIII, data yang terkumpul mengenai konten *Youtube* yang paling sering ditonton oleh pengguna internet Indonesia ada 19 macam. Dari 19 konten, terdapat 10 konten yang paling sering ditonton dan *Tutorial Game* menjadi salah satunya dengan mencapai persentase sebanyak 7,1%..

Konten *Game* yang diunggah oleh Kanal *Youtube* Gerrard Wijaya memang dikhususkan untuk menghibur penonton Kanal *Youtube* nya, hal itu juga terlihat dari penulisan judul-judul konten *Game* nya. Banyak dari konten yang di unggah pada Kanal *Youtube* Gerrard Wijaya berisikan tentang *tutorial* menggunakan bug pada *Game Mobile Legends: Bang-Bang* dan cara membuat musuh kesal. Dalam 149 video konten yang telah diunggah, faktanya Kanal *Youtube* Gerrard Wijaya lebih banyak mengunggah konten *Game Mobile Legends: Bang-Bang*. *Mobile Legends* menjadi salah satu *Games online* berbasis mobile yang paling populer pada tahun 2016 sampai sekarang. *Mobile Legends* merupakan *Game MOBA* atau singkatan dari *Multiplayer Online Battle Arena* yang dapat dimainkan di *smartphone*. *Game* bergenre *MOBA* adalah *Game* yang dimainkan dengan beberapa pemain secara *online* dalam satu arena yang sama bertemakan pertempuran. Sejak dirilis pada tahun 2016, *Game Mobile Legends* telah meraih banyak penghargaan. Salah satunya pada acara *Indonesia Gaming Awards*, *Mobile Legends* berhasil mendapat dua kategori penghargaan yaitu *Most Favorite Game of the Year* dan *Most Favorite Tournament of the Year* dengan nama *Mobile Legends: Bang Bang Professional League (MPL)* pada tanggal 13 Desember 2019 (Studi Ilmu Komunikasi et, 2022)

Populernya *Game Mobile Legends* di masyarakat tidak hanya menampilkan kesan positif dengan mendapat banyak penghargaan, namun populernya *Game* ini juga menghadirkan kesan negatif di kalangan masyarakat yang salah satunya adalah *Trash-talking*. *Trash-talking* adalah tindakan yang disengaja dari seorang individu dalam bentuk komunikasi yang bertujuan atau termotivasi, baik untuk tujuan hiburan semata atau untuk mengganggu orang lain sebagai ancaman atau gangguan. Oleh karena itu, berbicara sampah adalah bagian

dari perilaku *toxic*. *Toxic* sendiri merupakan istilah umum yang digunakan untuk menggambarkan perilaku pemain yang melanggar norma sosial atau aturan permainan. Perilaku ini dapat berupa perilaku verbal seperti pelecehan, penyalahgunaan, dan spam chat. Perilaku yang merugikan juga dapat berbentuk toksisitas moral, seperti seorang pemain yang dengan sengaja berperilaku buruk kepada timnya (Ambarwati, 2022)

Fenomena *Trash-talk* yang terjadi pada *Game Mobile Legends* kini menjadi hal yang dinilai negatif karena telah mempengaruhi para pemain untuk melakukan hal yang sama, baik itu didalam permainan atau diluar permainan. Fenomena *Trash-talk* yang muncul dikalangan pemain *Mobile Legends* ini tidak terlepas dari salah satu kalangan anak muda yaitu Generasi Z. Generasi ini adalah mereka yang lahir setelah tahun 1995 dan menjadi generasi pasca-milenial. Menurut Kim dalam (Sakitri, 2021) Generasi Z di Indonesia menjadi generasi dengan intensitas menggunakan ponsel paling tinggi dengan total 8,5 jam penggunaan lebih banyak dibandingkan generasi pendahulunya. Generasi Z dikenal sebagai generasi yang kreatif dan inovatif. Menurut sebuah studi yang dilakukan oleh Harris Poll dalam (Sakitri, 2021) hingga 63% Gen Z tertarik untuk melakukan hal-hal kreatif yang berbeda setiap hari. Kreativitas ini juga dibentuk oleh aktivitas Gen Z di komunitas dan media sosial. Hal ini dikarenakan Generasi Z lahir di era *smartphone*, tumbuh dengan teknologi komputasi yang canggih, dan terbuka dengan akses internet yang relatif mudah, sehingga banyak yang mengatakan mereka adalah generasi *technology natives* (*digital natives*). Terkait dengan penelitian kepada generasi sebelumnya.

Fenomena *Trash-talk* juga mulai merambah ke media sosial dan masuk ke dalam video konten yang dibuat oleh para konten kreator. Dalam beberapa kasus, kini penggunaan *Trash-talk* dan kekerasan verbal disebuah konten menjadi suatu hal yang wajar. Brandontkent sebagai salah satu konten kreator yang mengulas tentang *Game* online salah satunya *Mobile Legends* juga kerap menggunakan *Trash-talk* yang sebagai kekejaran verbal pada Akun *Youtube* Miliknya. Penggunaan *Trash-talk* oleh Brandontkent ini dikategorikan dalam komunikasi pemain untuk merespon, mengungkapkan perasaan, keheranan, memaki, mengumpat serta mengekspresikan kekecewaan, atas harapan yang dianggap tidak sesuai dengan ekspektasi pemain, hal ini yang melatarbelakangi faktor penggunaan *Trash-talk* pada kontennya dan menjadi sebuah kebiasaan dalam membuat konten. (Wahdiyati & Putra, 2022). Kanal *Youtube* Gerrard Wijaya juga menjadi salah satu Kanal *Youtube* atau konten kreator yang memasukkan unsur *Trash-talk* dalam setiap permainan yang di jadikan konten dalam *Youtube*-nya. Berdasarkan sumber data yang dilihat pada *Youtube* Gerrard Wijaya, hingga kini kanal *Youtube* ini masih aktif membagikan video-video kontennya pada *Youtube* dan beberapa kali masuk dalam jajaran video trending di *Youtube* walau terdapat unsur *Trash-talking* di dalam videonya.

Berdasarkan acuan latar belakang yang telah diungkapkan, wacana *Trash-talk* yang ada dan terlihat di media sosial *Youtube* merambah ke mayoritas para pembuat konten kreator untuk membuat konten yang serupa dengan menghadirkan unsur-unsur *Trash-talk* dinilai dapat memberikan nilai lebih ketika mereka mengupload konten mereka. Realitas wacana *Trash-talk* yang dinilai negatif oleh masyarakat terlihat perlahan merubah nilai-nilai *Trash-talk* menjadi

hal yang di normalisasikan agar meraih kesuksesan di *Youtube* baik para konten kreator, sehingga pengkajian wacana *Trash-talk* menjadi menarik peneliti untuk mengerahui bagaimana wacana *Trash-talk* ini di maknai oleh para konten kreator dan berkembang dimasyarakat sebagai hal yang dipandang negatif atau perlahan berubah sebagai makna yang positif untuk diterima masyarakat sekarang ini.

METODE

Metode yang digunakan pada penelitian ini yakni Metode Penelitian Kualitatif dengan salah satu metodenya yaitu Analisis Wacana Kritis (AWK). Dalam AWK terdapat upaya atau proses (penguraian) pemberian penjelasan dari sebuah teks (realitas sosial) yang akan dikaji atau sedang dikaji oleh seorang atau sekelompok dominan yang cenderung mempunyai tujuan untuk memperoleh sesuatu yang diinginkan. Sehingga, analisis yang nantinya terbentuk telah disadari adanya pengaruh oleh si penulis dari berbagai faktor dan juga dibalik wacana yang muncul terdapat makna dan citra yang diinginkan, serta kepentingan yang sedang diperjuangkan.

Analisis Wacana Kritis yang digunakan peneliti menggunakan model dari Teun A. van Dijk. Dalam (Wirahyuni & Sudiana, 2020) Teun A, van Dijk menjelaskan bahwa Analisis Wacana Kritis digunakan untuk menganalisis wacana-wacana kritis yang termasuk ke dalam politik, ras, gender, kelas sosial, hegemoni dan lain-lain.

Pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi pada konten *Game "DADADADADADAR ML RASA PUBG"* dengan cara observasi non-partisipan dan studi kepustakaan dari buku, internet, dan media massa.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Miles dan Huberman dalam (Adriyani, 2003) mengemukakan bahwa aktivitas analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus, hingga data tersebut jenuh. selain itu, Teknik Analisis Wacana Kritis Model Teun A. Van Dijk yang mendeskripsikan tiga dimensi, yaitu Teks, Kognisi Sosial dan Konteks Sosial. Inti dari analisis ini adalah menggabungkan ketiga dimensi tersebut menjadi satu kesatuan analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Representasi *Trash-talk* Pada Kanal *Youtube* Gerrard Wijaya

1. *Trash-talk* Sebagai Representasi Keakraban

Berdasarkan data yang diperoleh dalam teks, penggunaan kata *Trash-talk* yang muncul pada konteks representasi sebagai simbol keakraban adalah penggunaan kata *Trash-talk* yang tidak menyebabkan reaksi kemarahan atau ditunjukkan semata untuk meningkatkan perasaan senang atau reaksi spontan yang bertujuan untuk menimbulkan respon tertawa. Hal ini sejalan dengan pemahaman mengenai *Trash-talk* yang dapat bersifat positif ketika digunakan untuk memotivasi kawan atau mencari kesenangan. Kata "*Anying*" dan "*bego*" sebagai *Trash-talk* diucapkan oleh Indra kepada temannya pada menit 1:03 yang menimbulkan percakapan berikut ini.:



Gambar 1. Trash-talk dalam Konten Gerrard Wijaya

Indra : “ga ada uliti lagi anying”

Bokir : “tendang bego ndra, ini tendang masih bisa”

Indra : “Oooh hahaha.”

Percakapan tersebut mengandung adanya *Trash talk* yang digunakan oleh Indra dan Bokir. Pada percakapan tersebut Bokir menginginkan tindakan untuk bisa membunuh musuh menggunakan *skill ultimate* namun Indra mengatakan jika *ultimate* sudah tidak ada. namun Bokir mengatakan untuk menggunakan *skill* lain yang dalam percakapan tersebut menggunakan ungkapan “tendang”. Dalam percakapan tersebut, mereka saling mengatakan kata *Trash-talk* yaitu “Anying” dan “Bego” dan respon dari keduanya yang saling menerima ujaran *Trash-talk* tidak menanggapi dengan emosional atau tersulut emosi, namun sebaliknya respon dari Indra tertawa mendengarkan perkataan yang diucapkan temannya.



Gambar 2 Trash-talk dalam Konten Gerrard Wijaya

Indra : “Balikin Dulu Townernya Anjing.”

Pada menit 1:26 Gerrard mengatakan kata “Anjing” dalam kalimat “Balikin dulu Townernya Anjing”. Penggunaan kata “Anjing” disini diutarakan kepada teman-temannya sebagai wujud penegasan atau imbuhan. Percakapan ini diawali dengan Gerrard yang menginstruksikan agar timnya dapat berfokus untuk menghancurkan *tower* musuh yang dilihat dari perbandingan *tower* timnya dan tim musuh berbeda. Adanya emosi sesaat dikarenakan perbedaan jumlah *tower* mengakibatkan gerrard mengatakan kata “Anjing” diakhir kalimatnya. teman dari

Gerrard tidak menanggapi secara emosional namun mereka menganggap hal tersebut adalah hal wajar dan di *in-Game* nya mereka langsung menyerang *tower* musuh.

2. *Trash-talk* Sebagai Representasi Umpatan

Berdasarkan data yang diperoleh dalam teks, penggunaan kata *Trash-talk* yang muncul pada konteks representasi Umpatan adalah penggunaan kata *Trash-talk* yang muncul secara spontan dan sebagai ekspresi kemarahan yang terjadi akibat dari permainan. Umpatan menurut KBBI adalah perkataan yang keji (kotor atau sebagainya) yang diucapkan karena marah (jengkel, kecewa dan sebagainya). berikut adalah percakapan yang diutarakan oleh Indra, Bokir, dan Ecep dalam *Game* sebagai representasi umpatan pada menit 1:29.



Gambar 3. *Trash-talk* dalam Konten Gerrard Wijaya

Bokir : “Bangsat, sepaknya jangan ke gua, Tai.”

Indra : “Hahahaha.”

Ecep : “Jangan marah, Kir.”

Kejadian yang terjadi sebelum menit 1.29 adalah para *user* sedang menyerang *tower* lawan dan tiba-tiba muncul lawan dari belakang para lawan sehingga Indra menyuruh seluruh temannya untuk menggunakan *skill 2*, dampak yang terjadi dari *skill 2* tersebut adalah ada salah satu anggota yang menjadi korban penyerangan lawan, maka keluarlah kalimat “*bangsat, sepaknya jangan ke gua tai*”. Salah satu anggota tim tertawa dan mengatakan kalimat “*jangan marah kir*”. kalimat tersebut dimaknai bahwa Bokir marah sehingga kata yang diucapkan oleh Bokir adalah *Trash-talk* yang direpresentasikan sebagai umpatan.



Gmabar 4. *Trash-talk* dalam Konten Gerrard Wijaya

Indra : “Sedap ?”

Musuh : “Bacot hahaha”

Pada menit 1:04 Dalam percakapan tersebut, Indra yang memulai mengirimkan pesan pertama yang merupakan reaksi dari tindakan membunuh musuhnya dengan *skill ultimate hero* bersama dengan teman-temannya. Hal ini bisa dikatakan *Trash-talk* karena mencoba mengintimidasi atau menyulut emosi lawan. Pihak dari musuh kemudian merespon juga dengan kata *Trash-talk*. hal ini dikategorikan sebagai umpatan karena perkataan yang diucapkan karena marah atau tersulut emosi dari Indra.

3. *Trash-talk* Sebagai Strategi Peningkatan Viewers

Berdasarkan data yang diperoleh dalam teks, yaitu terletak pada kolom komentar banyak *audiens* yang menanggapi secara positif tentang konten milik Gerrard Wijaya ini. Beberapa komentar yang dilontarkan oleh para *audiens* lebih menanggapi terkait kelucuan yang diciptakan oleh Tim Gerrard Wijaya ketika sedang bermain.



Gambar 5. Komentar oleh Agung Firman

Dalam komentar yang ditulis oleh Agung Firman yang mengatakan dia merujuk pada adegan menit 2:36 yang memperlihatkan Indra mengatakan kata "*anjing jago sepakan gua*" yang diungkapkan sebagai kata *Trash-talk* yang dimaknai sebagai kebanggaan telah melakukan sesuatu. Dalam hal ini, Indra telah mendapatkan moment yang menjadi hal menarik untuk ditonton *audiens*. setelah itu, kata "*Anjing*" yang diucapkan ketika mendapatkan moment tersebut menjadikan isi konten menjadi lebih mendatangkan gelak tawa. Hal ini juga dilihat dari salah satu komentar *audiens* pada kolom *Youtube* yaitu Agung Firman yang mengatakan "*2:36 paling ngakak sih*" dengan jumlah like 104. Komentar tersebut merujuk pada cuplikan kejadian yang dilalui oleh Indra sehingga konten yang dibuat Indra dapat meningkatkan *viewers*.



Gamba 6. Komentar oleh AR FORMAT

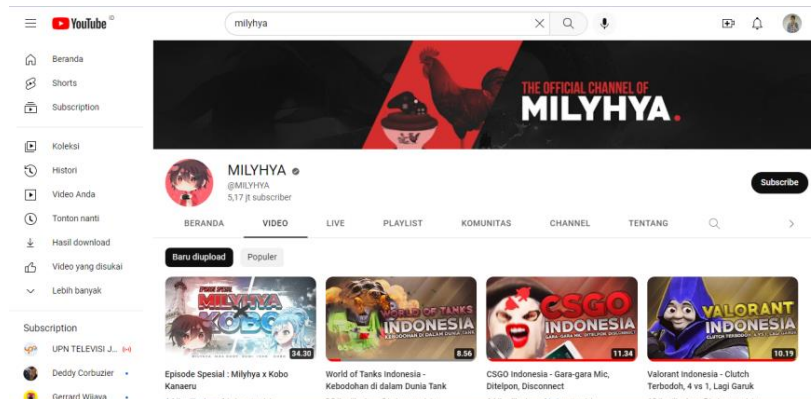
Salah satu komentar yang ditulis oleh akun AR FORMAT yang mengatakan "*Keren emg tim gerrard ini. Komedi ny dpt bngt, skill ny ok bnget, kompknny kompak bngt, toxic di live tim doang tp nggak di komenan, ttp ngejaga.*" dalam komentar yang dia tulis, konten yang dibuat oleh tim gerrard dinilai memiliki kesan komedi yang sangat "dapat" atau lucu dan AR FORMAT juga mengatakan bahwa Tim Gerrard termasuk tim yang *toxic* dalam *live* tim atau dalam *Game* namun tidak di komenan atau di kolom komentar sehingga kata-kata *Trash-talk* yang diucapkan setiap di dalam *Game* menjadi unsur komedi yang sangat menarik untuk di tonton dan hal ini bisa dikategorikan bahwa *Trash-talk* yang ada di Konten Gerrard Wijaya menjadi strategi meningkatkan *viewers*.

Popularitas Ala Gerrard Wijaya

1. Konten *Trash-talk* Menjadi *Hype*

Kanal *Youtube* Gerrard Wijaya baru bergabung dengan *Youtube* dan memulai mempublish konten videonya pada tahun 2019. Dalam jenjang waktu sebelum Gerrard Wijaya membuat kanal *Youtube*, Konten *Youtube* yang bergenre *Game* sudah banyak digemari oleh *netizen* melalui beberapa *Youtuber* yang sudah mulai populer melalui konten *Gamenya*. Namun pada kurun waktu tersebut, konten *Game* yang memiliki unsur *Trash-talk* sebenarnya sudah dijadijaki oleh beberapa *Youtuber* atau konten kreator hingga mereka kini populer dengan konten *Game* yang berunsur *Trash-talk* tersebut. Peneliti mengungkap bahwa kanal *Youtube* Gerrard Wijaya memiliki motivasi berdasarkan para *Youtuber* yang telah memiliki popularitas melalui konten *Game* yang berunsur *Trash-talk* sebagai ide untuk membuat kanal *Youtube*. Hal ini dapat diperlihatkan melalui beberapa kesamaan tentang bagaimana Gerrard wijaya dan beberapa *Youtuber* konten *Game* menampilkan konten videonya.

Konten Kreator yang memiliki kesamaan dan menjadi inspirasi Gerrard Wijaya dalam membuat kanal *Youtube* adalah Kanal *Youtube* Milyhya. Kanal *Youtube* ini dimiliki oleh seorang konten kreator dengan nama Manca Milyhya yang bergabung dengan *Youtube* pada 29 Juni 2015 dengan total *subscriber* sebanyak 5,15 juta hingga awal tahun 2023. Konten-konten yang diupload oleh kanal *Youtube* Milyhya ini berisikan konten *Game* yang memperlihatkan bagaimana Milyhya memainkan beberapa genre *Game online* bersama dengan teman-temannya namun memfokuskan pada titik atau moment-moment lucu yang dialami oleh Milyhya ketika sedang bermain *Game* tersebut. Dalam konten videonya, Milyhya berusaha menampilkan moment-moment kelucuan yang dapat menghibur para *viewers*-nya agar menjadi daya tarik bagi *viewers*-nya untuk kembali menonton setiap videonya. selain itu, Milyhya menambahkan unsur-unsur menarik seperti *subtitle* percakapan yang berwarna, *sound-effect* yang lucu, beberapa *scene* atau potongan meme ke dalam videonya agar momen-momen yang ada menjadi semakin lucu untuk menghibur dan memicu gelak tawa para penontonnya. Kanal *Youtube* Milyhya ini bukan kanal *Youtube* yang memiliki jam tayang yang teratur atau bisa dikatakan kanal *Youtube* yang mengunggah videonya setiap hari. Kanal *Youtube* ini bisa saja mengunggah videonya 1 kali dalam sebulan, namun dengan popularitas yang telah dimiliki oleh Milyhya, tiap satu kali video yang di unggah akan masuk ke dalam papan tren khususnya *Game* di *Youtube*.

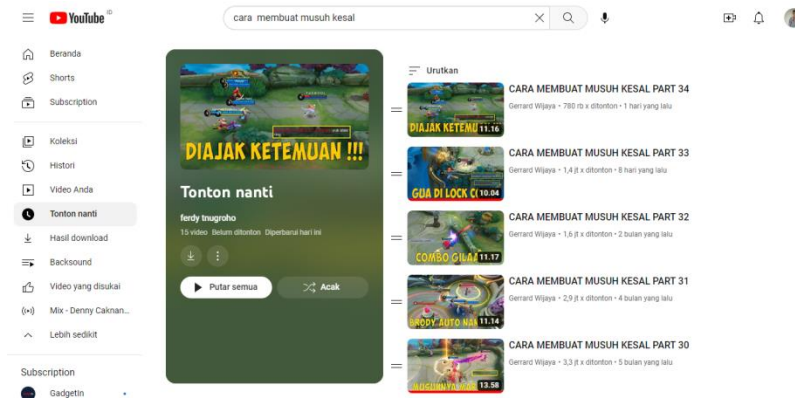


Gambar. 7 Kanal *Youtube* Manca Milyhya

Kanal *Youtube* Milyhya yang populer menjadi referensi Gerrard Wijaya dalam memproduksi konten-konten yang dia unggah dalam kanal *Youtube*-nya dan ini dapat dilihat dari kemiripan video serta isi konten yang di unggah oleh kedua kanal ini. Dalam Kanal *Youtube* Milyhya dan Gerrard Wijaya, video yang mereka unggah bertemakan *Game* yang berusaha menghadirkan momen kelucuan yang terjadi dalam *Game* dan keseruan yang terjadi ketika bermain bersama teman-temannya. Dalam kedua video yang diupload juga menggunakan *sound-effect*, potongan *scene* berupa meme dan mereka tidak menampilkan wajah dalam videonya sehingga para *viewers* akan lebih fokus kepada momen-momen lucu yang terjadi daripada identitas asli dari masing-masing konten kreator.

2. Idealisme Gerrard Wijaya Sebagai Konten Kreator

Idealisme seorang konten kreator memiliki hal yang menarik ketika hal tersebut harus menjadi pilihan yang sulit saat berhadapan dengan realita atau keadaan tentang hal-hal yang sedang tren atau yang menjadi banyak di perbincangkan oleh *netizen*. Hal ini akan mempengaruhi sudut pandang seorang konten kreator saat memutuskan untuk memproduksi video baru dengan konsep yang mengikuti tren saat itu atau tetap berjalan pada idealisme diri sendiri. Gerrard Wijaya sebagai seorang konten kreator yang kini telah memiliki 4,15 juta *viewers* telah membuat 151 video konten yang sudah diunggah pada kanal *Youtube*-nya. Berdasarkan video-video yang telah di unggah serta rentang waktu antar 1 video dengan video lainnya, Gerrard Wijaya adalah seorang konten kreator yang bisa dikatakan berpegang teguh dengan idealismenya dalam memproduksi konten *Game* sesuai dengan keinginannya. Dalam hal ini, peneliti melihat bahwa konten *Game* Gerrard Wijaya salah satunya memiliki ciri khas yaitu melakukan *Trash-talk* dengan tujuan menciptakan momen-momen lucu oleh musuh dalam *Game* kemudian di konsumsi sebagai hiburan oleh para *viewers*-nya. Konten *Game* ini juga memiliki judul sendiri yang hingga sekarang masih konsisten menggunakan judul yang sama yaitu "*Cara Membuat Musuh Kesal*". Selain itu, *Game* yang dimainkan oleh Gerrard Wijaya tidak mengikuti apa yang sebenarnya pada saat itu menjadi *Game* yang populer. Gerrard Wijaya tetap mengikuti idealismenya dalam membuat konten dengan *Game-Game* yang ingin dimainkan bersama teman-temannya serta menciptakan moment lucu agar bisa dikonsumsi oleh *viewers*-nya sebagai hiburan yang menyenangkan.



Gambar 8. Konten Gerarrd Wijaya “Cara Membuat Musuh Kesal”

Idealisme Gerrard Wijaya sebagai konten kreator dalam kanal *Youtube*nya juga diperlihatkan dalam setiap videonya, ketika konten-konten *Game* yang berisikan *Trash-talk* atau konten dengan Judul “Cara Membuat Musuh Kesal” Gerrard Wijaya selalu menggunakan pantun dalam setiap pembukaan di video *Gamenya* untuk membuat musuh terprovokasi dan melakukan *Trash-talk* kepada Gerrard Wijaya dan temannya. Selain itu, teman-teman dari Gerrard Wijaya juga membantu dalam tujuan melakukan *Trash-talk* kepada musuhnya agar musuhnya juga terprovokasi dan bagian tersebut dalam konten Gerrard Wijaya adalah hal yang akan dilakukan juga menjadi ciri khas tertentu sebagai idealisme yang ditampilkan Gerrard Wijaya dalam video kontennya. *Trash-talk* yang dilakukan oleh Gerrard Wijaya dan teman-temannya dalam *Game* semata bertujuan untuk menciptakan momen-momen lucu yang dapat menimbulkan gelak tawa, baik itu bagi Gerrard Wijaya dan temannya serta *viewers* yang menonton mereka. Hal ini juga dituliskan dalam deskripsi Kanal *Youtube* Gerrard Wijaya yang mengatakan semoga video-video yang diunggah dapat menghibur para *viewers*-nya.



Gambar 9. Ciri Khas Gerrard Wijaya

3. Popularitas dan Identitas Mengalahkan

Adsense dalam pemahaman awalnya dapat dikatakan sebagai salah satu sumber pendapatan yang dapat diraih oleh konten kreator khususnya di *Youtube*. *Adsense* adalah cara mudah tanpa biaya untuk memperoleh penghasilan dengan menampilkan iklan di samping konten *online* dari pembuat situs *online*. Dengan *adsense*, para pembuat situs *online* dapat menampilkan iklan yang menarik dan relevan bagi pengunjung situs, bahkan menyesuaikan tampilan serta nuansa iklan agar sesuai dengan situs *online* yang diinginkan (Google, 2023). Namun dalam *Adsense* terdapat sistem yang telah diatur oleh Algoritma *Youtube* sehingga para

konten kreator perlu memahami Algoritma *Youtube* ini karena sistem ini yang akan menentukan video dari para konten kreator yang dapat tampil di urutan teratas dan dapat dinikmati oleh seluruh pengguna *Youtube* tanpa melihat *subscriber* ataupun *non-subscriber* kanal *Youtubenya*.

Sebagai konten kreator, dengan memenuhi algoritma yang ada pada *Youtube* maka konten video yang mereka upload akan menjadi lebih banyak ditonton. Dengan semakin banyak *viewers* yang menonton konten videonya maka akan meningkatkan popularitas serta monetisasi atau *adsense* dari video yang telah di unggah oleh konten kreator. Namun, tahap monetisasi pada *adsense* yang diterima dapat mempengaruhi seberapa banyak penghasilan yang didapat konten kreator. Hal-hal yang dapat mempengaruhi tahap monetisasi ini bergantung pada konten video yang di unggah, seperti adanya unsur-unsur konten sensitif dalam video yang dapat berupa SARA, Kekerasan atau *gore*, *Trash-talk*, Pelecehan Seksual dan sebagainya yang bersifat negatif dapat mempengaruhinya. Monetisasi terhadap video yang diunggah oleh para konten kreator pada umumnya terdapat beberapa kategori, dan salah satu dampak pengkategorian yang sering diterima oleh para konten kreator adalah pembatasan penayangan iklan pada video atau video yang di unggah tidak dapat di monetisasi. Dalam beberapa kasus mengenai monetisasi yang dialami oleh konten kreator, hal ini menjadi rumit karena sistem dari algoritma menjadi kendala yang tidak memiliki panduan pasti dalam mengkategorikan video-video yang diunggah sehingga perlu hal-hal yang mendalam untuk mengetahui permasalahan yang menjadi alasan tidak di monetisasinya video yang telah diunggah. Namun perihal *adsense* serta monetisasi yang menjadi bagian pendapatan seorang konten kreator ini tidak menjadi hal yang menghambat Gerrard Wijaya untuk membuat konten-konten berdasarkan idealismenya. Gerrard Wijaya dalam membuat konten-konten terdapat unsur-unsur *Trash-talk* yang dapat menghambat monetisasi terhadap setiap video yang dia unggah. Namun *Adsense* dan Monetisasi tersebut tidak sepenuhnya menjadi motivasi Gerrard Wijaya dalam membuat kanal *Youtube* dengan konten *Trash-talk*nya. Hal ini dapat dilihat berdasarkan konten-konten *Game* yang telah dibuat dan ternyata *viewers* dari Kanal ini tetap menyukai dan merasa terhibur dengan video-video yang diunggah oleh Gerrard Wijaya, sehingga hal ini dapat dikatakan Gerrard Wijaya berusaha meraih atau mendapatkan *viewers* yang menyukai dengan konten-konten yang dia buat serta tidak melihat bagaimana dampak monetisasi yang ia terima nantinya. Popularitas yang dia dapatkan saat ini dikarenakan karena konsistensinya mengunggah konten video yang menghibur meskipun termasuk konten yang *Trash-talk* dan menghambat monetisasinya. Konsisten yang telah dilakukan oleh Gerrard Wijaya juga telah membentuk identitasnya sebagai konten kreator yang dikenal oleh para *viewers* nya sebagai konten kreator yang melakukan *Trash-talk* kepada musuhnya sehingga *viewers* nya terhibur akan momen yang telah dibuat. Popularitas dan Identitas yang telah terbentuk inilah pada akhirnya membuat Gerrard Wijaya tetap pada idealismenya dan tidak berfokus pada *Adsense* serta monetisasi pada setiap kontennya.



Gambar 10. *Trash-talk* dalam Konten Gerrard Wijaya
Normalisasi *Trash-talk* sebagai Bahasa Sehari-hari

1. Remaja dengan Kebiasaan *Trash-talk*

Ketika seseorang masih dalam usia belia atau anak-anak, himbauan dari orang tua pasti adalah himbauan yang baik untuk anak-anaknya. Tak terlepas dari hal itu, himbauan untuk tidak mengucapkan kata kasar atau *Trash-talk* sudah mulai diajarkan kepada anak-anak atau remaja di usia belia, sehingga sejak awal anak-anak memang tidak diperbolehkan untuk mengucapkan kata-kata kasar atau *Trash-talk* dalam kehidupan sehari-harinya ketika berbicara. Namun berkembangnya zaman merubah perilaku remaja serta sikap yang kini berbeda dari ajaran generasi sebelumnya. Masa kini pengucapan kata *Trash-talk* dalam kehidupan sehari-hari sering terdengar dikalangan remaja. Adanya *Trash-talk* dimasa kini juga tak selamanya dimaknai sebagai makna yang negatif, namun tetap penggunaan *Trash-talk* dengan etika yang salah menjadi sebuah perilaku remaja yang tidak patut dilakukan di lingkungan masyarakat.



Gambar 11. Perilaku Remaja yang *Trrash-talk*

Adanya Fenomena yang pernah terjadi pada tanggal 8 Februari 2023 yang memperlihatkan sebuah video yang kemudian viral dimedia sosial dan menjadi bahan berita di artikel *online* yakni Seorang Siswa SMK di Tangerang mengamuk dan membentak gurunya. Kejadian ini terjadi ketika siswa tersebut ditegur karena terlambat datang ke sekolah, namun terjadi argumentasi dan tidak terima dari sisi siswa sehingga siswa sempat memaki-maki guru tersebut dan mengucapkan *Trash-talk* kepada gurunya. Perilaku ini merupakan cerminan dari bagaimana siswa tersebut bersikap dalam kehidupan sehari-harinya. Penggunaan kata *Trash-*

talk yang diungkapkan ketika ia marah menjadikan salah satu faktor bahwa *Trash-talk* menjadi bahasa atau kata yang dipilih remaja kini untuk mengekspresikan emosinya. Kejadian ini juga terjadi secara nyata dilingkungan masyarakat yaitu lingkungan sekolah yang memiliki ajaran kedisiplinan dan budi pekerti bagi siswanya agar tidak melakukan tindakan tidak terpuji. Namun pada kenyataannya, remaja tetap menggunakan kata *Trash-talk* dilingkungan tersebut serta pengendalian emosi yang kurang mengakibatkan *Trash-talk* yang dilontarkan menjadi sebuah umpatan yang dinilai sebagai tindakan tidak terpuji pada remaja generasi sekarang.



Gambar 12. Perilaku Remaja dengan Kebiasaan *Trash-talk*

Sebuah Fenomena lain dalam konteks penggunaan *Trash-talk* dalam kehidupan sehari-hari terlihat ketika sebuah kelompok atau obrolan orang-orang dalam kesehariannya dengan santai menggunakan kata *Trash-talk* dalam percakapan dengan temannya. Dalam video *podcast* yang diambil bersumber pada kanal *Youtube* GPX menampilkan sebuah obrolan atau konten berupa *podcast* terdengar imbuhan kata-kata *Trash-talk* dari talen yang hadir dalam konten tersebut. Dalam videonya, tidak terjadi unsur kekerasan atau kemarahan akibat dari kata *Trash-talk* yang diungkapkan kepada lawan bicaranya. Situasi yang terjadi dalam obrolan tersebut masih dalam batas wajar dan menyenangkan bagi mereka, sehingga adanya *Trash-talk* dalam obrolan tersebut tidak dimaknai sebagai bahasa yang negatif namun menjadi sebuah kebiasaan baru yang terjadi dalam sebuah obrolan antar sesama teman dan dalam obrolan tersebut tidak adanya canggung atau rasa tidak aman baik para talen yang terkena *Trash-talk* atau pelaku *Trash-talk* karena sudah menjadi kebiasaan dalam obrolan mereka.

2. *Trash-talk* yang Normal dikalangan Netizen

Normalisasi terhadap *Trash-talk* di masa kini memang mulai merata, karena pandangan masyarakat dunia maya atau Netizen mulai beranggapan *Trash-talk* tidak perlu dimaknai dengan serius ketika pelaku penggunaan *Trash-talk* mengetahui makna dari ucapan yang dikeluarkan. Dalam konteks dunia maya, terdapat salah satu fenomena yang menjadi viral di dunia maya mengenai *Trash-talk* oleh seorang *influncer* bernama Lutfi Agizal.



Gambar 13. Polemik kata “Anjay” oleh Lutfi Agizal

Salah satu *Influencer* atau *Youtuber* bernama Lutfi Agizal pernah memperkarakan penggunaan kata “Anjay” untuk dilaporkan kepada Komisi Nasional Perlindungan Anak agar dilarang dan tidak boleh dipergunakan kata tersebut. Dalam pemaparannya, Lutfi Agizal mengatakan bahwa penggunaan kata tersebut yang sering terdengar dikalangan Anak Muda dapat merusak moral bangsa. Hal ini dikarenakan menurutnya bahasa menunjukkan bangsa, sementara pemaknaan kata “Anjay” dapat berupa kata kotor atau *Trash-talk* yang merupakan plesetan dari kata “Anjing” sehingga kata ini jika digunakan lebih sering dalam kosa kata berbahasa maka dapat merusak moral bangsa. Pihak Komnas Perlindungan Anak sebagai tempat pengaduan menanggapi hal tersebut dengan menyetujui pelarangan kata “Anjay” karena kata tersebut berpotensi mengandung unsur kekerasan dan bagi pelanggar yang menggunakan kata tersebut sebagai bentuk kekerasan dapat dipidana berdasarkan Undang-Undang RI Nomor 35 Tahun 2014 sehingga kata “Anjay” perlu dihentikan untuk diucapkan. Sedangkan sudut pandang dari *Netizen* mengatakan jika kata “Anjay” tidak bermaknakan negatif atau berusaha menyudutkan orang lain. Selain itu, memperkarakan kata “Anjay” menjadi hal yang sebenarnya tidak perlu dilakukan saat itu. Oleh karena itu, perbedaan argumentasi antara *Netizen* dengan Lutfi Agizal menjadikan permasalahan ini viral dan berdampak pada Akun Media Sosial Lutfi Agizal menghilang beberapa kali oleh *Netizen* yang melakukan *report* kepada akunnya. (Tionardus, 2020)



Gambar 14. Bahasa Menunjukkan Bangsa oleh Lutfi Agizal

Berdasarkan fenomena yang terjadi, disuguhkan sebuah perspektif terkait kata “Anjay” yang merupakan representasi dari umpatan berartikan “Anjing”.

Perspektif ini mengundang banyak kontroversi dari *netizen* serta beberapa publik figur lainnya yang mengatakan bahwa penggunaan kata "Anjay" bukan sebuah kata kasar atau umpatan, namun sebagai representasi dari makna kagum pada suatu hal atau tindakan yang membuat takjub. Kontroversi mengenai kata "Anjay" dari Lutfi Agizal ini bisa dikatakan bahwa Lutfi adalah pihak yang salah atau tidak didukung oleh netizen, sehingga mayoritas bagi para netizen berpendapat bahwa kata *Trash-talk* yang dipermasalahkan ini sebenarnya bukan hal yang harus diperumitkan selama penggunaannya benar dan sesuai dengan konteks situasinya yang akhirnya penggunaan kata ini menjadi normalisasi dalam percakapan sehari-hari. Berdasarkan fenomena yang terjadi, disuguhkan sebuah perspektif terkait kata "Anjay" yang merupakan representasi dari umpatan berartikan "Anjing". Perspektif ini mengundang banyak kontroversi dari netizen serta beberapa publik figur lainnya yang mengatakan bahwa penggunaan kata "Anjay" bukan sebuah kata kasar atau umpatan, namun sebagai representasi dari makna kagum pada suatu hal atau tindakan yang membuat takjub. Kontroversi mengenai kata "Anjay" dari Lutfi Agizal ini bisa dikatakan bahwa lutfi adalah pihak yang salah atau tidak didukung oleh netizen, sehingga mayoritas bagi para netizen berpendapat bahwa kata *Trash-talk* yang dipermasalahkan ini sebenarnya bukan hal yang harus diperumitkan selama penggunaannya benar dan sesuai dengan konteks situasinya yang akhirnya penggunaan kata ini menjadi normalisasi dalam percakapan sehari-hari.

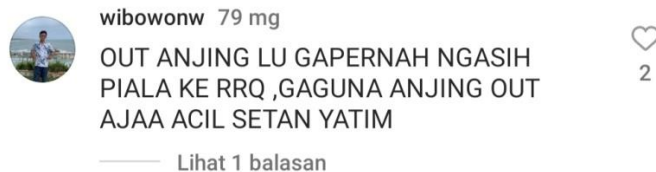
3. Media Sosial yang berisikan *Trash-talk*

Perspektif *Trash-talk* yang kini menjadi normalisasi dalam percakapan sehari-hari juga terlihat dalam kolom komentar pada Kanal *Youtube* Gerrard Wijaya. Terlihat komentar-komentar yang dilontarkan para penonton Kanal *Youtube* ini bersifat positif. Banyak dari para penonton Gerrard Wijaya menyukai konten-konten *Gamenya* tanpa melihat bagaimana penggunaan kata-kata kasar atau *Trash-talk* yang muncul dan terdengar di setiap videonya. Penggunaan *Trash-talk* itu pun menjadi salah satu pemicu kelucuan yang menyebabkan gelak tawa para penontonya selain dari pemberian *sound-effect* serta potongan meme dalam videonya. selain itu, para penonton kanal *Youtube* Gerrard Wijaya juga melontarkan komentar dengan imbuhan kata *Trash-talk* dengan representasi yang dikatakan bernada positif sehingga penggunaan *Trash-talk* yang awalnya memang seharusnya tidak dipergunakan, kini menjadi normalisasi bagi para *netizen* untuk mengucapkan *Trash-talk* di dunia maya dengan bagaimanapun konteks dan representasi yang bisa dimunculkan dari *Trash-talk* yang di ucapkan dalam dunia maya.



Gambar 15. Komentar dalam konten *Youtube* Gerrard Wijaya

Dengan semakin berkembangnya akal dan tingkat kreativitas manusia, *Trash-talk* yang awalnya menjadi tindakan atau ucapan yang negatif, kini bisa dikemas dengan konten-konten yang membuat *Trash-talk* menjadi hal yang normal bagi para *Netizen* yang menonton konten tersebut. Namun, tetap tidak dapat dipungkiri bahwa *Trash-talk* juga digunakan oleh mayoritas pengguna media sosial untuk melakukan ujaran kebencian atau melakukan tindak kekerasan secara verbal yang menyerang akun-akun media sosial yang menjadi target mereka



Gambar 16. Komentar dalam Akun Instagram @rrq_acil322

Fenomena diatas merupakan salah satu dari penggunaan *Trash-talk* yang memang sengaja digunakan untuk menyerang secara verbal atau mengatakan ujaran kebencian kepada akun yang ingin diserang. Fenomena tersebut terjadi pada akun *Instagram* @rrq_acil322 yang merupakan seorang pelatih atau coach dari salah satu tim *Mobile Legends Profesional* yang ada di Indonesia. Saat itu, *Coach* Acil merupakan pelatih dari Tim RRQ yang sedang bermain di Turnamen MPL Indonesia Komentar yang dituturkan oleh akun bernama @wibowonw merupakan komentar yang bermaknakan *Trash-talk* yang menyerang akun *Instagram* Coach Acil dengan tujuan agar dia keluar dari Tim RRQ sebagai pelatih. Kata *Trash-talk* yang digunakan oleh akun @wibowonw dinilai sangat kasar karena menggunakan kata yang seharusnya ditunjukkan kepada orang, apalagi ini terjadi di media sosial yang semua orang dapat melihatnya dan tidang saling mengenal satu sama lain. Adanya fenomena tersebut masih memperlihatkan bahwa *Trash-talk* masih digunakan sebagai kata kasar yang ditunjukkan kepada

orang dan bahkan digunakan sebagai alat untuk menyerang secara personal seseorang melalui kata-kata verbal.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis data beberapa kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian ini antara lain:

Pada Konten *Game* “DADADADADADAR ML RASA PUBG” di Kanal *Youtube* Gerrard Wijaya, *Trash-talk* direpresentasikan melalui kata-kata kasar seperti “Anjing”, “Bangsat”, “Cok”, “Goblok”, “Mampus Kau”, “Tai” yang kemudian dimaknai sebagai Simbol Keakraban, Umpatan, dan Strategi Meningkatkan *Viewers*. *Trash-talk* yang muncul dalam setiap kontennya dimaknai berdasarkan bagaimana kata *Trash-talk* diucapkan secara spontan dalam situasi tertentu dengan tujuan sebagai simbol keakraban apabila *Trash-talk* ditujukan kepada teman dengan menimbulkan respon positif dari temannya dan dikategorikan sebagai umpatan ketika *Trash-talk* diucapkan bersamaan dengan perasaan emosi yang diluapkan. Namun, penggunaan *Trash-talk* yang secara sadar dapat dijadikan sebagai strategi agar penonton tertarik untuk menonton kembali konten-konten dari Gerrard Wijaya sehingga *Trash-talk* ini dapat meningkatkan *viewers*.

Wacana *Trash-talk* dalam konten ini dipengaruhi oleh kognisi sosial dari pembuat kontennya yaitu Gerrard Wijaya yang melihat penggunaan *Trash-talk* ini dapat digunakan sebagai identitasnya dalam membuat Konten *Game*. Penggunaan *Trash-talk* sebagai identitasnya akan mempermudah dia untuk mencapai popularitas yang dia inginkan seperti konten kreator lain yang menggunakan *Trash-talk* namun memiliki ciri khas lain di setiap kontennya agar tetap memiliki deferensiasi antar konten kreator *Game*. Identitas yang ia bangun melalui konten-kontennya semakin lama akan membentuk popularitas yang meningkat sambil berjalan saling beriringan namun memiliki konsekuensi bahwa *Adsense* yang didapatkan tidak maksimal.

Wacana *Trash-talk* yang dibangun sebagai identitas Gerrard Wijaya dalam setiap kontennya memiliki dampak terhadap bagaimana pemaknaan dan penggunaan *Trash-talk* dalam kehidupan sehari-hari di lingkungan masyarakat. Penggunaan *Trash-talk* di kalangan remaja generasi Z pada awalnya merupakan sebuah larangan karena termasuk tindakan yang negatif, namun kini mulai di normalisasi sebagai penggunaan bahasa sehari-hari. Pemaknaan *Trash-talk* dalam konteks bicara kini sebagai beberapa kata ganti untuk menciptakan sebuah keakraban dalam berbicara kepada teman. Akan tetapi, tetap menjadi suatu hal yang negatif apabila penggunaan *Trash-talk* ditujukan kepada orang lain dengan membawa perasaan emosi marah atau pengucapan di segala tempat tanpa memperhatikan bagaimana situasi yang sebenarnya terjadi pada saat itu. *Trash-talk* tetap akan di maknai sebagai tindakan yang negatif apabila remaja generasi Z tidak dapat mengendalikan diri terhadap *Trash-talk* yang keluar dari diri mereka.

REFERENSI

- Adriyani, D. F. (2003). *Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif 1*.
Ambarwati, M. N. (2022). *Trash-talking* Pemain Mobile Legends: Bang Bang Mahasiswa FKIP UNS. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 243-255.

- databooks.katadata.co.id. (2022, 3 23). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. Diambil kembali dari databooks.katadata.co.id.: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- goodstats.id. (2022). *Intip Deretan Konten Youtube Paling Sering Ditonton Netizen Indonesia*. Diambil kembali dari Goodstats.Id.: <https://goodstats.id/infographic/konten-Youtube-paling-sering-ditonton-netizen-indonesia-iSY3c>
- Google. (2023). *Cara Kerja AdSense*. Dipetik Juni 26, 2023, dari support.google: <https://support.google.com/adsense/answer/6242051?hl=id>
- Hendra, & Laugu. (2020). Eksistensi Media Sosial, *Youtube*, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*.
- Sakitri, G. (2021). *"Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!"*.
- Studi Ilmu Komunikasi et, a. (2022). VARIASI KOMUNIKASI VIRTUAL PADA KELOMPOK PEMAIN GAME MOBILE. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Wahdiyati, & Putra. (2022). KEKERASAN VERBAL DALAM KONTEN GAMING DI *YOUTUBE* (ANALISIS ISI KUALITATIF KONTEN ULASAN PERMAINAN ONLINE MAINCRAFT DAN MOBILE LEGEND PADA AKUN *YOUTUBE* MIUVEOX DAN BRANDONKENT EVERYTHING. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 203-218.
- Wirahyuni, K., & Sudiana, N. (2020). NALISIS WACANA KRITIS MODEL TEUN A VAN DIJK PADA PEMBERITAAN KOMPAS DENGAN JUDUL "DI BALIK KASUS PENUSUKAN WIRANTO DAN PENANGKAPAN SEJUMLAH TERDUGA TERORIS". *Bahtera: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Dan Budaya.*, 801-818.