



Bahasa Tabu di Ruang Publik: Melihat Pesan dalam Film *Mlekoki*

Dimas Setiaji Prabowo¹, Ayon Diniyanto²

^{1,2} IAIN Pekalongan

Corresponding Author: dimas.setiaji.p@iainpekalongan.ac.id

DOI: 10.15294/sutasoma.v10i1.57791

Accepted: June, 26th 2022 Approved: July 1st 2022 Published: June 30st 2022

Abstrak

Bahasa tabu yang biasanya digunakan pada ruang-ruang privat, sudah banyak dijumpai di ruang publik dan disukai berbagai kalangan. Kondisi tersebut tercermin pada film pendek *Mlekoki Official* yang banyak mendapat antusiasme dari para penonton Youtube. Tujuan penelitian adalah untuk menemukan tolak ukur publik merasa suka terhadap bahasa tabu di ruang publik dan menemukan faktor-faktor yang menyebabkan publik merasa suka terhadap bahasa tabu di ruang publik. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan pendekatan kualitatif. Sumber data penelitian merupakan sumber data sekunder dari *Mlekoki Official*. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan studi pustaka. Validitas data dengan triangulasi dan analisis data dengan interactive models. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa film pendek *Mlekoki Official* yang banyak mengangkat bahasa tabu disukai oleh masyarakat. Hal ini terlihat dari banyaknya jumlah penonton dan *like*. Faktor yang menyebabkan ketersukaan terhadap film pendek *Mlekoki Official* karena (1) tidak umum di kalangan masyarakat (dilihat dari tema yang diangkat); (2) banyak mengangkat bahasa tabu (bahasa yang jarang digunakan di ruang publik); dan (3) mengangkat tema permasalahan sosial yang umum (permasalahan yang sering dialami oleh masyarakat sekitar).

Kata kunci: bahasa tabu; youtube; banyumasan

Abstract

Taboo language, which is usually used in private spaces, is often found in public spaces and is favored by various groups. This condition is reflected in the short film *Mlekoki Official*, which gets a lot of enthusiasm from Youtube viewers. The aims of this study are to find a benchmark for the public to feel like taboo language in public spaces and find the factors that cause the public to feel like taboo language in public spaces. This research method uses descriptive research and a qualitative approach. The data source of this research is a secondary data source from *Mlekoki Official*. Data collection techniques using observation and literature study. Data validity by triangulation and data analysis by interactive models. The results of this study conclude that the short film *Mlekoki Official*, which contains a lot of taboo language, is liked by the public. This can be seen from the large number of viewers and likes. The factors that cause the liking for the *Mlekoki Official* short film are because (1) it is not common among the public (judging by the theme raised); (2) a lot of taboo language (language that is rarely used in public spaces); and (3) raising the theme of general social problems (problems that are often experienced by the surrounding community)

Keywords: taboo language; youtube; banyumasan

PENDAHULUAN

Salah satu unsur budaya yang di dalamnya tercermin nilai-nilai yang berhubungan dengan manusia sebagai makhluk sosial adalah bahasa. Bahasa sebagai alat komunikasi yang disampaikan sebagai upaya menyampaikan pesan, ide dan gagasan pada manusia yang lain. Sampai atau tidaknya pesan yang ingin disampaikan pada orang lain juga mempunyai aturan tersendiri yang harus terpenuhi. Baik atau tidaknya proses komunikasi harus ada *rule of the game* yang harus diperhatikan oleh pelaku komunikasi tersebut (AR et al., 2015; Diniyanto, 2021b). Sebagai upaya mengatur komunikasi yang efektif, maka perlu adanya penghalusan makna atau eufemisme. Penggunaan eufemisme digunakan sebagai penghalusan makna agar lebih sopan dan beradab (Daud et al., 2018). Penggunaan bahasa yang menghindarkan diri dari konsep tabu tentunya tidak hanya dalam proses komunikasi secara langsung, akan tetapi juga dalam komunikasi di dunia maya yang saat ini semakin berkembang pesat.

Perkembangan teknologi digital yang mengalami kemajuan pesat telah mampu membawa migrasi informasi. Informasi yang tadinya bersifat unilateral atau satu arah, menjadi multilateral atau lebih dari satu arah. Kemajuan teknologi digital termasuk media sosial mengubah pertukaran informasi lebih bersifat dua arah (Bayquni et al., 2015; Diniyanto & Suhendar, 2020; Said & Diniyanto, 2021). Setiap orang tidak hanya menerima informasi saja, melainkan juga memberikan informasi. Bahkan pertukaran informasi merupakan hal yang wajar terjadi saat ini. Munculnya berbagai *platform* penyedia informasi

sebagai akibat perkembangan digital membuat lalu lintas informasi berjalan tanpa batas waktu. Tidak ada sekat antara penerima dan pemberi informasi. Tidak juga ada limitasi waktu arus informasi. Informasi dapat disampaikan dan diterima oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun. Menariknya, *platform* penyedia informasi bersifat dinamis dan terbuka. *Platform* penyedia informasi memberikan ruang yang terbuka bagi setiap orang untuk melakukan kreatifitas penyampaian informasi. Sebut saja misalnya Youtube. *Platform* penyedia informasi ini memberikan kesempatan secara terbuka bagi semua orang untuk berkreatifitas dalam menyampaikan dan mendapatkan informasi. Youtube menjadi salah satu penyedia informasi yang digemari oleh masyarakat Indonesia dengan presentasi sebesar 88% (Junawan & Laugu, 2020). Di samping itu juga disediakan ruang diskusi di kolom komentar sebagai lalu lintas dua arah antara pemberi dan penerima informasi (Chandra, 2018, p. 414; Diniyanto & Sutrisno, 2022; Juditha, 2018, p. 31; Rohman & Husna, 2017; Syaipudin, 2019; Tambunan, 2018).

Kondisi tersebut pada akhirnya membuat setiap orang bisa melakukan kreatifitas untuk membuat konten-konten video digital dalam rangka menyampaikan informasi. Tidak hanya informasi saja tetapi juga dapat menyampaikan pesan. Film-film pendek yang ada di Youtube dapat dilihat sebagai bagian untuk menyampaikan informasi dan pesan. Banyak pesan yang disampaikan mulai dari motivasi, jenaka, satire, dan lain-lain. Bahkan di era keterbukaan informasi dan teknologi, pesan-pesan yang dianggap tabu untuk disampaikan di ruang publik menjadi kenyataan. Youtube sebagai *platform* penyedia informasi dan pesan

memberikan ruang untuk itu. Hal tersebut dapat terlihat misalnya banyak pesan-pesan yang disampaikan kerap di luar kebiasaan lingkungan sekitar yaitu dengan menggunakan bahasa yang juga berkonotasi negatif atau kurang baik. Tidak ada hal yang salah dalam hal ini, tetapi pesan berkonotasi negatif biasanya menjadi hal yang tabu untuk disampaikan di ruang publik termasuk ruang publik digital (Ahdiyati, 2020; Rysan et al., 2021; Santoso, 2018). Tabu merupakan ekspresi pencelaan dalam bentuk tingkah laku dan ucapan (Mutia et al., 2018).

Banyak pihak yang kemudian mengeksplorasi hal-hal yang bersifat tabu kemudian memproduksi dalam bentuk digital serta disampaikan secara vulgar sebagai pesan moral. Menariknya lagi, pesan tersebut justru mendapat sambutan yang antusias dari publik. Publik seakan tidak memedulikan lagi aspek tabu terhadap pesan atau bahasa yang disampaikan. Publik justru merasa puas dan terhibur dengan pesan tersebut. Memang pesan tersebut disamping menggunakan bahasa yang tabu biasanya juga dibumbui dengan humor. Hal ini misalnya terjadi pada film-film pendek yang diproduksi oleh Mlekoki. Mlekoki yang mempunyai akun di Youtube dengan nama Mlekoki Official sampai dengan saat ini sudah memiliki 244 video. Jumlah tersebut terdiri dari film pendek, *trip*, vlog, dan lain-lain. Jumlah video tersebut sampai dengan saat ini sudah ditonton sebanyak 19.335.668 kali. Jumlah ini merupakan suatu capaian yang besar. Artinya video-video yang ada di Mlekoki telah ditonton oleh banyak orang. Hal ini juga dibuktikan dengan jumlah *subscriber* yang sampai dengan saat ini mencapai lebih dari 135 ribu.

Video-video dalam Mlekoki yang mayoritas adalah film-film pendek ternyata

banyak mempunyai pesan-pesan. Pesan-pesan yang disampaikan tidak hanya pesan umum yang bisa didapat di ruang publik. Pesan-pesan yang disampaikan juga adalah pesan yang dianggap tabu untuk disampaikan di ruang publik. Termasuk juga bahasa yang digunakan dalam menyampaikan pesan, sering menggunakan bahasa tabu. Namun dalam faktanya film pendek Mlekoki banyak ditonton dan disukai oleh masyarakat.

Pada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Mutia dkk pada tahun 2018 yang berjudul “Deskripsi Bahasa Tabu Dalam Masyarakat Teunom Kabupaten Aceh Jaya”. Penelitian ini membahas tentang apa saja yang dianggap bahasa tabu dalam masyarakat Teunom, apa saja perbuatan tabu dalam masyarakat Teunom, dan bagaimana pandangan masyarakat Teunom terhadap bahasa tabu tersebut. Kemudian penelitian berikutnya yang berkaitan dengan bahasa tabu juga telah dilakukan oleh Arini dkk pada tahun 2015 yang berjudul “Ungkapan Tabu dalam Tuturan Peserta pada Acara Indonesia Lawyers Club di Stasiun TV One.” Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bentuk, fungsi dan konteks penggunaan ungkapan tabu oleh peserta Indonesia Lawyers Club. Dari dua penelitian sebelumnya yang telah dilakukan, belum dibahas tentang mengapa bahasa tabu sudah menjadi rahasia umum dikalangan masyarakat untuk disampaikan, bahkan disukai oleh banyak orang. Maka dari itu, penelitian ini akan berfokus pada bagaimana tolak ukur masyarakat menyukai bahasa tabu dan faktor-faktor apa saja yang menyebabkan masyarakat menerima bahasa tabu di ruang publik.

Dari penjelasan tersebut maka disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut;

(1) bagaimana tolak ukur publik merasa suka terhadap bahasa tabu di ruang publik? (2) apa faktor-faktor yang menyebabkan publik merasa suka terhadap bahasa tabu di ruang publik? Tujuan penelitian ini adalah (1) menemukan tolak ukur publik merasa suka terhadap bahasa tabu di ruang publik; dan (2) menemukan faktor-faktor yang menyebabkan publik merasa suka terhadap bahasa tabu di ruang publik.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Jenis penelitian deskriptif adalah penelitian yang mendeskripsikan fenomena sosial yang sedang dihadapi. Artinya penelitian ini mendeskripsikan fenomena sosial terkait dengan pesan bahasa tabu yang disampaikan dalam film pendek Mlekoki. Peneliti mendeskripsikan fenomena tersebut dalam rangka menjawab rumusan masalah. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang memotret fenomena sosial dan mendeskripsikan fenomena tersebut secara kualitatif dalam bentuk narasi (Diniyanto et al., 2021; Hardani et al., 2020). Artinya fenomena yang ada pada pesan bahasa tabu dalam film pendek Mlekoki dideskripsikan dalam bentuk narasi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data sekunder. Sumber data sekunder artinya data tidak di dapat langsung dari Mlekoki melainkan dengan perantara lain seperti pustaka. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan studi pustaka. Observasi yaitu pengamatan terhadap film-film pendek Mlekoki yang ada di Youtube. Studi pustaka adalah menelaah

penelitian dengan konstruksi dari hasil pustaka. Validitas data penelitian ini dilakukan dengan triangulasi. Analisis data yang dilakukan penelitian ini melalui tahapan *interactive models*, yaitu dengan tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Bachri, 2010; Diniyanto, 2021a; Miles et al., 2016; Miles & Huberman, 1994).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tolak Ukur Publik Merasa Suka terhadap Bahasa Tabu di Ruang Publik

Bahasa tabu sekarang sudah biasa diungkapkan dalam ruang-ruang publik, bahkan diungkapkan secara vulgar. Publik dapat dikatakan sudah tidak mendikotomi antara bahasa tabu dengan bahasa populer. Bahasa tabu dapat dianggap menjadi bahasa populer apabila banyak dimunculkan dan dipercakapkan pada ruang publik. Ruang publik yang bebas dan setara seperti yang ada saat ini membuat bahasa tabu dapat muncul dan bahkan dieksplorasi untuk menjadi bahan percakapan. Seperti yang telah disinggung sebelumnya bahwa Mlekoki dalam menyampaikan pesan banyak menggunakan bahasa tabu. Publik ternyata merespon secara positif tentang adanya eksplorasi bahasa tabu dan diungkapkan pada ruang publik berbasis digital (Youtube). Hal ini dapat dilihat dari film-film Mlekoki yang banyak ditonton dan disukai oleh masyarakat luas. Peneliti dalam hal ini berhasil menginventarisir 6 (enam) film Mlekoki yang paling banyak ditonton (*most popular*). Selain itu film-film tersebut dalam faktanya banyak disukai dengan mendapat banyak atensi berupa *like*. Enam film dimaksud dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Penonton Terbanyak Film Mlekoki per Tanggal 17 Februari 2022

No	Judul Video	Penonton	Suka	Tanggal Rilis
1	Bakul Ciu Cinting	1.027.789	≥ 13.000	08 Januari 2021
2	Kuli Proyek	536.139	≥ 6.000	20 Juni 2021
3	Bocah Cangkem Bodol	265.438	≥ 3.600	14 November 2020
4	Bakul Nomer	261.713	≥ 3.600	04 Februari 2021
5	Randa Kempling	252.134	≥ 4.100	21 September 2021
6	Cinta Kue Guplak	251.447	≥ 3.700	20 Juli 2021

Sumber: Channel Youtube Mlekoki Official

Data pada Tabel 1 sesungguhnya secara tidak langsung telah menandakan bahwa film-film Mlekoki populer di masyarakat. Popularitas film-film Mlekoki seperti pada Tabel 1 karena ditonton lebih dari 250 ribu penonton. Angka tersebut jelas sangat tinggi dari aspek segmen penonton. Film-film Mlekoki adalah film yang mengangkat isu daerah dan menggunakan bahasa pengantar dialek Banyumasan (*banyumasan*). Kondisi tersebut membuat film Mlekoki mempunyai batasan segmen penonton. Film Mlekoki dapat dikatakan berada pada segmen masyarakat *banyumasan* yaitu masyarakat dengan basis wilayah Jawa Tengah bagian barat yaitu Banjarnegara, Purbalingga, Banyumas, Cilacap, Brebes, Tegal, Pemalang, dan Kebumen. Segmen lain yaitu masyarakat

yang paham dan konsen terhadap bahasa *banyumasan*.

Film-film Mlekoki selain mendapat penonton yang relatif banyak juga banyak disukai oleh penonton. Tabel 1 memberikan angka bahwa tingkat ketersukaan penonton terhadap film Mlekoki berjumlah ribuan. Artinya banyak masyarakat yang memang secara langsung dan sadar menyukai film-film Mlekoki. Film-film Mlekoki mendapat respon tidak hanya dilihat dari jumlah penonton dan *like*. Film-film Mlekoki juga mendapat banyak respon positif pada kolom komentar. Banyak komentar-komentar positif berbentuk apesiatif dan bernada mendukung untuk keberlanjutan karya-karya film dari Mlekoki. Seperti komentar dari salah satu penonton bernama (*Hany Aija*, “*Astaghfirullah haladzim banyumasan banget, channel favorit baruku, moga sukses terus buat tim kreatif dan pemainnya dan makin maju juga channelnya, salam santun dari Taiwan.*”) Berikutnya komentar dari (*Misrohim Ucil*, “*Sukses terus buat sedulur mlekoki terus berkarya.*”) Komentar-komentar tersebut telah memberikan cukup bukti bahwa film-film Mlekoki mendapat sambutan hangat dan positif dari masyarakat.

Film Mlekoki dengan jumlah penonton paling tinggi dengan judul “Bakul Ciu Cinting” misalnya. Film tersebut telah ditonton lebih dari satu juta penonton dengan tingkat ketersukaan lebih dari sepuluh ribu *like*. Film yang dirilis pada tanggal 08 Januari 2021 mendapat respon yang sangat baik. Film yang menggunakan latar bahasa banyumasan Banjarnegara ini sangat disukai oleh penonton. Karena secara tidak langsung telah mengenalkan sekaligus mengangkat bahasa banyumasan ke ranah dunia. Selain

menggunakan bahasa banyumasan sebagai bahasa pengantar film, banyak kata-kata tabu yang digunakan dalam percakapan film mlekoki yang dikemas dalam *genre* humor. Selain itu, tokoh-tokoh dalam film mlekoki dengan peran-peran jenaknya dan apa adanya terutama tokoh utamanya yaitu Sugiono juga sangat disukai penonton. Hal-hal tersebutlah yang ternyata membuat antusias penonton terhadap film mlekoki begitu tinggi sekaligus semakin tertarik untuk menunggu rilis film mlekoki selanjutnya. Bahasa tabu yang diangkat oleh film pendek Mlekoki hampir ada dalam setiap film yang diproduksi. Berikut bahasa tabu yang diangkat dalam film pendek Mlekoki yang mempunyai jumlah penonton paling banyak. Bahasa tabu dalam film tersebut dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Kata-kata Tabu dalam Film Pendek Mlekoki

No	Judul Film	Kata-kata Tabu
1	<i>Bakul Ciu Cinting</i>	<i>Anggur, Mabok, budeg, asu, goblog, sange, ngapruk, njejeg, nempiling, tlonggokan, teler, omprang, gemblung, genjotane, mabok, uyuh,</i>
2	<i>Kuli Proyek</i>	<i>Badogan, tatit, guplak, sange, umbel wayu, seblu, nyrococ, nglehem, lancung, gujih, anying, odol, lengob, budeg, koreng, omlo, katir, lambene, stroke, najis, jamet</i>
3	<i>Cangkem Bodol</i>	<i>Tlepong, cangkem, luwak pereng, ngising, uteke blong, setres, seblu, marajubel, tampong, pilak, mejujag, bangkong, labemu ndower,</i>

		<i>tlikung pathake</i>
4	<i>Bakul Nomer</i>	<i>Judi Crot, apek, medi sawah, gudel, raimu kaya asu, gembel, bacot, cangkem, goblog, lambemu, pongo, pengung, kadaluarsa uteke, guplak, bandar seblu, ceremende, lengob, congormu, raimu, raimu kaya blekicot, kruwung,</i>
5	<i>Cinta kue guplak</i>	<i>Rupane kaya serbet pedangan, kapiran, tlepong, goblog, dapurmu sing goblog, congore, serbet pranji, lengob, klinthung, ngrongsok, sange, anying, celes, wong kere, celeng, babi hutan, ngehe, kentot, songong, uteke gembes, kathi, gemblung, kothing, gaok, su/asu, petha-petho, klengkar-klengkur, najis, iwak pereng, bocah amis, kopong, suwung, semlohay, setres, mbejujag, ngehe, ndase, cangkem kaya pawon, plenth-penthu</i>
6	<i>Randa Kempling</i>	<i>Pedopil, crit-crit, srahi lempit, tembelek, guplak, bigar, pecoih, lumpuh, sempak, tayumen, nguyuh, kenthir, dlaweran, sange, bobor, congore, Asu, loang, dikliti ngingkrik, njengking, susune wuta, modar, anying</i>

Sumber: Channel Youtube Mlekoki Official

Kata-kata tabu yang tergolong bahasa kasar menggunakan beberapa referen

diantaranya, referen nama hewan, jenis makanan, pekerjaan, kotoran, bagian tubuh, keadaan seseorang, keadaan tertentu, dan kegiatan tertentu (Prabowo, 2018). Kata-kata tabu yang digunakan dalam film *mlekoki* seperti tertulis dalam Tabel 2 menggunakan referen yang bervariasi. Seperti referen nama-nama hewan; *asu, gudel, bekicot, babi hutan, referen kotoran: uyuh, tlepong, referen yang menunjukkan kekurangan manusia: goblog, pongo, lengob, budheg, seblu, stroke, lambemu ndower, lowang, wong kere*, Referen yang berbau seks: *ngentot, crit, crot, semlohay, sange, pedopil, sempak* dan lain sebagainya. Kata-kata tersebut dalam ruang umum tergolong tabu jika diucapkan di tengah-tengah masyarakat yang masih menjunjung tinggi norma kesopanan. Masyarakat Banjarnegara dan sekitarnya walaupun dalam keseharian menggunakan bahasa banyumasan sebagai bahasa berkomunikasi, akan tetapi adat sopan santun tetap menjadi hal utama dalam keseharian. Hal tersebut tentu kontras dengan bahasa-bahasa tabu dalam film *mlekoki* ini. Contohnya bisa dilihat dari tabel di atas. Jika dicermati, terdapat kata “*badhogan*” yang berasal dari kata dasar *badhog*; makan. Kata *badhog* dalam unggah-ungguh Bahasa Jawa digunakan untuk menyebut makan pada hewan ternak. Menjadi tabu karena digunakan untuk menyebut makan pada manusia. Selain itu, masih banyak kata-kata lainnya yang hampir sama dengan permasalahan di atas sepertinya *congor, raimu, lambe, cangkem, dan pathak*. Kata-kata tersebut tidak lazim digunakan untuk menunjuk pada manusia, karena telah melenceng dari kaidah unggah-ungguh kesopanan, dan dianggap sebagai sesuatu yang tabu.

Kata-kata Tabu dalam film *mlekoki* digunakan sebagai ungkapan rasa kesal, rasa kecewa, rasa marah, rasa bahagia bahkan digunakan untuk mencaci dan mencela orang lain. Kata-kata tabu dalam film *Mlekoki* tentunya termasuk ke dalam bahasa kasar, akan tetapi karena latar film *Mlekoki* menggunakan genre humor, maka justru menjadikan hal tersebutlah yang menjadi daya tarik tersendiri dari film *mlekoki* ini. Masyarakat cenderung menyukai konten-konten film genre humor yang dikemas dengan bahasa-bahasa tabu yang tidak biasa diucapkan di ruang-ruang publik.

Faktor-faktor yang Menyebabkan Publik Merasa Suka terhadap Bahasa Tabu di Ruang Publik

Tingkat ketersukaan publik yang relatif tinggi terhadap film pendek *Mlekoki* tentu salah satunya adalah karena bahasa yang digunakan adalah bahasa tabu. Hal ini dibuktikan dengan jumlah penonton dan jumlah *like*. Film dengan judul yang menggunakan bahasa tabu mempunyai jumlah penonton dan *like* yang banyak seperti judul “*Bakul Ciu Cinting*”, “*Bakul Nomor*”, dan “*Randa Kempling*”. Kata-kata yang digunakan dalam judul-judul tersebut dianggap tabu di kalangan masyarakat. Kenyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa publik yang menyukai film pendek *Mlekoki* juga banyak yang menyukai bahasa tabu dalam ruang publik. Pertanyaannya adalah apa yang menjadi faktor penyebab publik menyukai bahasa tabu di ruang publik. Ada setidaknya tiga faktor publik menyukai bahasa tabu di ruang publik, kaitan dengan film pendek *Mlekoki*. Tiga faktor tersebut yaitu (1) tidak umum di kalangan masyarakat; (2) banyak

mengangkat bahasa tabu; dan (3) mengangkat tema permasalahan sosial yang umum.

Tidak umum dikalangan masyarakat karena banyak menggunakan bahasa yang tabu dan bertentangan dengan norma kesopanan. Banyak mengangkat bahasa tabu karena hampir semua film Mlekoki terdapat bahasa tabu. Film-film Mlekoki selain mengangkat bahasa tabu juga mengangkat tema dan kritik sosial dengan cara penggambaran setting lokasi berupa kondisi di pedesaan tempat dilakukan pengambilan film Mlekoki. Tiga faktor tersebut peneliti simpulkan berdasarkan pengamatan peneliti pada film-film pendek Mlekoki. Selain itu juga peneliti melakukan observasi pada lalu lintas komentar di film Mlekoki.

Tidak umum di kalangan masyarakat

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan dengan cara melihat film-film pendek dalam channel youtube Mlekoki Official dengan viewer paling banyak. Diperoleh data film pendek dengan judul *Bakul Ciu Cinting* Penjual Miras yang dijual dengan cara diasong atau keliling kampung berhasil menghadirkan 1,025,499 penonton. Jika melihat antusiasme penonton, judul atau tema tentang seorang penjual minuman keras eceran memang terlihat tabu dan tidak umum di masyarakat. Walaupun tema tersebut dibalut dengan kejenaan dialek Banyumasan yang terkesan *blakasuta*, lugu dan apa adanya, sehingga justru hal tersebutlah yang membuat film pendek ini begitu disukai penonton. Hal yang tidak umum terjadi ditengah masyarakat inilah yang membuat para viewer merasa penasaran melihat film pendek ini. Umumnya di tengah masyarakat, penjual miras menjajakan dagangannya tersebut secara

sembunyi-sembunyi, karena dilihat dari sisi moral, hal tersebut terkesan tabu dan bertentangan dengan norma-norma kesopanan dan nilai-nilai yang ada. Selain itu, dalam film pendek tersebut terdapat banyak sekali kata-kata kasar berisi umpatan sebagai ungkapan rasa kecewa, rasa marah, dan mencela. Hal tersebut tentu terdengar tabu di tengah-tengah masyarakat yang menjunjung tinggi norma kesopanan.

Banyak Mengangkat Bahasa Tabu

Faktor lain yang menyebabkan film pendek Mlekoki disukai oleh publik karena bahasa yang digunakan. Bahasa yang digunakan dalam film pendek Mlekoki adalah bahasa Banyumasan. Tetapi bahasa Banyumasan yang dipakai bukan bahasa Banyumasan yang digunakan pada ruang-ruang publik. Bahasa Banyumasan film pendek Mlekoki banyak menggunakan bahasa Banyumasan tabu yang sebenarnya lebih sering digunakan pada ruang-ruang privat. Misalnya kata *lengob*, kata tersebut dalam bahasa Banyumasan mempunyai makna bodoh. Mengingat makna dari kata *lengob* yang bersifat privat, maka dalam kehidupan sehari-hari beberapa masyarakat wilayah Banyumasan mengucapkan kata *lengob* pada ranah-ranah yang bersifat privat. Selain itu kata *lengob* dalam bahasa Banyumasan juga merupakan kata yang bersifat kasar.

Namun film pendek Mlekoki dalam faktanya banyak mengangkat bahasa-bahasa yang mempunyai sifat kasar dan tabu untuk disampaikan di ruang-ruang publik. Mlekoki Official sebagai pihak yang membuat film tersebut memang nampak sering memasukan bahasa-bahasa tabu dalam percakapan. Belum

diketahui secara pasti alasan-alasan yang melatarbelakangi banyaknya bahasa tabu yang digunakan dalam film pendek Mlekoki. Namun jika melihat dari tolak ukur publik yang merasa suka dengan film pendek Mlekoki, dapat dikatakan bahwa bahasa tabu yang ada di film pendek Mlekoki ikut menjadi faktor penyebab film pendek Mlekoki disukai oleh publik.

Publik dapat dikatakan senang dengan pengangkatan bahasa tabu dalam ruang-ruang publik. Mungkin dalam hal ini publik sudah jenuh dengan bahasa-bahasa yang dinikmati sehari-hari dalam ruang publik, sehingga ketika ada bahasa tabu diangkat dalam ruang publik. Publik merasa hal itu sebagai salah satu alternatif yang dapat dinikmati. Terlebih bahasa tabu yang digunakan dibalut dengan humor. Walaupun sebenarnya bahasa tabu yang digunakan itu sendiri sudah mempunyai kesan humor.

Mengangkat Tema Permasalahan Sosial yang Umum

Faktor selanjutnya yang menyebabkan publik merasa suka dengan film pendek Mlekoki adalah tema yang diangkat. Tema yang diangkat dalam film pendek Mlekoki adalah tema-tema yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Khususnya kehidupan yang terjadi pada masyarakat sekitar yaitu di Kabupaten Banjarnegara. Hal ini karena film pendek Mlekoki memang merupakan film yang banyak mengambil lokasi syuting di Kabupaten Banjarnegara. Menariknya tema kehidupan sehari-hari yang diangkat dalam film pendek Mlekoki adalah tentang permasalahan sosial yang umum. Permasalahan sosial yang umum maksudnya adalah permasalahan yang memang terjadi dan ada di kehidupan masyarakat sekitar.

Misalnya, film yang berjudul *Kuli Proyek*. Film tersebut jelas mengangkat terkait dengan permasalahan yang dialami orang yang merantau di kota dan menjadi kuli proyek. Film *Kuli Proyek* tentu dapat merepresentasikan masyarakat khususnya remaja di desa yang merantau di kota dan menjadi kuli proyek. Permasalahan yang dialami oleh kuli proyek hampir sama dengan apa yang digambarkan dalam film *Kuli Proyek*. Mulai dari konflik dengan atasan (mandor), konflik dengan sesama rekan kerja, tidak mempunyai uang, dan lain-lain.

Film yang menggambarkan terkait dengan realitas kehidupan sehari-hari tentu mempunyai tempat tersendiri bagi penikmat film. Hal ini hampir sama sebenarnya dengan film *Si Doel Anak Sekolah* yang melegenda sampai sekarang. Film *Si Doel Anak Sekolah* banyak mengangkat terkait dengan tema kehidupan sehari-hari yang ringan. Permasalahan yang diangkat juga lebih pada permasalahan umum yang dihadapi oleh masyarakat sekitar. Misalnya permasalahan tentang biaya kuliah, mencari kerja, cinta hubungan segitiga, dan lain-lain. Menariknya film *Si Doel Anak Sekolah* mampu mempunyai segmen penonton tersendiri yang loyal sampai dengan saat ini (Abdullah et al., 2019, p. 211; Khaerudin & Hendiawan, 2016; Kumampung, 2019; Muslikh Madiyant, 1998; Rahman, 2020; Tobing, 2013, p. 96; Zhafira, 2020).

Pola film pendek Mlekoki hampir sama dengan film *Si Doel Anak Sekolah* yaitu sama-sama mengangkat tema permasalahan sosial yang dihadapi oleh masyarakat sekitar dalam kehidupan sehari-hari. Inilah yang menjadi salah satu penyebab film pendek

Mlekoki diminati atau disukai oleh publik. Jika film pendek Mlekoki mampu konsisten mengangkat tema-tema tentang permasalahan dalam kehidupan sehari-hari, seperti yang ada dalam film Si Doel Anak Sekolahan, bukan tidak mungkin film pendek Mlekoki akan melegenda. Tidak hanya melegenda, tetapi juga mampu mempunyai segmen penonton tersendiri. Segmen penonton tersebut loyal seperti segmen penonton film Si Doel Anak Sekolahan.

SIMPULAN

Perkembangan teknologi dan informasi membuat orang semakin kreatif. Terlebih di era digital ini, banyak orang yang membuat konten dalam bentuk film pendek. Menariknya isi konten tersebut mengangkat terkait dengan bahasa-bahasa yang dianggap tabu diungkapkan dalam ruang publik. Konten yang mengangkat bahasa tabu tersebut dalam faktanya banyak disukai oleh masyarakat. Hal ini terlihat pada film pendek yang diproduksi oleh akun Youtube Mlekoki Official, yang banyak mengangkat bahasa tabu di ruang publik. Film pendek tersebut mendapat tingkat ketersukaan publik relatif tinggi. Ada beberapa indikator yang dapat dijadikan tolak ukur publik merasa suka terhadap film pendek dari Mlekoki Official yaitu (1) jumlah penonton relatif banyak, ada yang sampai lebih dari satu juta penonton dan (2) jumlah *like* yang juga relatif banyak, ada yang lebih dari tiga belas ribu *like*. Padahal, film pendek Mlekoki Official banyak mengangkat bahasa tabu seperti *guplak*, *lengob*, *sange*, dan lain-lain.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan publik merasa suka terhadap bahasa tabu di

ruang publik. Film pendek Mlekoki Official disukai oleh publik karena beberapa faktor diantaranya (1) tidak umum di kalangan masyarakat (dilihat dari tema yang diangkat); (2) banyak mengangkat bahasa tabu (bahasa yang jarang digunakan di ruang publik); dan (3) mengangkat tema permasalahan sosial yang umum (permasalahan yang sering dialami oleh masyarakat sekitar). Tiga faktor tersebut setidaknya yang membuat publik merasa suka terhadap bahasa tabu dalam ruang publik atau film pendek Mlekoki Official dalam mengangkat bahasa tabu di ruang publik..

REFERENSI

- Abdullah, A., Mahameruaji, J. N., & Rosfiantika, E. (2019). Si Doel Anak Sekolahan, Sinetron Indonesia Paling Fenomenal (Tinjauan Ilmu Komunikasi atas Sinetron Si Doel Anak Sekolahan). *ProTVF*, 2(2), 209–219. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i2.20822>
- Ahdiyati, M. A. (2020). Kekerasan Verbal di Konten Youtube Indonesia dalam Perspektif Kultivasi. *Ettisal: Journal of Communication*, 5(2), 211–225. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21111/ejoc.v5i2.4578>
- AR, A., Juita, N., & Burhanuddin, D. (2015). Ungkapan Tabu Dalam Tuturan Peserta Pada Acara Indonesia “Lawyers” Club Di Stasiun Tv One. *Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pembelajaran*, 3(1), 57–68.
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10(1), 46–62.
- Bayquni, S. Y., Kurniasih, N., & Anwar, R. K. (2015). Pertukaran Informasi oleh Mahasiswa Jurusan Ilmu Jurnalistik melalui Media Kompasiana. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/jkip.v3i1.9490>
- Chandra, E. (2018). Youtube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(2), 406–417. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i2.1035>
- Daud, M. Z., Wahid, M. S. N. A., & Gedat, R. (2018). Penggunaan Eufemisme dalam Kalangan Penutur Iban. *International Journal of*

- Language Education and Applied Linguistics (IJLEAL)*, 08(1), 27–40.
<https://doi.org/https://doi.org/10.15282/iileal.v8.528>
- Diniyanto, A. (2021a). Legal Protection Policy for Minority Groups (Evidence from Aboge Group in Purbalingga Indonesia). *JILS (Journal of Indonesian Legal Studies)*, 6(2), 353–388. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/jils.v6i2.49935>
- Diniyanto, A. (2021b). *Perlindungan dan Penguatan Komunitas Minoritas: Kajian terhadap Eksistensi Komunitas Islam Aboge*. Scientist Publishing.
- Diniyanto, A., Muhtada, D., & Sofanudin, A. (2021). Kinship Politics in the 2020 Pilkada in Central Java: The Actors Involved and Their Influences. *Bestuurskunde: Journal of Governmental Studies*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.53013/bestuurskunde.1.1.1-14>
- Diniyanto, A., & Suhendar, H. (2020). How Law Responds to Technological Development? *Unnes Law Journal*, 6(2), 405–426. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/ulj.v6i2.41297>
- Diniyanto, A., & Sutrisno, W. (2022). The Existence of Pancasila in Post-Truth Era. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 02(01), 1–11. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.92>
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March). Penerbit Pustaka Ilmu.
- Juditha, C. (2018). Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial Serta Antisipasinya. *Journal Pekommas*, 3(1), 31–444. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30818/jpkm.2018.2030104>
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1), 41–57. <https://doi.org/https://doi.org/10.30631/baitululum.v4i1.46>
- Khaerudin, D., & Hendiawan, T. (2016). Identitas Doel sebagai Bentuk Aktualisasi Kebetawian dalam Film Si Doel Anak Betawi (1973) dan Si Doel Anak Pinggiran (2011). *EProceedings of Art & Design*, 3. <https://openlibrarypublications.telkomuniversitiy.ac.id/index.php/artdesign/article/view/4574>
- Kumampung, D. R. (2019). *Rano Karno Percaya Si Doel The Movie 2 Punya Penontonnya Sendiri*. Kompas.Com. <https://entertainment.kompas.com/read/2019/06/06/173720810/rano-karno-percaya-si-doel-the-movie-2-punya-penontonnya-sendiri>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). An Expanded Sourcebook Qualitative Data Analysis. In *SAGE Publications, Inc.* (2nd ed., Vol. 1304). SAGE Publications, Inc.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2016). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook. In *Nursing standard (Royal College of Nursing (Great Britain): 1987)* (3rd ed., Vol. 30, Issue 25, p. 33). <https://doi.org/10.7748/ns.30.25.33.s40>
- Musliikh Madiyant. (1998). Sinema Elektronik dalam Kasus Narasi Si Doel Anak Sekolah. *Humaniora*, 7(Januari-Maret), 68–75. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/jh.611>
- Mutia, R., Taib, R., & Iqbal, M. (2018). Deskripsi Bahasa Tabu dalam Masyarakat Teunom Kabupaten Aceh Jaya. *JIM Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3(2), 103–114.
- Prabowo, D. S., & Mulyana, M. (2018). Bahasa kasar dialek Banyumasan. *LingTera*, 5(2), 99–111. <https://doi.org/10.21831/lt.v5i2.17819>
- Rahman, A. (2020). *Di Belanda, Tiket Film Akhir Kisah Cinta Si Doel Terjual Habis*. JawaPos.Com. <https://www.jawapos.com/entertainment/music-movie/24/01/2020/di-belanda-tiket-film-akhir-kisah-cinta-si-doel-terjual-habis/>
- Rohman, J. N., & Husna, J. (2017). Situs Youtube Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi: Sebuah Survei Terhadap Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Angkatan 2013-2015. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(1), 171–180. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/23037>
- Rysan, R. M., Alamiyah, S. S., Claretta, D., & Achmad, Z. A. (2021). Etnografi virtual kritik satire video YouTube's Got Talent di kanal Skinnyindonesian24. *Jurnal Translitera*, 10(2), 44–60. <https://doi.org/https://doi.org/10.35457/translitera.v10i2.1594>
- Said, K., & Diniyanto, A. (2021). Determination of Advancement of Technology Against Law. *Journal of Law and Legal Reform*, 2(1), 125–134.
- Santoso, N. P. (2018). Kajian Sociolinguistik Pemakaian Bahasa Indonesia oleh Penutur Asing dalam Konten Video Youtube. *Bahastra*, XXXVIII(1), 49–57. <https://doi.org/10.26555/bahastra.v38i1.9449>
- Syaipudin, L. (2019). Peran Komunikasi Massa di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulungagung). *Kalijaga: Journal*

of *Communication*, 2(1), 14–34.
<https://doi.org/10.31219/osf.io/c7rbw>

Tambunan, N. (2018). Pengaruh Komunikasi Massa Terhadap Khalayak. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 4(1), 24–31.
<https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1475>

Tobing, S. H. (2013). Stereotip Etnis Betawi dalam Sinetron Studi Kasus: Si Doel Anak Sekolah. *Jurnal Imaji*, 5(2), 93–100.
[http://repository.ikj.ac.id/258/1/IMAJI edisi 5 No.2 JULI 2013.pdf](http://repository.ikj.ac.id/258/1/IMAJI%20edisi%205%20No.2%20JULI%202013.pdf)

Zhafira, A. N. (2020). “*Akhir Kisah Cinta Si Doel*”, pilihan cinta Doel setelah 27 tahun. Antaranews.Com.
<https://www.antaranews.com/berita/1263189/akhir-kisah-cinta-si-doel-pilihan-cinta-doel-setelah-27-tahun>