

**Bahasa Indonesia dalam Slogan Suporter Lokal : Tinjauan
Fungsi Persuasif**

***Indonesian Language in Local Supporters' Slogans: A Review of
Persuasive Functions***

**Sindi Hidayah Ramadani^{1*}, Zoya Purnama Sari², Daffa Achmad
Budiman³, Raihan Assidqi⁴, Alvonsus Ricardo Manullang⁵, Keiko
Samuel Okta Menayang⁶, Mochamad Whilky Rizkyanfi⁷**

^{1*,2,3,4,5,6,7}*Pendidikan Jasmani, Kesehatan, dan Rekreasi/Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan, Universitas Pendidikan Indonesia, Jl. Setiabudhi No. 229, Jawa Barat, 40154, Indonesia*

*email: sindihidayahramadani103@student.upi.edu

Abstrak

Bahasa Indonesia tidak hanya sebagai alat komunikasi yang bersifat formal, melainkan memiliki fungsi dalam menggambarkan identitas, emosi, serta kreativitas pada seseorang. Seperti di kalangan sebuah komunitas suporter, penggunaan Bahasa Indonesia tampak memiliki ciri khas tersendiri. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan survey melalui angket untuk pengambilan datanya. Populasi dalam penelitian ini yaitu siswa dan mahasiswa dari berbagai daerah yang berjumlah 50 orang. Dari hasil penelitian berupa penyebaran angket yang telah dilaksanakan, peneliti dapat menganalisis bahwa penggunaan bahasa Indonesia dapat lebih efektif digunakan dalam slogan supporter karena cenderung mudah dipahami oleh khalayak. Para responden juga setuju bahwa slogan supporter harus bercirikan singkat, padat makna, serta yang terpenting memiliki unsur persuasif. Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa penggunaan bahasa Indonesia dalam slogan supporter lokal jelas menunjukkan fungsi persuasif.

Kata Kunci: bahasa indonesia, slogan, persuasif.

Abstract

Indonesian is not only used as a formal means of communication, but also serves to express identity, emotions, and creativity. Within a supporter community, for example, the use of Indonesian tends to have its own distinctive characteristics. The method used in this study is descriptive quantitative, employing a survey through questionnaires for data collection. The population in this research consists of 50 students from various regions. Based on the results obtained from the distributed questionnaires, the researcher was able to analyze that the use of

Indonesian can be more effective in supporter slogans because it is generally easier for the public to understand. The respondents also agreed that supporter slogans should be concise, meaningful, and, most importantly, contain persuasive elements. Based on the data analysis and discussion, it can be concluded that the use of Indonesian in local supporter slogans clearly demonstrates a persuasive function.

Keywords : Indonesian language, slogans, persuasive.

PENDAHULUAN

Bahasa memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia dan menjadi wujud dari budaya. Setiap budaya selalu memiliki bahasa sebagai unsur utamanya. Bahasa menjadi aspek yang krusial dalam kehidupan manusia karena hampir semua aktivitas bergantung pada penggunaannya. (Dan et al., 2024). Bahasa mempunyai dua tugas utama. Selain sebagai alat komunikasi bahasa juga merupakan tempat menyimpan dan menjaga segala hal tentang tradisi, dan ciri khas budaya.

Salah satu aspek penting yang menunjang perkembangan olahraga adalah penggunaan bahasa. Bahasa Indonesia, sebagai bahasa resmi sekaligus lingua franca, berperan besar dalam menyatukan berbagai pihak dalam dunia olahraga, mulai dari atlet, pelatih, penggemar, hingga media. (Mahasiswa & Olahraga, 2024) Bahasa juga menjadi salah satu sarana penyampaian instruksi, taktik, dan strategi yang efektif, sehingga dapat meningkatkan koordinasi ketika latihan dan pertandingan. Bahasa yang jelas dan mudah dipahami dapat menciptakan komunikasi yang selaras, memperkuat kerja sama tim, serta membantu menyebarkan informasi tentang olahraga kepada masyarakat.

Bahasa berperan penting dalam mempermudah komunikasi serta mendukung berbagai aktivitas manusia. Karena manusia tidak dapat hidup sendiri, maka komunikasi menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan secara lisan atau verbal dengan tujuan memahami makna dari informasi yang disampaikan oleh orang lain. Oleh sebab itu, sebagai warga negara Indonesia, kita perlu menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar agar tercipta persatuan dan kesatuan bangsa. (Darma et al., 2024).

(Febriana et al., 2024) Bahasa mempermudah berbagai aktivitas manusia, termasuk dalam melakukan komunikasi. Karena manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri, keberadaan komunikasi menjadi hal yang sangat penting bagi mereka. Pada dasarnya, Bahasa berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan pikiran, gagasan, serta informasi dari pembicara kepada pendengar. Fungsi bahasa yang demikian disebut fungsi informatif. Namun, bahasa tidak berfungsi untuk penyampaian informasi saja, bahasa juga memiliki fungsi persuasif. Bahasa juga berperan dalam membentuk cara berpikir, nilai, dan sikap masyarakat. Maka, pilihan kata, gaya bicara, dan cara penyampaian pesan dapat menciptakan kesan tertentu yang akhirnya memengaruhi sikap seseorang terhadap suatu peristiwa.

Bahasa Indonesia tidak hanya sebagai alat komunikasi yang bersifat formal, melainkan memiliki fungsi dalam menggambarkan identitas, emosi, serta kreativitas pada seseorang. Seperti di kalangan sebuah komunitas suporter, penggunaan Bahasa Indonesia tampak memiliki ciri khas tersendiri. Para suporter memanfaatkan bahasa secara kreatif melalui berbagai bentuk ungkapan seperti dalam slogan, yel-yel, dan chant sebagai wujud solidaritas dan kecintaan atau kebanggaan terhadap tim yang mereka dukung. Selain itu adapun manfaat komunikasi antara guru dan siswa atau atlet. Sebagai contoh, Pemanfaatan Bahasa Indonesia sebagai sarana komunikasi antara guru dan siswa dalam kegiatan pembelajaran olahraga tidak hanya membantu meningkatkan pemahaman, tetapi juga memperkuat hubungan antar pelaku dalam bidang olahraga. Hal ini membuktikan bahwa bahasa nasional tidak sekedar berfungsi sebagai alat komunikasi teknis, melainkan juga berperan penting dalam menumbuhkan rasa identitas serta kebanggaan terhadap bangsa.(Putri et al., 2025).

Slogan yang baik harus ringkas dan mudah diingat agar merepresentasikan perusahaan.(Farady & Agustin, 2014) Slogan suporter itu pada intinya adalah alat untuk mengekspresikan emosi yang sangat penting di dalam dunia olahraga. Slogan mempunyai dua tugas utama, pertama untuk membuat atlet semakin semangat, dan yang kedua untuk membuat rasa kebersamaan dan kesetiaan di antara para suporter.

Contoh bentuk slogan yakni "Kibarkan bendera Merah Putih di kancah Internasional", slogan tersebut dapat menjelaskan bahwa slogan suporter tidak hanya sekedar mengungkapkan ekspresi emosional, melainkan juga terdapat tujuan persuasif untuk timnas supaya membawa nama baik bangsa ke kancah internasional. Selain itu, Slogan umumnya memakai bentuk kalimat yang bersifat membujuk.(Syaroh et al., 2024)

Meninjau fungsi persuasif dari slogan dapat terlihat melalui pemilihan diksi yang cermat, struktur kalimat yang menggugah dan ringkas, serta gaya bahasa yang menyentuh aspek emosional audiens. Slogan dianggap efektif ketika tidak hanya sekedar menjadi sarana penyampaian informasi, tetapi juga menciptakan efek persuasif yang dapat menjadi sarana retorik dengan menggerakkan emosi dan memperkuat identitas kelompok. Secara ringkas, komunikasi persuasif dapat diartikan sebagai suatu metode dan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, baik secara langsung maupun melalui media, dengan memanfaatkan data serta fakta psikologis dan sosiologis untuk memberikan informasi, memengaruhi sikap, pandangan, dan perilaku komunikan. (Gunarsa, I. K. 2023).

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan survey melalui angket untuk pengambilan datanya. Survey berupa penelitian mengenai pentingnya penggunaan Bahasa Indonesia dalam slogan supporter dan fungsi persuasif dalam slogan supporter lokal. Berikutnya, untuk menganalisis hasil angket, menggunakan Teknik statistik deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian disajikan dalam bentuk diagram. Populasi dalam penelitian ini yaitu siswa dan mahasiswa dari berbagai daerah yang berjumlah 50 orang. Angket tersebut berisikan 10 pertanyaan, berupa 9 pilihan ganda, dan 1 soal esai.

Tabel 1. Gambaran isi angket

No.	Variabel Pertanyaan	Pilihan
1	Apakah anda merupakan supporter dari klub lokal tertentu?	<ul style="list-style-type: none">• Ya• Tidak• Kadang-kadang
2	Seberapa sering anda melihat atau mendengar slogan supporter dalam bahasa Indonesia?	<ul style="list-style-type: none">• Sangat sering• Cukup Sering• Kadang-kadang• Jarang
3	Menurut Anda, Apakah slogan supporter dalam bahasa Indonesia mudah dipahami?	<ul style="list-style-type: none">• Sangat mudah dipahami• Mudah dipahami• Cukup sulit dipahami• Sulit dipahami
4	Apakah penggunaan bahasa Indonesia dalam slogan membuat pesan lebih efektif dibandingkan bahasa asing?	<ul style="list-style-type: none">• Ya, lebih efektif• Cukup efektif• Sama saja• Kurang efektif
5	Apakah Anda setuju bahwa slogan	<ul style="list-style-type: none">• Sangat setuju

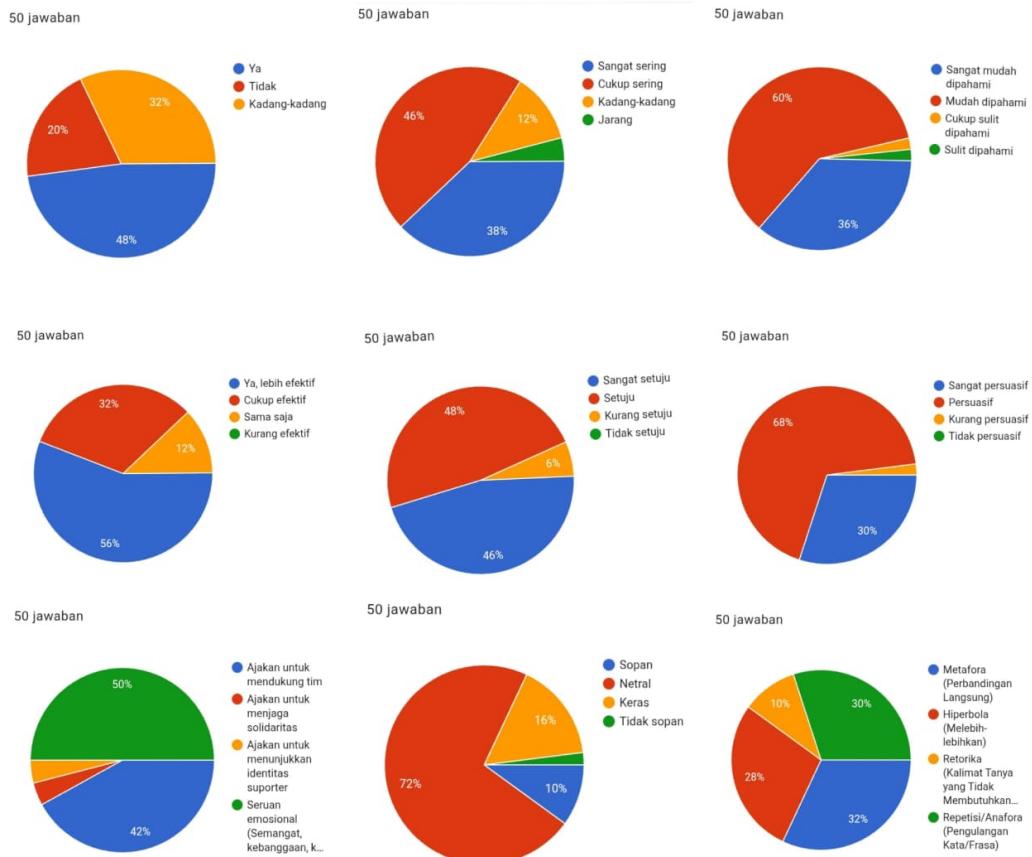
	suporter harus bercirikan singkat, padat makna, dan bersifat persuasif?	<ul style="list-style-type: none"> • Setuju • Kurang setuju • Tidak setuju
6	Menurut Anda, sejauh mana slogan suporter memiliki unsur persuasif (Mengajak, mempengaruhi, membangkitkan semangat)?	<ul style="list-style-type: none"> • Sangat persuasif • Persuasif • Kurang persuasif • Tidak persuasif
7	Unsur persuasif apa yang paling sering Anda temukan dalam slogan suporter?	<ul style="list-style-type: none"> • Ajakan untuk mendukung tim • Ajakan untuk menjaga solidaritas • Ajakan untuk menunjukkan identitas suporter • Seruan emosional (Semangat, kebanggaan, keberanian)
8	Apakah slogan suporter menurut Anda banyak menggunakan bahasa yang sopan atau cenderung keras?	<ul style="list-style-type: none"> • Sopan • Netral • Keras • Tidak sopan
9	Gaya bahasa apa yang paling dominan digunakan dalam slogan suporter?	<ul style="list-style-type: none"> • Metafora (Perbandingan Langsung) • Hiperbola (Melebih-lebihkan) • Retorika (Kalimat Tanya yang Tidak Membutuhkan Jawaban)

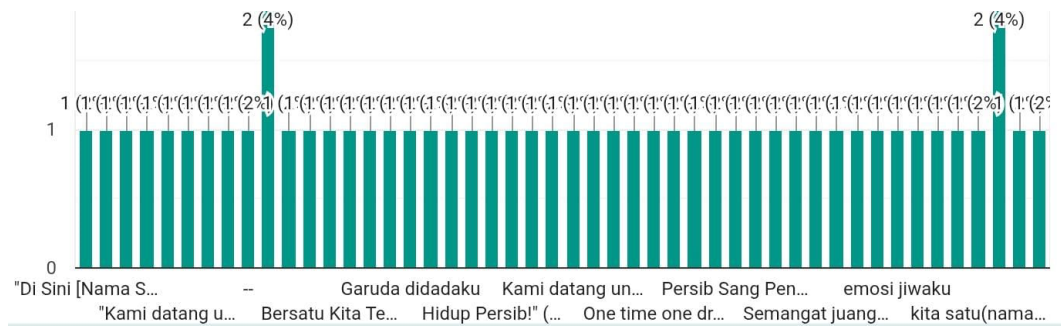
		<ul style="list-style-type: none"> • Repetisi/Anafora (Pengulangan Kata/Frasa)
10	Sebutkan contoh slogan suporter yang paling sering Anda dengar dalam bahasa Indonesia	esai

HASIL

Penelitian ini dilakukan melalui pengisian angket pada link google form yang disebarakan kepada remaja tingkat sma-mahasiswa. Dengan Jumlah total yang didapat sebanyak 50 responden. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa penting bahasa Indonesia berperan dalam slogan dengan fungsi persuasif.

Gambar. Diagram hasil pengisian angket





PEMBAHASAN

Di era globalisasi ini penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar mulai pudar dikalangan remaja hingga dewasa. Terlebih karena adanya kemajuan teknologi penggunaan bahasa Indonesia sering kali tergantikan oleh bahasa asing atau bahasa gaul. Seiring dengan kemajuan zaman, terutama di Indonesia, penggunaan bahasa gaul semakin menonjol. Kondisi ini dapat memengaruhi struktur bahasa Indonesia serta mengaburkan makna dan penerapan bahasa Indonesia yang baik dan benar. (Isnaini & Dita, 2023)

Dari hasil penelitian berupa penyebaran angket yang telah dilaksanakan, peneliti dapat menganalisis bahwa penggunaan bahasa Indonesia dapat lebih efektif digunakan dalam slogan supporter karena cenderung mudah dipahami oleh khalayak. Dari 48% supporter klub, 32% yang kadang-kadang jadi supporter dan 20% orang yang bukan merupakan supporter menjawab bahwa mereka cukup sering bahkan sangat sering melihat atau mendengar slogan supporter dalam bahasa Indonesia. Hal ini dikarenakan saat ini, banyak negara telah menerapkan penggunaan dua bahasa pada papan petunjuk atau informasi di ruang-ruang publik. (Barat, 2024)

Dari hasil penelitian para responden mengungkapkan bahwa slogan supporter yang dibuat dalam bahasa Indonesia cenderung sangat mudah dipahami. Dengan hadirnya bahasa Indonesia sebagai bahasa pemersatu, berbagai hambatan komunikasi akibat perbedaan latar belakang sosial, budaya, dan bahasa daerah dapat diselesaikan melalui penggunaan bahasa Indonesia. (Nurhasanah, 2014)

Penggunaan bahasa Indonesia dalam slogan juga dapat membuat pesan lebih efektif dibandingkan dengan bahasa asing. Tidak semua orang memahami bahasa asing dengan mumpuni, maka penggunaan bahasa nasional inilah yang

akan membuat pesan dari slogan suporter tersampaikan dengan baik. Para responden juga setuju bahwa slogan suporter harus bercirikan singkat, padat makna, serta yang terpenting memiliki unsur persuasif. Bahasa persuasif digunakan untuk membujuk seseorang agar mau melakukan tindakan yang sejalan dengan pesan yang disampaikan.(Ghozali et al., 2024)

Dalam ranah komunikasi dan propaganda, sebuah slogan yang efektif perlu memiliki kekuatan bahasa dan daya emosional yang mampu memicu reaksi dari para pendengarnya.(Sulaeman et al., 2024). Dilihat dari data pada diagram 68% orang menjawab bahwa hampir seluruh slogan suporter itu bersifat persuasif dan 30% menjawab sangat persuasif. Unsur persuasif yang paling sering ditemukan dalam slogan suporter ada 2 yaitu seruan emosional (Semangat, kebanggaan, dan keberanian) serta ajakan untuk mendukung tim.

Penggunaan bahasa Indonesia dalam slogan suporter lokal masih belum menggunakan bahasa yang sopan. Tetapi, bukan berarti menggunakan bahasa yang keras pula, hanya saja kebanyakan menggunakan bahasa yang netral (Tidak terlalu keras dan tidak sepenuhnya sopan). Hal ini juga bersinggungan dengan fungsi dari slogan yang dapat memicu reaksi emosional, sehingga masih banyak slogan suporter lokal yang menggunakan bahasa cukup keras, tapi tidak sedikit juga slogan suporter lokal yang menggunakan bahasa Indonesia dengan sopan. Terlebih lagi, Budaya Indonesia cenderung menekankan kesantunan, pengendalian ekspresi tubuh, serta penggunaan gaya komunikasi yang lebih lembut.(Yani et al., 2025)

Menurut hasil dari data penelitian, banyak orang memilih menggunakan Metafora (Perbandingan Langsung) sebagai gaya bahasa dibandingkan Retorika (Kalimat Tanya yang Tidak Membutuhkan Jawaban), dikarenakan Metafora digunakan dalam komunikasi untuk memberikan peringatan, memperbaiki kekeliruan, membentuk ulang kepribadian dan perilaku, serta menghargai norma-norma yang telah berlaku dalam suatu lingkungan.(Astri et al., 2023)

Salah satu contoh slogan suporter yang disebutkan oleh responden adalah "Ayo berani, jangan berhenti, kita raih mimpi". Slogan tersebut memberikan ajakan untuk tidak berhenti dalam meraih mimpi, dan harus didorong dengan keberanian. Bahasa Indonesia dalam slogan tersebut menggunakan tutur kata yang sopan dan juga membangkitkan semangat. Di

samping itu, beberapa slogan juga menekankan pada ajakan mendukung tim. Namun, ada hal yang perlu diperhatikan dalam konteks ini, karena di satu sisi, loyalitas ekstrem menciptakan komunitas yang kuat, tetapi di sisi lain, dapat menyebabkan konflik dan kekerasan jika tidak dikelola dengan baik. (Haizi & Satria, 2025)

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa penggunaan bahasa Indonesia dalam slogan suporter lokal jelas menunjukkan fungsi persuasif. Selain untuk membangkitkan semangat, juga menegaskan identitas kelompok. Pilihan kata dalam slogan juga lebih mengarah pada seruan emosional para pendukung. Dengan demikian, dalam kajian ini menegaskan pentingnya peran bahasa sebagai sarana persuasif yang cukup strategis dalam praktik komunikasi publik dalam dunia olahraga.

REFERENSI

- Astri, N. D., Naibaho, M. D., Riyanto, B., Keguruan, F., Ilmu, D., Indonesia, U. P., Keguruan, F., Ilmu, D., & Indonesia, U. P. (2023). *Metafora dalam Komunikasi Mahasiswa Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP Unpri sebagai Bahan Ajar Apresiasi Sastra*. 4(3), 1308–1314.
- Barat, J. (2024). *IMPLEMENTASI SLOGAN BADAN BAHASA UTAMAKAN BAHASA INDONESIA , LESTARIKAN BAHASA DAERAH , DAN KUASAI BAHASA ASING DI AM. 04*, 182–192.
- Dan, N., Yang, T., Islam, P., Dakwah, F., Islam, U., & Saifuddin, N. K. H. (2024). *Peran Bahasa Dalam Komunikasi Lintas Budaya : Memahami*. 4(2), 1–14.
- Darma, A., Tasita, A., Shofiyah, H., Sofyan, L. H., Herdi, M., Saputri, S. E., Akbar, G., & Whilky, M. (2024). *Peran Bahasa Indonesia dalam Peningkatan Komunikasi dan Interaksi dalam Pembelajaran PJOK*. 4(2).
- Farady, R., & Agustin, P. (2014). *Kajian Identitas Merek Situs Berniaga.com Melalui Makna Slogan Jualnya Gampang Belinya Senang*. 3, 198–207.
- Febriana, I., Parinduri, A. R., Rambe, F. A., & Ginting, D. (2024). *Peran Bahasa Indonesia dalam Meningkatkan Pemahaman Materi Pembelajaran Pendidikan Jasmani , Kesehatan dan Rekreasi*. 1(4),

249–255.

- Ghozali, A. S., Istiyono, Y. P., Fachruddin, U. M. A. R., & Kesehatan, P. (2024). *Pemanfaatan Slogan Persuasif untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Pemeriksaan Kesehatan Gratis Rakerda Muhammadiyah Kabupaten Tangerang*. 7(1), 410–416.
- Haizi, Z., & Satria, N. I. (2025). *DAN MANAJEMEN DALAM MODEL BISNIS SEPAK BOLA UNTUK MEMPERTAHKAN CITRA PERUSAHAAN KLUB SEPAK BOLA*. 56, 1195–1200.
- Isnaini, F., & Dita, E. N. (2023). *INDONESIA DIKALANGAN SISWA SEKOLAH DASAR*. 2(2), 132–138.
- Mahasiswa, J., & Olahraga, P. (2024). *Kata Kunci: Bahasa Indonesia, Olahraga, Komunikasi, Identitas, Literatur*. 5(2), 551–559.
- Nurhasanah, N. (2014). *PENGARUH BAHASA GAUL TERHADAP BAHASA INDONESIA*. 11.
- Putri, R., Yuda, A., Yusuf, M., Daniel, M., Salsabilla, L., Leonardo, A., Mochamad, H., & Rizkylanfi, W. (2025). *Kata kunci: Bahasa Indonesia, Semangat Kebangsaan*. 5(3), 718–726.
- Sulaeman, A. R., Buntoro, F., Ar-raniry, U. I. N., & Aceh, B. (2024). *Ittishal jurnal komunikasi dan media*. 1(2), 1–6.
- Syaroh, M., Siregar, D., & Sinaga, A. (2024). *ANALISIS MAKNA SLOGAN PERINGATAN MEMBUANG SAMPAH DENGAN MENGGUNAKAN UNSUR HUMOR* : 11, 14–20.
- Yani, M., Zaki, M., Hadi, P., & Nurjanah, R. L. (2025). *Muhamad Yani □ 1) Muhammad Zaki Pahrul Hadi 2) Ratih Laily Nurjanah 3) 1*. 3(4), 649–660.