

## AFORISME SEPAKBOLA DALAM MEDIA MASSA RUSIA

Hilman Fauzia Khoeruman, Tri Yulianty Karyaningsih dan Trisna Gumilar

Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Padjadjaran

E-mail: hilman.fauzia@unpad.ac.id; t.yulianty@unpad.ac.id; trisna.gumilar@unpad.ac.id

**ABSTRAK.** Artikel ini membahas tentang aforisme sepakbola dalam media massa Rusia dalam konteks kajian semantik. Aforisme merupakan salah satu fenomena bahasa dalam bidang leksika yang penggunaannya di media massa berbahasa Rusia saat ini sudah menjadi bagian dari struktur berita itu sendiri. Aforisme bidang sepakbola sering muncul dalam portal berita digital Rusia yang fungsinya tidak hanya sebagai bagian dari struktur, akan tetapi juga berfungsi sebagai cara modifikasi pemaknaan terhadap suatu konten yang diberitakan. Penyampaian makna berita kepada pembaca disertai dengan nuansa ekspresif yang direalisasikan oleh aforisme. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis yang lebih mengedepankan pencarian makna semantis (Pateda, 2016) yang juga didukung melalui pendekatan semantis (Shakirov, 2016). Penelitian ini menunjukkan bahwa aforisme mengandung makna ekspresif yang beragam, ekspresi tersebut mengacu pada topik yang dibicarakan. Secara umum, aforisme sepakbola mengandung pemikiran mendalam terhadap fenomena yang dibahas.

**Kata kunci:** aforisme sepakbola; semantik; media massa

**Abstract.** This article explores football aphorisms in the Russian mass media within the context of semantics. Aphorisms represent a linguistic phenomenon in the lexical field, and their usage in contemporary Russian-language mass media has become an integral part of the news structure. Football aphorisms frequently appear in Russian digital news portals, functioning not only as a structural element but also modifying the meaning of the reported content. The delivery of news meaning to readers is accompanied by an expressive nuance realized through aphorisms. This research employs a descriptive analysis method that emphasizes the search for semantic meaning (Pateda, 2016), supported by a semantic approach (Shakirov, 2016). The study reveals that aphorisms encompass diverse expressive meanings, with these expressions referring to the discussed topics. In general, football aphorisms embody profound reflections on the phenomena under consideration.

**Keywords:** football aphorisms; semantics; mass media

### PENDAHULUAN

Aforisme dalam kajian linguistik didefinisikan sebagai pernyataan singkat yang mengandung kebijaksanaan atau prinsip umum. Ini adalah jenis ekspresi yang seringkali menarik perhatian pembaca atau lawan bicara yang bertujuan untuk menyampaikan suatu kebenaran atau pemahaman dengan cara yang singkat dan mudah diingat (Kaufman, 1971).

Aforisme biasanya dikemas dalam gaya yang sederhana dan efektif. Di dalam aforisme itu sendiri terdapat nilai-nilai moral, pengalaman manusia, pengamatan kehidupan, atau pelajaran hidup. Aforisme sering mengandung filosofi atau refleksi kehidupan untuk menyampaikan suatu konsep atau gagasan. Aforisme juga sering digunakan dalam puisi, sastra, atau karya seni lainnya untuk memberikan sentilan atau kekuatan ekspresif melalui perspektif penulis.

Singkatnya, aforisme adalah pernyataan pendek yang padat dan mudah diingat yang mengandung kebijaksanaan, kebenaran umum, atau nasihat penting yang diungkapkan oleh seorang ahli atau orang berpengalaman dalam bidang tertentu. Mereka mampu memberikan pandangan filosofis tentang suatu fenomena dalam cakupan keahliannya.

Dalam satu dekade terakhir, penggunaan aforisme bidang sepakbola semakin banyak dan luas, sehingga sangat sering sekali ditemukan dalam berbagai gaya dan ranah bahasa tertentu. Terutama dalam ranah media massa, aforisme memiliki tempat tersendiri, karena dapat mengungkapkan pendapat atau argumen secara filosofis sekaligus emosional atau pun ekspresif. Penyebarluasan aforisme kini terbantu oleh portal media massa berbasis digital dan media sosial yang semakin gencar di era industri 4.0 ini. Aforisme semakin dikenal oleh khalayak, khususnya para pembaca berita, karena tidak menutup kemungkinan si pembaca tersebut menindaklanjuti hasil bacaannya dengan cara berbagi tautan dalam linimasa media sosialnya. Banyak tulisan-tulisan berupa artikel ilmiah, ataupun hanya sekedar tulisan di media sosial yang mensitasi aforisme sebagai bentuk penegasan atau pembenaran terhadap argumentasi penulis.

Penggunaan aforisme bidang sepakbola di media massa Rusia memiliki konsep tersendiri, tentunya berbeda dengan penggunaannya di dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris. Konsep tersebut dapat dimaknai sebagai metode untuk mempengaruhi atau menggiring opini bagi pembaca (Y. P. Solodub, 2003). Di satu sisi, tidak jarang juga bahwa aforisme merupakan ungkapan emosional dari

seorang pratisi, pakar, atau ahli dalam bidang tertentu terhadap suatu gejala atau fenomena yang menjadi bidang keahliannya (I. M. Kaufman, 1971). Konsep tersebut secara tidak langsung menjadi salah satu bagian dari struktur ragam bahasa media massa Rusia. Secara kuantitas, aforisme bidang sepakbola cukup banyak, terbukti dari setiap artikel yang diberitakan dalam media massa khusus sepakbola hampir selalu melibatkan pendapat para ahli di dalamnya, baik dari kalangan atlet, pelatih, maupun para purna atlet.

Gaya bahasa yang terdapat dalam media massa Rusia, khususnya dalam portal berita olahraga daring tidak terlalu baku karena dalam konsep bahasa Rusia gaya bahasa media massa boleh diisi oleh ragam bahasa informal, seperti yang biasa terdapat dalam tulisan-tulisan media sosial maupun majalah khusus remaja (M. N. Volodina, 2012). Leksika yang mengisi ragam bahasa tersebut dapat berupa тропы /тропы/, сланг /slang/, поговорка /pagavorka/, и афоризмы /aforizmy/. Leksika tersebut dapat memberi kesan atau nuansa emosional maupun ekspresif kepada pembaca, bukan hanya sekedar informatif.

Realisasi leksika dalam media massa dianggap sebagai bagian dari struktur naratif dari artikel berita yang dipublikasikan. Leksika yang direalisasikan sangat berkaitan dengan topik dan tema artikel tersebut. Tidak jarang juga, leksika yang direalisasikan tidak berkaitan dengan topik artikel secara makna. Hal itu biasanya merujuk pada makna konotatif yang ingin disampaikan oleh penulis. Tujuan penyampaian makna konotatif adalah untuk memberikan kesan emosional, ekspresif, dan interaktif bagi para pembaca. Untuk mengisi tujuan tersebut dapat diisi oleh aforisme karena saat ini terdapat berbagai jenis aforisme yang lebih fleksibel dalam pemakaiannya.

Aforisme dianggap sebagai salah satu lapisan bahasa yang secara signifikan berkembang mulai abad XX (K. Gauzenblas, 2015). Hal itu merupakan hasil dari kemajuan dan perkembangan realisasi leksika dalam berbagai bidang wacana. Selain itu, perkembangannya juga didukung oleh kemajuan teknologi, di mana informasi dalam media, majalah, koran, jurnal ilmiah dapat tersebar secara luas, serta mudah dijangkau oleh berbagai lapisan masyarakat. Kehidupan sosial terus berubah dan berevolusi, tercermin dengan munculnya unit leksika baru dan transformasi semantik pada ragam bahasa informal seperti aforisme, juga istilah-istilah baru yang muncul dalam berbagai bidang tertentu.

Penggunaan aforisme bidang sepakbola dalam media massa semakin banyak dan berkembang. Hal itu dipengaruhi oleh popularitas sepakbola yang semakin tinggi sebagai olahraga populer nomor satu

di dunia, sehingga hal-hal yang berkaitan dengan konten sepakbola di media massa selalu menarik perhatian dan fokus khalayak. Aforisme muncul dalam artikel sepakbola biasanya melibatkan para ahli; pemain, pelatih, purna atlet, dan wartawan olahraga khususnya sepakbola, sehingga konten berita sepakbola semakin menjadi artikel yang interaktif, tidak hanya sekedar informatif.

Dalam kajian ini penulis akan mengkaji mengenai struktur aforisme bidang sepakbola yang terdapat dalam media massa. Selain itu juga dikaji makna semantis aforisme yang didasarkan pada fungsi aforisme. Data-data dalam kajian ini diambil dari artikel berita sepakbola yang terdapat dalam laman digital berita sepakbola, yaitu: <https://www.sport-express.ru/football/>. Kajian dalam artikel ini diharapkan dapat menambah khazanah penelitian bahasa Rusia di Indonesia dalam lingkup linguistik, juga dapat menjadi data atau sumber sekunder mengenai penelitian terkait di masa yang akan datang.

## METODE

Pembahasan artikel ini menggunakan metode analisis deskriptif, supaya mampu mengidentifikasi permasalahan secara menyeluruh, kemudian dianalisis dengan melakukan pendekatan semantik, yaitu melakukan studi tentang makna (Pateda, 2001). Makna yang dimaksud di sini adalah makna bahasa yang disampaikan dalam format atau struktur aforisme. Pendekatan semantik juga dapat diartikan sebagai kajian analitik terhadap istilah-istilah dengan suatu pandangan secara konseptual dari masyarakat atau komunitas tertentu untuk menafsirkan kata atau istilah sesuai dengan analogi dan konsep yang telah disepakati (Aminuddin, 2008). Konten aforisme di dalam media massa dianalisis secara komprehensif, untuk mengidentifikasi apakah aforisme tersebut berkaitan dengan bidang sepakbola atau tidak. Selain itu makna yang disampaikan oleh aforisme juga ditinjau secara konteks kalimat, hal itu merupakan bagian dari sebuah kajian semantik (Chaer, 2009:66). Makna dalam semantik adalah pengertian atau konsep yang dimiliki atau terdapat pada sebuah tanda linguistik yang berbeda dari makna leksikalnya. Hal itu dipengaruhi oleh konteks, stilistika, dan bidang bahasa. Hakikatnya, pendekatan semantik merupakan pencarian makna non-denotatif di dalam kalimat.

Penelitian ini merupakan hasil observasi penulis terhadap berita sepakbola dalam bahasa Rusia yang sering kali tidak diungkapkan atau direlaisakan dengan ragam bahasa jurnalistik secara utuh, akan tetapi selalu disipkan aforisme sebagai penanda ungkapan

ekspresif atau penegas terhadap suatu konten berita dan bersifat persuasif kepada pembaca. Oleh karena itu, melalui artikel ini para pemelajar bahasa Rusia di Indonesia semakin terbantuan dalam memahami teks bahasa Rusia, khususnya teks berita.

Pemaknaan terhadap data berupa aforisme juga dilakukan melalui pendekatan semantik yang mana dalam hal ini penulis menggunakan teori semantik dari Shakirov (2016) bahwa semantik juga memiliki peran dalam memahami teks, termasuk *средство массовой информации* / *'sredstvo massovoj informatsii* / teks media massa yang memiliki trend menggunakan berbagai ragam leksika untuk tujuan penyampaian konten yang lebih ekspresif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep aforisme di dalam bahasa Rusia dan Indonesia memiliki perbedaan, meskipun perbedaan tersebut bukan dalam hal yang fundamental. Di dalam KBBI konsep aforisme bahasa Indonesia didefinisikan sebagai pernyataan yang padat dan ringkas tentang sikap hidup atau kebenaran yang umum bersifat semesta, niskala, dan arif, dalam hal tersebut dapat meliputi peribahasa dan kata-kata mutiara. Contoh: “Alah bisa karena biasa”, “tak kenal maka tak sayang”, “besar pasak daripada tiang”, “bagaimana burung dalam sangkar”, “bagai punggung merindukan bulan”, “ada udang di balik batu”. Dilihat dari contoh tersebut, aforisme dalam konsep bahasa Indonesia merupakan tulisan pendek atau kalimat-kalimat yang mudah dibaca dan dimengerti secara harfiah. Akan tetapi jika digunakan di dalam artikel media massa maupun media sosial, maka akan menimbulkan interpretasi yang berbeda bagi pembaca. Interpretasi dalam hal ini berupa makna dan maksud, bukan definisi.

Dalam konsep bahasa Rusia, aforisme didefinisikan sebagai pernyataan atau perkataan singkat dari seorang ahli atau profesional dalam bidang tertentu, yang mana di dalam pernyataan tersebut terdapat makna yang signifikan, yang dapat dipahami secara semantis (Ensiklopedia Soveit, 1990). Contoh:

- (1) Любовь заключается в добровольно дарованном от любимого предмета праве над ним тиранствовать. - Федор Достоевский. «Записки из подполья»  
*/Lyubov' zaklyuchaetsya v dobrovol'no darovannom ot lyubimogo predmeta prave nad nim tiranstvovat'. - Fedor Dostoevskij. «Zapiski iz podpol'ya»/*  
*'Cinta adalah anugrah dari benda tersayang untuk bersikap tirani padanya.' – Fyodor Dostoyevsky (Catatan Bawah Tanah)*

- (2) Чтобы поверить в добро, надо начать делать его. - Лев Толстой.  
*/Shtoby poverit' v dobro, nado nachat' delat' ego. - Lev Tolstoj/*  
*'Untuk percaya pada kebaikan, Anda harus mulai melakukannya' – Leo Tolstoy'*

Dari uraian di atas, tampak jelas bahwa aforisme dalam konsep bahasa Rusia harus berupa pernyataan atau ujaran yang berasal dari seorang ahli atau profesional dalam bidang tertentu, sedangkan aforisme dalam konsep bahasa Indonesia tidak harus berasal dari persona atau subjek empunya pernyataan. Aforisme dalam konsep bahasa Indonesia sebagian besar bersifat anonim. Selain itu, secara objektif juga terdapat perbedaan di antara keduanya, yaitu dalam konsep bahasa Rusia, aforisme berdiri sendiri, berbeda dengan format *fraseologism*.

Dalam forum daring muda-mudi Rusia, salah satu *posting* ([https://vk.com/tosti\\_citati\\_aforizmi](https://vk.com/tosti_citati_aforizmi)) menyebutkan bahwa banyak orang tertarik aforisme dalam media massa, karena kontennya menyangkut masalah kemanusiaan, terutama masalah sehari-hari yang menjadi perhatian masing-masing. Kini aforisme secara aktif semakin muncul di ruang media massa daring maupun cetak, juga dalam ruang pidato. Oleh karena itu, aforisme memiliki tendensi untuk dipelajari lebih lanjut dengan mengaplikasikan pendekatan linguistik, sehingga penggunaannya di media massa yang akan datang akan lebih variatif sekaligus segmentif pada waktu yang bersamaan dan lebih tepat sebagai sarana ekspresif dalam sebuah pernyataan. Selain itu, aforisme juga akan semakin berkembang dan memungkinkan memunculkan paradigma baru dalam penggunaan bahasa secara aplikatif.

Di era teknologi informasi terdapat banyak aforisme, karena internet dalam hal ini berfungsi sebagai sarana penyebarluasan aforisme. Tema aforisme mencakup hampir semua bidang kegiatan manusia, salah satu diantaranya adalah sepak bola. Sudah menjadi rahasia umum bahwa sepakbola merupakan olahraga terpopuler di dunia saat ini. Hal tersebut memengaruhi ketertarikan pembaca terhadap aforisme bidang sepakbola. Semakin aforisme bidang sepakbola dibaca oleh khalayak, maka pemakaian dan penyebarluasan aforisme di dalam komunitas dan *stakeholder* sepakbola semakin banyak dan intensif di dalam media massa dan media sosial. Aforisme sepakbola yang muncul di media massa menjadi bidang yang menarik untuk dikaji dan didiskusikan.

Sering kali pembaca tidak menyadari bahwa apa yang dibaca di dalam media massa merupakan

salah satu contoh aforisme. Aforisme digunakan oleh penulis artikel berita dengan maksud sebagai berikut: Persuasif terhadap pembaca, ironis terhadap kejadian yang diberitakan, salah satu bentuk ekspresif penulis terhadap artikel yang ditulisnya, dan sebagai sumber sekunder untuk mendukung fakta-fakta yang lebih komprehensif. Fungsi aforisme dalam media massa tidak hanya sebagai bagian dari konten berita, lebih dari itu melibatkan fungsi secara semantis, tidak jarang juga pragmatis. Dalam istilah bahasa Rusia dikenal *pafos*, yaitu semacam emosi yang didapat setelah membaca bagian teks atau teks secara utuh baik dalam ranah kesusastraan maupun wacana. Emosi yang muncul pada pembaca dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satu diantaranya adalah aforisme.

N. M. Kalashnikova dalam disertasinya yang berjudul *Aforistichnost' Kak Cherta Idiostilya* berpendapat, bahwa aforisme masuk ke dalam struktur luar bahasa sebagai *идиостиль /idiostil/* 'gaya bahasa penulis atau penyair secara individu; khususnya dalam ragam bahasa seni atau sastra; objek studi stilistika'. Menurutnya aforisme menggeneralisasikan objek yang sedang dibahas. Dalam disertasi tersebut juga dijelaskan bahwa aforisme merupakan suatu hal yang ambivalen, karena pada penggunaannya di media massa bertindak sebagai pernyataan dalam bentuk *речь /ryech/* 'pernyataan formal, sekaligus bertindak sebagai pernyataan dalam bentuk gaya bahasa seni genre tertentu; sastra. Selain itu aforisme dianggap mencerminkan realitas kebahasaan terhadap fenomena tertentu. Penggunaan aforisme secara umum ditujukan kepada persona yang berkaitan dengan konten di dalamnya, persona tersebut ada yang bersifat segmentif sesuai dengan topik aforisme. Kebenaran dalam aforisme merujuk pada interpretasi pembaca dan bersifat berterima maupun tidak berterima.

Dalam portal berita digital <https://www.sport-express.ru/football/> penulis menemukan beberapa aforisme sepakbola yang memiliki berbagai fungsi dan makna dalam konteks artikel berita yang dipublikasikan. Ditinjau secara acak, terdapat banyak aforisme sepakbola dalam media massa olahraga, hal itu sejalan dengan fakta bahwa sepakbola telah menjadi olahraga nomor satu di dunia dan menarik perhatian khalayak: banyak orang berbincang-bincang tentang sepakbola tidak terbatas kondisi, suasana, tempat dan waktu. Hal itu menjadi salah satu faktor yang memengaruhi kemunculan aforisme sepakbola dalam berbagai media.

(3) Политики болеют за народ. Народ болеет за футбол. И только футболисты ни за

кого не болеют. Здоровые такие, козлы! - Игорь Карпов  
/ *Politiki boleyut za narod. Narod boleyet za futbol. I tol'ko futbolisty ni za kogo ne boleyut. Zdorovyye takiye, kozly! - Igor' Karpov /*  
'Para politisi bersorak mendukung rakyat. Rakyat bersorak untuk sepakbola. Dan hanya pemain sepakbola yang tidak bersorak untuk siapa pun. Luar biasa, dasar sialan ! – Igor Karpov'

Kalimat (3) merupakan aforisme, yang mana di dalamnya terdapat leksika sepakbola, yaitu *футбол и футболисты /futbol i futbolisty/* 'sepakbola dan pesepakbola' yang berdiri sebagai kata bermakna denotatif. Aforisme tersebut membahas tentang sepakbola, khususnya pemain sepakbola sebagai subjek utama olahraga tersebut. Dalam konteks kalimat (3) Seorang pemain sepakbola dibedakan atau dikhususkan sebagai profesi yang unggul yang memiliki hak istimewa: tanpa harus bersorak atau mendukung siapapun. Makna aforisme (3) adalah profesi pemain sepakbola dianggap lebih daripada profesi lainnya, bahkan melebihi profesi politisi yang terlibat dalam banyak hal berkaitan dengan aspek kehidupan masyarakat. Sudah menjadi rahasia umum bahwa saat ini beberapa pemain sepakbola memiliki gaji tertinggi di dunia dan mereka hanya bermain sepakbola. Igor Karpov salah seorang politisi Rusia yang merupakan salah satu anggota kabinet untuk urusan olahraga sebagai empunya aforisme (3) bertujuan untuk mendorong kesadaran pembaca bahwa pemain sepakbola profesional memiliki kehormatan dan kemewahan seperti itu. Oleh karena itu, aforisme (3) merupakan pernyataan persuasif sekaligus ekspresif terhadap pembaca sesuai dengan konsep tentang aforisme yang disampaikan oleh Solodub, Y.P. (2003) sebagai cara ekresif untuk memengaruhi pembaca.

(4) Россия станет чемпионом мира по футболу, когда Бразилия выиграет чемпионат мира по хоккею.» - Пеле (Эдсон Арантис ду Насименту)  
/ *Rossiya stanet chempionom mira po futbolu, kogda Braziliya vyigrayet chempionat mira po hokkeyu.» - Pele (Edson Arantis du Nasimentu)/*  
'Rusia akan menjadi juara piala dunia sepakbola, ketika Brazil memenangkan kejuaraan dunia Hoki. – Pele (Edson Arantis du Nasimentu)'

Kalimat (4) merupakan aforisme sepakbola, yang mana di dalamnya terdapat leksika sepakbola *чемпионат и чемпион /championat i chempion/*

‘kejuaran dan juara’ yang berdiri sebagai kata bermakna denotatif. Dua kata tersebut dapat juga dikategorikan sebagai leksika olahraga secara umum. Pele seorang legenda sepakbola dunia yang berasal dari Brazil mengeluarkan aforisme (4) dengan maksud sebagai ungkapan ekspresif atas ketidakpastian atau ketidakyakinan bahwa tim nasional sepakbola Rusia akan menjadi juara di piala dunia. Makna aforisme (4) adalah tim nasional sepakbola Rusia tidak akan pernah menjadi juara piala dunia, karena tim nasional hoki Brasil tidak pernah berpartisipasi dalam kejuaran dunia hoki, lebih dari itu timnya dianggap memiliki kualitas buruk. Aforisme (4) dalam konteks kalimat tersebut merupakan ungkapan ironis terhadap kualitas sepakbola Rusia.

- (5) Матч без гола – это как любовь без поцелуя. - Жозе Альтафини  
/ *Match bez gola – eto kak lyubov’ bez potseluya. – Zhoze Al’tafini/*  
‘pertandingan tanpa gol bagaikan cinta tanpa ciuman’ – Jose Altafini

Kalimat (5) mendeskripsikan tentang jalannya permainan sepakbola, pada saat yang bersamaan merupakan aforisme. Jose Altanin seorang purna atlet sepakbola profesional yang berasal dari Brazil mengeluarkan pernyataan berupa aforisme (5) dengan maksud sebagai ungkapan keinginan dan harapan terjadinya gol pada setiap pertandingan sepakbola, karena saat pemain mencetak gol, saat itu juga para suporter bersukacita dan meluapkan emosi atas kegembiraan terjadinya gol. Makna aforisme (5) dalam konteks sepakbola adalah pertandingan menjadi lebih menarik, emosional, dan meriah saat terjadi gol, dan memang harus ada gol, daripada skor imbang. Aforisme (5) diungkapkan dengan bantuan троп сравнения /trop sravneniya/ majas perbandingan, di mana gol dalam pertandingan sepakbola diibaratkan sebagai ciuman dalam sebuah hubungan asmara sehingga tidak cukup menggugah gairah penonton pertandingan. Aforisme (5) berfungsi sebagai argumentasi yang disampaikan secara ekspresif melalui perbandingan topik lain di luar konsep sepakbola.

- (6) Легко и просто приходиться на стадион и рукоплескать команде, у которой все складывается хорошо. Но настоящий болельщик аплодирует команде в трудное время, чтобы поддержать ее. - Леонардо Бонуччи  
/ *Legko i prosto prihodit’ na stadion i rukopleskat’ komande, u kotoroj vse skladyvayetsya horosho. No nastoyashchij*

*bolel’shchik aplodiruyet komande v trudnoye vremya, chtoby podderzhat’ yeye.» - Leonardo Bonuchchi/*

‘Hal yang mudah dan sederhana jika seorang suporter datang ke stadion dan bersorak mendukung tim kesayangannya, tapi suporter sejati tetap bersorak dan mendukung tim pada saat masa sulit atau kalah. - Leonardo Bonuchchi.’

Kalimat (6) merupakan aforisme sepakbola, hal itu dapat dilihat dari maksud dan makna yang ingin disampaikan oleh subjek yang mengeluarkan pernyataan tersebut, yaitu Leonardo Bonucci seorang pesepakbola profesional asal Italia yang hingga kini masih aktif bermain. Dalam kalimat (6) terdapat leksika sepakbola: Команда /kamanda/ ‘tim’, Болельщик /balelshyik/ ‘suporter’, стадион /stadion/. Aforisme (6) ditujukan kepada para suporter yang hanya mendukung ketika timnya menang. Akan tetapi pada saat tim mereka kalah, mereka malah mencemooh, menghina dan memaki dengan kata-kata kasar berupa sumpah serapah. Makna aforisme (6) dalam konteks sepakbola adalah seorang suporter sejati selalu mendukung timnya dalam keadaan apapun, dan selalu membantu tim dengan cara memberikan evaluasi dan kritik yang membangun. Apa yang diutarakan oleh Leonardo juga merupakan kontribusi sebenarnya dari seorang suporter. Aforisme (6) bisa dianggap sebagai sindiran bagi suporter ‘karbitan’ atau dalam istilah lain dikenal sebagai *glory hunter*.

## SIMPULAN

Leksika sepakbola direalisasikan di media massa dalam format aforisme, tidak hanya dalam format peribahasa. Perbedaan antara aforisme dan peribahasa terletak pada subjek atau persona konkrit yang mengeluarkan pernyataan. Subjek tersebut merupakan seorang ahli, spesialis, atau pakar yang berkecimpung dalam bidang tertentu yang berkaitan dengan topik aforisme. Khusus untuk aforisme sepakbola, subjek aforisme diantaranya: Pemain, pelatih, dan purna atlet sepakbola. Konten aforisme selalu berhubungan dengan bidang keahlian profesional empunya pernyataan. Aforisme sepakbola memiliki beragam ekspresi, diantaranya emosional, ironis, metafora atau perbandingan, dan persuasif. Ekspresi tersebut mengacu pada topik yang dibicarakan dalam konten aforisme. Secara umum, aforisme sepakbola mengandung makna yang signifikan secara semantis, yang di dalamnya terdapat pemikiran mendalam terhadap fenomena yang dibahas.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aminuddin. (2008). *Semantik Pengantar Studi Makna*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Chaer, A. (2009). *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Gauzenblas. K. (2002). *Kul'tura yazykovej kommunikatsii // Prosiding Novoe v zarubezhnoj lingvistike*. Moskva: CSSR
- Kalashnikova. N. M. (2004). *aforistichnost' kak cherta idiosilya V. Tokarevoj. dissertatsiya, K. Filol. N. Rostov: RGU*
- Kaufman I. M., Prokhorov A.M. (1971). *Bol'shaya sovetskaya entsiklopediya*. Moskva: Brasos Press
- Mansoer Pateda. (2001). *Semantik Leksikal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Solodub, Y.P., Albert F.B. (2003). *Sovremennyy Russkij Yazyk. Leksika I Frazzeologiya (Sopostavitel'nyj Aspekt): Uchebnik dlya Studentov Filologicheskikh Fakul'tetov I Fakul'tetov Inostrannyh Yazykov*. Moskva: Flinta-Nauka Press
- Volodina, M.N. (2002). *Problema informatsionno-yazykovej kul'tury v sovremennom obshchestve // Zhurnalistika i kul'tura russkoj rechi na perelome tysyacheletij: Rabochie material Disertatsiya*. Moskva: MGU.
- Shakirov, A.I., Simkacheva, M.V., *Semantika PR-teksta/ Vestnik CHelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologicheskie nauki. Vyp. 104. – № 13, 2016. – S. 138 – 143.*

### Internet

(<http://www.sport-express.ru/football>) diakses pada tanggal 20-30 November 2023.