

**DINAMIKA BAHASA VISUAL DALAM KOMUNIKASI DIGITAL:
STUDI SEMIOTIK PADA *FACEBOOK*
DALAM AJANG PERTANDINGAN SEPAK BOLA PIALA
EUROPA TAHUN 2024**

Mouren Wuarlela^{1*}

*Meyke Marantika*²

Politeknik Negeri Ambon

e-mail: * mourenwuarlela@gmail.com

Abstrak: *Facebook* dengan beragam fitur memberi ruang yang besar bagi pengguna dalam berkomunikasi, berekspresi, dan berbagi konten yang umumnya ditampilkan melalui bahasa visual. Bahasa visual digunakan beragam sesuai tujuan, konteks, dan karakter pengguna. Salah satu fenomena penggunaan bahasa visual tampak pada unggahan status dan komentar pengguna pada pertandingan sepak bola Piala Eropa 2024, yang juga menampilkan ciri khas gaya bahasa masyarakat Ambon. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan representasi, objek, dan interpretasi bahasa visual oleh pengguna *facebook* melalui status dan komentar. Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotik menurut Peirce untuk menganalisis berbagai bentuk ekspresi dalam ketikan status dan komentar yang didukung dengan penggunaan emotikon, stiker, meme, dan gambar. Hasil penelitian menunjukkan bentuk ekspresi berupa dukungan, kekecewaan, kegembiraan, serta kritik terhadap tim dan lawan dalam pertandingan. Bahasa visual yang digunakan menunjukkan peran penting bahasa visual dalam memperkuat ekspresi emosional, membangun komunitas penggemar, serta memperluas makna komunikasi di ruang digital.

Kata Kunci: bahasa visual; semiotik; *facebook*; piala Eropa 2024; komunikasi emosional

THE DYNAMICS OF VISUAL LANGUAGE IN DIGITAL COMMUNICATION: A SEMIOTIC STUDY ON FACEBOOK DURING THE UEFA EURO 2024 FOOTBALL TOURNAMENT

Mouren Wuarlela^{1*}

Meyke Marantika²

Ambon State Polytechnic

e-mail: * mourenwuarlela@gmail.com

Abstract: Facebook, with its wide range of features, provides a substantial space for users to communicate, express themselves, and share content, which is generally presented through visual language. Visual language is used in various ways depending on the purpose, context, and characteristics of the users. One phenomenon of visual language use can be observed in status updates and user comments during the 2024 UEFA European Championship, which also display the distinctive linguistic style of Ambon society. This study aims to describe the representation, object, and interpretation of visual language used by Facebook users through their statuses and comments. The research employs Peirce's semiotic approach by analyzing various forms of expression in typed statuses and comments, supported by the use of visuals such as emoticons, stickers, memes, and images. The findings indicate that users express support, disappointment, joy, and criticism toward teams and opponents through these multimodal resources. Visual language plays a crucial role in intensifying emotional expression, fostering fan communities, and expanding the meanings of communication in digital spaces. It functions not merely as a supplementary element but as a central component in shaping public opinion and social interaction on Facebook throughout UEFA Euro 2024.

Keywords: visual language; semiotics; Facebook; UEFA Euro 2024; emotional communication

A. PENDAHULUAN

Media sosial menjadi *platform* utama bagi masyarakat global di era digitalisasi untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan mengekspresikan diri. Berawal dari pesan telegraf yang berhasil dikirim oleh seniman asal Amerika Samuel Morse pada tahun 1844, media sosial terus berkembang seiring perkembangan teknologi hingga era digitalisasi saat ini. Penggunaan komputer dan perangkat *mobile*, bahkan internet telah menjadi media komunikasi digital jarak jauh yang juga memperluas media sosial yang kini berbasis daring (online). Media sosial yang awalnya menjadi media komunikasi jarak jauh, kini digunakan untuk berbagai kebutuhan dan kepentingan di antaranya media berbagi informasi, ekspresi diri, hiburan, profesi, pendidikan, jaringan sosial, promosi, bisnis, dan aktivitas sosial lainnya. Oleh sebab itu, media sosial dibuat dalam berbagai bentuk, *platform*, dan aplikasi yang didukung oleh digitalisasi (Wuarlela, 2025:208).

Aplikasi *facebook* merupakan salah satu *platform* media sosial yang populer di kalangan pengguna media sosial daring. Jumlah pengguna *facebook* aktif per tahun 2023 sebanyak 2,9 miliar menjadikan aplikasi *facebook* mendunia. *Facebook* mempermudah pengguna dalam berkomunikasi. Tidak hanya untuk berkomunikasi, pengguna *facebook* dapat berbagi konten dalam berbagai format seperti teks, foto, video, dan *live streaming*. Bahkan keaktifan pengguna *facebook* dijadikan sebagai profesi yang menghasilkan upah yang dimunculkan pada aplikasi *facebook pro*. Ketersediaan aplikasi *facebook* pada sebagian besar perangkat digital seperti ponsel, android, iOs, komputer, dan tablet yang dapat diunduh secara gratis pun membuat penggunaannya semakin tinggi. Pengguna *facebook* beragam baik dari segi usia, sosial budaya, perilaku komunikasi, dan lain sebagainya yang memunculkan berbagai fenomena salah satunya fenomena kebahasaan terlebih khusus dalam penggunaan bahasa visual.

Bahasa visual dalam konteks media sosial memiliki peran yang signifikan dalam memperkuat tujuan penggunaannya. Bahasa visual pada kajian ini membedakan istilah *bahasa* (verbal) dan *visual* (nonverbal) yang merujuk pada cara berkomunikasi yang berbeda. Artinya, dalam penggunaannya, bahasa (kata-kata) dapat digunakan tanpa disertai peranti visual, sebaliknya visualisasi dapat lebih diminati tanpa melibatkan bahasa (kata-kata), atau bahkan bahasa dan visual dapat digunakan secara bersamaan. Bahasa hakikatnya merupakan komunikasi verbal berupa bunyi yang dihasilkan oleh artikulator manusia. Seiring perkembangan dan penggunaannya, bahasa tidak hanya berupa bunyi bunyi-bunyi yang diujarkan tetapi berupa lambang bunyi yang ditranskripsikan dan dituliskan yang mengandung informasi dan makna yang ingin disampaikan kepada pendengar atau pembaca. Selanjutnya Lewis (1976), Goodman (1976), Lester (2000), Ware (2013), mengungkapkan bahwa visualisasi berkonsep pada proses penyampaian *informasi dan makna* melalui *penggunaan sistem visual* seperti gambar, simbol, bentuk, dan warna yang dapat dipahami, dianalisis, serta mempengaruhi persepsi dan emosi.

Dengan demikian bahasa visual didefinisikan sebagai sistem komunikasi secara verbal, mengujarkan maupun menuliskan kata-kata yang didukung dengan penggunaan gambar, simbol, bentuk, warna, kode, sinyal, dan peranti visual lainnya untuk menyampaikan informasi dan makna kepada pendengar atau pembaca (Wuarlela,

2025:204). Bahasa visual dalam konteks penggunaan media sosial *facebook* memungkinkan pengguna berkomunikasi dan berekspresi menggunakan bahasa (kata-kata) yang didukung serta dipertegas oleh peranti visual.

Penggunaan bahasa visual pada aplikasi *facebook* menjadi fenomena bahasa yang menarik untuk dikaji, salah satunya ketika pertandingan sepak bola *piala Eropa* tahun 2024. Pada beberapa *wall/ page facebook* tampak penggunaan bahasa visual oleh pengguna *facebook* berbahasa Melayu Ambon dan bahasa Indonesia yang berperan sebagai pendukung tim sepak bola. Para pendukung saling menyampaikan pandangan, penilaian, dan kritik terhadap pendukung tim lawan, para pemain, maupun wasit melalui status dan komentar. Unggahan tersebut disertai emotikon, stiker, *GIF*, meme, dan berbagai gambar lainnya yang mengandung makna dan maksud. Penggunaan bahasa visual tersebut dimaknai sebagai tanda yang memerlukan penafsiran yang dapat dikaji menggunakan pendekatan semiotik.

Tanda dalam konsep semiotic menurut Charles Sanders Peirce didefinisikan sebagai “sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain bagi seseorang dalam suatu proses pemaknaan” (1931-1958). Tanda terdiri atas representasi, objek, dan interpretasi. Representasi merupakan bentuk fisik tanda maupun mental yang dapat diamati seperti kata-kata, emotikon, stiker, *GIF*, meme, dan berbagai gambar. Objek merupakan acuan atau rujukan dari representasi seperti pada representasi *Belanda menang!* merujuk pada *peristiwa kemenangan Belanda* dalam pertandingan sepak bola. Peristiwa kemenangan Belanda yang direpresentasikan melalui kalimat *Belanda menang!* tersebut dapat dipahami sebagai *ekspresi kegembiraan atau informasi* kepada pembaca yang merupakan hasil proses pemaknaan, pemahaman, atau efek mental yang disebut interpretasi. Selanjutnya visual sebagai peranti pendukung unggahan status dan komentar pengguna, dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis-jenis tanda menurut Peirce yang terdiri atas ikon, indeks, dan simbol. Ikon merupakan tanda yang mirip dengan objeknya seperti gambar bola memvisualkan permainan sepak bola. Indeks adalah tanda yang menunjukkan hubungan sebab akibat atau kedekatan seperti emotikon marah yang menunjukkan ketidaksukaan terhadap wasit. Simbol diartikan sebagai tanda yang maknanya berdasarkan konvensi sosial atau budaya seperti bendera negara sebagai simbol identitas suatu tim. Pemaknaan tanda dalam konsep Peirce juga menyertakan pemaknaan sosial budaya yang dapat diterapkan pada penggunaan bahasa visual oleh para pendukung tim Belanda dan Perancis. Bahasa yang digunakan adalah campuran bahasa Melayu Ambon dan bahasa Indonesia. Selain itu gaya bahasa hiperbola yang menjadi salah satu ciri gaya bahasa masyarakat Ambon (Pesiwarissa, 2023) membuat penggunaan bahasa visual tersebut menjadi lebih menarik untuk dikaji.

Penelitian terkait bahasa visual pada media sosial *facebook* belum banyak dilakukan. Terdapat beberapa penelitian yang membahas tentang bahasa visual dengan menggunakan pendekatan semiotik di antaranya; 1) Penelitian Sholihatin dan tim (2024) dengan judul *Penggunaan Bahasa dan Desain Visual dalam Iklan Kopi Lokalate*. Dalam penelitian ini dilakukan analisis *teks, gambar, dan video iklan yang menampilkan penggunaan bahasa dan desain visual produk Kopi Lokalate*. Hasil penelitian lebih mengarah pada tujuan peningkatan efektivitas pemasaran di pasar yang kompetitif.

Perpaduan antara penggunaan bahasa yang efektif dan desain visual yang menarik dalam iklan Kopi Lokate dapat memperkuat komunikasi dengan konsumen, sehingga dapat mencapai tujuan pemasaran. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya penggunaan bahasa visual untuk mencapai tujuan pengguna. 2) Penelitian Musliadi dan tim (2025) dengan judul *Bahasa Visual dalam Iklan Digital: Studi Semiotika pada Platform Media Sosial*. Analisis dilakukan terhadap konten visual dan dokumentasi meliputi bahasa, warna, komposisi, ikon, gestur tokoh, dan tipografi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahasa visual mengandung makna kompleks yang membentuk persepsi, memengaruhi emosi, serta mengarahkan interpretasi konsumen di media sosial. Kedua penelitian di atas berfokus pada *tujuan pemasaran yang dapat dicapai* melalui penggunaan bahasa visual, sedangkan penelitian ini membahas tentang penggunaan bahasa visual sebagai *bentuk komunikasi dan ekspresi emosional*. Selain itu analisis penggunaan bahasa Melayu Ambon dengan ciri khas gaya bahasa masyarakat Ambon dari perspektif sosial budaya pun menjadikan penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan representasi, objek, dan interpretasi bahasa visual oleh pengguna *facebook* melalui status dan komentar dalam ajang pertandingan sepak bola piala Eropa tahun 2024. Penelitian ini perlu dilakukan untuk memperkaya pemahaman dan pemaknaan bahasa visual pada media sosial.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Data pada penelitian ini berupa kata-kata, frasa, dan klausa yang dipertegas dengan gambar/foto, meme, emoji dan stiker. Data bersumber dari tangkapan layar status dan komentar pengguna yang diunggah pada *wall/ page* atau halaman publik *facebook* yang relevan dengan pertandingan sepak bola tim Belanda melawan tim Prancis. Data-data dikumpulkan menggunakan teknik observasi konten bahasa visual dan dokumentasi, serta dianalisis menggunakan pendekatan *Semiotik Peirce* yang terdiri atas analisis representasi, objek, dan interpretasi. Penelitian ini difokuskan pada analisis makna denotatif dan konotatif, representasi pesan visual, ekspresi identitas, emosi, dan ideologi.

C. PEMBAHASAN

Pembahasan ini diawali dengan uraian hasil penelitian berupa penggunaan bahasa visual pada unggahan status dan komentar pengguna *facebook* saat pertandingan sepak bola tim Belanda melawan tim Prancis. Hasil penelitian diklasifikasikan atas dua bagian yakni; 1) bahasa berupa kata-kata, frasa, dan klausa; 2) visual yang terdiri atas gambar/foto, meme, emoji dan stiker. Bentuk bahasa visual yang muncul dikategorikan sebagai *objek* dalam kajian semiotik Peirce. Selanjutnya secara spesifik, hasil penelitian ini menunjukkan pola umum penggunaan bahasa visual dan karakteristik bahasa visual sebagai representasi, dan kecenderungan makna sebagai hasil interpretasi dalam kajian semiotik Peirce. Hasil penelitian diuraikan sebagai berikut.

Bahasa yang Digunakan dalam Status dan Komentar Pengguna

“Wasit lokomotif eeee “

“WASIT MEMANG LUAR BIASA, SELAMAT TINGGAL PENGGEMAR ITU TUU2”

“Sioo padahal mereka telah berteriak sampai terpal sobek berkeping-keping e , Wasit ee sampai hati lai siooo”

“Sebentar nanti, sebelum ayam berkokok 3 kali, singa akan membobol gawang terlebih dulu, membobol gawang tim yang mana, hanya Yesus yang tahu dan akan berbisik ke penatua”

“Ayam sudah mencabut gigi-gigi”

Visual yang Digunakan dalam Status dan Komentar Pengguna

“stiker laki-laki bertopi yang sedang mengangkat tangan dan berteriak menggunakan pengeras suara sambil tertawa dengan latar selebrasi”

“stiker laki-laki bertopi mengangkat tangan dan berteriak melalui pengeras suara sambil tertawa”

“emotikon menjulurkan lidah dan stiker wasit memegang kartu kuning”

“gambar dua pemain yang tampak seperti sedang berteriak dan berlari di depan gawang, serta emotikon senyum dengan wajah terbalik”

“gambar yang memperlihatkan dua hewan yang dipersonifikasikan sebagai atlet sepak bola bertubuh kekar dan berotot”

“gambar salah satu gigi singa yang copot”

Pola Umum Penggunaan Bahasa Visual

Unggahan dan komentar *facebook* selama pertandingan Belanda melawan Prancis pada Piala Eropa 2024 menunjukkan adanya empat pola utama penggunaan bahasa visual antara lain; 1) ekspresi emosi terhadap keputusan wasit melalui penggunaan visual seperti stiker berteriak, emotikon tertawa, dan kartu kuning digunakan untuk mengekspresikan frustrasi, protes, dan ketidakpuasan terhadap keputusan wasit, khususnya terkait anulir gol Xavi Simons; 2) sindiran terhadap lawan pada gambar gigi singa tercabut, komentar “ayam mencabut gigi-gigi”, dan simbol hewan digunakan untuk menertawakan atau melemahkan identitas tim lawan; 3) humor sarkastik dan eufemisme dalam ungkapan seperti “Wasit lokomotif eeee”, “luar biasa” (bermakna buruk), atau hiperbola seperti “teriak sampai terpal sobek” digunakan untuk mengungkapkan kekecewaan secara tidak langsung; 4) identitas kolektif berbasis simbol nasional dan religious, pemakaian ilustrasi singa (Belanda) dan ayam jantan (Prancis), serta referensi religius seperti “sebelum ayam berkokok tiga kali”, membentuk narasi kompetisi identitas dan memperkuat kohesi kelompok. Pola umum penggunaan bahasa visual dikategorikan sebagai representasi pada kajian semiotik Peirce.

Karakteristik Bahasa Visual

Karakteristik bahasa visual yang digunakan terdiri atas; 1) karakteristik ikonis pada visual meniru objek nyata, misalnya gambar selebrasi, stiker orang berteriak, hewan atletik, atau kartu kuning yang berfungsi memperjelas peristiwa pertandingan dan memvisualisasikan emosi langsung pendukung; 2) karakteristik indeksikal pada emotikon tertawa, ekspresi terbalik, hingga gigi singa tercabut yang merujuk pada keadaan

pertandingan seperti dominasi Prancis atau frustrasi Belanda; 3) karakteristik simbolik dalam referensi religius, metafora hewan nasional, dan kalimat hiperbolis yang merepresentasikan ideologi penggemar seperti harapan, keyakinan, kompetisi, serta kritik terhadap otoritas (wasit). Karakteristik bahasa visual dikategorikan dalam tipe-tipe utama tanda berdasarkan relasinya dengan acuan dalam kajian semiotik Peirce.

Kecenderungan Makna

Bahasa visual yang digunakan cenderung bermakna; 1) denotatif pada tampilan gambar hewan, kartu kuning, atau adegan pertandingan menggambarkan situasi aktual seperti peluang, offside, atau dominasi bola; 2) konotatif pada gambar gigi singa tercabut yang bermakna melemahnya tim Belanda, komentar “Ayam mencabut gigi singa” bermakna kemenangan Prancis secara metaforis, dan status “Ayam berkokok tiga kali” merupakan narasi religius humoris untuk memprediksi kemenangan; wacana Ideologis pada unggahan yang menunjukkan pola kritik kolektif terhadap otoritas (wasit), konstruksi identitas melalui simbol kebangsaan, humor sebagai cara membangun solidaritas dan meredakan ketegangan. Kecenderungan makna yang muncul merupakan proses interpretasi pada kajian semiotik Peirce.

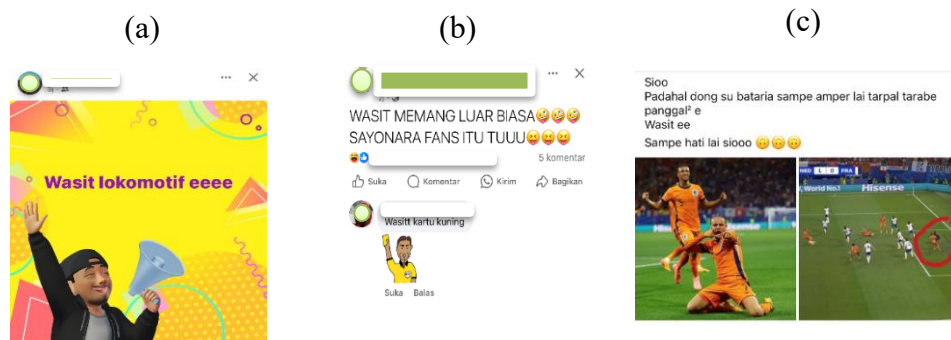
Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka pembahasan pada penelitian ini difokuskan pada unggahan pengguna *facebook* saat laga tim Belanda (Het Nederlands Elftal/ Oranje) melawan tim Prancis (Les Bleus), yang terdiri atas pendukung kedua tim yang bertanding, juga tanggapan dari pendukung tim lainnya. Hasil penelitian dianalisis menggunakan pendekatan semiotik Peirce. Menurut Peirce (1940), semiotik merupakan bidang kajian yang menelaah tanda, simbol, dan sistem kode yang mengatur proses representasi makna. Pendekatan semiotik digunakan untuk memahami tanda-tanda nonverbal berfungsi dalam menunjang pemakaian kebahasaan secara menyeluruh. Dalam pandangan Peirce, tanda dipahami sebagai sesuatu yang mewakili entitas lain dalam konteks dan fungsi tertentu. Pemaknaan suatu tanda, dalam kerangka teori Peirce, dibangun melalui hubungan dinamis antara representamen, objek, dan interpretant. *Representamen* adalah aspek dari tanda yang dapat diindra atau dipersepsi secara mental sebagai bentuk yang merujuk pada objek tertentu. Sementara itu, *interpretant* menggambarkan proses kognitif yang menghubungkan representamen dengan objek sehingga makna dapat terbentuk. Dengan demikian, Peirce menegaskan bahwa tanda tidak hanya bersifat representasional, tetapi juga memerlukan proses interpretatif dari pihak penafsir.

Peirce (1940) mengelompokkan tanda ke dalam tiga tipe utama berdasarkan relasinya dengan acuan: (1) indeks, yaitu tanda yang terkait secara eksistensial atau kausal dengan objeknya; (2) ikon, yaitu tanda yang memiliki hubungan kemiripan dengan objek; dan (3) simbol, yakni tanda yang maknanya dibentuk melalui konvensi atau kesepakatan sosial. Lebih lanjut, Peirce menjelaskan bahwa pemakaian tanda berlangsung melalui tahapan progresif, dimulai dari pemahaman prinsip dasar suatu tanda, kemudian berkembang menjadi interpretasi individual, dan akhirnya mencapai bentuk makna yang stabil melalui konvensi yang diterima secara kolektif. Selanjutnya akan diuraikan hasil analisis bahasa visual dalam penelitian ini.

Status dan Komentar (Gambar 1)

Unggahan dan komentar yang dilengkapi berbagai elemen visual digunakan untuk memberikan hiburan, memperjelas pesan, membangun keyakinan, dan mempengaruhi pembaca. Selain itu, sebagian besar juga dimanfaatkan untuk menyindir atau merundung pendukung maupun tim lawan. Berikut uraian beberapa penggunaan bahasa visual di Facebook selama berlangsungnya Piala Eropa 2024.

Gambar (1) Status Pengguna *Facebook*



Sumber: Jepretan Layar *Facebook* (Wuarlela, 2024)

Gambar pertama merupakan status dan komentar pengguna *facebook* pendukung tim Belanda. Status ini diunggah pada saat tim Belanda mencetak gol melalui Xavi Simons pada pertengahan babak kedua, tetapi wasit membatalkannya setelah VAR menilai ada posisi *offside*. Gol tersebut seharusnya memberikan keunggulan untuk Belanda, tetapi drama *offside* menghapus semua harapan itu. Status pada gambar 1 (a) bagian kiri tampak klausa “Wasit lokomotif eeee¹” disertai *stiker laki-laki bertopi yang sedang mengangkat tangan dan berteriak menggunakan pengeras suara sambil tertawa dengan latar selebrasi*. Status ini menunjukkan luapan emosi pengguna yang ingin berselebrasi atas gol yang dicetak tetapi digagalkan oleh wasit. Klausa “Wasit lokomotif eeee²” secara literal tampak tidak mempunyai makna langsung, namun berfungsi sebagai eufemisme atau pelesetan emosional untuk mengekspresikan kemarahan, kekecewaan, atau seruan protes. Klausa ini pun dimaknai sebagai bentuk sindiran atau bentuk kemarahan yang tidak diungkapkan secara vulgar. Pengguna menyampaikan frustrasi kepada wasit karena keputusan yang dianggap tidak adil. Pemilihan klausa “Wasit lokomotif eeee” menjadi simbol luapan emosi yang ditahan agar tetap lucu atau tidak terlalu kasar dan tergolong tipikal komunikasi humoris. Secara ideologis, status ini mencerminkan budaya fanatisme sepak bola yang sering menjadikan wasit sebagai sasaran kemarahan. Selanjutnya stiker laki-laki bertopi mengangkat tangan dan berteriak melalui pengeras suara sambil tertawa dimaknai sebagai; ikon yang melambangkan ekspresi suara keras, protes, atau selebrasi; indeks yang menunjukkan adanya luapan emosi spontan; dan simbol yang menggambarkan dukungan atau kekecewaan dalam pertandingan. Walaupun pengguna ingin berselebrasi karena gol tercipta, stiker yang

¹ Bunyi tambahan untuk mempertegas frasa sebelumnya

² Pengulangan kata *itu* yang bermakna memperjelas rujukan yang ditunjuk

berteriak sambil tertawa menunjukkan ekspresi kebingungan bercampur jengkel, usaha mengolok keputusan wasit dengan nada bergurau, dan bentuk komentar visual yang memperkuat kritik terhadap wasit. Selanjutnya pada *wall/ page facebook* pengguna lain tampak status dan komentar yang serupa.

Gambar 1 (b) menunjukkan status pengguna lainnya dengan kalimat “WASIT MEMANG LUAR BIASA, SELAMAT TINGGAL PENGGEMAR ITU *TUU*”² diikuti komentar “Wasit kartu kuning” dengan *emotikon menjulurkan lidah dan stiker wasit memegang kartu kuning*. Unggahan status dan komentar tersebut dimaknai sebagai ungkapan bernada memuji tetapi tujuannya untuk pengguna mengkritik wasit dengan nada menyindir. Secara konotatif, kalimat ini adalah ironi “luar biasa” berarti “sangat buruk”; “Selamat tinggal penggemar itu *tuu*” menyindir pihak tertentu (bisa tim rival atau penggemar lawan) yang diuntungkan keputusan wasit. Hal ini memperkuat kecurigaan tentang keberpihakan wasit. Secara ideologis tampak kritik kolektif terhadap otoritas (wasit) dalam dunia sepak bola. Selanjutnya emotikon menjulurkan lidah dan stiker wasit memegang kartu kuning. dimaknai sebagai; ikon yang meniru tindakan wasit memberi hukuman dengan menganggap wasit tidak serius dan mengejek; Emotikon dan stiker tersebut pun menggambarkan bahwa wasit layak diberi “hukuman” atau dinilai konyol. Pengguna menggunakan humor untuk menertawakan keputusan wasit. Secara simbolik emotikon dan stiker tersebut memperkuat kesepahaman komunitas penggemar bahwa wasit adalah objek sindiran. Unggahan status dan komentar pendukung pada gambar 1 (b) pun menunjukkan solidaritas antarpengguna melalui humor sarkastik. Gambar 1 (c) yang diunggah oleh pengguna *facebook* lainnya tampak memiliki kemiripan tujuan dan maksud seperti pada gambar 1 (a) dan 1 (b). Status “*Sioo*”³ padahal mereka telah berteriak sampai terpal sobek berkeping-keping *e*⁴, Wasit *ee* sampai hati *lai siooo*” dilengkapi dengan gambar dua pemain yang tampak seperti sedang berteriak dan berlari di depan gawang, serta emotikon senyum dengan wajah terbalik. Klausa “Berteriak sampai terpal sobek” merupakan ungkapan hiperbolis, bukan kejadian nyata. Klausa ini menunjukkan situasi pertandingan yang tidak sesuai dengan harapan pengguna yang memicu tingkat emosi. Ungkapan hiperbolis juga tampak pada frasa “sampai terpal sobek berkeping-keping” yang menandakan amarah atau kekecewaan yang intens terhadap keputusan wasit. Selanjutnya klausa “Wasit *ee* sampai hati *lai siooo*” dimaknai sebagai sindiran yang menyiratkan bahwa wasit dianggap tidak adil, tetapi disampaikan dengan gaya humoris dan lembut. Penggunaan kata “*siooo*” (seruan khas percakapan Maluku) menghadirkan nuansa emosional sekaligus keakraban komunitas yang menunjukkan ekspresi frustrasi yang disampaikan dengan nada memelas. Secara ideologis, kalimat Status “*Sioo*”⁵ padahal mereka telah berteriak sampai terpal sobek berkeping-keping *e*⁶, Wasit *ee* sampai hati *lai siooo*” membentuk wacana bahwa wasit adalah figur otoritas yang boleh dikritik melalui bahasa hiperbolis dan humor.

³ Seruan yang menunjukkan perhatian dan harapan

⁴ Memperhalus ucapan

⁵ Seruan yang menunjukkan perhatian dan harapan

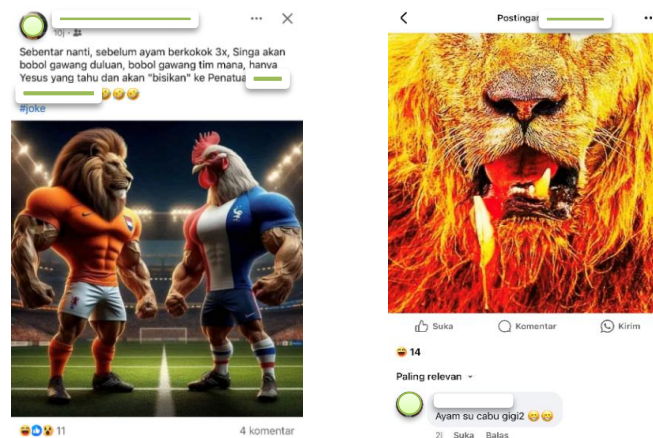
⁶ Memperhalus ucapan

Berdasarkan analisis unggahan status dan komentar pada gambar (1) maka dapat disimpulkan bahwa pengguna *facebook* pendukung tim Belanda secara kolektif menunjukkan luapan emosi dan identitas kolektif penggemar sebagai kelompok yang “tersakiti” oleh keputusan wasit, tetapi tetap mengekspresikannya dengan cara bercanda.

Status dan Komentar (Gambar 2)

Gambar 2 merupakan status pengguna *facebook* pendukung tim Belanda dan komentar pengguna *facebook* pendukung tim Prancis. Status ini diunggah saat pertandingan tim Belanda dan tim Prancis yang dimulai pada pukul 04.00 dini hari.

Gambar 2. Status Pengguna *Facebook*
(a) (b)



Sumber: Jepretan Layar *Facebook* (Wuarlela, 2024)

Status “Sebentar nanti, sebelum ayam berkokok 3 kali, singa akan membobol gawang terlebih dulu, membobol gawang tim yang mana, hanya Yesus yang tahu dan akan berbisik ke penatua”. Status ini menyebut ayam, singa, dan referensi religius (Yesus, penatua). Status ini diumpamakan dengan kisah Petrus (tokoh injil) menyangkal Tuhan Yesus tepat sebelum ayam berkokok 3 kali. Terdapat dua analogi dalam status tersebut. Yang pertama kesesuaian waktu ketika Petrus menyangkal Tuhan Yesus dengan pertandingan antara tim Belanda dan tim Prancis yang terjadi pada waktu dini hari. Kedua pada kata ayam dan singa yang merepresentasikan identitas masing-masing tim dan merujuk pada hewan nasional kedua tim. Ayam jantan merepresentasikan tim Prancis sebagai simbol ketangkasan, namun dalam konteks unggahan status ini ketangkasan akan kalah dengan kekuatan yang disimbolkan dengan singa yang merepresentasikan tim Belanda. Status tersebut dipertegas dengan gambar yang memperlihatkan dua hewan yang dipersonifikasikan sebagai atlet sepak bola bertubuh kekar dan berotot yang menunjukkan kekuatan fisik, keperkasaan, keunggulan yang mengindeks *pertarungan*, *duel*, dan *kompetisi*. Penggunaan simbol hewan ini merupakan representasi kultural yang umum dalam sepak bola Eropa. Selanjutnya klausa “sebelum ayam berkokok tiga kali, singa akan membobol gawang terlebih dulu” merupakan referensi humoris yang menggambarkan kesiapan tim Prancis sebelum bertanding tetapi akan digagalkan oleh tim Belanda, bahkan sebelum tim Prancis menunjukkan kehebatannya dalam bertanding.

Prediksi pendukung, tim Belanda akan mencetak gol saat babak pertama. Akan tetapi prediksi tersebut tampaknya bukan menjadi keyakinan pendukung ketika status tersebut dilanjutkan dengan klausa “hanya Yesus yang tahu dan akan berbisik ke penatua”. Meskipun pendukung memprediksi kemenangan tim Belanda, rujukan religius pada kaluasa tersebut digunakan sebagai retorika humor yang menunjukkan bahwa hasil pertandingan seolah-olah rahasia ilahi.

Gambar kedua (b) merupakan status dan komentar pengguna *facebook* pendukung tim Prancis. Status dan komentar ini diunggah pada saat tim Prancis mendominasi penguasaan bola pada babak kedua dan menciptakan banyak peluang (total tembakan cukup banyak). Tim Belanda tampak kewalahan menandingi tim Prancis. Status yang hanya menampilkan gambar salah satu gigi singa copot melambangkan hilangnya kekuatan, ketajaman, dan kegagahan tim Belanda. Komentar “Ayam sudah mencabut gigi-gigi” disertai *emotikon tertawa menunjukkan ekspresi menyindir*. Pengguna mendeskripsikan kekalahan tim Belanda yang disimbolkan dengan gambar *salah satu gigi singa yang tercabut* dan akan dikalahkan oleh tim Prancis yang disimbolkan dengan kata *ayam*.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa dinamika bahasa visual pada unggahan status dan komentar pengguna *Facebook* selama pertandingan Belanda melawan Prancis pada Piala Eropa 2024 terbentuk melalui perpaduan teks, emotikon, stiker, metafora visual, dan referensi kultural-religius yang berfungsi mengekspresikan emosi, memperkuat identitas kelompok, serta membangun wacana kompetitif antarpengukung. Setiap elemen visual tidak hanya hadir sebagai pelengkap pesan, tetapi bekerja sebagai tanda (ikon, indeks, dan simbol) yang memproduksi makna denotatif dan konotatif. Pendukung Belanda banyak memanfaatkan humor, hiperbola, dan sindiran untuk menegaskan kritik terhadap wasit dan memperkuat solidaritas sebagai kelompok yang merasa dirugikan, sementara pendukung Prancis menggunakan metafora visual dan humor agresif untuk menegaskan kekuatan lawan dan menegaskan dominasi tim mereka. Secara keseluruhan, interaksi visual tersebut menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai arena negosiasi makna, identitas kolektif, dan ekspresi emosional, menjadikan bahasa visual sebagai medium strategis dalam membangun narasi digital yang dinamis selama kompetisi sepak bola berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Arjulayana, M. E., Najamudin, Pratiwi, W. S., Lubis, W., Anandari, E., Adika, D., Nuryanti, D., Susanti, R., Hilaliyah, H., Wuarlela, M., & Haryati, G. 2025. *Linguistik: Pengantar bahasa dan visual*. Bali: CV Intelektual Manifes Media.
- Goodman, N. 1976. 1976. *Languages of Art*. Cambridge: Hackett Publishing.
- Hoed, Benny. H. 2011. *Semiotik & Dinamika Sosial Budaya*. Depok: Komunitas Bambu.
- Lewis, J. 1976. *The Art of Visual Communication*. New York: Oxford University Press.

- Lester, Paul, Martin. 2006. *Visual Communication: Images with messages*. USA: Thomson Wadsworth.
- Musliadi, M. et al. 2025. *Bahasa Visual dalam Iklan Digital: Studi Semiotika pada Platform Media Sosial*. RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi & Penyiaran Islam, 7(1).
- Sholihatin, E. et al. 2024. *Penggunaan Bahasa dan Desain Visual dalam Iklan Kopi Lokal*. Kohesi: Jurnal Multidisiplin Saintek, 5(12).
- Peirce, C.S. 1958. *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Edited by C. Hartshorne and P. Weiss. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Peirce, Ch. S. 1940. *The Philosophical of Peirce: Selected Writings*. Ed. J. Buchler. New York: Harcourt.
- Pesiwarissa, L.F. 2023. *Penggunaan Gaya Bahasa Hiperbola dalam Komunikasi Masyarakat Tutar Bahasa Melayu Ambon (Kajian Etnolinguistik)*. Arbiter, 5(1), pp. 845–854.
- Ware, C. 2013. *Information Visualization: Perception for Design*. USA: Morgan Kaufmann Publishers.