

MANIFESTASI DISFEMISME: MEMBONGKAR GANYANG MALAYSIA DALAM JUDUL BERITA SEPAK BOLA INDONESIA

Dysphemism Manifestation: Disassembly Ganyang Malaysia in Indonesian Football News Headlines

Aswan, Anang Santoso, Moch. Syahri

Universitas Negeri Malang

Jalan Semarang 5, Lowokwaru, Malang, Jawa Timur, Indonesia

Pos-el: aswan.2202118@students.um.ac.id

Abstract

In recent decades (1959—2023), the phrase ganyang Malaysia has been widely used by the media to frame the confrontation of Indonesia and Malaysia. Over time, the media has employed this phrase in various contexts, including Indonesian football headlines. So far, research related to the phrase ganyang Malaysia in the context of semantic studies has not shown significant results, warranting further investigation. Focus of this research is to examine the use of the phrase ganyang Malaysia in Indonesian football news headlines, based on its usage in media, meanings, and history. The method employed in this study was qualitative and utilized a semantic study approach. The research data consisted of 40 Indonesian football news headlines obtained from 10 online media. Indonesian media uses the phrase ganyang Malaysia to convey a sense of superiority and the euphoria. In terms of its meaning and history, phrase ganyang Malaysia manifests as a form of jargon disfemism with the purpose of characterizing, emphasizing, and representing unfavorable situations. The manifestation of disfemism in the phrase ganyang Malaysia serves as empirical evidence that sports can be a means of expressing emotions, national identity, and collective sentiments within society.

Keywords: *ganyang Malaysia; news headlines; football*

Abstrak

Frasa *ganyang Malaysia* dalam beberapa dekade ini (1959—2023) banyak digunakan media massa dalam membingkai konfrontasi Indonesia dengan Malaysia. Dalam perkembangannya, media massa menggunakan frasa tersebut dalam berbagai konteks, salah satunya tampak pada judul berita sepak bola Indonesia. Sejauh yang ditelusuri, belum ada penelitian secara spesifik mengungkapkan bagaimana frasa *ganyang Malaysia* pada judul berita. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk meneliti frasa *ganyang Malaysia* dalam judul berita sepak bola berbasis berdasarkan perspektif penggunaannya di media massa, makna, dan sejarah. Jenis metode penelitian yang diterapkan adalah kualitatif dengan pendekatan kajian semantik. Data penelitian adalah 40 judul berita sepak bola Indonesia yang didapatkan dari 10 media massa daring (media *mainstream*). Ditemukan bahwa frasa *ganyang Malaysia* digunakan media massa Indonesia untuk menampilkan superior dan euforia kemenangan Indonesia atas Malaysia atau kekalahan Malaysia dari Indonesia dan negara lain. Ditinjau dari makna dan sejarahnya, frasa *ganyang Malaysia* memanifestasikan disfemisme berbentuk *jargon* dengan tujuan untuk karakterisasi, penekanan, dan representasi situasi buruk. Manifestasi disfemisme dalam frasa *ganyang Malaysia* menjadi bukti empiris bahwa olahraga dapat menjadi sarana untuk mengekspresikan emosi, identitas nasional, dan sentimen kolektif dalam masyarakat.

Kata kunci: *ganyang Malaysia; judul berita; sepak bola*

How to cite (APA style)

Aswan, Santoso, A., & Syahri, M. (2023). Manifestasi Disfemisme: Membongkar Ganyang Malaysia dalam Judul Berita Sepak Bola Indonesia. *Suar Betang*, 18(2), 191–211. <https://doi.org/10.26499/surbet.v18i2.12884>

Naskah Diterima 6 September 2023—Direvisi 8 Oktober 2023

Disetujui 8 November 2023

PENDAHULUAN

Judul berita seringkali bisa menyesatkan pembaca. Bahkan, sumber-sumber berita konvensional atau *mainstream* yang dianggap bergengsi pun dapat terlibat dalam penggunaan strategi *clickbait*. Bahkan, editor di organisasi berita nasional ternama kadang-kadang melanggar pedoman gaya berita dengan menggunakan taktik tanda baca gaya tabloid seperti tanda tanya, elips, dan tanda seru. Selain itu, judul-judul yang ditampilkan dalam berita mencakup kata-kata yang dirancang untuk membangkitkan emosi dan rasa ingin tahu pada pembaca. Strategi penggunaan berbagai format penulisan dapat ditemukan dalam judul berita yang menjanjikan informasi istimewa dari artikel tersebut untuk menarik pembaca (Blom & Hansen, 2015; Johnson et al., 2021; Palau-Sampio, 2016).

Judul dalam pemberitaan di era digital ini menjadi elemen yang paling vital dan menarik perhatian para akademisi. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa berbagai jenis gaya judul memiliki dampak terhadap jumlah klik yang diterima oleh pembaca berita (Sun & Liang, 2023). Dalam konteks ini, pembingkai judul berita memiliki peran yang signifikan dalam memengaruhi persepsi pembaca terhadap isu yang diberitakan (Janét et al., 2022). Judul berperan krusial untuk menarik perhatian pembaca dalam menjelajahi seluruh isi artikel. Salah satu fungsi utama judul adalah untuk menarik perhatian pembaca dan mendorong mereka untuk membaca seluruh artikel tersebut. Seiring dengan perkembangan, representasi judul yang efektif dalam menghasilkan jumlah klik yang optimal semakin meningkat. Meskipun demikian, fenomena ini sering kali mendorong penulisan judul yang ambigu dan memancing rasa ingin tahu, sehingga

digunakan untuk menarik atensi pembaca agar mengklik judul tersebut (Kuiken et al., 2017).

Beragam teknik kebahasaan telah diimplementasikan pada judul berita, di antaranya mekanisme naratif, lexis yang sensasional dan memprovokasi yang diciptakan untuk menarik minat pembaca berita. Penggunaan konstruk linguistik tersebut dijadikan salah satu cara termudah untuk menyalurkan struktur ideologis dan melembagakan surat kabar (Choi & Kim, 2017). Bahkan secara spesifik cara upaya nasionalis secara implisit dapat dimanuver melalui judul berita (Aib et al., 2023).

Judul berita merupakan bagian dari wacana yang sangat multifungsi. Judul dikatakan sebagai aset vital dari sebuah berita yang disajikan melalui berbagai ekspresi. Judul berita difungsikan sebagai representasi isi artikel yang dapat menarik perhatian audiens dan membangkitkan minat terhadap berita. Tidak hanya itu, judul berita dapat menunjukkan sikap surat kabar terhadap isu-isu yang dibahas. Inilah sebabnya mengapa sebagian besar buku pegangan jurnalisme secara luas membahas gaya judul dan menginstruksikan penulis peserta pelatihan bagaimana menyesuaikan informasi dan rangsangan maksimal dengan kata-kata sesedikit mungkin. Di beberapa media, editor berita utama bertanggung jawab untuk menyesuaikan judul berita wartawan agar berita utama tersebut memiliki kualitas yang diinginkan. Sederhananya, judul berita dianggap sebagai bagian dari wacana berita yang dirancang khusus untuk menarik perhatian. Gaya judul berita juga terkenal karena kemampuannya menarik perhatian dan memberi isyarat humor melalui kreativitas, diksi, permainan kata atau gaya mode lisan (Conboy, 2006). Dalam berita media cetak atau daring, judul berita digunakan sebagai pengait utama bagi pembaca. Kadangkala judul ditampilkan berbelit-belit sehingga

seseorang perlu mengandalkan subjudul dan menjelaskan maknanya. Namun, umumnya, penelitian mengenai judul berita menekankan pada multifungsinya judul, dengan tujuan utama yang ditetapkan sebagai rangkuman, pbingkai, dan daya tarik (Bell, 1991). Faktanya, judul berita tidak hanya cenderung mengecilkan keseluruhan artikel menjadi beberapa bagian yang menarik secara linguistik tetapi mengungkapkan representasi sosial, budaya, dan nasional yang beredar dalam suatu masyarakat pada waktu tertentu (Fairclough, 2013).

Judul berita memegang peran penting dalam membingkai sebuah wacana dan fenomena. Oleh karena itu, penelitian terkait judul berita penting untuk dilakukan untuk melihat beragam praktik manifestasi yang dilakukan oleh penulis. Sementara itu, penelitian tentang judul berita juga dapat membantu masyarakat umum dalam memahami bagaimana media massa mempengaruhi persepsi publik terhadap suatu topik dan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana media massa saat ini dimanfaatkan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman terhadap isu-isu krusial.

Penelitian terkait judul berita telah diteliti melalui berbagai pendekatan ilmiah. Penelitian yang berkembang di antaranya gosip dalam judul berita (Finkbeiner, 2023); dampak judul berita pada aktivitas perdagangan (Kulbhaskar & Subramaniam, 2023); sentimen terhadap penggunaan biomassa hutan pada judul berita di Kanada (MacDonald et al., 2023); representasi perempuan dalam judul berita (Biadi & Fallaki, 2023); model perhatian melalui pelacakan mata dalam judul berita (Xie et al., 2019). Adapun secara spesifik fokus penelitian dalam konteks linguistik yang dilakukan pada judul berita, yaitu penggunaan afikasi (Yuniar et al., 2022); semantik verbal (Agustina et al., 2022); sarkasme (Hilmawan, 2022; Misra & Arora, 2023); klasifikasi sentimen (Delfariyadi et al., 2022); pelanggaran prinsip kesantunan (Rohmadi, 2023); efek linguistik (Gligorić et al., 2023); refleksi bilingual (Fakiroğlu & Topraksoy, 2023); analisis korpus (Malik et al., 2023); analisis pragmatik (Qizi & Bahriddinovna,

2023); dan metafora (Haula, 2020). Dari tinjauan penelitian terdahulu tersebut, telah terbukti bagaimana berbagai aspek bahasa digunakan secara kreatif untuk mempengaruhi audiens, membangun makna, serta mengomunikasikan informasi secara efektif dalam konteks media dan komunikasi saat ini.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian dalam penelitian ini terletak pada fokus dan pendekatan dalam menganalisis judul berita. Penelitian terdahulu yang disebutkan cenderung berfokus pada berbagai aspek dalam judul berita, di antaranya penggunaan afikasi, semantik verbal, sarkasme, klasifikasi sentimen, dan sebagainya yang masih bersifat umum. Sementara itu, penelitian ini “Manifestasi Disfemisme: Membongkar Ganyang Malaysia dalam Judul Berita Sepak Bola Indonesia” memiliki fokus yang lebih spesifik, yaitu menggambarkan manifestasi disfemisme dalam judul berita sepak bola Indonesia yang menggambarkan eksistensi Malaysia. Oleh karena itu, terdapat potensi untuk mengisi celah dalam memahami bagaimana bahasa digunakan dalam perspektif penggunaan disfemisme dalam konteks judul berita. Dengan demikian, hasil yang diharapkan adalah wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana penggunaan bahasa untuk menggambarkan konflik dan hubungan antarnegara dalam judul berita sepak bola Indonesia. Ini juga dapat membantu memahami peran media dalam memengaruhi persepsi publik terhadap negara-negara tetangga dalam konteks regional.

Berdasarkan tinjauan penelitian terdahulu, upaya dalam meninjau fenomena disfemisme pada judul berita sepak bola masih sulit ditemukan. Dengan demikian, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengkaji disfemisme dalam judul berita sepak bola Indonesia, terutama pada frasa *ganyang Malaysia*. Urgensi penelitian ini berdasar pada peran media massa Indonesia yang membingkai sejarah, sosial, budaya melalui pertandingan sepak bola Indonesia dengan Malaysia. Media massa acapkali menggunakan frasa *ganyang Malaysia* dalam judul berita sebagai bagian dari pemberitaan

ketika Indonesia bertemu Malaysia sebuah pertandingan sepak bola di Asia Tenggara. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus untuk mengkaji frasa *ganyang Malaysia* dalam perspektif disfemisme melalui kajian semantik historis, yaitu melalui pelacakan makna dan historisnya. Fokus tersebut yang menjadi pembeda dengan penelitian-penelitian terdahulu sehingga posisi penelitian ini penting untuk membongkar makna dibalik frasa *ganyang Malaysia*. Dalam dokumentasi sejarah, Indonesia dan Malaysia sebagai negara yang berdekatan secara geografis acapkali menghadapi berbagai problema. Situasi ini disertai dengan berbagai peristiwa dan ketegangan yang memengaruhi dinamika kedua negara (Irshanto, 2019). Respons emosional terhadap ketegangan tersebut seringkali muncul di kalangan sebagian masyarakat Indonesia, yang mengadopsi kembali frasa yang populer pada masa Orde Lama (1959-1965), yaitu "ganyang Malaysia" (Sunarti, 2013), slogan tersebut dipopulerkan oleh Presiden Soekarno.

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan perspektif kajian semantik dengan pendekatan teori disfemisme. Salah satu pola komunikasi yang menjadi atensi banyak peneliti antara lainnya adalah penggunaan bahasa disfemisme. Perkembangan pesat terjadi dalam kehidupan masyarakat secara masif berdampak signifikan pada pola komunikasi. Fenomena itu umum dijumpai dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan bahasa disfemisme ini merambah di berbagai dimensi komunikasi masyarakat, baik dalam bentuk percakapan lisan maupun dalam tulisan. Penggunaan disfemisme dapat menjadi sarana untuk mengekspresikan perasaan yang bernuansa superior dengan lebih kuat dan tajam. Di samping itu, bentuk bahasa ini juga dapat memberikan dimensi ekspresif yang lebih kaya dan memberikan warna tersendiri dalam komunikasi antarindividu (Selgianita & Antono, 2023). Disfemisme dapat diidentifikasi melalui konteksnya. Dengan menggunakan disfemisme, seorang penutur mempunyai niat untuk melakukan hal tersebut menyakiti perasaan audiensnya dengan mengungkapkan suatu kenyataan secara langsung. Umumnya, disfemisme digunakan

oleh penutur untuk membicarakan penutur lain, misalnya hal-hal yang tidak disetujui atau lainnya (Ristiyan & Rustono, 2023).

Disfemisme atau dikenal juga sebagai disfemia merupakan sebuah fenomena linguistik yang mewakili bentuk perubahan semantis tergolong dalam ranah gaya bahasa. Kemampuan disfemisme dalam mengarahkan sindiran pada pembaca termanifestasi melalui adaptasi konteks secara langsung atau pun tidak langsung terhadap objek sindiran yang ada. Fenomena disfemisme mencakup penyaluran ekspresi dengan konotasi negatif atau bahkan merendahkan. Secara umum, disfemisme dapat didefinisikan sebagai strategi linguistik yang bertujuan untuk menggantikan entitas kosakata yang semula memiliki makna netral atau halus dengan bentuk kosakata yang bersifat kasar tergantung konteks situasi percakapan dan biasanya konteks percakapan yang menegangkan. Ekspresi disfemisme tersebut acapkali muncul akibat perasaan ketidakpuasan antara penutur. Dalam berbagai konteks tuturan, ekspresi disfemisme umumnya diimplementasikan untuk meluapkan perasaan ketidaknyamanan, kemarahan, ketidaksetujuan, frustrasi, dan aspek negatif lainnya. Disfemisme mengadopsi manifestasi bahasa yang mengandung unsur tabu yang timbul akibat dari emosi berupa benci dan upaya untuk menciptakan rasa penghinaan. Disfemisme juga dapat diucapkan dalam konteks situasi yang berhubungan dengan aspek emosional dari penutur (Allan & Burridge, 1991, 2006; Chaer, 2009; Sutarman, 2009).

Umumnya, bentuk disfemisme dapat ditinjau dari bentuk linguistik berupa kata, frasa, klausa, bahkan kalimat (Wijana & Rohmadi, 2008). Beberapa penelitian hanya mengkaji dan meninjau wujud disfemisme berdasarkan perspektif bentuk umum tersebut (Ans et al., 2020; Juwita & Wahyudi, 2018; Khasan et al., 2014; Pascarina, 2018; Sutanto & Assidik, 2022). Secara spesifik, strategi pembentukan bentuk disfemisme mirip dengan eufemisme. Seyogyanya, strategi pembentukan disfemisme dikatakan sama dengan eufemisme. Wujud disfemisme meliputi *circumlocutions*, *metaphors*, *omissions*, *hyperbole*, *colloquial*, *general-for-*

specific, clippings, figurative, one-for-one substitution, circumlocutions, flippancies, jargon, part-of-whole, abbreviation, remodellings, understatements, acronym, dan (Allan & BurrIDGE, 1991).

Eksresi disfemisme juga memiliki fungsi tertentu, baik lisan maupun tulisan. Fungsi-fungsi ini digunakan oleh pembicara dan penulis untuk menyampaikan maksudnya kepada pendengar atau pembacanya (Maulana et al., 2020). Menurut kategorisasi yang dikemukakan oleh (Allan & BurrIDGE, 2006), ada tujuh fungsi utama disfemisme. Pertama, disfemisme dapat digunakan untuk merendahkan orang lain. *Kedua*, disfemisme digunakan untuk mengkarakterisasi identitas kelompok tertentu. *Ketiga*, disfemisme difungsikan sebagai sarana untuk menunjukkan kemarahan. *Keempat*, disfemisme difungsikan untuk menyoroti dengan kuat suatu aspek atau keadaan tertentu atau menekankan suatu hal atau kondisi tertentu. *Kelima*, disfemisme digunakan untuk mengekspresikan dan menggambarkan keadaan atau kondisi yang sangat tidak menguntungkan. *Keenam*, disfemisme tidak hanya sebatas memperlakukan orang lain atau mengungkapkan rasa jijik melainkan berfungsi sebagai bentuk sapaan ramah di antara teman dekat. *Ketujuh*, disfemisme juga digunakan untuk menyampaikan keheranan atau ketakjuban.

Disfemisme memiliki tujuan atau dasar penggunaan tertentu, seperti menyampaikan hal-hal yang dianggap tabu, kurang sopan, ekspresi ketidaksetujuan, visualisasi yang negatif, ekspresi kemarahan atau kekesalan, mengeluarkan umpatan atau kata-kata kasar, mengekspresikan ketidakhormatan atau pembeberan, mengkritik, memberikan penilaian berlebihan terhadap sesuatu, mencaci-maki, atau menyoroti sesuatu yang dianggap rendah nilainya (Heryana, 2019). Sementara itu, fungsi disfemisme acap kali muncul sebagai bagian dari strategi untuk merendahkan orang lain, menyatakan ketidaksetujuan, memberikan dampak negatif pada hal yang positif, serta mengekspresikan kebencian seseorang melalui penggunaan kata-kata yang tidak sopan. Fungsi disfemisme ini berkembang di media sosial

dan berkaitan erat dengan perilaku ujaran di masyarakat. Penggunaan disfemisme dapat melibatkan penggunaan kata, frasa, dan ungkapan tertentu (Ramadhani et al., 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Indonesia menunjukkan bahwa terdapat tujuh fungsi disfemisme yang diidentifikasi dalam media massa daring, yakni (1) menyatakan rasa heran, (2) mengekspresikan kedekatan dalam interaksi sosial, (3) menyampaikan emosi, (4) menyatakan perasaan kesal, (5) mengekspresikan penghinaan, (6) menyampaikan lelucon atau tujuan humor, dan (7) menyatakan rasa frustrasi dan kejengkelan (Juwita & Wahyudi, 2018). Secara keseluruhan, penelitian tersebut menggambarkan kompleksitas dan keragaman fungsi disfemisme dalam konteks komunikasi di media massa. Identifikasi tujuh fungsi utama disfemisme, mulai dari menyatakan rasa heran hingga menyampaikan rasa frustrasi, memberikan gambaran yang kaya tentang berbagai cara disfemisme digunakan dalam beragam situasi. Ini menyoroti fleksibilitas bahasa dalam menyampaikan nuansa emosional, hubungan sosial, dan bahkan humor melalui ekspresi yang lebih tajam dan kontroversial.

Disfemisme memiliki berbagai fungsi lebih dari sekadar menyampaikan konsep-konsep negatif atau tabu. Ini mencakup serangkaian niat komunikatif, mulai dari penghinaan hingga penekanan, mencirikan identitas kelompok, mengungkapkan kemarahan, mewakili situasi buruk, menunjukkan kedekatan persahabatan, dan bahkan mengungkapkan keheranan atau keheranan atas aspek-aspek positif.

METODE PENELITIAN

Jenis metode yang diimplementasikan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Metode ini telah banyak diaplikasikan secara luas untuk menganalisis fenomena sosial kompleks dan mendalam. Penggunaan metode ini bertujuan untuk melacak dan mendeskripsikan manifestasi disfemisme dalam judul berita sepak bola, khususnya pada konteks berita sepak bola di Indonesia yang mengandung frasa *ganyang Malaysia*. Metode penelitian

kualitatif digunakan untuk membongkar makna, fungsi, dan sejarah yang sejalan dengan konteks sosial yang melatarbelakangi penggunaan frasa *Ganyang Malaysia* dalam judul berita sepak bola Indonesia. Penjabaran dilakukan secara deskriptif dan naratif. Melalui analisis kualitatif akan membantu mengidentifikasi makna berbasis kamus, fungsi, dan historis penggunaannya. Penggunaan metode ini bersifat naturalistik karena dilakukan dengan mendapatkan data pada kondisi yang sebenarnya serta paradigma berpikir dijabarkan secara deskriptif dan naratif. Sederhananya, upaya penggunaan metode kualitatif ini tidak untuk mengeneralisasi melainkan menggambarkan fenomena atau isu yang dibahas.

Data dalam penelitian ini bersumber dari berita media massa (daring) yang dapat diakses oleh masyarakat umum atau yang dikenal juga sebagai berita *open access*. Artinya, berita-berita yang didapatkan melalui laman media massa. Sumber data penelitian dibatasi dalam konteks media massa yang bersifat *mainstream* atau media massa yang dianggap berkredibel skala pemberitaan nasional. Seyogyanya, media *mainstream* dikatakan sebagai media yang memiliki aturan yang ketat, jurnalis yang berpendidikan dan beretika, serta membingkai fakta (Mudjiyanto & Dunan, 2020). Terdapat 20 sumber berita *mainstream* Indonesia yang menjadi pelacakan awal data penelitian. Dari 20 sumber berita tersebut, hanya terdapat 10 sumber berita *mainstream* yang memuat konten sepak bola dengan frasa *ganyang Malaysia*.

Berdasarkan penelusuran sumber data yang dilakukan pada kurang lebih 74 media *mainstream* (Damarjati, 2017). Peneliti menemukan 10 media berita *mainstream* Indonesia yang menggunakan frasa *ganyang Malaysia*, konteks dalam judul berita sepak bola, yaitu Kompas.com, Detik.com, CNN Indonesia, SindoNews, Liputan6, Okezone.com, Suara.com, Tribun News, Berita Satu, dan Viva.co.id. Hasil tinjauan yang berulang, ditemukan 40 judul berita sepak bola Indonesia yang menerapkan frasa *ganyang Malaysia* untuk membingkai pertandingan sepak bola. Data tersebut diperoleh melalui proses pencarian dengan

menggunakan beberapa alternatif kata kunci, yaitu (1) ganyang; (2) *ganyang Malaysia*; (3) sepak bola Malaysia; dan (4) Malaysia.

Tahapan pengumpulan data dilakukan beberapa tahapan. Pertama, pengumpulan data dimulai dari membaca literatur terkait sumber berita *mainstream Indonesia*. Kedua, pencarian data penelitian berupa judul berita sepak bola yang mengandung frasa *ganyang Malaysia* per laman berita secara daring. Ketiga, pembacaan judul berita secara holistik, membaca judul dengan isi, agar data yang ditemukan sesuai dengan benar mengandung pemberitaan sepak bola. *Keempat*, pemeriksaan berulang pada judul berita dengan laman berita agar data yang dapatkan benar valid. Proses pengumpulan data ini krusial untuk memastikan bahwa informasi yang digunakan dalam analisis mencerminkan secara memadai keragaman dan relevansi terhadap situasi penelitian. Dengan mengambil sampel dari berbagai media massa, penelitian ini berusaha untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana frasa tersebut digunakan dalam judul berita sepak bola selama periode waktu yang telah ditentukan.

Penelitian ini menerapkan teknik analisis data berupa model analisis interaktif yang diperkenalkan oleh (Miles et al., 2014). Model ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dan menggambarkan secara komprehensif bagaimana frasa ini diungkapkan dalam judul berita sepak bola, mengidentifikasi makna dan fungsi disfemisme yang mungkin terdapat secara implisit, dan mengungkapkan fenomena sejarahnya. Terdapat tiga alur model analisis interaktif yang digunakan, yaitu pereduksian data, penyajian data, dan penarikan simpulan. Pertama, reduksi data dilakukan dengan mengidentifikasi dan mengumpulkan berbagai judul berita yang mengandung frasa *ganyang Malaysia* dengan memastikan keberagaman sumber dan konteks yang digunakan. Kedua, penyajian data melibatkan pengorganisasian judul berita dalam format yang kondusif untuk analisis. Pada tahap ini, peneliti dapat melihat apakah frasa tersebut digunakan dalam konteks yang merendahkan atau membawa konotasi negatif terhadap tim sepak bola Malaysia, ditinjau dengan teori

disfemisme, pelacakan makna leksikal atau gramatikal, dan sumber rujukan ilmiah untuk pelacakan sejarahnya. Tahap penarikan kesimpulan membantu peneliti dalam menyimpulkan sejauh mana frasa *ganyang Malaysia* digunakan secara disfemistis dalam judul berita sepak bola Indonesia. Dalam hal ini, model analisis interaktif akan membantu mengungkap makna tersirat dari frasa tersebut, serta mengeksplorasi implikasi linguistik dan sosialnya dalam konteks berita sepak bola. Dengan menggabungkan tujuan penelitian dan pendekatan analitis yang tepat, penelitian ini dapat memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana disfemisme tercermin dalam judul berita sepak bola yang menggunakan frasa *ganyang Malaysia*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan Frasa *Ganyang Malaysia* di Media Indonesia

Pada judul berita sepak bola Indonesia, khususnya ketika Indonesia bertemu Malaysia, frasa *ganyang Malaysia* kerap digunakan media Indonesia dalam membingkai pemberitaan. Terdapat sebanyak 40 judul berita sepak bola Indonesia dari sepuluh media massa yang menggunakan frasa *ganyang Malaysia*.

CNN Indonesia mengeluarkan berita sepak bola yang mengandung frasa *ganyang Malaysia* sebanyak lima artikel selama kurun waktu 1997 sampai dengan 2022. Pemberitaan yang dimuat dalam CNN Indonesia membingkai pertandingan sepak bola Indonesia dan Thailand yang berhasil mengalahkan Malaysia sebagai berikut.

- | | |
|--------|--|
| Data 1 | Ganyang Malaysia , Thailand Terlalu Superior |
| Data 2 | Ganyang Malaysia 4-1, Indonesia ke Semifinal Piala AFF |
| Data 3 | Catatan-Catatan Menarik Usai Indonesia Ganyang Malaysia |
| Data 4 | Elkan Baggott Usai Ganyang Malaysia : Malam Luar Biasa |
| Data 5 | Momen Istimewa Bima Sakti Ganyang Malaysia |

Penggunaan frasa *ganyang Malaysia* pada judul berita CNN Indonesia digunakan untuk membingkai kekalahan Malaysia pada pertandingan sepak bola di beberapa ajang sepak bola Asean. Data (1) frasa *ganyang Malaysia* digunakan untuk menggambarkan kemenangan Thailand 3-0 dari Malaysia di semifinal Piala AFF 2022. Data (2) digunakan frasa *ganyang Malaysia* untuk menggambarkan kemenangan Indonesia atas Malaysia 4-1 di semifinal Piala AFF 2020. Data (3) frasa *ganyang Malaysia* juga digunakan untuk menggambarkan kekalahan Malaysia 0-3 pada laga persahabatan 2016 di Stadion Manahan. Adapun data (4) dan (5) penggunaan frasa *ganyang Malaysia* digambarkan kemenangan Malaysia melalui tokoh Elkan Baggott sebagai atlet dan Bima Sakti sebagai asisten pelatih sebagai representasi Indonesia telah mengalahkan Malaysia di pertandingan Piala AFF 2020 dan SEA Games 1997. Penggunaan frasa *ganyang Malaysia* oleh CNN Indonesia adalah untuk merujuk keberhasilan Indonesia dan Thailand mengalahkan Indonesia dalam ajang sepak bola, terutama dalam kompetisi seperti Piala AFF, SEA Games, dan pertandingan persahabatan. Penggunaan frasa *ganyang Malaysia* dalam berita CNN Indonesia mencerminkan dinamika persaingan dan emosi yang terkait dengan olahraga serta menciptakan narasi yang superioritas kemenangan terhadap suatu negara.

Detik.com hanya menggunakan frasa *ganyang Malaysia* pada tiga judul artikel rentang waktu 2020 sampai dengan 2023. Frasa tersebut dikemas dalam judul untuk membingkai pertandingan sepak bola antara Indonesia dengan Malaysia. Konteks pemberitaan dijabarkan pada pertandingan sepak bola Piala Asia dan Piala AFF sebagai berikut.

- | | |
|--------|---|
| Data 6 | Timnas U-17 Wajib Ganyang Malaysia , Jangan Cuma Imbang |
| Data 7 | Indonesia Ganyang Malaysia , Safee Sali Bilang 'Selamat Maju Jaya' |
| Data 8 | Timnas Indonesia Ganyang Malaysia , Tampik Attack Jadi Kunci |

Data (6) frasa *ganyang Malaysia* digunakan sebagai penegasan bahwa Timnas Indonesia harus mengalahkan Malaysia di pertandingan sepak bola Piala Asia 2023. Data (7) konteks penggunaan frasa *ganyang Malaysia* adalah untuk menyatakan kemenangan Indonesia atas Malaysia di Piala AFF 2020 melalui tokoh pemain sepak bola Safee Sali sebagai objek yang menyatakan kemenangan Indonesia. Adapun frasa *ganyang Malaysia* pada data (8) digunakan untuk menyatakan kemenangan atau keberhasilan Timnas Indonesia atas Malaysia di Piala AFF 2020 dengan keterangan tambahan bahwa kemenangan tersebut dihasilkan melalui strategi yang baik dari Timnas Indonesia. Ada tiga hal yang menjadi dasar Detik.com penggunaan frasa *ganyang Malaysia* dalam judul berita sepak bolanya, yaitu untuk menyatakan target Indonesia untuk mengalahkan Malaysia, menyatakan kemenangan Malaysia dengan sudut pandang atlet, serta menegaskan kemenangan Indonesia melalui strategi yang digunakan.

Media massa Kompas.com hanya menampilkan satu frasa *ganyang Malaysia* dalam judul berita sepak bola. Frasa tersebut digunakan untuk memberitakan pertandingan sepak bola Indonesia dengan Malaysia pada Piala AFF 2010. Dalam pertandingan tersebut, Indonesia berhasil mengalahkan Indonesia sebagai berikut.

Data 9 Indonesia **Ganyang Malaysia** 5-1

Data (9) frasa *ganyang Malaysia* digunakan untuk menegaskan bahwa Indonesia berhasil mengalahkan Malaysia 5-1 di pertandingan Piala AFF 2010 pada penyisihan Grup A di Stadion Gelora Bung Karno, Jakarta. Sementara itu, penggunaan frasa *ganyang Malaysia* pada judul *Indonesia ganyang Malaysia 5-1* sudah jelas mengandung makna bahwa Indonesia mengalahkan Malaysia 5-1. Kompas.com menampilkan frasa *ganyang Malaysia* dalam konteks ini mencerminkan prestasi signifikan Indonesia yang telah mengalahkan Malaysia dalam sebuah kompetisi sepak bola antarnegara di kawasan Asia Tenggara. Frasa tersebut bagian dari memamerkan rivalitas dan persaingan yang intens antara tim-tim

nasional. Selain itu, Kompas.com menggunakan frasa tersebut untuk menciptakan narasi emosional dan simbol kuat dari tekad Indonesia untuk mengatasi tantangan yang dihadapi dari salah satu rival terberatnya, yaitu Malaysia.

Ditemukan dua judul berita sepak bola yang mengandung frasa *ganyang Malaysia* dalam Liputan6.com. Frasa ini digunakan untuk membingkai pertandingan sepak bola Piala Asia 2018. Namun, terdapat keunikan data yang digunakan Liputan6.com, yaitu dengan menggunakan pola terbalik *ganyang Malaysia* menjadi *Malaysia ganyang* sebagai berikut.

Data 10 Diwarnai 2 Penalti, **Malaysia Ganyang** Timnas U-19

Data 11 Liga Perdana, Timnas Indonesia U-22 **Siap Ganyang Malaysia**

Data (10) frasa *ganyang Malaysia* digunakan dalam judul terbalik *Malaysia ganyang* untuk menampilkan kekalahan Indonesia di pertandingan kualifikasi Piala Asia U-19 2018. Jadi, frasa tersebut dilengkapi dengan keterangan tambahan kemenangan Malaysia 1-4 dari Indonesia dengan adanya finalti. Artinya, penggunaan frasa *Malaysia ganyang* disertai alasannya. Judul pada data (11) menampilkan frasa *ganyang Malaysia* untuk menegaskan target Timnas Indonesia untuk mengalahkan Malaysia di Piala Asia U-23 2018. Hal itu dikuatkan dengan kata *siap* yang menandakan bahwa pertandingan belum dimulai. Dalam kedua konteks judul yang disebutkan, frasa *ganyang Malaysia* diimplementasikan dengan makna yang berbeda. Pertama, frasa ini digunakan untuk mencerminkan kekalahan Indonesia. Kedua, digunakan untuk menggarisbawahi ambisi Timnas Indonesia untuk mengalahkan Malaysia. Dengan kata lain, frasa ini digunakan dalam dua situasi berbeda untuk mencerminkan persaingan sengit antara Indonesia dan Malaysia dalam dunia sepak bola.

Media massa Okezone salah satu koran yang dapat diakses secara daring yang memuat beragam topik berita. Salah satu topik berita yang menjadi fokus berita adalah sepak bola dalam dan luar negeri. Berkaitan dengan

judul berita yang mengandung frasa *ganyang Malaysia*, ditemukan ada dua judul berita sepak bola yang dapat diakses. Dua judul berita tersebut dipublikasikan dalam rentang waktu 2012 sampai dengan 2013 sebagai berikut.

Data 12	The Blues Ganyang Malaysia
Data 13	Persiba Optimis Ganyang Tim Malaysia

Penggunaan frasa *ganyang Malaysia* pada data (12) adalah untuk mengungkapkan kemenangan Chelsea yang berhasil menang telak atas Malaysia 4-1. Frasa tersebut digunakan sebagai penegasan bahwa Chelsea berhasil mengalahkan Malaysia dalam laga pramusim di Selangor tahun 2013. Kemudian data (13) menampilkan frasa dengan tambahan kata *tim* sehingga menjadi *ganyang tim Malaysia*. Adapun maksud yang ingin disampaikan adalah kalahkan tim Malaysia, konteksnya target dan harapan Persiba (Indonesia) agar dapat mengalahkan Malaysia di pertandingan ajang uji coba di Stadion Sultan Agung Bantul tahun 2012. Tidak hanya menargetkan menjadi juara, tetapi juga sebagai ajang untuk gengsi bangsa. Dari analisis ini, ditemukan bahwa animo Okezone menggunakan frasa *ganyang Malaysia* dalam judul beritanya adalah untuk menyatakan euforia optimisme mengalahkan timnas Malaysia di ajang sepak bola melalui Chelsea dan Persiba.

Berita Satu hanya memublikasikan satu judul berita yang memuat frasa *ganyang Malaysia*. Data yang ditemukan adalah berita sepak bola yang berkontekskan pada pertandingan Piala AFF 2020 sebagai berikut.

Data 14	Piala AFF: Indonesia Ganyang Malaysia , Ini Komentar Ketum PSSI
---------	--

Frasa *ganyang Malaysia* dalam judul berita Berita Satu pada data (14) digunakan untuk menegaskan kemenangan Indonesia dari Malaysia. Namun, inti berita tersebut adalah komentar atau pendapat Ketua Umum (Ketum) PSSI terkait kemenangan Indonesia dan sukses mengalahkan Malaysia 4-1 (Grup

B Piala AFF 2020) di Singapura. Penggunaan frasa *ganyang Malaysia* digunakan sebagai simbol bahwa Indonesia berhasil mengalahkan Malaysia yang didukung melalui pendapat atau komentar ketum PSSI.

Media massa SINDONews menggunakan frasa *ganyang Malaysia* pada enam judul artikel yang memuat pertandingan sepak bola Piala AFF 2020 hingga 2022. Frasa *ganyang Malaysia* digunakan untuk menggambarkan keberhasilan Indonesia dan Thailand atas Malaysia dalam konteks sepak bola. Penggunaan frasa tersebut untuk representasi euforia kemenangan sebagai berikut.

Data 15	Ganyang Malaysia , Thailand Tantang Vietnam di Final Piala AFF 2022
Data 16	Ganyang Malaysia , Ranking FIFA Timnas Indonesia Meroket
Data 17	Timnas Indonesia Ganyang Malaysia , Egy Maulana Vikri Panjatkan Syukur Ilham Sigit
Data 18	Timnas Indonesia U-23 Ganyang Malaysia , Sananta Pecah Kebuntuan di Babak Pertama
Data 19	Timnas Indonesia Ganyang Malaysia , Komentar Safee Sali Terbukti Salah Cikal Bintang Raissatria
Data 20	Shin Tae-yong Beber Kunci Kesuksesan Timnas Indonesia Ganyang Malaysia

Frasa *ganyang Malaysia* yang digunakan dalam judul berita sepak bola data (15) adalah untuk menyampaikan kekalahan Malaysia dari Thailand di Piala AFF 2022. Konteks tersebut dikuatkan dengan keterangan bahwa Thailand menantang Vietnam di Final Piala AFF 2022. Adapun frasa *ganyang Malaysia* pada judul berita sepak bola pada data (16), (17), (18), dan (19) digunakan untuk menyampaikan keunggulan Indonesia melalui sudut pandang atlet, yaitu Egy Maulana, Sananta, dan Safee Sali. Hal yang sama tampak pada data (20) yang memunculkan sudut pandang pelatih Shin Tae-yong. Konteks berita tersebut adalah Piala AFF 2020 dan 2022. Hasil analisis ini mengungkapkan bahwa SindoNews merepresentasikan frasa

ganyang Malaysia secara konsisten dan kontekstual untuk menyampaikan hasil pertandingan serta ekspresi keunggulan tim atau atlet dalam berbagai situasi dengan menekankan kekalahan Malaysia. Penggunaan frasa ini didasarkan pada fakta-fakta dalam pertandingan dan melibatkan berbagai sudut pandang, seperti atlet dan pelatih, sehingga memberikan informasi yang relevan dan informatif kepada pembaca.

Media massa Suara.com menggunakan frasa *ganyang Malaysia* pada enam judul berita sepak bola. Konteks berita menggambarkan pertandingan sepak bola Indonesia dengan Malaysia dan Singapura. Frasa tersebut menjadi dasar *framing* berita bahwa timnas Indonesia memiliki optimisme dalam mengalahkan rivalnya sebagai berikut.

- Data 21 Alasan Timnas Indonesia U-23 Harus **Ganyang Malaysia** Meski Tanpa Target di Piala AFF U-23 2023
- Data 22 Lupakan Euforia **Ganyang Malaysia**, Saatnya Timnas Indonesia Fokus Kalahkan Singapura
- Data 23 Piala Aff 2020: **Ganyang Malaysia** 4-1, Tim Garuda Melaju Ke Semifinal
- Data 24 **Ganyang Malaysia** 4-1, Timnas Indonesia ke Semifinal Piala AFF Sebagai Juara Grup B
- Data 25 Jalani Debut Bareng Timnas, Yabes Roni Ingin **Ganyang Malaysia**
- Data 26 Cek Fakta: Demi Ambisi **Ganyang Malaysia**, STY Geber Fisik Pemain Timnas Indonesia Sampai Teriak Minta Ampun

Data (21) menunjukkan frasa *ganyang Malaysia* sebagai representasi harapan agar dapat mengalahkan Malaysia di Piala AFF 2023. Data (22) dimunculkan frasa *ganyang Malaysia* sebagai penegasan superioritas yang telah mengalahkan rivalnya di ajang sepak bola. Frasa tersebut digunakan sebagai ambisi dan optimisme untuk mengalahkan Singapura di Piala AFF 2020. Adapun data (23) dan (24) menunjukkan penggunaan frasa *ganyang Malaysia* sebagai ungkapan keberhasilan Indonesia mengalahkan Malaysia dan berhasil ke semifinal Piala AFF 2020. Data (25)

menampilkan frasa *ganyang Malaysia* sebagai opini Yabes Roni (atlet) untuk mengalahkan Malaysia di Piala AFF 2020. Sementara itu, judul berita data (26) memaparkan fakta-fakta persiapan timnas Indonesia dalam mengalahkan Malaysia. Dengan demikian, Suara.com menggunakan frasa *ganyang Malaysia* secara konsisten untuk menggambarkan harapan, optimisme, ambisi, serta keberhasilan timnas Indonesia dalam mengalahkan Malaysia di ajang Piala AFF 2020. Data yang disajikan menggambarkan bahwa frasa tersebut menjadi simbol semangat kompetitif dan mencerminkan tekad timnas Indonesia untuk mencapai kemenangan dalam pertandingan penting dan juga digunakan sebagai alat motivasi untuk mengatasi lawan-lawan kuat.

Tribunnews.com menggunakan frasa *ganyang Malaysia* pada delapan judul berita sepak bola pada pertandingan sepak bola Piala AFF 2020 dan Piala AFF 2010. Secara umum, penggunaan frasa *ganyang Malaysia* digunakan sebagai bagian dari potret kemenangan Indonesia atas Malaysia sebagai berikut.

- Data 27 Indonesia **Ganyang Malaysia** 4-1 Piala AFF 2020 dan Ciamiknya Pratama Arhan Pemain asal PSIS Semarang
- Data 28 Arhan Cetak Gol Jarak Jauh, Timnas Indonesia **Ganyang Malaysia** 4-1 di Piala AFF 2020
- Data 29 Menang Telak 4-1, Indonesia **Ganyang Malaysia** di Piala AFF 2020, Garuda Juara Grup B
- Data 30 Malaysia Vs Indonesia di AFF Suzuki Cup 2020, **Ganyang Malaysia**
- Data 31 Hasil Akhir Skor 4-1 Timnas Indonesia **Ganyang Malaysia**, Garuda Vs Singapura di Semifinal Piala AFF
- Data 32 Timnas Indonesia **Ganyang Malaysia** di Piala AFF 2020, Ditunggu Singapura di Semifinal
- Data 33 Syarat Wajib Indonesia Lolos Semifinal AFF 2020, Harus **Ganyang Malaysia**, Opsi Lain Bikin Berat?
- Data 34 Timnas **Ganyang Malaysia** 5-1
- Data 35 Hasil Akhir Semifinal Piala AFF U23 Vietnam vs Malaysia: Bintang

Emas **Ganyang Harimau Malaya** 4-1

Data (27) dan (28) menampilkan frasa *ganyang Malaysia* untuk menyatakan kemenangan Indonesia atas Malaysia berdasarkan sudut pandang pemain (Arhan) di Piala AFF 2020. Berbeda dengan data tersebut, data (29) dan (30) secara langsung dan lugas menggunakan frasa *ganyang Malaysia* untuk menyatakan kemenangan Indonesia dari Malaysia tanpa *framing* pemain. Adapun data (31) dan (32) memuat frasa *ganyang Malaysia* dalam judul berita sebagai bagian dari penekanan keberhasilan Indonesia mengalahkan Malaysia di Piala AFF dengan keterangan tambahan bahwa Indonesia akan bertanding dengan Singapura di Semifinal. Kemudian, data (33) menampilkan frasa *ganyang Malaysia* sebagai target Indonesia untuk mengalahkan Malaysia di semifinal Piala AFF 2020. Sementara itu, data (34) menggunakan frasa *ganyang Malaysia* untuk menandakan keberhasilan Indonesia mengalahkan Malaysia di Piala AFF 2010 dengan skor 5-1. Berbeda data lainnya, data (35) menggunakan frasa *ganyang harimau Malaya* sebagai bagian dari perluasan dari frasa *ganyang Malaysia*. Frasa tersebut digunakan untuk menunjukkan keberhasilan Vietnam mengalahkan Malaysia di Piala AFF 2022. Jadi, dapat dikatakan bahwa Tribunnews.com menampilkan frasa *ganyang Malaysia* sebagai simbol atau ungkapan untuk semboyankan kemenangan Indonesia atas Malaysia dalam kompetisi sepakbola Piala AFF, baik dari sudut pandang pemain atau sebagai target untuk pertandingan selanjutnya. Penggunaannya frasa tersebut mencerminkan bagian penting dalam pembentukan narasi dan semangat olahraga dalam berbagai konteks.

Media massa Viva.co.id. menampilkan frasa *ganyang Malaysia* dalam empat judul berita dalam konteks pertandingan sepak bola SEA games dan Piala AFF. Secara umum, penggunaan frasa *ganyang Malaysia* digunakan untuk menyatakan keberhasilan Indonesia mengalahkan Malaysia dalam ajang sepak bola sebagai berikut.

Data 36	Ganyang Malaysia , Timnas Indonesia Raih Perunggu Sepakbola SEA Games
Data 37	Hasil Lengkap: Indonesia Ganyang Malaysia , Napoli Permalukan AC Milan
Data 38	Indonesia Juara Grup B Usai Ganyang Malaysia dan Kangkangi Vietnam
Data 39	Strategi Jitu Timnas U-16 Demi Ganyang Malaysia
Data 40	Piala AFF U-23 2023: Ganyang Malaysia, Vietnam ke Final

Data (36) menampilkan frasa *ganyang Malaysia* sebagai ekspresi simbolis bahwa Indonesia mengalahkan Malaysia dan berhasil meraih medali perunggu pada cabang olahraga sepakbola putra SEA Games 2021. Data (37) menggunakan frasa *ganyang Malaysia* untuk menampilkan isi lengkap berita bahwa Indonesia berhasil menang atas Malaysia di Piala AFF 2020 dan ditampilkan juga informasi lain terkait isu sepak bola luar. Data (38) frasa *ganyang Malaysia* digunakan untuk menekankan kemenangan Indonesia terhadap Malaysia. Data (39) secara umum menjelaskan strategi yang digunakan untuk mengalahkan Malaysia dan adanya frasa *ganyang Malaysia* bagian dari penegasan bahwa Malaysia kalah. Data (40) penggunaan frasa *ganyang Malaysia* untuk menyampaikan kemenangan Vietnam atas Malaysia.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis 40 judul berita sepak bola yang mengandung frasa *ganyang Malaysia*, ditemukan bahwa media massa yang kerap menggunakan frasa *ganyang Malaysia* adalah Tribunnews.com dengan 9 judul berita, sedangkan media massa lainnya memuat frasa *ganyang Malaysia*, yaitu SINDONews.com dan Suara.com (6); CNN Indonesia dan Viva.co.id (5); Detik.com (3); Liputan6.com dan Okezone.com (2), serta Kompas.com dan Beritasatu.com (1) judul berita. Adapun topik berita sepak bola yang diangkat adalah pertandingan Indonesia vs Malaysia, Thailand vs Malaysia, Vietnam vs Malaysia, dan Chelsea vs Malaysia. Konteks pertandingan yang diberitakan Piala

AFF, SEA Games, Piala Asia, Liga Persahabatan, dan Liga Pramusim. Piala AFF merupakan pertandingan yang paling banyak diberitakan.

Frasa *ganyang Malaysia* digunakan untuk menyampaikan tiga hal. *Pertama*, media massa menggunakan frasa tersebut untuk mengungkapkan kemenangan Indonesia atau negara lain yang bertanding dengan Malaysia. *Kedua*, media massa menggunakan frasa yang sama untuk menyampaikan kekalahan Malaysia dari Indonesia dan negara lain. *Ketiga*, frasa *ganyang Malaysia* digunakan untuk menyampaikan target dan optimisme Indonesia dan negara lain dalam mengalahkan Malaysia di pertandingan sepak bola. Penggunaan frasa *ganyang Malaysia* juga dilengkapi dengan beberapa keterangan tambahan seperti strategi mengalahkan Malaysia, euphoria mengalah Malaysia, bangga mengalahkan Malaysia, fakta kekalahan Malaysia, catata kemenangan Indonesia, dan syarat mengalahkan Malaysia. Selain itu, media massa juga menggunakan nama atlet, pelatih, dan tokoh-tokoh lainnya sebagai keterangan tambahan atau mewakili sebuah negara. Untuk melacak manifestasi disfemisme dalam frasa *ganyang Malaysia* pada judul berita sepak bola Indonesia, berikut tinjauan dari perpektif pemaknaan kamus dan perspektif sejarah frasa *ganyang Malaysia*.

Ganyang Malaysia Ditinjau dari Kamus

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI Edisi V), kata *ganyang* termasuk dalam kelas kata verba yang berarti *lahap* atau *kikis*. Adapun bentuk turunan kata *ganyang* adalah *mengganyang* (MeN + *ganyang*) yang memiliki tiga konteks pemakaian, yaitu (1) memakan mentah-mentah; memakan begitu saja; (2) menghancurkan; mengikis habis; dan (3) mengalahkan (lawan dalam pertandingan). Konteks (2) dan (3) digunakan dalam konteks kiasan. Sementara itu, kata *Malaysia* termasuk kelas kata nomina yang mengandung arti negara yang terletak di Asia Tenggara, beribu kota Kuala Lumpur.

Kata *ganyang* termasuk dalam kelas kata verba memiliki makna yang cukup

bervariasi dalam penggunaannya. Konteks pertama, yaitu memakan mentah-mentah atau begitu saja, menggambarkan tindakan lahap seseorang terhadap makanan atau benda tertentu. Ini mencerminkan sifat konsumtif dalam situasi yang bersifat harfiah. Sementara itu, konteks kedua dan ketiga mengacu pada kegiatan menghancurkan atau mengalahkan dalam pertandingan, penggunaan kata ini dalam konteks kiasan. Ini menunjukkan bahwa kata *ganyang* memiliki fungsi untuk menggambarkan tindakan merusak atau mengungguli dalam situasi yang lebih luas, seperti dalam persaingan atau perdebatan. Sementara itu, kata *Malaysia* adalah termasuk kelas kata nomina yang merujuk pada sebuah negara di Asia Tenggara dengan ibu kota Kuala Lumpur. Malaysia adalah negara yang memiliki beragam budaya, tradisi, dan sejarah. Kata *Malaysia* merujuk pada sebuah negara yang kaya akan keragaman alam dan budaya di Asia Tenggara.

Kata *ganyang* dan *Malaysia* juga dapat ditinjau dari makna Kamus Bahasa dan Pustaka (Edisi IV). Kata *ganyang* atau *mengganyang* dalam bahasa Melayu memiliki dua konteks penggunaan, yaitu (1) memakan mentah-mentah, memamah, mengunyah; dan (2) membinasakan, memusnahkan, menghancurkan. Adapun kata *Malaysia* bermakna negara yg terletak di Asia Tenggara yg ibu negaranya Kuala Lumpur, bahasa rasmi dan bahasa kebangsaannya bahasa Melayu, dan agama rasminya agama Islam. Jika ditinjau dari Kamus Indonesia dan Malaysia, kata *ganyang* diadaptasi dan diserap dari bahasa Jawa. Jika ditinjau dari pemaknaan kamus, kata *ganyang* dan *Malaysia* jika digabungkan dapat mengandung arti beberapa variasi makna, yaitu *menghancurkan Malaysia*, *mengikis Malaysia*, *memusnahkan Malaysia*, *memakan Malaysia*, *membinasakan Malaysia*, *mengunyah Malaysia*, *memamah Malaysia*, dan *mengalahkan Malaysia*.

Makna kata *ganyang* dan *Malaysia* dalam Kamus Bahasa dan Pustaka (Edisi IV), muncul potensi variasi makna ketika kedua kata tersebut digabungkan. Pertama, *ganyang* memiliki dua konteks penggunaan yang mencakup memakan mentah-mentah dan

menghancurkan. Di sisi lain, kata *Malaysia* mengacu pada sebuah negara di Asia Tenggara dengan ibu kota Kuala Lumpur, bahasa resmi bahasa Melayu. Ketika kedua kata ini digabungkan, munculnya potensi variasi makna yang luas, seperti menghancurkan Malaysia, mengikis Malaysia, memusnahkan Malaysia, memakan Malaysia, membinasakan Malaysia, mengunyah Malaysia, memamah Malaysia, dan mengalahkan Malaysia. Dengan demikian, pentingnya konteks dalam penafsiran kata tersebut yang dapat menciptakan variasi makna yang kompleks. Hal ini menunjukkan bahwa bahasa adalah alat yang dinamis dan kontekstual. Makna sebuah kata dapat berubah atau berkembang sesuai dengan cara kata tersebut digunakan dalam suatu konteks tertentu. Oleh karena itu, pemahaman yang cermat dan kontekstual terhadap kata-kata adalah kunci dalam menghindari salah pengertian dan penafsiran yang keliru.

Berdasarkan analisis yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa terdapat persamaan dalam penggunaan kata *ganyang* dan *Malaysia* (*ganyang Malaysia*) dalam bahasa Indonesia dan bahasa Melayu. KBBI atau Kamus Bahasa dan Pustaka (bahasa Melayu) menunjukkan definisi yang senada untuk kata *ganyang* dan *Malaysia*. Selain itu, perlu digarisbawahi bahwa terdapat pengaruh budaya dan perkembangan bahasa, yaitu adaptasi dan serapan kata *ganyang* dari bahasa Jawa yang mencerminkan perubahan dalam bahasa seiring dengan interaksi budaya dan historis.

Ganyang Malaysia Ditinjau dari Sejarah

Berdasarkan dokumentasi sejarah, hubungan bilateral antara Indonesia dan Malaysia sering mengalami problematika. Hal tersebut disertai dengan berbagai peristiwa dan ketegangan yang memengaruhi dinamika kedua negara (Irshanto, 2019). Ketegangan yang muncul acap kali direspons secara emosional oleh sebagian masyarakat Indonesia dengan mengadopsi kembali frasa yang populer digunakan pada era Orde Lama (1959-1965), yaitu *ganyang Malaysia* (Sunarti, 2013).

Frasa ini merupakan slogan yang dipopulerkan oleh Presiden Soekarno. Frasa tersebut merupakan bagian dari sejarah polemik dan konfrontasi antara Indonesia dan Malaysia (Nur & Ravico, 2021).

Frasa *ganyang Malaysia* digunakan dalam peristiwa konfrontasi Militer Ganyang Malaysia. Konfrontasi tersebut merupakan konflik bersenjata yang berlangsung dari tahun 1963 hingga 1966 sebagai akibat dari penolakan Indonesia terhadap pembentukan Federasi Malaysia pada tanggal 16 September 1963. Konflik ini dipicu oleh perbedaan pandangan tentang rencana integrasi sebagian wilayah Kalimantan Utara, yang mencakup Sabah, Sarawak, dan Brunei. Pembentukan Federasi Malaysia dimulai ketika Direktur British North Borneo Company yang bernama Lord Brusscy mengusulkan kepada pemerintah Inggris untuk menggabungkan wilayah jajahannya di Asia Tenggara menjadi satu kesatuan, dengan tujuan memperkuat kekuasaan Inggris. Wilayah-wilayah tersebut mencakup Kalimantan Utara (Sabah, Sarawak, Brunei), Singapura, dan Malaysia. Pemilihan tiga wilayah di Kalimantan Utara didasarkan pada pertimbangan ekonomi, karena wilayah tersebut merupakan produsen timah dan getah terbesar di dunia (Hasanah & Artono, 2020).

Gagasan Lord Brusscy kemudian dikembangkan dan dijalankan lebih lanjut karena pemerintah Inggris menyadari bahwa tidak mungkin mempertahankan wilayah jajahannya untuk jangka waktu yang panjang. Untuk mewujudkan gagasan ini, pemerintah Inggris memberikan kemerdekaan kepada Malaysia pada tanggal 31 Agustus 1957 dengan menjalin berkolaborasi dalam berbagai bidang, meliputi politik, ekonomi, dan pertahanan. Pemerintah Malaysia mendukung gagasan ini, Perdana Menteri Tengku Abdul Rahman menyatakan bahwa pendirian Federasi Malaysia akan membawa lebih dekat pandangan politik dan kolaborasi ekonomi, terutama untuk wilayah Kalimantan Utara yang memiliki ekonomi yang tertinggal jauh. Akhirnya, Inggris dan Malaysia menyetujui pendirian Federasi Malaysia pada tanggal 31 Agustus 1963 (Hasanah & Artono, 2020).

Hubungan bilateral antara Indonesia dan Malaysia sejak kemerdekaan Indonesia dapat dibagi menjadi tiga periode yang berbeda. Pertama, saat Soekarno menjabat sebagai presiden pertama Indonesia, hubungan ini terpengaruh oleh kebijakan luar negeri yang bersifat anti-imperialisme dan anti-kolonialisme. Soekarno dianggap sebagai salah satu pendorong upaya neo-kolonialisme di Asia Tenggara, dengan Malaysia dipandang sebagai alat pengaruh Inggris di kawasan tersebut. Oleh karena itu, Soekarno mengambil pendekatan politik luar negeri yang agresif, dikenal dengan frasa *ganyang Malaysia* atau *hancurkan Malaysia*. Kedua, terjadi di bawah kepemimpinan Presiden Soeharto, di mana hubungan antara Indonesia dan Malaysia menjadi harmonis dan penuh kerja sama. Soeharto berupaya untuk memperbaiki hubungan bilateral dengan Malaysia, menganggapnya sebagai sekutu penting yang berkolaborasi dengan negara-negara barat seperti Inggris, Australia, dan Amerika Serikat. Akibatnya, Indonesia, Malaysia, Thailand, Filipina, dan Singapura bersama-sama membentuk organisasi regional yang dikenal sebagai ASEAN. Ketiga, masa pemerintahan Soeharto dan masa reformasi, menjadi periode yang lebih kompleks. Selama periode ini, terdapat perselisihan perbatasan dan budaya yang menjadi fokus utama pemerintah Indonesia (Ongge, 2015).

Pascajatuhnya masa kepemimpinan Soeharto pada Mei 1998, frasa *ganyang Malaysia* kembali muncul pada Mei 1998. Aksi massa yang semboyankan sentimen anti-Malaysia beberapa kali terjadi di Indonesia. Aksi unjuk rasa tersebut dipicu oleh berbagai konflik isu yang melibatkan Indonesia dan Malaysia. Hingga saat ini, setiap kali terjadi unjuk rasa massal melawan Malaysia, kenangan akan “konfrontasi” teringat kembali, seperti terlihat pada penggunaan retorika *ganyang Malaysia* (Hancurkan Malaysia). Penggunaan frasa tersebut kerap muncul setiap kali terjadi demonstrasi massa yang mengekspresikan sentimen anti-Malaysia. Frasa *ganyang Malaysia* melekat dalam Konflik hubungan Indonesia-Malaysia

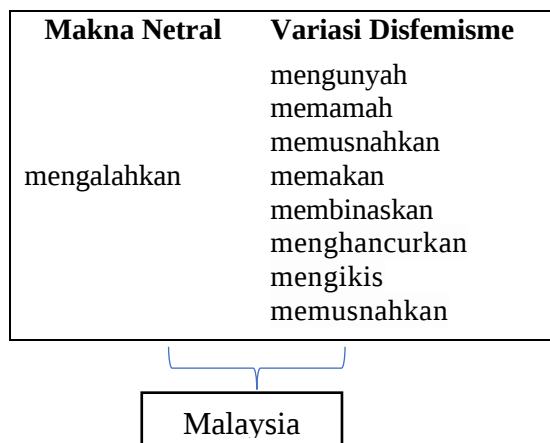
pasca lengsernya Soeharto yang mencakup tiga hal isu-isu utama. *Pertama*, isu sengketa perbatasan laut kedua negara. Kedua, isu penanganan penganiayaan terhadap pekerja migran Indonesia di Malaysia. *Ketiga*, isu klaim Malaysia atas warisan budaya nusantara (Budiawan, 2017).

Peristiwa konfrontasi antara Indonesia dan Malaysia telah meninggalkan ingatan yang kuat pada masyarakat kedua Negara tersebut. Saat itu, frasa *ganyang Malaysia* menjadi simbol protes yang sangat membekas di Indonesia. Hingga saat ini, frasa tersebut masih digunakan oleh masyarakat Indonesia untuk mengecam Malaysia. Sebagai balasan, masyarakat Malaysia juga menggunakan slogan *Indon* untuk merujuk kepada Indonesia. Penggunaan kata tersebut dianggap merendahkan dan menghina oleh masyarakat Indonesia. Setiap kali ada polemik atau ketegangan berkaitan antara Indonesia dan Malaysia, media massa selalu mencuatkan kedua frasa ini dalam berita mereka. Frasa ini dimunculkan baik dalam judul maupun isi beritanya. Frasa tersebut digunakan seolah-oleh bagian dari provokatif media mengenai konflik antara kedua negara, pengulangan dan penyebaran frasa-frasa yang sarat akan sarkasme, dapat memperkuat sentimen anti-Malaysia di Indonesia dan anti-Indonesia di Malaysia (Ramadhoan, 2019; Ramadhoan & Kurniawati, 2017). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa frasa *ganyang Malaysia* menyimpan makna sejarah panjang antara Indonesia dengan Malaysia. Frasa *ganyang Malaysia* memanifestasi sejarah terkait konfrontasi antara Indonesia dengan Malaysia (Phillips, 2019; Windari & Aziz, 2022). Hingga saat ini (2023), frasa *ganyang Malaysia* masih digunakan dalam berbagai konteks yang memuat perseteruan Indonesia dengan Malaysia, salah satunya dalam judul berita sepak bola Indonesia.

Disfemisme dalam Judul Berita Bola Indonesia: *Ganyang Malaysia*

Analisis yang dilakukan pada 40 judul berita sepak bola Indonesia yang memuat frasa *ganyang Malaysia* memberikan hasil temuan baru dalam konteks disfemisme. Dalam hasil penelitian ini, frasa *ganyang Malaysia*

ternyata merupakan bagian dari ekspresi disfemisme yang tidak hanya memperlihatkan rivalitas dalam dunia sepak bola, tetapi juga mencerminkan sejarah panjang konflik dan rivalitas antara Indonesia dan Malaysia. Temuan ini menegaskan bahwa frasa *ganyang Malaysia* tidak sekadar representasi dari semangat bersaing dalam olahraga, melainkan sebuah simbol dari ketegangan sejarah yang masih memengaruhi hubungan antara kedua negara tersebut. Analisis semacam ini mengungkapkan bagaimana bahasa dan budaya dapat menjadi cerminan dari berbagai peristiwa sejarah yang kompleks dan penting dalam konteks regional. Hasil telaah makna dan sejarah, ditemukan makna netral dan beberapa variasi makna disfemisme sebagai berikut.



Bagan 1 Variasi Disfemisme

Jika ditinjau dari variasi makna disfemisme di atas, sangat jelas dikatakan bahwa frasa *ganyang Malaysia* termasuk ke dalam ekspresi disfemisme. Variasi disfemisme tersebut dapat menyinggung subjek yang sedang di bahas dan sesuai konteks dalam judul berita, yaitu masyarakat Malaysia. Hal ini sejalan dengan teori disfemisme dari Burrige (2006) bahwa penggunaan disfemisme melibatkan dan manifestasi verbal yang bersifat menyerang, kasar, menyatakan kekesalan, atau menggambarkan rasa tidak senang. Manifestasi disfemisme lainnya adalah meluapkan perasaan dan melibatkan emosi dan ketegangan (Allan & Burrige, 1991; Allan & Burrige 2006; Chaer, 2009; Sutarman, 2013). Oleh karena itu, sudah sangat jelas bahwa frasa *ganyang Malaysia*

termasuk dalam umpatan yang bertujuan untuk melawan atau menaklukkan lawan. Frasa ini tidak hanya merujuk pada semangat kompetisi di lapangan sepak bola, tetapi juga membawa konotasi historis yang memperumit hubungan antara Indonesia dan Malaysia.

Frasa *ganyang Malaysia* pada judul berita sepak bola Indonesia termasuk ke dalam tipe jargon. Tipe jargon atau istilah teknis dalam disfemisme adalah sebuah ekspresi disfemisme yang berdasarkan pada pola bahasa yang digunakan sekelompok masyarakat untuk menyatakan maksud terselubung untuk mengaburi masyarakat lainnya. Jargon merujuk pada bahasa, dialek, atau bentuk bicara tertentu yang dianggap aneh atau kurang sopan (Keraf, 1994). Namun, istilah ini juga digunakan untuk merujuk pada jenis bahasa atau dialek campuran yang muncul akibat percampuran berbagai bahasa yang dianggap sebagai bahasa penghubung. Frasa *ganyang Malaysia* sebagai jargon dalam judul berita sepak bola adalah hal yang baru dalam bidang disfemisme. Meskipun demikian, beberapa penelitian yang menemukan tipe disfemisme berupa jargon dalam berbagai konteks, misalnya jargon dalam komentar warganet (Puspita, 2021); dan jargon dalam dialog pendidikan grup Facebook (Rahman et al., 2022).

Tujuan frasa *ganyang Malaysia* digunakan pada judul berita sepak bola Indonesia adalah untuk menyampaikan keberhasilan Indonesia dan negara lain mengalahkan Malaysia dan menyampaikan kekalahan Malaysia di ajang sepak bola Asia—Asean. Tujuan tersebut dibaluti beberapa aspek, yaitu superior timnas, ejekan kekalahan, euphoria kemenangan, optimisme, harapan, target, syarat dan sebagainya. Namun, secara umum tujuan penggunaan frasa *ganyang Malaysia* sejalan dengan disfemisme berkaitan dengan karakterisasi, penekanan, dan representasi situasi buruk (Allan & Burrige, 2006).

Frasa *ganyang Malaysia* digunakan media massa Indonesia sebagai karakteristik identitas kelompok. Manifestasi disfemisme digunakan untuk mengarakterisasi identitas kelompok Indonesia melalui *ganyang*

Malaysia. Karakterisasi identitas kelompok digunakan dua hal. Pertama, media massa Indonesia menggunakan frasa *ganyang Malaysia* sebagai sebuah ciri khas untuk menyerang Malaysia. Kedua, media massa membingkai solidaritas masyarakat Indonesia dalam menyambut kemenangan Indonesia terhadap Malaysia.

Tujuan yang paling menonjol adalah penekanan. Frasa *ganyang Malaysia* digunakan sebagai manifestasi disfemisme untuk menekankan suatu hal atau kondisi tertentu, menyerupai fungsi kata keterangan. Dalam konteks budaya sepak bola, rivalitas antara tim-tim nasional sangat kuat dan menjadi bagian dari tradisi. Penekanan frasa seperti *ganyang Malaysia* dianggap sebagai ekspresi semangat kompetitif dan loyalitas terhadap timnas Indonesia. Namun, seiring dengan semangat yang tinggi, ada risiko bahwa frasa tersebut dapat melecehkan atau merendahkan lawan.

Tujuan lain yang ditemukan adalah representasi situasi buruk. Manifestasi disfemisme pada frasa *ganyang Malaysia* digunakan untuk mengekspresikan dan menggambarkan keadaan atau kondisi yang sangat tidak menguntungkan. Frasa *ganyang Malaysia* dianggap sebagai representasi situasi yang buruk karena digambarkan sebagai simbol protes dari Indonesia telah diakui dengan baik oleh masyarakat. Dalam perkembangan masalah hingga saat ini, istilah yang dipertimbangkan menyayat hati masyarakat Malaysia terus menerus dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia sebagai penistaan terhadap orang Malaysia (Ramadhoan, 2019).

Dari perspektif media, media massa di ASEAN berkontribusi pada pembentukan persepsi sosial dengan kasus pemberitaan di Malaysia dan Indonesia. Manifestasi disfemisme pada judul wacana terhadap konflik antara kedua negara ini menciptakan stigma di masing-masing negara. Hal tersebut dapat merusak citra masyarakat Indonesia di mata publik Malaysia, bahkan sebaliknya. Stigma tersebut bahkan telah menyebar ke dunia maya, memicu konflik, dan ketegangan di dunia maya. Ada risiko besar bahwa citra negatif ini dapat mengaburkan rasa persaudaraan dan persatuan di antara

masyarakat kedua negara. Ketakutan yang muncul adalah bahwa semangat anti-Malaysia dan anti-Indonesia di dunia maya dapat menjadi indikator konflik baru di masa akan datang. Hal itu akan menghambat upaya ASEAN dalam membangun kesadaran bersama dan perspektif bersama di antara masyarakat ASEAN yang ingin bersatu. Dengan demikian, urgensi untuk mempertimbangkan kebutuhan akan lembaga pengawasan media yang beroperasi di bawah naungan Dewan Pers tingkat ASEAN. Lembaga tersebut bertugas untuk mengawasi dan menegakkan aturan pemberitaan dengan tujuan menjaga harmoni sosial di antara masyarakat ASEAN, sambil tetap mematuhi nilai-nilai demokrasi, etika, prinsip dasar jurnalisme, dan independensi media (Ramadhoan dan Kurniawati, 2021). Selain itu, untuk menghindari penyalahgunaan secara politis dan emosional, Allan dan Burridge (2006) menyarankan penutur untuk memilih alternatif yang netral dalam menyampaikan sebuah wacana.

Penggunaan kosakata tertentu dalam pembentukan wacana berita, terutama melibatkan bangsa lain harus diperhatikan lebih oleh pihak redaksi. Pasalnya, media massa dan jurnalis memegang peran penting dalam membingkai sebuah wacana (Syahri, 2020). Jurnalis atau wartawan seringkali menghasilkan berita dalam berbagai bentuk, salah satunya pengasaran makna (Adiatmaja & Martutik, 2020). Berita digunakan sebagai sumber informasi oleh masyarakat. Tetapi, para pembuat berita lebih cenderung menonjolkan tujuan dan maksud redaksi dengan mengadopsi berbagai sudut pandang khusus terhadap peristiwa yang mereka laporkan (Sukiman et al., 2023). Media massa memiliki interpretasi khusus dalam memberikan makna pada suatu realitas. Hal ini disebabkan oleh adanya ideologi yang dimiliki setiap media massa berfungsi sebagai sarana untuk bersaing dengan media lain sekaligus menetapkan arah dan tujuan dalam penyampaian berita (Mawaddah et al., 2021).

Temuan penelitian ini menambah wawasan pengetahuan baru terkait wujud frasa *ganyang Malaysia* sebagai manifestasi disfemisme dalam judul berita sepak bola Indonesia. Penelitian ini memberikan

kontribusi signifikan terhadap pemahaman terkait fenomena yang dikenal sebagai *ganyang Malaysia* dalam konteks berita sepak bola Indonesia. Temuan-temuan yang ditemukan dalam penelitian ini tidak hanya mengenai manifestasi disfemisme dalam judul berita, tetapi juga memberikan pemahaman baru yang lebih kompleks berbasis makna dan sejarah tentang budaya dan identitas nasional dapat tercermin dalam bahasa media. Selain itu, temuan penelitian ini juga memberikan dukungan empiris yang kuat terhadap beberapa penelitian disfemisme yang menelaah disfemisme dalam berita daring tetapi masih terlalu umum (Aswan et al., 2023; Dewi & Alber, 2023; Jayanti et al., 2019; Meilasari et al., 2016; Pascarina, 2018; Putri et al., 2023). Oleh karena itu, hasil temuan penelitian ini memperkaya literatur tentang disfemisme dalam judul berita daring konteks sepak bola serta memberikan wawasan yang lebih kaya tentang bagaimana media berperan dalam membentuk persepsi budaya dan identitas nasional.

PENUTUP

Penggunaan frasa *ganyang Malaysia* dalam 40 judul berita sepak bola Indonesia merupakan sebuah contoh konkret representasi disfemisme bahwa dapat menjadibagian integral dari budaya media daring di Indonesia. Fenomena ini menggambarkan vitalitas media daring menciptakan dan memperkuat identitas dalam dunia olahraga, khususnya sepak bola. Dalam konteks ini, frasa *ganyang Malaysia* menjadi semacam simbolik yang digunakan untuk menampilkan superior dan euforia timnas Indonesia serta negara-negara lain ketika berhadapan dengan timnas Malaysia mulai dari tingkat ASEAN hingga Asia. Manifestasi disfemisme melalui frasa *ganyang Malaysia* berakar dari sejarah panjang konfrontasi antara Indonesia dan Malaysia. Historis perselisihan antara kedua negara ini telah menciptakan ketegangan yang berlangsung hingga saat ini. Selain itu, makna dari Kamus Indonesia dan Malaysia juga menunjukkan makna yang mengarah pada kiasan yang berlebihan. Manifestasi disfemisme melalui

frasa *ganyang Malaysia* menjadi bukti empiris bagaimana olahraga dapat menjadi sarana untuk mengekspresikan emosi, identitas nasional, dan sentimen kolektif dalam masyarakat. Penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu hanya mengkaji disfemisme dalam media *mainstream* dan hanya membahas dalam perspektif semantik dan sejarah. Rekomendasi untuk peneliti selanjutnya agar meneliti frasa *ganyang Malaysia* dalam berbagai perspektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiatmaja, R. N., & Martutik, M. (2020). Pengasaran Makna dalam Bahasa Jurnalistik. *BASINDO: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pembelajarannya*, 4(1), 102–111.
- Agustina, H., Mahyuni, M., & Burhanuddin, B. (2022). Semantik Verba dalam Membentuk Gaya Bahasa pada Judul Berita Tempodotco. *SeBaSa*, 5(2), 174–185.
<https://doi.org/10.29408/sbs.v5i2.5814>
- Aib, I., Malik, R. B., & Malik, Z. (2023). From football field to global politics, will FIFA discourse help Russia? A critical discourse analysis of headlines. *Soccer & Society*, 24(6), 831–849.
<https://doi.org/10.1080/14660970.2022.2150173>
- Allan, K., & Burridge, K. (1991). *Euphemism & Dysphemism: Language Used as Shield and Weapon*. Oxford University Press.
- Allan, K., & Burridge, K. (2006). *Forbidden Words: Taboo and the Censoring of Language*. Cambridge University Press.
- Ans, A. H. L., Devi, E. K., Masdita, F. I., & Ardiansyah, M. A. (2020). Disfemisme pada Unggahan Akun Twitter Areajulid. *CaLLs (Journal of Culture, Arts, Literature, and Linguistics)*, 6(2), 254–265.
<https://doi.org/10.30872/calls.v6i2.2842>
- Aswan, A., Santoso, A., Syahri, M., Kusnadi, K., & Anam, S. (2023). The Dark Side of Indonesian and Malaysian Football News: Dysphemism and Learning.

- International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 06(11), 5315–5321. <https://doi.org/10.47191/ijmra/v6-i11-40>
- Bell, A. (1991). *The Language of News Media*. Blackwell.
- Biadi, M. El, & Fallaki, E. H. El. (2023). The Representation of Female Victims of Rape in the Moroccan Newspapers' Headlines: a Critical Discourse Analysis. *Theory and Practice in Language Studies*, 13(8), 1871–1879. <https://doi.org/10.17507/tpls.1308.02>
- Blom, J. N., & Hansen, K. R. (2015). Click bait: Forward-reference as lure in online news headlines. *Journal of Pragmatics*, 76, 87–100. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2014.11.010>
- Budiawan. (2017). How do Indonesians remember Konfrontasi? Indonesia–Malaysia relations and the popular memory of “Confrontation” after the fall of Suharto. *Inter-Asia Cultural Studies*, 18(3), 364–375. <https://doi.org/10.1080/14649373.2017.1345349>
- Chaer, A. (2009). *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Rineka Cipta.
- Choi, S., & Kim, J. (2017). Online news flow: Temporal/spatial exploitation and credibility. *Journalism*, 18(9), 1184–1205. <https://doi.org/10.1177/1464884916648096>
- Conboy, M. (2006). *Tabloid Britain: Constructing a Community through Language*. Routledge.
- Damarjati. (2017, February 5). Ini 74 Media yang Terverifikasi Dewan Pers. *Detik.Com*, 1–3.
- Delfariyadi, F., Helen, A., & Yuliawati, S. (2022). Klasifikasi Sentimen Judul Berita Pemberitaan COVID-19 Tahun 2021 pada Media DetikHealth. *JIEET*, 6(2), 50–57.
- Dewi, M., & Alber, A. (2023). Kajian Disfemisme Akun Instagram Kompascom. *Sajak: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Sastra, Bahasa, dan Pendidikan*, 2(1), 33–38.
- Fairclough, N. (2013). *Language and Power*. Routledge.
- Fakiroğlu, G. D., & Topraksoy, A. (2023). Reflections of Bilingualism on the News Headlines. *International Journal of Education and Literacy Studies*, 11(1), 120–130. <https://doi.org/10.7575/aiac.ijels.v.11n.1p.120>
- Finkbeiner, R. (2023). Celebrity gossip headlines and reliability in a Common Ground-based framework. *Journal of Pragmatics*, 216, 75–92. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2023.07.001>
- Gligrorić, K., Lifchits, G., West, R., & Anderson, A. (2023). Linguistic effects on news headline success: Evidence from thousands of online field experiments (Registered Report). *PLOS ONE*, 18(3), e0281682. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0281682>
- Hasanah, N., & Artono. (2020). Perjuangan Harun Bin Said dalam Konfrontasi Militer Ganyang Malaysia Tahun 1963-1966. *Avatara*, 9(1), 1–12.
- Haula, B. (2020). Metafora Konseptual dalam Judul Berita Kontan: Kajian Linguistik Kognitif. *SUAR BETANG*, 15(1), 15–24. <https://doi.org/10.26499/surbet.v15i1.118>
- Heryana, N. (2019). Eufemisme dan Disfemisme Pada Media Berita Daring Republika: Perkembangan Kasus Setya Novanto Edisi Januari 2018. *Jurnal Visi Ilmu Pendidikan*, 11(1), 62–76.
- Hilmawan, M. D. (2022). Deteksi Sarkasme Pada Judul Berita Berbahasa Inggris Menggunakan Algoritme Bidirectional LSTM. *Journal of Dinda: Data Science, Information Technology, and Data Analytics*, 2(1), 46–51. <https://doi.org/10.20895/dinda.v2i1.331>
- Irshanto, A. B. (2019). Dari Konfrontasi Ke Perdamaian (Hubungan Indonesia–Malaysia 1963-1966). *CRIKSETRA: Jurnal Pendidikan Sejarah*, 8(2), 84–97.
- Janét, K., Richards, O., & Landrum, A. R. (2022). Headline Format Influences Evaluation of, but Not Engagement

- with, Environmental News. *Journalism Practice*, 16(1), 35–55. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1805794>
- Jayanti, R. R., Maulida, N., & Musdolifah, A. (2019). Eufemisme dan Disfemisme Pada Judul Berita Surat Kabar Harian Balikpapan Pos Periode April-Mei 2018. *Jurnal Basataka (JBT)*, 2(1), 77–86. <https://doi.org/10.36277/basataka.v2i1.61>
- Johnson, N. R., Paal, K., Waggoner, E., & Bleier, K. (2021). Scales for Assessing News Literacy Education in the Digital Era. *Journalism & Mass Communication Educator*, 76(2), 156–175. <https://doi.org/10.1177/1077695820930980>
- Juwita, N. P. R., & Wahyudi, A. B. (2018). Penginovasian Bentuk Disfemisme Pada Berita Online dan Relevansinya Pada Bahan Ajar Bahasa Indonesia di SMP. *Pena : Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 7(2), 33–45. <https://doi.org/10.22437/pena.v7i2.5323>
- Keraf, G. (1994). *Diksi dan Gaya Bahasa*. Gramedia Pustaka Utama.
- Khasan, A. M., Sumarwati, S., & Setiawan, B. (2014). Pemakaian Disfemisme dalam Berita Utama Surat Kabar Joglosemar. *BASASTRA*, 2(4), 1–10.
- Kuiken, J., Schuth, A., Spitters, M., & Marx, M. (2017). Effective Headlines of Newspaper Articles in a Digital Environment. *Digital Journalism*, 5(10), 1300–1314. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1279978>
- Kulbhaskar, A. K., & Subramaniam, S. (2023). Breaking news headlines: Impact on trading activity in the cryptocurrency market. *Economic Modelling*, 126, 106397. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2023.106397>
- MacDonald, H., Hope, E., de Boer, K., & McKenney, D. W. (2023). Sentiments toward use of forest biomass for heat and power in canadian headlines. *Heliyon*, 9(2), e13254. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13254>
- Malik, S., Khan, A., & Bhatti, Z. I. (2023). A Corpus Based Linguistic Analysis of Newspaper Headlines in Pakistani English. *Journal of Namibian Studies: History Politics Culture*, 3, 4137–4150.
- Maulana, I., Aziz, Z. A., & Daud, B. (2020). Dysphemism Used in Prohaba Newspaper. *English Education Journal*, 11(4), 466–481.
- Mawaddah, S. M., Dawud, D., & Syahri, M. (2021). Representasi Ideologi dalam Wacana Berita Penanganan Pandemi Covid-19 di Media Massa Online. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 6(4), 510–519. <http://journal.um.ac.id/index.php/jptpp/>
- Meilasari, P., Nababan, N., & Djatmika, D. (2016). Analisis terjemahan ungkapan eufemisme dan disfemisme pada teks berita online BBC. *PRASASTI: Journal of Linguistics*, 1(2), 336–358. <https://doi.org/10.20961/prasasti.v1i2.1030>
- Miles, M. B., Huberman, A. , M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Sage.
- Misra, R., & Arora, P. (2023). Sarcasm detection using news headlines dataset. *AI Open*, 4, 13–18. <https://doi.org/10.1016/j.aiopen.2023.01.001>
- Mudjiyanto, B., & Dunan, A. (2020). Media mainstream jadi rujukan media sosial. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 1(1), 1–10.
- Nur, C., & Ravico, R. (2021). Ganyang Malaysia Studi Historis Politik Luar Negeri Indonesia-Malaysia Tahun 1963-1966. *Danadyaksa Historica*, 1(1), 25–33.
- Ongge, O. (2015). The Dynamics of Indonesia-Malaysia Bilateral Relations Since Independence: Its Impact on Bilateral and Regional Stability. In *Asian Conference on Asian Studies*.
- Palau-Sampio, D. (2016). Reference press metamorphosis in the digital context:

- clickbait and tabloid strategies in Elpais.com. *Communication & Society*, 29(2), 63–79. <https://doi.org/10.15581/003.29.2.63-79>
- Pascarina, H. (2018). Disphemisms and Their Translations in BBC Online News Texts (Disfemisme dan Terjemahannya pada Teks Berita BBC Online). *Leksema: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.22515/ljbs.v3i1.1071>
- Phillips, D. (2019). Confrontation and Insurgency in Borneo, 1960–90. *Journal of Contemporary History*, 54(3), 594–618. <https://doi.org/10.1177/0022009418781722>
- Puspita, A. N. (2021). Bentuk Disfemisme dalam Kolom Komentar Video Trending Youtube Pasca Pemilihan Umum 2019. *Nuansa Indonesia*, 23(2), 160–172.
- Putri, E. L., Supriadi, O., & Setiawan, H. (2023). Analisis Penggunaan Gaya Bahasa Disfemisme pada Artikel Berita Media Daring Balikpapan Pos. *Jurnal Pendidikan Bahasa*, 12(1), 330–347.
- Qizi, I. N. M., & Bahridinovna, S. M. (2023). A Pragmatic and Discourse Analysis of Newspaper Headlines in English and Uzbek. *European Journal of Higher Education and Academic Advancement*, 1(2), 148–150.
- Rahman, M., Saleh, M., & Usman, U. (2022). Analisis Disfemisme Kebahasaan dalam Dialog Pendidikan di Group Facebook Kemendikbud Republik. *Manifestasi: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 2(2), 1–10.
- Ramadhani, M., Charlina, C., & Burhanudin, D. (2021). Disfemisme pada Kolom Komentar Akun Instagram Beby Fey. *JURNAL TUAH: Pendidikan Dan Pengajaran Bahasa*, 3(1), 70–75.
- Ramadhan, R. I. (2019). Konstruksi Sosial Media Massa atas Hubungan Indonesia-Malaysia dan Pengaruhnya terhadap Netwar-TauntWar. *JISIARA: The Journal of Islamic Studies And International Relations*, 4(1), 113–148.
- Ramadhan, R. I., & Kurniawati, D. E. (2017). 'Ganyang Malaysia' VS 'Indon': Konstruksi Sosial Media dan Pengaruhnya terhadap Proses Penyatuan Masyarakat ASEAN. . Pusat Studi ASEAN, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Ristiyan, F. R., & Rustono, R. P. (2023). A Meaning of Dysphemistic and Euphemistic Spoken by Indonesian Politicians. , 6(7), 451-463. . *Journal for ReAttach Therapy and Developmental Diversities*, 6(7), 451–463.
- Rohmadi, M. (2023). Pelanggaran Prinsip Kesantunan dalam Judul Berita Politik Pilkada pada Media Cetak dalam Perspektif Pragmatik. *Jurnal Sastra Indonesia*, 12(1), 22–30.
- Selgianita, R., & Antono, M. N. (2023). Disfemisme Warganet dalam Kolom Komentar Media Sosial Instagram@Kpipusat (Kajian Semantik). *Journal of Educational Language and Literature*, 1(1), 9–19. <https://doi.org/https://doi.org/10.21107/jell.v1i1.19386>
- Sukiman, S., Santoso, A., & Taufiqurrahman, F. (2023). Sistem Transitivitas dalam Wacana Berita Tragedi Kanjuruhan Malang. *Stilistika: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 16(2), 215. <https://doi.org/10.30651/st.v16i2.16184>
- Sun, Y., & Liang, C. (2023). How Headline Strategies and News Sources Affect Number of User Clicks on WeChat. *Journalism Practice*, 17(8), 1696–1721. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.2008807>
- Sunarti, L. (2013). Menelusuri Akar Konflik Warisan Budaya Antara Indonesia dengan Malaysia. *Sosiohumanika*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.2121/sosiohumanika.v6i1.482>
- Sutanto, D., & Assidik, G. K. (2022). Bentuk-Bentuk Disfemisme pada Akun Instagram @kkipusat dan Implementasinya sebagai Bahan Ajar Bahasa Indonesia di SMA. *Silampari Bisa: Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa Indonesia, Daerah, dan Asing*, 5(2), 239–251. <https://doi.org/10.31540/silamparibisa.v5i2.1732>

- Sutarman. (2009). *Tabu Bahasa dan Eufemisme*. Yuma Pressindo.
- Syahri, M. (2020). Journalism Ethics in Local Newspaper. *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, 33(1), 1–14.
- Wijana, I. D. P., & Rohmadi, M. (2008). *Semantik Teori dan Analisis*. Yuma Pustaka.
- Windari, S., & Aziz, M. I. (2022). Moderatisme Politik Islam Indonesia Era Soekarno: Studi Resolusi konflik Indonesia–Malaysia. *Historia Madania: Jurnal Ilmu Sejarah*, 6(1), 101–117.
- Xie, J., Wang, X., Wang, X., Pang, G., & Qin, X. (2019). An eye-tracking attention based model for abstractive text headline. *Cognitive Systems Research*, 58, 253–264.
<https://doi.org/10.1016/j.cogsys.2019.07.003>
- Yuniar, D., Sugiarti, D. H., & Maspuroh, U. (2022). Analisis Penggunaan Afiksasi pada Berita Hardnews di Media Daring Kompas.com. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(1), 1126–1133.
<https://doi.org/10.31004/edukatif.v4i1.1971>