

Pengaruh Bahasa Indonesia Terhadap Platform Media Sosial yang digunakan Influencer Olahraga

Ringga Maulid¹ , Abbi Amanullah, Muhammad Ivan Muchlasin³, Muhammad Sandi Aprian⁴, Ridwan Firmansyah⁵, Sintha Dwi Puspita Sari⁶, Mochamad Whilky Rizkyanfi⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Universitas Pendidikan Indonesia, Jawa Barat, Indonesia

Jl, Setiabudhi No. 229, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia

Email: ringgamaulid06@upi.edu

ABSTRAK

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan Bahasa Indonesia dalam konten media sosial oleh influencer olahraga meningkatkan keterlibatan audiens secara signifikan, dengan rata-rata interaksi lebih tinggi dibandingkan konten bilingual dan berbahasa Inggris. Konten yang memuat elemen lokal seperti event olahraga nasional juga mendapat respons lebih positif, menggarisbawahi pentingnya strategi komunikasi yang menekankan konteks budaya lokal. Meskipun globalisasi mendorong penggunaan bahasa asing, influencer yang konsisten menggunakan Bahasa Indonesia dapat memperkuat hubungan dengan audiens dan membangun identitas merek yang kuat. Penelitian ini menyoroti pentingnya pendekatan lokal dalam pemasaran digital untuk meningkatkan keterlibatan dan loyalitas audiens.

Kata kunci: Bahasa Indonesia, Media Sosial, Influencer Olahraga

ABSTRACT

This study demonstrates that the use of the Indonesian language in social media content by sports influencers significantly enhances audience engagement, with higher average interactions compared to bilingual and English-only content. Content that includes local elements, such as national sports events, also receives more positive responses, emphasizing the importance of communication strategies that highlight local cultural context. Although globalization encourages the use of foreign languages, influencers who consistently use Indonesian can strengthen their connection with audiences and build a strong brand identity. This research highlights the importance of a localized approach in digital marketing to boost audience engagement and loyalty.

Keywords: Indonesian Language, Media Social, Sport Influencer

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan media sosial telah secara signifikan mengubah perilaku serta pola hidup masyarakat, khususnya di kalangan remaja dan siswa. Dalam konteks ini, teknologi tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk memperluas kemampuan manusia, tetapi juga membentuk interaksi sosial dan penggunaan bahasa, termasuk dalam postingan oleh influencer olahraga. Munculnya berbagai masalah terkait kesehatan olahraga, pendidikan

olahraga, dan interaksi sosial menjadi penting untuk diperhatikan agar masyarakat dapat memahami penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar di media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak media sosial terhadap komunikasi bahasa di kalangan anak muda dan bagaimana interaksi ini dapat mempengaruhi perilaku komunikasi mereka, baik secara positif maupun negatif.

Bahasa Indonesia memainkan peran penting dalam konteks media sosial, terutama bagi influencer olahraga dalam membangun personal branding dan meningkatkan keterlibatan dengan audiens. Konten yang disajikan dalam Bahasa Indonesia menciptakan komunikasi yang lebih akrab dan autentik, memperkuat ikatan emosional dengan pengikut, serta meningkatkan interaksi seperti komentar dan likes. Algoritma pada platform sosial juga cenderung memprioritaskan konten lokal, sehingga influencer yang secara konsisten menggunakan Bahasa Indonesia mendapatkan visibilitas yang lebih tinggi. Selain itu, kolaborasi dengan influencer lokal menjadi lebih efektif bagi merek yang menargetkan pasar Indonesia, dalam menyampaikan pesan yang jelas dan mudah dipahami.

Namun, di tengah pengaruh globalisasi dan dominasi bahasa Inggris, penggunaan eksklusif Bahasa Indonesia dapat membatasi jangkauan internasional. Banyak influencer kini menggunakan konten bilingual untuk tetap relevan di pasar lokal sekaligus menarik audiens global. Generasi Z, sebagai konsumen digital utama, lebih menyukai komunikasi yang santai dan kreatif, yang sejalan dengan fleksibilitas Bahasa Indonesia di media sosial. Dengan demikian, pemanfaatan bahasa ini tidak hanya memperkuat identitas budaya, tetapi juga memungkinkan influencer untuk menavigasi tantangan global dan tetap autentik di pasar lokal.

Penelitian tentang peran Bahasa Indonesia di media sosial oleh influencer olahraga memiliki beberapa keterbatasan dan kebaruan. Keterbatasan tersebut termasuk penggunaan metodologi kualitatif yang menyulitkan generalisasi temuan dan sampel yang terbatas, misalnya, analisis konten pada akun Instagram @raffinagita1717 hanya mencerminkan strategi pemasaran influencer tertentu tanpa menggambarkan keseluruhan pemasaran klub sepak bola.

Meski demikian, penelitian ini juga menawarkan kebaruan dengan menyoroti bagaimana Bahasa Indonesia berperan dalam membentuk komunikasi dan subkultur di platform seperti TikTok dan Instagram. Influencer olahraga tidak hanya memanfaatkan

media sosial untuk menghubungkan klub dengan penggemar, tetapi juga untuk mengubah strategi branding dan pemasaran. Dampak negatif seperti cyber-bullying dan hilangnya keaslian bahasa juga menjadi perhatian yang penting, menekankan perlunya kesadaran dalam penggunaan bahasa di dunia maya. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan baru mengenai interaksi antara bahasa, media sosial, dan pemasaran olahraga di era digital.

Untuk mencapai tujuan penelitian ini, beberapa fokus akan diangkat, yaitu: Analisis Penggunaan Bahasa: Mengkaji bagaimana influencer olahraga menggunakan Bahasa Indonesia dalam konten mereka untuk menjangkau audiens lokal. Penyebaran Informasi: Menggambarkan bagaimana Bahasa Indonesia digunakan untuk menyebarkan informasi terkait olahraga, termasuk berita, tips, dan analisis. Interaksi dengan Pengikut: Menganalisis bagaimana bahasa yang digunakan mempengaruhi interaksi dan keterlibatan pengikut dengan konten. Perbandingan dengan Bahasa Lain: Membandingkan efektivitas penggunaan Bahasa Indonesia dengan bahasa asing dalam konteks yang sama. Trend dan Perkembangan: Mengidentifikasi tren terbaru dalam penggunaan bahasa di kalangan influencer olahraga dan dampaknya terhadap audiens.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kuantitatif untuk mengeksplorasi pengaruh penggunaan Bahasa Indonesia dalam konten media sosial oleh influencer olahraga. Desain ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggambarkan dan menganalisis data yang berkaitan dengan penggunaan bahasa serta interaksi audiens, tanpa mengubah kondisi yang ada.

Subjek penelitian dalam studi ini adalah influencer olahraga yang aktif di platform media sosial seperti Instagram dan TikTok. Influencer yang terlibat dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria popularitas dan relevansi konten yang mereka hasilkan, dengan fokus pada penggunaan Bahasa Indonesia dalam komunikasi mereka. Dengan demikian, penelitian ini akan mencakup beragam influencer yang memiliki pengaruh signifikan di kalangan audiens muda.

Untuk mencapai tujuan penelitian, instrumen yang digunakan adalah analisis konten yang sistematis. Instrumen ini akan digunakan untuk mengevaluasi postingan, caption, dan interaksi pengikut di akun media sosial influencer. Kriteria analisis mencakup penggunaan

bahasa, gaya komunikasi, dan tingkat keterlibatan pengikut terhadap konten yang dihasilkan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung dan pengumpulan data sekunder dari platform media sosial. Pengamatan dilakukan dengan mencatat dan menganalisis postingan yang diunggah oleh influencer selama periode tertentu, serta melakukan pengumpulan data dari komentar, like, dan interaksi lainnya yang terjadi di setiap postingan.

Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan teknik analisis statistik deskriptif untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai pola penggunaan Bahasa Indonesia dan dampaknya terhadap interaksi audiens. Selain itu, analisis kualitatif juga akan diterapkan untuk memahami konteks dan nuansa di balik penggunaan bahasa tersebut. Dengan metode ini, diharapkan penelitian dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang pengaruh bahasa dalam interaksi sosial di media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh penggunaan Bahasa Indonesia dalam konten media sosial oleh influencer olahraga terhadap keterlibatan audiens. Dalam konteks ini, kami mengajukan beberapa pertanyaan penelitian, di antaranya: "Bagaimana Bahasa Indonesia digunakan oleh influencer olahraga dalam membangun keterlibatan dengan pengikut mereka?" dan "Apa dampak penggunaan Bahasa Indonesia terhadap interaksi pengguna di media sosial?"

Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan Bahasa Indonesia secara signifikan meningkatkan tingkat interaksi antara influencer olahraga dan audiens mereka. Dari 50 postingan yang dianalisis di platform Instagram dan TikTok, ditemukan bahwa postingan yang sepenuhnya menggunakan Bahasa Indonesia memiliki rata-rata 200 interaksi per postingan, termasuk likes, komentar, dan shares. Sebaliknya, postingan bilingual (yang menggunakan Bahasa Indonesia dan Inggris) hanya mencatatkan rata-rata 150 interaksi, sedangkan konten yang sepenuhnya berbahasa Inggris mendapatkan rata-rata 100 interaksi.

Data ini menunjukkan bahwa audiens lebih merespons konten yang menggunakan Bahasa Indonesia, yang dapat dijelaskan melalui teori komunikasi interpersonal yang menyatakan bahwa penggunaan bahasa lokal membantu menciptakan koneksi yang lebih dalam antara pengirim dan penerima pesan. Hal ini sejalan dengan pendapat Assapari (2014) yang mengungkapkan bahwa eksistensi Bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional memberikan keunggulan dalam menjalin hubungan sosial di era globalisasi.

Selain itu, kami juga mencatat bahwa konten yang menyertakan elemen lokal, seperti event olahraga di Indonesia dan tokoh olahraga nasional, memiliki interaksi yang lebih tinggi dibandingkan dengan konten yang bersifat umum. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Azet (2013), yang menyatakan bahwa penggunaan bahasa lokal dalam media sosial dapat memperkuat keterikatan emosional antara influencer dan pengikut mereka, meningkatkan loyalitas dan kepercayaan audiens terhadap konten yang disajikan.

Penggunaan Bahasa Indonesia juga berkontribusi pada peningkatan eksposur konten influencer, karena algoritma platform sosial lebih memprioritaskan konten yang relevan dengan audiens lokal. Seperti yang diungkapkan oleh Rizaty (2022), dengan lebih dari 97 juta pengguna Instagram di Indonesia, influencer yang konsisten menggunakan Bahasa Indonesia mendapatkan visibilitas lebih tinggi, yang pada gilirannya mendorong pertumbuhan jumlah pengikut dan interaksi yang lebih baik.

Berdasarkan hasil pengamatan, terdapat pola yang konsisten di mana konten yang menggunakan Bahasa Indonesia berfokus pada topik-topik yang relevan dengan audiens, termasuk gaya hidup sehat, tips olahraga, dan berita terbaru seputar dunia olahraga. Ini sejalan dengan temuan yang diungkapkan oleh Geyser (2022), yang mencatat bahwa influencer yang memahami audiens mereka dan menggunakan bahasa yang sesuai dapat meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran mereka secara signifikan. Hasil ini menegaskan pentingnya strategi komunikasi yang berfokus pada konteks lokal dan budaya untuk menarik perhatian audiens.

Lebih jauh lagi, influencer yang berhasil menampilkan keunikan dan kebudayaan lokal melalui Bahasa Indonesia tidak hanya menarik audiens domestik, tetapi juga meningkatkan ketertarikan dari audiens internasional yang ingin memahami budaya Indonesia. Menurut Andini dkk (2024), strategi pemasaran yang melibatkan influencer dapat menciptakan

dampak positif dalam jangka panjang bagi merek, dengan meningkatkan kesadaran merek dan mendorong loyalitas konsumen.

Di sisi lain, analisis kami juga menunjukkan bahwa meskipun penggunaan Bahasa Indonesia memiliki dampak positif, ada tantangan dalam menciptakan konten yang tetap menarik dan relevan di tengah arus globalisasi yang kian menguat. Penelitian oleh Fadli (2021) menunjukkan bahwa meskipun penggunaan bahasa lokal penting, influencer perlu menemukan keseimbangan antara konten yang bersifat lokal dan global untuk mempertahankan relevansi mereka di pasar yang lebih luas.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya penggunaan Bahasa Indonesia dalam konten media sosial sebagai alat untuk meningkatkan keterlibatan audiens, serta menciptakan hubungan yang lebih dekat antara influencer dan pengikut mereka. Dalam era digital saat ini, di mana konten yang berkualitas sangat berharga, influencer yang dapat memanfaatkan bahasa dan budaya lokal dengan efektif akan memiliki keunggulan kompetitif dalam menarik perhatian audiens mereka.

Jenis Konten	Bahasa yang digunakan	Rata rata interaksi (like, comment)	Elemen lokal yang disertakan	Platform media sosial	Peningkatan interaksi (%)	Catatan
Postingan 1	Bahasa indonesia	200	Event olahraga	tiktok	33	Menggunakan gaya bahasa informal
Postingan 2	Bilingual	150	Tokoh olahraga nasional	Tiktok	-	Konten lebih inklusif namun kurang lokal
Postingan 3	Bahasa inggris	100	-	Tiktok	-	Konten lebih global, kurang relevan
Postingan 4	Bahasa indonesia	250	Berita terbaru	instagram	50	Fokus pada gaya hidup sehat

Salah satu influencer yang kami teliti adalah Raffi Nagita, yang dikenal karena penggunaan Bahasa Indonesia dalam semua konten olahraga yang diposting. Analisis konten dari Raffi Nagita menunjukkan bahwa ia tidak hanya menggunakan Bahasa Indonesia untuk menarik perhatian audiens lokal, tetapi juga untuk membangun identitas dan komunitas di sekitar kontennya. Hasilnya, interaksi dari pengikutnya meningkat pesat, seperti yang

terlihat dari statistik engagement pada postingan yang mengandung elemen lokal, seperti referensi budaya dan bahasa sehari-hari.

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa influencer olahraga yang aktif memanfaatkan Bahasa Indonesia cenderung menggunakan gaya bahasa yang informal dan akrab, sehingga menciptakan hubungan yang lebih personal dengan audiens. Sebagai contoh, dalam penelitian oleh Anjani & Irwansyah (2020), ditemukan bahwa influencer yang mengedepankan gaya komunikasi yang dekat dan mudah dipahami lebih mampu menarik perhatian pengguna media sosial, sehingga interaksi pun meningkat.

Selain itu, kami juga mencatat bahwa konten yang menyertakan elemen lokal, seperti event olahraga di Indonesia dan tokoh olahraga nasional, memiliki interaksi yang lebih tinggi dibandingkan dengan konten yang bersifat umum. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Azet (2013), yang menyatakan bahwa penggunaan bahasa lokal dalam media sosial dapat memperkuat keterikatan emosional antara influencer dan pengikut mereka, meningkatkan loyalitas dan kepercayaan audiens terhadap konten yang disajikan.

Penggunaan Bahasa Indonesia juga berkontribusi pada peningkatan eksposur konten influencer, karena algoritma platform sosial lebih memprioritaskan konten yang relevan dengan audiens lokal. Seperti yang diungkapkan oleh Rizaty (2022), dengan lebih dari 97 juta pengguna Instagram di Indonesia, influencer yang konsisten menggunakan Bahasa Indonesia mendapatkan visibilitas lebih tinggi, yang pada gilirannya mendorong pertumbuhan jumlah pengikut dan interaksi yang lebih baik.

Diskusi ini bertujuan untuk mengaitkan hasil penelitian dengan teori dan penelitian sebelumnya, serta mengidentifikasi perbedaan dan kebaruan yang ditemukan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Bahasa Indonesia oleh influencer olahraga memiliki dampak signifikan terhadap interaksi dan keterlibatan audiens. Temuan ini sejalan dengan teori komunikasi interpersonal yang menekankan pentingnya bahasa sebagai alat untuk membangun hubungan sosial yang kuat. Seperti yang dinyatakan oleh Aramdi (2020), Bahasa Indonesia bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai identitas budaya yang melekat pada masyarakat Indonesia.

Dari analisis yang dilakukan, terlihat bahwa konten berbahasa Indonesia menghasilkan interaksi yang lebih tinggi dibandingkan konten bilingual atau berbahasa Inggris. Hal ini menunjukkan bahwa audiens lebih menghargai konten yang menggunakan bahasa mereka

sendiri, yang memungkinkan mereka merasa lebih terhubung dengan influencer. Penelitian sebelumnya oleh Azet (2013) juga menggarisbawahi pentingnya penggunaan bahasa lokal dalam menciptakan keterikatan emosional antara influencer dan pengikut mereka. Konten yang relevan dan dekat dengan kehidupan sehari-hari audiens akan lebih mungkin menghasilkan respon positif, yang berdampak pada loyalitas audiens.

Selanjutnya, analisis juga mengungkapkan bahwa influencer yang menggunakan elemen lokal, seperti referensi pada budaya dan olahraga nasional, mampu meningkatkan keterlibatan dengan audiens. Ini sejalan dengan temuan oleh Geyser (2022) yang mencatat bahwa konten yang relevan dengan konteks lokal memiliki daya tarik lebih kuat di kalangan pengguna media sosial. Penggunaan bahasa dan konten yang mencerminkan budaya lokal tidak hanya menarik perhatian audiens domestik, tetapi juga dapat menarik minat dari audiens internasional yang ingin memahami budaya Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa influencer yang mampu menyajikan konten dengan pendekatan lokal akan lebih sukses dalam menciptakan koneksi dengan audiens.

Meskipun hasil penelitian ini menunjukkan keuntungan dari penggunaan Bahasa Indonesia, terdapat tantangan yang dihadapi oleh influencer dalam menjaga keseimbangan antara konten lokal dan global. Dalam era globalisasi, penggunaan bahasa asing sering kali menjadi keharusan untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Namun, penelitian oleh Fadlilah (2024) menunjukkan bahwa influencer perlu mengembangkan strategi konten yang kreatif, yang tidak hanya mengandalkan penggunaan bahasa asing, tetapi juga tetap mempertahankan esensi dan kekayaan budaya lokal. Keseimbangan ini penting untuk memastikan bahwa konten yang dihasilkan tetap relevan dan menarik bagi berbagai kalangan audiens.

Penelitian ini juga menemukan bahwa penggunaan Bahasa Indonesia dalam media sosial dapat berkontribusi pada pembentukan komunitas di sekitar minat olahraga tertentu. Komunitas yang terbentuk melalui interaksi di media sosial menciptakan ruang bagi penggemar untuk saling berbagi informasi dan pengalaman. Hal ini mengingatkan kita pada pentingnya teori interaksi sosial yang menegaskan bahwa media sosial dapat memperkuat ikatan antar individu yang memiliki minat yang sama (Liedfray et al., 2022). Dengan demikian, influencer olahraga tidak hanya berfungsi sebagai komunikator, tetapi juga sebagai penghubung dalam menciptakan komunitas yang saling mendukung.

Akhirnya, penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam memahami peran bahasa dalam konteks influencer marketing di Indonesia. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada penekanan pada bagaimana penggunaan Bahasa Indonesia tidak hanya mempengaruhi keterlibatan audiens, tetapi juga membentuk identitas dan budaya di ruang digital. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menambah wawasan tentang strategi komunikasi yang efektif, tetapi juga membuka diskusi lebih lanjut mengenai dampak bahasa dalam konteks pemasaran digital yang semakin berkembang di era global.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokus yang lebih besar pada penggunaan Bahasa Indonesia dalam konteks influencer olahraga. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti peran bahasa Inggris dalam pemasaran digital dan komunikasi media sosial, sedangkan penelitian ini menawarkan perspektif baru dengan menekankan pentingnya bahasa lokal dalam membangun hubungan yang lebih dekat antara influencer dan audiens di pasar Indonesia.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa meskipun ada pengaruh globalisasi dan dominasi bahasa Inggris, influencer yang konsisten menggunakan Bahasa Indonesia tidak hanya mendapatkan lebih banyak interaksi, tetapi juga mampu mengembangkan identitas merek yang kuat. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan baru tentang interaksi sosial di media digital, tetapi juga menekankan pentingnya strategi komunikasi yang berfokus pada konteks lokal untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Sebagai penutup, penelitian ini memberikan kontribusi yang berarti dalam memahami dinamika penggunaan Bahasa Indonesia di media sosial, khususnya di kalangan influencer olahraga. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan memberikan panduan bagi para influencer dalam strategi komunikasi mereka.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan Bahasa Indonesia oleh influencer olahraga secara signifikan mempengaruhi interaksi dan keterlibatan audiens di media sosial. Konten yang disajikan dalam Bahasa Indonesia tidak hanya menciptakan koneksi emosional yang lebih dalam dengan pengikut, tetapi juga meningkatkan daya tarik dan relevansi konten di mata audiens lokal. Dengan mengintegrasikan elemen budaya lokal, influencer dapat

membangun komunitas yang saling mendukung di sekitar minat olahraga, yang pada gilirannya memperkuat interaksi sosial di ruang digital.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada pemahaman mendalam tentang peran Bahasa Indonesia dalam membentuk identitas budaya di era digital. Temuan ini menegaskan pentingnya penggunaan bahasa lokal dalam strategi komunikasi di media sosial, serta memberikan wawasan berharga bagi influencer dan pemasar dalam menciptakan konten yang tidak hanya menarik, tetapi juga relevan dan sesuai dengan konteks sosial audiens. Penelitian ini membuka peluang untuk eksplorasi lebih lanjut mengenai dinamika bahasa dalam pemasaran digital yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, E. R., Apriliano, D. R., Pitria, E., Amalia, P. D., Auliya, A. S., & Rizkyafni, M. W. (2024). Implementasi Karakter Pemimpin Dalam Kegiatan Aktifitas Fisik Mahasiswa PJKR. *Jumper: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Olahraga*, 4(2), 271-277.
- Fadhilah, A. A., Abdillah, M. I., Riyadi, F. Y., Suryani, M., Rivaldo, R., & Rizkyanfi, M. W. (2024). Peran Bahasa Indonesia Dalam Meningkatkan Olahraga Pencak Silat di Masa Depan. *Jumper: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Olahraga*, 4(2), 302-314.
- Febriana, I., Parinduri, A. R., Rambe, F. A., & Ginting, D. (2024). Peran bahasa Indonesia dalam meningkatkan pemahaman materi pembelajaran pendidikan jasmani, kesehatan dan rekreasi. *Jurnal Pendidikan Jasmani*, 1(4), 249-255.
- Hoesodo, T. S. (2018). Akselerasi Pembentukan Budaya Olahraga Masyarakat Guna Mewujudkan Kebugaran Fisik dalam Rangka Meningkatkan Kualitas SDM. *Jurnal Lemhannas RI*, 6(2), 75-85
- Mahendra, A. (2017). Pengembangan Manajemen Kelas Olahraga: Pokokpokok Pikiran tentang Pengembangan Pembinaan Olahraga Bagi Pelajar. *JTIKOR (Jurnal Terapan Ilmu Keolahragaan)*, 2(2), 96-105.
- Novianti, A. (2021). Analisis Kebutuhan (Need Analysis) untuk Pembelajaran Bahasa Inggris Khusus (ESP) bagi Mahasiswa Pendidikan Olahraga. *Journal of Physical and Outdoor Education*, 3(1), 58-67.
- Nurhasanah, N. (2014). Pengaruh Bahasa Gaul Terhadap Bahasa Indonesia. In *Forum Ilmiah* (Vol. 11, No. 1, pp. 15-21).
- Puspitasari, T., & Devi, A. (2019, October). Pengaruh bahasa ibu terhadap pembelajaran bahasa Indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan* (Vol. 1, pp. 465-470).
- Purba, F. G., Pangidoan, A. M., Baim, A. J., & Pratama, P. (2024). Peran Bahasa Indonesia dalam Olahraga. *Jumper: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Olahraga*, 5(2), 551-559.
- Putra, A., Gumilang, E. S., Lubay, L. H., Budiana, D., & Sumarno, G. (2024). Bentuk Komunikasi Guru dalam Proses Pembelajaran Pendidikan Jasmani pada Siswa Disabilitas Tunarungu di SLB Kota Bandung. *Jumper: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Olahraga*, 4(2), 419-429.

- Rahman, A. (2016). Pengaruh bahasa daerah terhadap hasil belajar bahasa Indonesia peserta didik kelas 1 sd Inpres Maki Kecamatan Lamba Leda Kabupaten Manggarai Timur. *Alaudin: Jurnal Pendidikan Dasar Islam*, 3(2), 71-79.
- Rafsanjani, T., & Handican, R. (2023). Systematic Literature Review: Pengaruh Bahasa Arab Terhadap Perkembangan Bahasa Indonesia. *AL-WARAQAH Jurnal Pendidikan Bahasa Arab*, 4(1), 42-53.
- Ridlo, M., Satriyadi, Y., Azzahra, N., & Nasution, A. H. (2021). Analisis pengaruh bahasa gaul di kalangan mahasiswa terhadap bahasa Indonesia di zaman sekarang. *Jurnal Kewarganegaraan*, 5(2), 561-569.
- Setyawan, F. H., & Bajuri, P. E. (2018). Penggunaan kamus olahraga berbasis android dalam penguasaan istilah asing bidang olahraga. *Pedagogia: Jurnal Pendidikan*, 7(2), 97-101.
- Sudiana, I. K., & Spyranawati, N. L. P. (2023). *Keterampilan dasar pencak silat*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Wardathi, A. N., & Pradipta, A. W. (2019). Kelayakan Aspek Materi, Bahasa dan Media pada Pengembangan Buku Ajar Statistika untuk Pendidikan Olahraga di IKIP Budi Utomo Malang. *Efektor*, 6(1), 61-67.
- Widiyanto, S. (2022). Pengenalan Olahraga untuk Meningkatkan Kemampuan Berbahasa Bagi Siswa TK. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(6), 7232-7241.
- Widodo, A. (2018). Pengembangan Bahan Ajar Pendidikan Jasmani Olahraga Kesehatan (Pjok) Terintegrasi Dengan Al-Islam Kemuhammadiyah Bahasa Arab (Ismuba) Di Sd/Mi Muhammadiyah. *Jendela Olahraga*, 3(1).