

ANALISIS KESALAHAN BERBAHASA PADA PAPAN IKLAN DI KABUPATEN PRINGSEWU

Stevia Cantika S¹, Fransisca S.O. Dedi², Dian Permanasari³

¹²³STKIP PGRI Bandar Lampung

steviacantika@gmail.com¹, fransisca_so_dedi@stkippgribl.ac.id²,
permanasaridianazka@gmail.com³

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan bentuk berbahasa pada papan iklan di Kabupaten Pringsewu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal-hal lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Teknik pengumpulan data yaitu teknik observasi dan dokumentasi. Sumber data pada penelitian ini adalah papan iklan yang ada di Kabupaten Pringsewu. Teknik analisis data yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan kesimpulan/verifikasi Data. Penelitian ini menggunakan pengamatan berulang pada papan iklan yang ada di Kabupaten Pringsewu. Hasil penelitian pada penelitian ini dapat di simpulkan bahwa kesalahan berbahasa pada papan iklan di Kabupaten Pringsewu masih ditemukan kesalahan penggunaan dalam bidang morfologi pada proses afiksasi dan kesalahan penggunaan ejaan dalam penulisan papan iklan. Kesalahan pada penggunaan morfologi tersebut yakni kesalahan pada prefiks yang berjumlah 8 data, sufiks berjumlah 4 data, dan konfiks berjumlah 2 data. Sedangkan pada infiks tidak di temukan kesalahan. Untuk kesalahan pada tanda baca banyak ditemukan kesalahan pada tanda koma berjumlah 7 data, tanda seru berjumlah 3 data, tanda hubung berjumlah 1 data dan huruf kapital berjumlah 1 data. Kesalahan terbanyak pada morfologi afiksasi yaitu pada bagian prefiks. Sedangkan pada kesalahan ejaan tanda baca yang paling banyak data terdapat pada penggunaan tanda koma.

Kata Kunci: Kesalahan Berbahasa, Papan Iklan.

Abstract: This research aims to know and describe the form of language on billboards in Pringsewu Regency. This research uses a qualitative approach which is intended to investigate circumstances, conditions or other things that have been mentioned, the results of which are presented in the form of a research report. Data collection techniques are observation and documentation techniques. The data source in this research is billboards in Pringsewu Regency. Data analysis techniques used are data collection, data reduction, data presentation and data conclusion/verification. This research uses repeated observations on billboards in Pringsewu Regency. The results of the research in this study can be concluded that language errors on billboards in Pringsewu Regency are still found in the field of morphology in the process of affixation and spelling errors in writing billboards. Errors in the use of morphology are errors in prefixes totaling 8 data, suffixes totaling 4 data, and confixes totaling 2 data. Meanwhile, no errors were found in infixes. For errors in punctuation, there are many errors found in comma marks totaling 7 data, exclamation marks totaling 3 data, hyphens totaling 1 data and capital letters totaling 1 data. The most errors in affixation morphology are in the prefix part. Meanwhile, the most data on punctuation spelling errors is in the use of comma marks.

Keywords: Language Errors, Billboards.

PENDAHULUAN

Bahasa adalah alat yang digunakan manusia untuk berkomunikasi dan media utama dalam berkomunikasi sehingga kebutuhan terhadap pemahaman bahasa sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Dalam kehidupan sehari-hari, bahasa memiliki peranan penting dalam

segala aspek kehidupan manusia, mulai dari berdagang di pasar, menjual barang dengan berteriak atau mempromosikan sesuatu atau dengan tulisan. Pasti dalam kegiatan semua itu tidak akan terlepas dari bahasa. Dengan bahasa, seseorang mampu menyampaikan maksud dan tujuan sehingga informasi dan pesan dapat tersampaikan kepada orang lain

atau masyarakat dengan baik. Informasi dan pesan yang disampaikan juga harus dibahasakan secara penuh agar maknanya dapat dipahami oleh penerima dengan mudah, karena kesulitan memahami informasi dari pesan dapat mengakibatkan perbedaan interpretasi dan pemahaman.

Aktivitas masyarakat tidak akan berjalan dengan lancar tanpa komunikasi. Komunikasi dalam hal ini dengan mempergunakan bahasa. Mereka yang terlibat dalam jaringan komunikasi ini memerlukan persyaratan-persyaratan tertentu. Misalnya, harus menguasai sejumlah besar kosa kata (perbendaharaan kata), serta mampu pula menggerakkan kekayaan itu menjadi jaringan-jaringan kalimat yang jelas dan efektif, sesuai dengan kaidah-kaidah sintaksis yang berlaku, untuk menyampaikan rangkaian pikiran dan perasaannya kepada anggota-anggota masyarakat lainnya. Di eraglobalisasi dan kemajuan teknologi memungkinkan banyaknya informasi serta bahasa yang masuk ke Indonesia dan diketahui serta dikuasai oleh masyarakat Indonesia. Hal itu memungkinkan berbaurnya bahasa asing, bahasa daerah ke dalam penggunaan bahasa Indonesia.

Penggunaan bahasa Indonesia dalam menyampaikan informasi sangat dipengaruhi oleh pemilihan kata. Tidak jarang ditemui papan iklan, spanduk, baliho, dan papan instansi pemerintah yang mengabaikan penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Baik dari segi pemilihan kata, penulisan yang tidak sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia yaitu Ejaan Bahasa Indonesia (EBI) atau kesalahan berbahasa. Kesalahan berbahasa adalah penggunaan bahasa baik secara lisan maupun tertulis yang menyimpang dari faktor-faktor penentu berkomunikasi atau menyimpang dari norma kemasyarakatan dan menyimpang dari kaidah tata bahasa Indonesia.

Iklan merupakan alat komunikasi yang memiliki kekuatan sangat penting sebagai alat pemasaran yang membantu menjual barang, memberikan layanan, serta

gagasan, atau ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi yang persuasif. Dalam hal ini iklan bertujuan agar menarik perhatian atau membujuk supaya orang tertarik untuk membeli barangnya. Oleh karena itu, bahasa iklan pun dibuat semenarik mungkin supaya dapat memikat konsumennya.

Melihat masalah-masalah yang terdapat pada iklan-iklan yang bertebaran di area publik yang menawarkan sesuatu, menjual, memberitakan sebuah kegiatan melalui papan iklan yang banyak terdapat kesalahan berbahasa seperti penulisan yang tidak sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia yaitu ejaan nya, tanda baca, diksi atau pilihan kata dan ketidak tepatan berbahasa didalamnya. Peneliti ingin meneliti hal itu, karena iklan merupakan media yang mencakup semua kalangan, bukan hanya para akademisi, melainkan masyarakat luas yang melihat iklan-iklan, yang banyak di ruang publik.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik mengambil judul “Analisis Kesalahan Berbahasa Pada Papan Iklan Di Kabupaten Pringsewu”.

Menurut Nanik (dalam Sari 2018:56), “Kesalahan berbahasa adalah penggunaan bahasa baik secara lisan maupun tertulis yang menyimpang dari faktor-faktor penentu berkomunikasi atau menyimpang dari norma kemasyarakatan dan menyimpang dari kaidah tata bahasa Indonesia”.

Selanjutnya menurut Setyawati (dalam Hasnuddin 2017:118) kesalahan berbahasa adalah penggunaan bahasa baik secara lisan maupun tertulis yang menyimpang dari faktor-faktor penentu berkomunikasi atau menyimpang dari norma kemasyarakatan dan menyimpang dari kaidah tata bahasa Indonesia.

Selanjutnya, Tarigan (dalam Hestyana 2018:83) “mengatakan kesalahan berbahasa berdasarkan, yaitu: tataran linguistik, kesalahan berbahasa di bidang fonologi, kegiatan berbahasa atau keterampilan berbahasa, kesalahan dalam menyimak, berbicara, membaca, dan

menulis, sarana atau jenis bahasa yang digunakan, berwujud kesalahan berbahasa secara lisan dan secara tertulis, penyebab kesalahan, seperti kesalahan berbahasa karena pengajaran dan interferensi dan frekuensi, seperti kesalahan berbahasa yang paling sering, sedang, kurang, dan jarang.”

Dari beberapa pengertian kesalahan berbahasa di atas dapat penulis simpulkan bahwa, kesalahan berbahasa adalah kesalahan yang dilakukan masyarakat dalam penulisan yang menggunakan acuan tertentu untuk menulis atau mengucapkan dengan benar apa yang ingin ditulis atau diucapkan sehingga tidak salah dan tidak menyimpang dari kaidah yang sudah ditentukan, jika kesalahan yang terus dilakukan secara terus menerus dan tidak ada perubahan maka akan menimbulkan kesalahpahaman bagi yang melihat, membaca atau mendengar.

Ejaan merupakan seperangkat aturan yang harus dipakai dalam aktivitas menulis. Dijelaskan oleh Wijayanti dkk (2013: 1) yang dimaksud dengan ejaan adalah kaidah cara menggambarkan tau melambangkan bunyi-bunyi ujaran (kata, kalimat, dan sebagainya) dan bagaimana hubungan antara lambang-lambang itu (pemisahan dan penggabungannya dalam suatu bahasa). Ditegaskan oleh Tarigan (2009:2) ejaan adalah cara atau aturan menulis kata-kata dengan huruf menurut disiplin ilmu bahasa.

Setyawati (2017:139), juga mengatakan ejaan tidak hanya berkaitan dengan cara mengatur penulisan huruf menjadi satuan yang lebih besar misalnya kata, kelompok kata, atau kalimat. Ejaan berkaitan pula dengan penggunaan tanda baca pada satuansatuan huruf tersebut. Masalah ejaan pada hakikatnya merupakan kaidah. Dengan kata lain, ejaan adalah seperangkat aturan tentang keseluruhan sistem penulisan bahasa dengan menggunakan huruf, kata, dan tanda baca sebagai sasarnya.

Yulianto (dalam Mijianti: 2018, 115) menyatakan bahwa, ejaan tidak menyangkut pelafalan kata saja tetapi juga menyangkut cara penulisan. Ejaan merupakan cara menuliskan kata atau kalimat dengan

memperhatikan penggunaan tanda baca dan huruf.

Menurut Tjiptono (dalam Palupi, 2018:15) iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling banyak digunakan perusahaan dalam mempromosikan produknya. Selain itu, Kotler (dalam Palupi, 2018:15) mengemukakan iklan sebagai segala bentuk presentasi dan promosi gagasan, barang atau jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar.

Sedangkan menurut Ismiani (2010:2) publikasi berasal dari kata “publiare” yang artinya “untuk umum”. papan iklan berfungsi sebagai pembentuk image dan dapat mempengaruhi untuk menimbulkan kepercayaan masyarakat.

Selanjutnya menurut Machfoedz, 2010:139 iklan adalah segala bentuk penyajian informasi dan promosi secara tidak langsung yang dilakukan oleh sponsor untuk menawarkan ide, barang atau jasa.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa iklan merupakan suatu bentuk komunikasi baik lewat media massa, TV, radio, surat kabar, baliho dan sebagainya yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen untuk bertindak terhadap produk dan jasa yang ditawarkan. Pada dasarnya iklan merupakan sarana komunikasi yang digunakan komunikator dalam hal ini perusahaan atau produsen untuk menyampaikan informasi tentang barang atau jasa kepada publik, khususnya pelanggannya melalui suatu media massa.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal-hal lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL



Kesalahan berbahasa pada papan iklan di Kabupaten Pringsewu tahun 2024 yang


dibahas meliputi kesalahan tataran morfologi dan kesalahan pada tataran ejaan.

1. Kesalahan Tataran Morfologi Dan Ejaan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti pada iklan yang sudah ditemukan, kesalahan berbahasa tataran morfologi yang terdapat di papan iklan yang ada di kabupaten pringsewu dapat diketahui dan ditemukan kesalahan berbahasa dalam proses afiksasi. Kesalahan tersebut dikemukakan dalam tabel berikut.

Tabel 4.1
Data Kesalahan Tataran Morfologi Dan Ejaan

No	Data	Jenis kesalahan
1.	 <p>“Jangan lupa aktivasi ktp digital pakai hp android”</p>	<p>Kesalahan pada morfologi proses afiksasi:</p> <p>Pada penulisan Jangan lupa aktivasi ktp digital pakai hp android, mengalami penghilangan 236refix me-(N) pada kata ‘pakai’ yang seharusnya bentuk kata yang tepat adalah ‘memakai’. Sehingga kalimat nya menjadi “Jangan lupa aktivasi ktp digital <u>memakai</u> hp android”</p>
2.	 <p>“APAPUN MAKANANNYA MINUMNYA...Teh</p>	<p>Kesalahan pada tanda baca koma (,):</p> <p>Pada penulisan APAPUN MAKANANNYA MINUMNYA...Teh botol, seharusnya ditambahkan tanda</p>

	botol”	koma (,) setelah kata ‘makanannya’, sehingga kalimat tersebut menjadi “APAPUN MAKANANNYA, MINUMNYA...Teh botol”.
3.	 <p>“Terlepas Apa Yang Kamu Punya, D-Bank PRO”</p>	<p>Kesalahan pada penggunaan huruf kapital:</p> <p>Pada penulisan Terlepas Apa Yang Kamu Punya, D-Bank PRO, seharusnya kata ‘Yang’ menggunakan huruf kecil semua menjadi ‘yang’ karena kata tersebut termasuk kedalam kata ganti relatif. Sehingga kalimat yang tepat adalah “Terlepas Apa <u>yang</u> Kamu Punya, D-Bank PRO”</p>

PEMBAHASAN

Berdasarkan tabel 4.1 nomor 1, didapatkan satu kesalahan pada penggunaan morfologi proses afiksasi. Pada kalimat ‘Jangan lupa aktivasi ktp digital pakai hp android’, mengalami penghilangan prefiks me-(N) pada kata ‘pakai’ yang seharusnya bentuk kata yang tepat adalah ‘memakai’. Dalam proses pembentukan kata ini, terdapat pula proses peluluhan kata p pada kata pakai. Adapun, arti kata memakai dalam KBBI adalah menggunakan atau mempergunakan (dalam arti yang luas). Sehingga kalimat yang tepat adalah “Jangan lupa aktivasi ktp digital memakai hp android”.

Berdasarkan hasil analisis data papan iklan nomor 2, terdapat satu kesalahan yaitu kesalahan penggunaan tanda baca koma (,). Pada kalimat

‘APAPUN MAKANANNYA MINUMNYA...Teh botol’, seharusnya ditambahkan tanda koma (,) setelah kata ‘makanannya’. Karena sehingga kalimat tersebut menjadi “APAPUN MAKANANNYA, MINUMNYA...Teh botol”.

Berdasarkan hasil analisis data papan iklan nomor 3, terdapat satu kesalahan yaitu kesalahan penggunaan huruf kapital. Pada kalimat ‘Terlepas Apa Yang Kamu Punya, D-Bank PRO’, seharusnya penulisan kata ‘Yang’ menggunakan huruf kecil semua menjadi ‘yang’ karena kata tersebut termasuk kedalam kata ganti relatif. Sehingga kalimat yang tepat adalah “Terlepas Apa yang Kamu Punya, D-Bank PRO”.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan terhadap kesalahan berbahasa pada papan iklan di Kabupaten Pringsewu masih ditemukan kesalahan penggunaan dalam bidang morfologi pada proses afiksasi dan kesalahan penggunaan ejaan dalam penulisan papan iklan. Kesalahan pada penggunaan morfologi tersebut yakni kesalahan pada prefiks yang berjumlah 8 data, sufiks berjumlah 4 data, dan konfiks berjumlah 2 data. Sedangkan pada infiks tidak di temukan kesalahan. Untuk kesalahan pada tanda baca banyak ditemukan kesalahan pada tanda koma berjumlah 7 data, tanda seru berjumlah 3 data, tanda hubung berjumlah 1 data dan huruf kapital berjumlah 1 data. Kesalahan terbanyak pada morfologi afiksasi yaitu pada bagian prefiks. Sedangkan pada kesalahan ejaan tanda baca yang paling banyak data terdapat pada penggunaan tanda koma.

DAFTAR PUSTAKA

Aida azizah, M. E. (2019). Kesalahan penulisan istilah asing pada papan iklan atau reklame di Kota

Semarang. *Jurnal Bahasa Indonesia, Sastra Indonesia, dan Pengajarannya Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Pancasakti Tegal* 2 (2), 260-273.

Abdul Chaer. 2008. *Morfologi Bahasa Indonesia (Pendekatan Proses)*. Jakarta: Rineka Cipta.

Arifin, Zainal, E dan Tasai, Amran, S, 2008, *Cermat Berbahasa Indonesia*, Jakarta: Akademika Pressindo.

Chaer, Abdul. (2014). *Linguistik Umum Cetakan Keempat*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Damayanti, E. (2019). Kesalahan Penggunaan Bahasa Pada Iklan Komersial Media Luar Ruang Di Kabupaten Kediri. *Jubindo : Jurnal Ilmu Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia* 4 (2), 85-102.

Erliana, A. M. (2020). Analisis Kesalahan Berbahasa Kain Rentang Dan Papan Iklan Di Kota Kisaran. *Umsu*.

Ida Ramadhani Siregar, R. (2012). Penelitian Analisis Kesalahan Berbahasa. *Jurnal Edukasi Kultura : Jurnal Bahasa, Sastra Dan Budaya* 3 (2).

Keraf, Gorys. 2009. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia

Setyawati, Nanik. 2017. *Analisis Kesalahan Berbahasa Indonesia, Teori dan Praktik*. Cetakan Kedelapan. Surakarta: Yuma Pustaka.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sunendar, D. (2016). Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia. *Badan*

*Pengembangan Dan Pembinaan
Bahasa .*

Tambun, R. P. (N.D.). Analisis Kesalahan Berbahasa Dalam Penulisan Iklan Usaha Pada Media Cetak Berdasarkan Ejaan Bahasa Indonesia (Ebi) Di Medan Timur.

Tarigan. 1988. *Pengajaran Analisis Kesalahan Berbahasa*. Rineka Cipta : Jakarta

Widyatama, Rendra. 2011. *Teknik Menulis Naskah Iklan*. Yogyakarta: Cakrawala.

Gantamitreka dan Shokha (2016). *Kesalahan Berbahasa Penggunaan EYD*. Solo: Genta Smart Publisher.