

ANALISIS KESALAHAN BERBAHASA DALAM IKLAN PRODUK PANDAI BESI

Rina Agustini, Siti Andini, Taufik Hidayat

Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Universitas Galuh

email: rinaagustini@unigal.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kesalahan berbahasa yaitu kesalahan penggunaan ejaan bahasa Indonesia dalam iklan produk pandai besi. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan metode analisis isi (content analysis). Analisis data dalam penelitian ini dilaksanakan melalui tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan atau verifikasi data. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu pengumpulan data dari instagram dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini adalah iklan produk pandai besi yang diunggah pada instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 7 kesalahan dalam penggunaan ejaan bahasa Indonesia khususnya pada penggunaan huruf kapital dalam iklan produk pandai besi.

Kata Kunci: kesalahan berbahasa, ejaan, iklan.

ABSTRACT

This research aims to describe language errors, namely errors in the use of Indonesian spelling in advertisements for blacksmith products. This type of research is descriptive qualitative with a content analysis method. The research was carried out through the stages of data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions or data verification. The data collection techniques used were data collection from Instagram and documentation. The data source in this research is advertisements for blacksmith products uploaded to Instagram. Based on the results of the research that has been carried out, it can be concluded that there are 7 errors in the use of Indonesian spelling in advertisements for blacksmith products.

Keywords: language errors, spelling, advertising.

PENDAHULUAN

Bahasa Indonesia merupakan bahasa nasional dari negara Indonesia. Masyarakat Indonesia mempunyai kewajiban untuk senantiasa membina dan mengembangkan bahasa Indonesia. Tantangan terhadap penggunaan bahasa Indonesia saat ini sangat berat. Arus globalisasi yang semakin menantang akan terus menguji kesetiaan dan kebanggaan terhadap penggunaan bahasa Indonesia. Penggunaan bahasa Indonesia

dalam ruang publik sudah semakin tergeser dengan penggunaan bahasa asing. Menurut Nasution (2023: 341) peran bahasa Indonesia harus dipahami sebagai bentuk praktis dalam penggunaan bahasa dan penggunanya harus menaati sesuai peraturan yang berlaku. Berkurangnya kesetiaan dan kebanggaan terhadap penggunaan bahasa Indonesia dapat memengaruhi kebiasaan dalam penggunaan bahasa

Indonesia oleh masyarakat. Instagram merupakan media yang sangat digemari dan memberikan peluang usaha yang cukup besar. Melalui Instagram, semua orang akan mampu mempromosikan produk-produk mereka pada semua kalangan tanpa terhalang oleh status sosial maupun daerah. Meski demikian, jika dicermati lebih jauh terkait penggunaan bahasa dalam iklan-iklan produk di Instagram, masih terdapat beberapa kesalahan penggunaan Bahasa Indonesia. Kesalahan penggunaan bahasa Indonesia tersebut sering kita temui dalam iklan-iklan yang tersebar di media massa maupun media sosial. Hal ini tidak sesuai dengan fungsi bahasa yang merupakan alat untuk menyampaikan ide dan mendeskripsikan peristiwa kepada orang lain (Apriwulan, et al., 2021).

Kesalahan berbahasa merupakan keterpaduan pembelajaran bahasa, baik pembelajaran santai maupun pembelajaran bahasa formal (Pujiati, 2015:3). Hal ini didukung oleh pernyataan Setyawati (2017: 11), bahwa dalam penggunaan Bahasa Indonesia, terdapat sinonim dari kesalahan berbahasa yaitu, penyimpangan bahasa, pelanggaran bahasan dan kekhilafan bahasa (Dhiya, Ulhaq, et.al (2021 : 1).

Kesalahan berbahasa dikemukakan oleh Corder merupakan penyimpangan terhadap kode bahasa sama dengan analisis kesalahan. Analisis kesalahan berbahasa merupakan tindakan menemukan kesalahan dalam bahasa tulis (Faisah , 2018).

Ejaan bahasa Indonesia merupakan aturan dalam menggunakan bahasa secara tertulis. Ejaan bahasa Indonesia berisi pedoman dalam penggunaan huruf, penulisan kata, penggunaan tanda baca, dan penulisan unsur serapan. Pedoman penggunaan huruf ialah penggunaan abjad, vokal, konsonan, gabungan vokal dan konsonan, huruf kapital, huruf miring dan huruf tebal. Penulisan kata ialah penggunaan kata dasar, kata turunan, pemenggalan kata, kata depan, partikel, singkatan, angka dan bilangan, kata ganti, kata sandang. Penggunaan tanda baca ialah penggunaan tanda titi, koma, titik dua, tanda tanya, tanda seru, ellipsis, titik koma, tanda kurung, kurung siku. Penggunaan serapan ialah serapan umum dan serapan khusus. Penggunaan bahasa Indonesia yang tidak sesuai dengan pedoman maka akan mengakibatkan adanya kesalahan berbahasa. Bentuk kesalahan ejaan antara lain penggunaan huruf kapital, huruf miring, singkatan, kata depan, kombinasi kata, ejaan angka dan angka, penggunaan titik, koma, tanda hubung, titik dua, dan titik. Banyak kesalahan dalam penggunaan huruf besar pada nama pribadi.

Menurut Tjiptono (dalam Palupi, 2018:15) iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling banyak digunakan perusahaan dalam mempromosikan produknya. Periklanan sendiri merupakan suatu kegiatan yang dibayar oleh sponsor tertentu untuk memperkenalkan dan menawarkan ide, barang atau jasa secara impersonal. Unsur kesalahan berbahasa yang

termasuk adalah kesalahan penggunaan huruf, penggunaan kata, tanda baca, dan ketidakefektifan dalam penggunaan kata (Hartati, 2021 : 1). Bahasa iklan hendaknya mengandung kalimat-kalimat persuasif sehingga menggugah minat pembeli. Kesalahan penerapan kaidah ejaan bahasa Indonesia yang disempurnakan (Faisah , 2018).

Beberapa penelitian yang relevan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1. Penelitian Jamihin Tinambunan, FKIP Universitas Islam Riau tahun 2010 yang berjudul “Analisis Peningkatan Penggunaan Ejaan Pada Kompetisi Regional Provinsi Riau Tahun 2010”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan huruf kapital dan tanda baca memperoleh nilai rata-rata 89,31 hingga 100 dengan kategori Baik. Penelitian ke-2 (2013) oleh mahasiswa Universitas Negeri Surabaya Trinil Dwi Turistian dengan judul “Karakteristik Lanjutan Kesalahan Penulisan pada Makalah Mahasiswa”. Hasil penelitian ejaan tingkat lanjut yang baik dan benar dalam makalah siswa.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa perlu dilakukan penelitian terhadap penggunaan ejaan bahasa Indonesia dalam iklan produk pandai besi yang diunggah pada instagram.

METODE

Penelitian ini dilakukan melalui dua tahap, yaitu tahap pengumpulan data dan analisis data. Sumber data dalam penelitian ini ialah iklan produk pandai besi yang diunggah pada instagram, sedangkan sumber datanya ialah tulisan pada iklan produk pandai

besi yang diunggah pada Instagram. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan cara mengkaji iklan dalam instagram para istri pandai besi. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian pembahasan ini, dianalisis 10 iklan dalam iklan produk pandai besi. Analisis ini disesuaikan dengan teori analisis kesalahan berbahasa pada ejaan.

a. Analisis Penggunaan Ejaan

1. Iklan 1



Terdapat kesalahan penggunaan ejaan dalam tulisan iklan di atas yaitu penggunaan huruf y pada kata keday. Pengertian Kedai dalam KBBI yaitu bangunan tempat berjualan (makanan dan sebagainya); warung;. Penulisan huruf akhir pada kata kedai dalam KBBI yaitu menggunakan huruf i. Oleh karena itu, seharusnya kata dalam iklan tersebut menggunakan kata kedai. Kesalahan berbahasa yang kedua yaitu penggunaan huruf e pada kata pesau. Seharusnya yang digunakan pada kata tersebut ialah huruf i. jadi kata yang tepat ialah pisau.

2. Iklan 2



Terdapat kesalahan penggunaan ejaan dalam tulisan iklan di atas yaitu kesalahan dalam penggunaan huruf kapital. Pada iklan di atas nama mang tri pada huruf pertama menggunakan huruf kecil. Pada pedoman penggunaan ejaan, penulisan nama orang itu harus diawali dengan menggunakan huruf kapital, sehingga penulisan nama mang tri yang benar ialah Mang Tri.

3. Iklan 3



Terdapat kesalahan penggunaan ejaan dalam tulisan iklan di atas yaitu kesalahan dalam penggunaan huruf kapital. Pada iklan di atas nama kang wawan pada huruf pertama menggunakan huruf kecil. Pada pedoman penggunaan ejaan, penulisan nama orang itu harus diawali dengan menggunakan huruf kapital, sehingga penulisan nama mang tri yang benar ialah Kang Wawan.

4. Iklan 4



Terdapat kesalahan penggunaan ejaan dalam tulisan iklan di atas yaitu kesalahan dalam penggunaan huruf

kapital. Pada iklan di atas nama Mang nanang pada huruf pertama menggunakan huruf kecil. Pada pedoman penggunaan ejaan, penulisan nama orang itu harus diawali dengan menggunakan huruf kapital, sehingga penulisan nama mang tri yang benar ialah Mang Nanang.

5. Iklan 5



Pada iklan di atas terdapat penulisan alamat tempat membeli produk pandai besi yang dijual. Alamat tersebut ditulis lokasi kecamatan baregbeg dusun ciwahangan kompleks pandai besi. Terdapat kesalahan penggunaan ejaan dalam penulisan Alamat tersebut. Berdasarkan pedoman penggunaan ejaan, penulisan nama tempat harus diawali menggunakan huruf kapital. Penulisan Alamat dalam iklan tersebut dapat diperbaiki menjadi Lokasi Kecamatan Baregbeg Dusun Ciwahangan Komplek Pandai Besi.

6. Iklan 6



Terdapat kesalahan penggunaan ejaan dalam tulisan iklan di atas yaitu kesalahan dalam penggunaan huruf

kapital. Pada iklan di atas nama Bpk Wowong pada huruf pertama dan kedua pada pemendekan Bapak menjadi Bpk. Pada pedoman penggunaan ejaan, penulisan nama orang itu harus diawali dengan menggunakan huruf kapital huruf pertama saja, sehingga penulisan nama Bpk Wowong yang benar jika kata Bapak dipendekkan maka harus ditulis Bpk Wowong.

7. Iklan 7



Terdapat kesalahan penggunaan ejaan dalam tulisan iklan di atas yaitu kesalahan dalam penggunaan huruf kapital. Pada iklan di atas nama tempat karang bakti pada huruf pertama nama tempat tersebut tidak menggunakan huruf kapital. Pada pedoman penggunaan ejaan, penulisan nama tempat harus diawali dengan menggunakan huruf kapital, sehingga penulisan nama tempat karang bakti yang benar ialah Karang Bakti.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat 7 kesalahan berbahasa dalam iklan produk pandai besi yang diunggah pada instagram. Kesalahan tersebut ialah pada penggunaan ejaan bahasa Indonesia. Kesalahan tersebut berupa kesalahan dalam penulisan huruf kapital pada nama orang dan nama tempat

DAFTAR PUSTAKA

- Apriwulan, H, dkk. (2021). *Analisis Kesalahan Berbahasa Pada Baliho Makanan*. Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, 10(1), pp. 65-70.
- Faisah, N. (2018). *Analisis Kesalahan Berbahasa Indonesia dalam Surat-Menyurat di Kantor Kelurahan Layana*. Jurnal Bahasa dan Sastra, 3(3), pp. 1-8.
- Hartati, S. 2022. *Bahasaku Cheker : Analisis Kesalahan Berbahasa Indonesia Pada Papan Iklan Dan Cara Meminimalisir Kesalahan Tersebut*. pp. 1-8.
- Nasution, W.A & Mimi R. (2023). *Analisis Kesalahan Berbahasa Referensi Bahasa Iklan : Kajian Wacana*. Vol.8 No.2 April-Juni 2023. pp. 340-350.
- Palupi, M E. (2018). *Kesalahan Penulisan Kata Bahasa Indonesia Pada Kain Rentang dan Papan Iklan di Tempat Umum*. Jakarta : Akademi Bahasa Asing BSI.
- Pujiati, R.E. (2019). *Analisis Kesalahan Berbahasa Pada Iklan Politik Caleg 2019 Di Bojonegoro Relevansinya Dengan Pembelajaran Bahasa Indonesia Di SMP*. Skripsi. Bojonegoro : Program Studi Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia Fakultas Pendidikan Bahasa Dan Seni Ikip Pgri Bojonegoro.
- Setyawati, N. (2017). *Analisis Kesalahan Berbahasa Indonesia Teori dan Praktik*. Surakarta: Yuma Pustaka.
- Ulhaq, D, et.al. *Analisis Kesalahan Bahasa Iklan Di Kota Jakarta Utara dan Relevansinya Sebagai Bahan Ajar SMP*. Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. pp.376-385.
- Wirasari, I&Theodora E. (2018). *Kajian Gaya Bahasa Iklan*

*Antangin Fit Pada Media
Sosial.Demandia*, Vol. 3, No. 2,
Hlm. 1-15.