

ME AN MAKNA

Jurnal Ilmu Kebahasaan dan Kesastraan

**Analisis Kesalahan Berbahasa Indonesia Pada Papan Nama Toko Dan
Reklame Di Jalan Jenderal Sudirman Palembang**
*Analysis of Indonesian Errors In Stores and Reclame Name
Board In Jalan Jenderal Sudirman, Palembang*

Rayan^a, dan Ratu Wardarita^b

^aSMP Negeri 45 Palembang

^bUniversitas PGRI Palembang

Pos-el: rayansyamsuri44@gmail.com dan ratu.wardarita@univpgri-palembang.ac.id

Naskah Diterima Tanggal 10 Februari 2021—Direvisi Akhir Tanggal 10 Februari 2021—Disetujui Tanggal 24 Juni 2021

doi: [10.26499/mm.v19i1.3417](https://doi.org/10.26499/mm.v19i1.3417)

Abstrak

Pemilihan kata dan bentuk iklan di reklame atau papan nama memang ditujukan agar mampu menarik perhatian masyarakat. Para pembuat reklame atau papan nama membuatnya dengan kreatif. Namun dalam penggunaan bahasa reklame cenderung terjadi kesalahan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kesalahan berbahasa Indonesia pada reklame dan papan nama di Jalan Jenderal Sudirman Palembang. Metode penelitian deskriptif kualitatif dengan sumber data berupa 27 papan nama toko dan 3 reklame. Teknik analisis data menggunakan metode *padan intralingual*. Hasil penelitian menyimpulkan: 1) kesalahan penulisan berbahasa pada papan nama toko dikategorikan ke dalam sintaksis logis kalimat, penulisan singkatan, penggunaan tanda baca, penulisan bahasa asing, kata penghubung, penulisan satuan angka, kepaduan susunan frase, dan struktur bahasa asing (MD), dan 2) kesalahan penulisan berbahasa pada reklame dikategorikan terdapat dalam penggunaan bahasa asing, dan penulisan *website*. Kesalahan tersebut seperti pada penulisan kata "Jl.", "No.", "Fa.", "PT.", dan "PD.", yang seharusnya ditulis "Jln.", "No.", "Fa", "PT", dan "PD".

Kata-kata Kunci: Kesalahan Berbahasa Indonesia

Abstract

The choice of words and forms of advertisements on billboards or name boards is intended to be able to attract people's attention. Billboards or signboard makers make it creatively. However, the use of the advertisement language tends to make mistakes. This study aims to describe the errors in Indonesian on billboards and name boards on Jalan Jenderal Sudirman Palembang. Qualitative descriptive research method with data sources in the form of 27 shop signboards and 3 billboards. The data analysis technique used the intralingual matching method. The results of the study concluded: 1) language writing errors on shop signboards are categorized into logical syntax of sentences, writing of abbreviations, use of punctuation marks, writing foreign languages, conjunctions, writing numeric units, composition of phrases, and foreign language structure (MD) and 2) language writing errors on billboards are categorized as using foreign languages and writing websites. Such mistakes are in writing the words "Jl.", "No.", "Fa.", "PT.", and "PD.", which should be written as "Jln.", "No.", "Fa", "PT", and "PD".

Keywords: Error in Indonesian Language

PENDAHULUAN

Media periklanan luar ruangan merupakan salah satu media yang diletakkan di luar ruangan yang pada saat ini telah mejadi bagian dari kehidupan masyarakat, yang memiliki tujuan menyampaikan pesan promosi suatu produk atau jasa. Sedangkan iklan merupakan media promosi bagi kalangan yang ingin menginfor-masikan barang dan jasa. Menurut Kasali (2012), secara sederhana mendefinisikan iklan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan oleh suatu masyarakat lewat suatu media. Namun demikian, untuk membedakannya dengan pengumuman biasa, iklan lebih diarahkan untuk membujuk orang supaya membeli (hlm. 21). Iklan dapat dijumpai setiap saat dan di manapun manusia berada. Hampir setiap hari manusia disajikan berbagai iklan baik itu di via internet, majalah, koran, televisi, radio, internet, bahkan di sepanjang jalan iklan dapat dijumpai. Iklan sendiri dianggap sebagai media yang cukup efektif dalam menyampaikan informasi kepada khalayak ramai. Iklan dapat dijumpai diberbagai media, seperti televisi, radio, *banner*, baliho, spanduk, dan reklame. Berdasarkan berbagai macam media tersebut, yang menjadi kajian dalam penelitian ini adalah reklame.

Agustin (2015) menjelaskan bahwa bahasa iklan pada papan reklame seharusnya disusun dengan memperhatikan kaidah berbahasa yang baik dan benar tanpa mengenyamping-kan tujuan komunikasi untuk memengaruhi pembaca. Bahasa iklan seharusnya tetap disusun dengan kalimat yang baik, benar, dan menarik. Dengan demkian, bahasa iklan akan memberi manfaat terhadap pembelajaran bahasa yang positif

(hlm. 55).

Keberadaan reklame sebagai media komunikasi dan promosi bisnis telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan masyarakat, khususnya di kota Palembang. Penelitian ini dilaksanakan pada reklame dan papan nama toko di Jalan Jenderal Sudirman. Hal ini dikarenakan jalan tersebut merupakan jalan utama yang menghubungkan berbagai jalan lainnya. Selain itu juga, di bahu atau pinggir Jalan Jenderal Sudirman antara Masjid Agung Palembang sampai RS R.K Charitas merupakan pusat pertokoan yang memasang reklame dan papan nama toko. Isi reklame dan papan toko nama yang ditampilkan cukup beragam dan memiliki daya tarik tersendiri, khususnya daya tarik dari sisi bisnis. Pemilihan kata dan bentuk iklan di reklame atau papan nama memang ditujukan agar mampu menarik perhatian masyarakat. Para pembuat reklame atau papan nama membuatnya dengan kreatif. Namun dalam penggunaan bahasa reklame cenderung terjadi kesalahan.

Kesalahan berbahasa itu bisa terjadi disebabkan oleh kurangnya kemampuan pemahaman seseorang terhadap bahasa. Artinya, orang tersebut memang belum memahami sistem bahasa yang digunakan secara baik dan benar. Kesalahan biasanya terjadi secara sistematis. Kesalahan jenis ini dapat berlangsung lama apabila tidak diperbaiki. Beberapa jenis kesalahan yang terjadi bisa pada fonologi, morfologi, sintaksis, dan leksikon.

LANDASAN TEORI

Analisis Kesalahan Berbahasa

Kesalahan berbahasa menurut Setyawati

(2010) 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 (hlm. 15). Kesalahan bahasa dianggap sebagai suatu proses pembelajaran baik secara formal maupun non formal. Sementara pendapat lainnya, Syafii'e dalam (Ghufron, 2016) menyatakan bahwa kesalahan berbahasa adalah pemakaian unit-unit kebahasaan: bentukan kata, kalimat, paragraf serta pemakaian ejaan dan tanda baca yang melanggar kaidah-kaidah bahasa (hlm. 94).

Kesalahan berbahasa menurut Afifah dan Nikmah (2017) 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 (hlm. 17).

Selanjutnya, menurut Tarigan (2011) bahwa orientasi analisis kesalahan berbahasa dapat dilihat dari segi linguistik yang dikaitkan pada empat hal yaitu, fonologi, morfologi, semantik, dan leksikal (hlm. 126).

Tarigan (2011) menambahkan bahwa istilah kesalahan berbahasa memiliki pengertian yang beragam, yaitu dengan membatasi pada tiga istilah dalam kesalahan berbahasa, diantaranya: (1) *lapses*, merupakan kesalahan berbahasa akibat penutur beralih cara untuk menyatakan sesuatu sebelum seluruh tuturan (kalimat) selesai dinyatakan selengkapnyanya. Untuk berbahasa lisan, jenis kesalahan ini diistilahkan dengan "*slip of the tongue*" sedangkan untuk berbahasa tulis, jenis kesalahannya diistilahkan "*slip of the pen*". Kesalahan ini terjadi akibat ketidak-sengajaan

oleh penuturnya; (2) *error*, merupakan kesalahan berbahasa akibat penutur melanggar kaidah atau aturan tata bahasa (*breaches of code*). Kesalahan ini terjadi akibat penutur sudah memiliki (kaidah) tata bahasa yang berbeda dari tata bahasa yang lain, sehingga itu berdampak kekurangan sempurnaan atau ketidakmampuan penutur. Hal tersebut berimplikasi terhadap pengguna bahasa, terjadi kesalahan berbahasa akibat penutur menggunakan kaidah bahasa yang salah dan (3) *mistake*, merupakan kesalahan berbahasa akibat penutur tidak tepat dalam memilih kata atau ungkapan untuk suatu situasi tertentu. Kesalahan berbahasa yang dilakukan oleh siswa yang sedang memperoleh dan beliahr bahasa kedua disebut kekhilafan (*error*).

Alfin (2018) menyatakan bahwa jika kesalahan berbahasa dihubungkan dengan pernyataan atau semboyan "pergunakanlah bahasa Indonesia yang baik dan benar," ada 2 (dua) parameter atau tolok ukur kesalahan dalam berbahasa Indonesia. *Pertama*, pergunakanlah bahasa Indonesia yang baik. Ini berarti bahwa bahasa Indonesia yang baik adalah penggunaan bahasa sesuai dengan faktor-faktor penentu dalam komunikasi. Faktor-faktor penentu dalam komunikasi, antara lain: siapa yang berbahasa dengan siapa; untuk tujuan apa; dalam situasi apa (tempat dan waktu); dalam konteks apa (partisipan, kebudayaan, dan suasana); dengan jalur mana (lisan atau tulisan); dengan media apa (tatap muka, telepon, surat, koran, buku, reklame atau dengan media komunikasi lain; dan dalam peristiwa apa (bercakap-cakap, berceramah, upacara, melamar pekerjaan, pelaporan, atau pengungkapan perasaan). *Kedua*, pergunakanlah bahasa Indonesia yang benar. Parameternya

adalah ketaatan terhadap kaidah atau aturan kebahasaan yang ada dalam bahasa Indonesia (hlm. 2). Analisis kesalahan merupakan usaha membahas kebutuhan-kebutuhan praktis guru kelas. Secara tradisional, analisis kesalahan bertujuan menganalisis kesalahan-kesalahan berbahasa yang dilakukan oleh pembelajar bahasa kedua. Seperti disebutkan oleh Hendrickson; Richard; Corder dalam Indihadi (2012), bahwa kesalahan atau kekhilafan berbahasa bukanlah semata-mata harus dihindari, melainkan fenomena yang dapat dipelajari (hlm. 25). Oleh karena itu, analisis kesalahan berbahasa memiliki tujuan, antara lain: (1) sebagai umpan balik (*feedback*) bagi guru dalam menentukan tujuan, bahan ajar, prosedur pengajaran serta penilaian yang sudah dilaksanakannya; (2) sebagai bukti bagi peneliti (penelitian) dalam mengetahui anak (siswa) memperoleh dan mempelajari bahasa; dan (3) sebagai *input* (masukan) penentuan sumber atau tataran unsur-unsur kesalahan berbahasa pada anak (siswa) dalam proses pemerolehan dan pembelajaran bahasa (B2).

Berdasarkan pendapat di atas dapat dinyatakan bahwa tujuan dari analisis kesalahan adalah sebagai media pembenaran terhadap kesalahan-kesalahan berbahasa sehingga masyarakat mampu menulis maupun berujar tidak memiliki kesalahan dan mengalami tataran perbaikan. Disamping itu analisis kesalahan juga ditujukan untuk pengembangan bahasa yang benar dengan membutuhkan kesalahan-kesalahan yang umum terjadi. Khususnya dalam tataran bahasa Indonesia, penggunaan bahasa Indonesia dapat menggunakan tataran bahasa Indonesia baku.

Tarigan (2011) menyatakan, kesalahan berbahasa tidak sama dengan kekeliruan berbahasa. Keduanya memang merupakan pemakaian bentuk-bentuk tuturan yang menyimpang. Kesalahan berbahasa terjadi secara sistematis karena belum dikuasanya sistem kaidah bahasa yang bersangkutan. Kekeliruan berbahasa tidak terjadi secara sistematis, bukan terjadi karena belum dikuasanya sistem kaidah bahasa yang bersangkutan, melainkan karena kegagalan merealisasikan sistem kaidah bahasa yang sebenarnya sudah dikuasai (hlm. 80).

Kekeliruan pada umumnya disebabkan oleh faktor *performasi*. Keterbatasan dalam mengingat sesuatu atau kelupaan menyebabkan kekeliruan dalam melafalkan bunyi bahasa, kata, urutan kata, tekanan kata, atau kalimat, dan sebagainya. Kekeliruan ini bersifat acak, artinya dapat terjadi pada berbagai tataran linguistik. Kekeliruan biasanya dapat diperbaiki sendiri oleh siswa apabila yang bersangkutan lebih mawas diri, lebih sadar atau memusatkan perhatian. Siswa sebenarnya telah mengetahui sistem linguistik bahasa yang digunakan, tetapi karena suatu hal dia lupa akan sistem tersebut. Kelupaan itu biasanya tidak lama.

Sebaliknya, kesalahan disebabkan oleh faktor *kompetensi*, artinya siswa memang belum memahami sistem linguistik bahasa yang digunakannya. Karena biasanya terjadi secara konsisten dan sistematis. Kesalahan itu dapat berlangsung lama apabila tidak diperbaiki. Perbaikan biasanya dilakukan oleh guru, misalnya melalui remedial, latihan, praktik dan sebagainya. Sering dikatakan bahwa kesalahan gambaran terhadap pemahaman siswa tentang sistem bahasa yang sedang dipelajari olehnya

ternyata kurang, kesalahan berbahasa tentu sering terjadi. Namun, kesalahan berbahasa akan berkurang apabila tahap pemahaman meraka meningkat.

Reklame

Menurut Sigit (2014), reklame adalah media periklanan besar, yang biasa ditempatkan pada area yang sering dilalui, misalnya pada sisi persimpangan jalan raya yang padat (hlm. 175). Reklame berisi iklan yang ditujukan untuk dilihat pejalan kaki maupun pengendara kendaraan bermotor yang melewatinya. Reklame umumnya berisi ilustrasi yang besar dan menarik, disertai dengan slogan-slogan tertentu agar menarik untuk dilihat.

W.H van Baarle dan F.E Holannder dalam (Widyaningrum, 2017), reklame adalah suatu kekuatan yang menarik yang ditujukan kepada kelompok tertentu untuk membelinya, hal ini dilaksanakan oleh produsen atau pedagang agar dengan demikian dapat dipengaruhi penjual barang-barang atau jasa dengan cara yang menguntungkan dirinya sendiri (hlm. 101-102).

Pendapat lainnya dikemukakan Zesha (2012), jenis atau macam-macam reklame merupakan perwujudan dari reklame itu sendiri. Jenis-jenis reklame dapat dikelompokkan berdasarkan cara penyampaian, tujuan pengadaan, sifatnya, tempat pemasangan dan medianya, serta tujuan pembuatanya (hlm. 10).

Papan Nama Toko

Menurut Siti & Zainal (2014), papan nama adalah alat *marketing* yang bekerja tanpa dibayar selama 1 x 24 jam dala sehari dan 365 hari dalam setahun (hlm. 10). Dalam bahasa Inggris papan nama disebut *shop sign*, *shop front sign* ataupun *shop fascia*.

Kata *fascia* berasal dari bahasa latin yang artinya bilah kayu atau lis tipis. Pengertian secara umum *fascia* adalah *lipplang* yaitu lis kayu yang menutup bagian tepi atap rumah dan sebagainya. Dalam dunia bisnis khususnya toko, *fascia* berarti papan nama yang dipasang di atas jendela ataupun pintu depan.

METODE PENELITIAN

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Data diperoleh langsung dari lapangan, dalam hal ini data tersebut berupa foto-foto dokumentasi yang terdapat pada reklame dan papan nama toko. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan metode *padan intralingual*. Menurut Mahsun (2012), metode analisis dengan cara menghubungkan dan membandingkan unsur-unsur yang bersifat *lingual*, baik yang terdapat dalam satu bahasa maupun dalam beberapa bahasa yang berbeda (hlm. 118). Metode ini perlu ditambahkan metode padan yang digunakan untuk mencerminkan penggunaan teknik hubungan banding membedakan (HBB), karena tujuan akhir dari banding membedakan tersebut adalah menemukan kesamaan pokok diantara data diperbandingkan itu.

PEMBAHASAN

1. Papan Nama Toko

Papan nama toko merupakan salah satu media luar ruangan yang digunakan pengusaha atau usahawan untuk menjual barang dagangannya. Papan nama toko yang dianalisis terletak sepanjang Jalan Jenderal Sudirman dari Masjid Agung sampai dengan RS R.K Charitas.



Gambar 1
Data Papan Nama Toko 1

Papan nama toko “Restaurant Martabak HAR” terletak di Jalan Jenderal Sudirman Palembang dari arah Masjid Agung sampai dengan RS R.K Charitas, dan terletak di antara Internasional Plaza dan Pasar Cinde. Toko ini menjual makanan khas masyarakat India, yaitu martabak yang terbuat dari tepung terigu dan telur ayam atau bebek, dan dihidangkan bersama

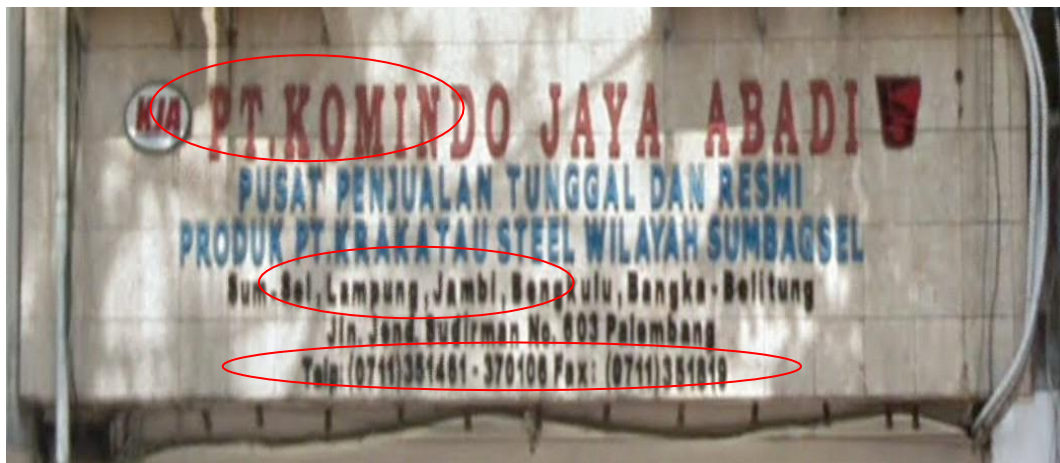
kuah (kentang dan daging sapi). Kesalahan penulisan berbahasa pada papan nama toko di atas serupa dengan kesalahan analisis sebelumnya, yaitu pemakaian bahasa asing (bahasa Inggris) yang padanannya terdapat dalam bahasa Indonesia, dan kesalahan penulisan singkatan. Berikut kesalahan berbahasa Indonesia pada papan nama toko seperti pada tabel berikut.

Tabel 1 Kesalahan Penulisan Berbahasa Indonesia Data 1

No.	Kata/Kalimat	Kesalahan	Seharusnya
1.	Restaurant Martabak HAR	<u>Restaurant Martabak HAR</u>	<i>Restaurant</i> Martabak H.A.R. atau Restoran Martabak Haji Abdul Rozak
2.	Jl. Jend. Sudirman	<u>Jl. Jend. Sudirman</u>	<u>Jln.</u> Jend. Sudirman atau Jalan Jend. Sudirman atau Jalan Jenderal Sudirman

Berdasarkan temuan di atas, dapat dinyatakan bahwa pengguna bahasa belum dapat memakai bahasa asing dan singkatan pada

penulisan papan nama toko secara tepat dalam bahasa Indonesia.



Gambar 2
Data Papan Nama Toko 2

Papan nama toko “PT. KOMINDO JAYA ABADI” terletak di Jalan Jenderal Sudirman No. 803 Palembang dari arah Masjid Agung sampai dengan RS R.K Charitas, dan terletak di antara Internasional Plaza dan Pasar Cinde. Perusahaan ini

merupakan distributor utama atau pusat penjualan produk PT Kerakatau Steel, yang merupakan salah perusahaan BUMN dibidang produksi baja. Berikut kesalahan berbahasa Indonesia pada papan nama toko tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2 Kesalahan Penulisan Berbahasa Indonesia Data 2

No.	Kata/Kalimat	Kesalahan	Seharusnya
1	PT. KOMINDO JAYA ABADI	PT. KOMINDO JAYA ABADI	PT KOMINDO JAYA ABADI
2	PT. KRAKATAU STEEL	PT. KRAKATAU STEEL	PT KRAKATAU STEEL
3	Sum-Sel, Lampung, Jambi, Bengkulu, Bangka-Belitung	Sum-Sel, Lampung, Jambi, Bengkulu, Bangka-Belitung	Sumsel, Lampung, Jambi, Bengkulu,dan Bangka-Belitung

Dalam penulisan ejaan bahasa Indonesia yang disempurnakan, kata-kata yang disingkat berkenaan dengan lembaga pemerintahan, nama badan internasional, nama dokumen kenegaraan, dan lain-lain, maka ditulis dengan huruf besar dan di belakang tiap huruf tidak diberi tanda titik (.). Penulisan kata PT yang merupakan singkatan dari Perseroan Terbatas selaras dengan kaidah penulisan tanda baca (.), bahwa tanda baca titik (.) tidak digunakan pada singkatan yang terdiri atas huruf awal kata atau suku kata atau gabungan keduanya, atau yang terdapat di dalam akronim yang sudah lazim. Kesalahan selanjutnya penggunaan kata penghubung “strip” (-) dan kata penghubung “dan”. Kata penghubung skripsi digunakan untuk pengulangan kata (duplikasi),

menyatakan hubungan jarak dan waktu. Sedangkan kata hubung “dan” penggunaannya didahului tanda baca koma (,) untuk lebih dari dua suku kata. Dalam penulisan papan nama toko tersebut, tidak tepat penulisan “Sum-Sel, Lampung, Jambi, Bengkulu, Bangka-Belitung” yang seharusnya ditulis “Sumsel, Lampung, Jambi, Bengkulu, dan Bangka-Belitung”.

Berdasarkan kesalahan penulisan berbahasa pada papan nama toko di atas, menurut peneliti dikarenakan adanya unsur kebiasaan pemilik toko dalam penulisan singkatan badan usaha yang diberikan tanda titik. Pada hal singkatan tersebut dianggap salah karena tidak merujuk pada Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.



Gambar 3

Data Papan Nama Toko 3

Papan nama “PD. SUMBER DAYA” terletak di Jalan Jenderal Sudirman No. 32 Palembang dari arah IP menuju Pasar Cinde. Perusahaan ini

menjual suku cadang kendaraan roda empat. Berikut kesalahan berbahasa Indonesia pada papan nama toko tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3
Kesalahan Penulisan Berbahasa Indonesia Data 3

No.	Kata/Kalimat	Kesalahan	Seharusnya
1	PD. SUMBER SAUDARA	<u>PD.</u> SUMBER SAUDARA	PD SUMBER SAUDARA
2	No	<u>No</u>	No.
3	Jl. Jend. Sudirman	<u>Jl.</u> Jend. Sudirman	Jln. Jend. Sudirman atau Jalan Jendr. Sudirman atau Jalan Jenderal Sudirman

Kesalahan penulisan pada papan nama toko di atas adalah kata “PD. SUMBER SAUDARA” berdasarkan kaidah penulisan tanda baca (.), bahwa tanda baca titik (.) tidak digunakan pada singkatan yang terdiri atas huruf awal kata atau suku kata atau gabungan keduanya, atau yang terdapat di dalam akronim yang sudah lazim, sehingga penulisan yang dianggap benar adalah “PD SUMBER SAUDARA”.

Kesalahan berikutnya adalah singkatan dari nomor yang ditulis “No”, dan “Jl.” sedangkan singkatan yang benar adalah “No.” dan “Jln.”.

2. Reklame

Reklame adalah media periklanan besar, yang biasa ditempatkan pada area yang sering dilalui. Reklame berisi iklan yang ditujukan untuk dilihat pejalan kaki maupun pengendara kendaraan bermotor yang melewatinya. Reklame yang dianalisis terletak sepanjang Jalan Jenderal Sudirman dari Masjid Agung sampai dengan RS R.K Charitas. Jelasnya hasil temuan kesalahan berbahasa reklame dideskripsikan sebagai berikut:



Gambar 4
Data Reklame 1

Reklame berbentuk *billboard* di atas terletak di Jalan Jenderal Sudirman Palembang, dari arah Masjid Agung sampai dengan RS R.K Charitas, dan tepatnya di salah satu bangunan

dekat Pasar Cinde. *Billboard* tersebut mengiklankan suatu merek kopi dalam kemasan plastik. Berikut kesalahan berbahasa Indonesia pada reklame tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4
Kesalahan Penulisan Berbahasa Indonesia Data 4

No	Kata/Kalimat	Kesalahan	Seharusnya
1.	COFFEE PARTNER	<u>COFFEE PARTNER</u>	<i>COFFEE PARTER</i> atau KOPI REKAN
2.	KOPINYO LASKAR WONG KITO	<u>KOPINYO</u> LASKAR <u>WONG KITO</u>	KOPINYA ORANG KITA

Pemakaian kata pada *billboard* di atas terdapat percampuran bahasa asing (bahasa Inggris dan Palembang) dengan bahasa Indonesia. Hal ini dapat dikatakan bahwa pemakaian kata pada *billboard* tersebut terdapat kesalahan berbahasa. Kesalahan tersebut dapat dilihat pada pemakaian kata “COFFEE PARTNER” dan “KOPINYO LASKAR WONG KITO”. Pemakaian bahasa asing (bahasa Inggris dan Palembang) seperti yang terdapat pada *billboard* tersebut seharusnya ditulis dalam bahasa Indonesia karena kata-kata itu sudah ada padanannya dalam bahasa Indonesia.

Padanan kata “COFFEE” dalam bahasa Indonesia adalah “KOPI”, kata “PARTNER” adalah “REKAN”. Padanan kata dalam bahasa Palembang juga terdapat dalam bahasa Indonesia, seperti kata “KOPINYO” padanannya “KOPINYA”, kata “WONG” padanannya “ORANG”, dan kata “KITO” padanannya “KITA”. Selain itu, pemakaian kata dalam bahasa Inggris dan Palembang tersebut tidak sesuai dengan Pasal 36 Ayat 3 UU RI Nomor 24 Tahun 2009. Akan tetapi, apabila penulis ingin mempertahankan bentuk asing tetap ada pada *billboard* tersebut, alangkah sebaiknya padanan dalam bahasa Indonesia harus ditulis/dikutsertakan seperti yang diamanatkan dalam pasal 38 ayat 1 UU RI Nomor 24 tahun 2009 dengan cara dimiringkan.

Berdasarkan kesalahan penulisan berbahasa pada reklame di atas, menurut peneliti bahwa pembuat reklame tidak merujuk pasal 36 ayat 32 UU RI nomor 24 tahun 2009. Dengan pasal tersebut, telah diatur teknik penulisan berbahasa yang benar, yaitu penggunaan bahasa Inggris dan daerah ditulis dengan cara

dimiringkan, dan jika tidak dikehendaki sebaiknya digunakan padanan kata dalam bahasa Indonesia yang mengandung makna yang sama.

PENUTUP

Kesalahan penulisan berbahasa pada papan nama toko dikategorikan ke dalam sintaksis logis kalimat, penulisan singkatan, penggunaan tanda baca, penulisan bahasa asing, penggunaan kata penghubung, penulisan satuan angka, kepaduan susunan frase, dan penggunaan struktur bahasa asing (MD) seperti pada penulisan kata “Jl.”, “No”, “Fa.”, “PT.”, dan “PD.”, yang seharusnya ditulis “Jln.”, “No.”, “Fa”, “PT”, dan “PD”. Kesalahan penulisan berbahasa pada reklame dikategorikan ke dalam penggunaan bahasa asing, dan penulisan *website* seperti lisadua. grafika@yahoo.com yang seharusnya ditulis lisadua.grafika@yahoo.com atau lisadua.grafika@yahoo.com

Penelitian pada papan nama toko dan reklame khususnya di Jalan Jenderal Sudirman mulai dari Masjid Agung sampai dengan RS R.K Charitas Palembang, meskipun demikian masih banyak yang dapat dikaji terhadap kesalahan penulisan bahasa Indonesia pada papan nama toko dan reklame di Jalan Jenderal Sudirman Palembang. Untuk itu peneliti selanjutnya disarankan melakukan penelitian lebih lanjut tentang kesalahan penulisan bahasa Indonesia pada papan nama toko dan reklame di Jalan Jenderal Sudirman dari sudut pandang lain, misalnya sudut pandang preskeptif membahas tentang ejaan atau sudut pandang deskriptif yang membahas tentang bentuk, fungsi, makna, dan faktor-faktor penggunaan bahasa yang muncul

pada papan nama toko dan reklame di Jalan Jenderal Sudirman Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N. dan Nikmah S.B. (2017). Analisis Kesalahan Berbahasa Pada Penulisan Media Luar Ruang di Wilayah Kota Medan. [*Artikel, Vol.2 No.1 Juni-Desember 2017*], hlm. 14-37.
- Agustin, Y. (2015). Penggunaan Bahasa Iklan Pada Papan Reklame (Studi Survei Sepanjang Kampung Rambutuan Sampai Dengan Lebak Bulus). [*Jurnal Pujangga Volume 1, Nomor 2, Desember 2015*], hlm. 54-65.
- Alfin, J. (2018). *Analisis Kesalahan Berbahasa Indonesia*. Surabaya: LKiS.
- Ghuforn, S. (2016). Pengembangan Buku Ajar Analisis Kesalahan Berbahasa di Perguruan Tinggi (Pendekatan Teoretis-Praktis). [*BASTRA, 92 Vol. 3, No. 1, Juni 2016*], hlm. 91-100.
- Indihadi, D. (2012). Bahan Belajar Mandiri Analisis Kesalahan Berbahasa. [Online].
- Kasali, R. (2012). *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting Positioning*. Jakarta: Rajawali.
- Mahsun. (2012). *Metode Penelitian Bahasa Tahapan Strategi, Metode dan Teknik-Tekniknya*. Jakarta: Rajawali.
- Setyawati, N. (2010). *Analisis Kesalahan Berbahasa Indonesia*. Surakarta: Yuma Pustaka.
- Sigit, S. (2014). *Creative Advertising*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Siti, Z. dan Zainal P. (2014). *Papan Nama Toko, Outlet atau Cafe*. Jakarta: Alas Publisng.
- Tarigan, H.G. (2011). *Pengajaran Analisis Kesalahan Berbahasa*. Bandung: Angkasa.
- Widyaningrum, D. (2017). Analisis Sebaran Reklame Billboard Terhadap Lokasi dan Nilai Pajak Reklame Berbasis Sistem Informasi Geografis. [*Jurnal Geodesi Undip, Volume 6, Nomor 1, Tahun 2017*], hlm. 100-109.
- Zesha. (2012). *Pengenalan Reklame*. Bandung: Angkasa