

Analisis Penyimpangan Bahasa pada Iklan, Spanduk, dan Baliho di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta

Ferlya Elyza¹, Abdul Haliq²

¹) Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Abulyatama, Jl. Blang Bintang Lama Km 8,5 Lampoh Keude Aceh Besar

²) Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu
Pendidikan, Universitas Negeri Makassar, Jl. Dg. Tata

*Email Korespondensi: ferliyaeliza_b.inggris@abulyatama.ac.id

Abstract: *Language as a national identity plays a powerful role in the exchange of information among the community. However, in its use, many language distortions impact forming new phenomena in society. This study is conducted to report the results of observations by adopting qualitative research methods. The object of the research itself is the artefacts of Indonesian distortions portrayed in advertisements, banners, and billboards around the Special Region of Yogyakarta. Four parts of language distortion were focused, these are morphology, code-mixing, spelling, and semantics. The results of the research show that most distortions occur in code-mixing. The absorption of foreign languages, English, particularly dominates some of the language distortions.*

Keywords: *language, national language, language distortion.*

Abstrak: Bahasa sebagai identitas bangsa sangat berperan penting dalam pertukaran informasi di kalangan masyarakat. Namun, dalam penggunaannya, terjadi banyak penyimpangan Bahasa sehingga muncul berbagai fenomena-fenomena baru dalam masyarakat. Penelitian ini dilakukan untuk melaporkan hasil observasi dengan metode penelitian kualitatif. Obyek penelitian sendiri adalah artifak penyimpangan-penyimpangan Bahasa Indonesia pada iklan, spanduk, dan baliho disekitar Daerah Istimewa Yogyakarta. Empat bagian yang akan menjadi focus obeservasi penyimpangan Bahasa, yaitu, penyimpangan secara morfologi, campur kode, ejaan, dan semantic. Hasil peneltian menunjukkan bahwa penyimpangan yang paling banyak terjadi pada campur kode. Penyerapan Bahasa asing, khususnya Bahasa Inggris mendominasi penyimpangan yang diobservasi.

Kata kunci : *bahasa, bahasa nasional, penyimpangan bahasa.*

Penggunaan bahasa di ruang publik, sejatinya telah diatur dalam peraturan pemerintah (PP) No. 57 Tahun 2014, bab II tentang kedudukan dan fungsi bahasa pasal 5 dan 6 bahwa bahasa Indonesia digunakan sebagai bahasa di media massa lokal. Penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik, harusnya menjadi yang utama dalam rangka menjaga pemertabatan bahasa Indonesia. Tujuan pengutamakan bahasa Indonesia

di ruang publik adalah (1) memasyarakatkan pemakaian bahasa Indonesia sesuai Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009, (2) menanamkan sikap positif masyarakat terhadap bahasa Indonesia, (3) meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap bahasa Indonesia sebagai lambang jati diri bangsa, (4) meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pemakaian bahasa Indonesia yang baik dan benar di ruang publik, (5) mendokumentasikan pemakaian bahasa ruang publik di wilayah kabupaten/kota, (6) mengevaluasi pemakaian bahasa di ruang publik, dan membina pemakaian bahasa yang baik dan benar, dan (7) mewujudkan bahasa di ruang publik yang memartabatkan bahasa Indonesia (Badan Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 2016).

Aturan tersebut seharusnya dapat menjadi standar penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik guna menertibkan berbagai penggunaan bahasa baik untuk kebutuhan iklan, nama gedung perkantoran, hiburan, dan lain sebagainya. Namun demikian, pada kenyataannya penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik tidak terlepas dari berbagai penyimpangan baik secara linguistik (sintaksis, ejaan, morfologis) maupun pragmatik, serta sosiolinguistik. Hal ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti sikap bahasa, belum adanya perda yang mengatur penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik, lemahnya pengawasan, dan tidak adanya koordinasi antarlembaga dalam penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik (Prayono, 2018). Permasalahan penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik menjadi permasalahan umum yang terjadi di hampir seluruh daerah di Indonesia.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Prayono (2018) menunjukkan bahwa penggunaan bahasa di ruang publik kota Surabaya masih ditemukan beberapa penggunaan bahasa asing. Bahkan, untuk penggunaan bahasa pada spanduk atau alat informasi yang ditujukan untuk umum masih didominasi penggunaan bahasa asing. Penelitian tentang penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik juga dilakukan oleh Rejeki (2018) di Malioboro. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat delapan ragam bahasa yang digunakan dalam penulisan pada papan nama komersial yang ada di Malioboro, yakni bahasa Indonesia, bahasa Inggris, bahasa Mandarin, bahasa Jawa, bahasa Belanda, bahasa Arab, dan bahasa Sunda. Dari dua hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peraturan penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik masih kurang diperhatikan dan menunjukkan kurangnya pengawasan dari Lembaga terkait guna menggalakkan

penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik.

Penggunaan bahasa pada ruang publik masih cukup menarik untuk dikaji dari berbagai sudut pandang. Penyimpangan penggunaan bahasa Indonesia dapat terjadi pada sisi sintaksis atau interferensi bahasa. Penggunaan kata, tanda baca, penulisan huruf kapital menjadi masalah umum yang biasa ditemukan di ruang publik. Selain itu, bahasa daerah dan bahasa asing juga masih mendominasi penggunaan bahasa di ruang publik (Hendrastuti, 2015). Penyimpangan penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik menjadi kajian pada penelitian ini guna mengonfirmasi temuan-temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan di daerah yang lain. Penelitian ini mengambil tempat pada beberapa ruang publik yang tersebar di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dalam artikel singkat ini penulis melakukan analisis sederhana, yaitu dengan mengumpulkan beberapa iklan, spanduk, dan baliho yang tersebar di ruang publik Yogyakarta. Studi ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian, yaitu apa saja bentuk penyimpangan bahasa yang terdapat pada iklan, spanduk, dan baliho, dan faktor apa yang mempengaruhinya? Tujuan penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan penyimpangan penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik Daerah Istimewa Yogyakarta.

KAJIAN PUSTAKA

Penyimpangan bahasa adalah fenomena yang terjadi dalam komunikasi sebuah komunitas masyarakat yang diakibatkan oleh berkembangnya sarana komunikasi yang menggiring pada perubahan gaya dalam menyampaikan informasi tertentu (Sukardi et al., 2018). Berbagai faktor dari segi ekonomi sampai pada faktor kepraktisan menjadi latar belakang penyimpangan terjadi.

Penyimpangan ini semakin membuat kedudukan bahasa Indonesia sebagai identitas bangsa kehilangan ruhnya. Sebagaimana diketahui bahasa sebagai sebuah produk kebudayaan merupakan simbol kelompok yang mencerminkan identitas masyarakat penggunanya. Bahasa Indonesia adalah jati diri masyarakat dan bangsa Indonesia, yang memiliki ciri khas tersendiri, yang berbeda dan tidak sama dengan bahasa lain. Sebagaimana termaktub dalam UU No.24 Tahun 2009 Pasal 25 Ayat 2.

Secara detil, rancangan Undang-Undang kebahasaan BAB III pasal 19 butir (5) dijelaskan bahwa informasi layanan umum dan/ atau layanan niaga yang berupa rambu,

penunjuk jalan, spanduk, papan iklan, brosur, katalog, dan sejenisnya wajib menggunakan bahasa Indonesia.

Namun, tuntutan konsumsi kepraktisan dan kekinian mengakibatkan penyerapan bahasa asing secara global, sebagai salah satu faktor, yang mengakibatkan penyimpangan pemakaian bahasa Indonesia yang semakin marak karena sudah dianggap lumrah. Nugroho (2015) dalam tulisannya menyatakan bahwa penggunaan bahasa asing dianggap lebih keren dan kekinian. Penyerapan bahasa asing kedalam bahasa Indonesia jelas merusak tatanan dan aturan pada bahasa Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini yaitu tulisan yang terpajang di ruang publik Yogyakarta dalam bentuk iklan, spanduk, papan nama, dan berbagai informasi umum yang ditujukan untuk masyarakat umum. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu Teknik dokumentasi. Peneliti mendokumentasikan semua informasi umum yang ditemui di ruang publik dengan menggunakan kamera.

Teknik analisis data yang digunakan yaitu Teknik analisis deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh dalam bentuk tulisan atau kata-kata, selanjutnya dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk menggambarkan penyimpangan bahasa yang digunakan pada tulisan atau kata-kata tersebut. Bentuk analisis yang dilakukan mengikuti pola penyimpangan bahasa berikut.

1. Penyimpangan Morfologis
2. Penyimpangan Campur Kode
3. Penyimpangan Ejaan
4. Penyimpangan Semantik (Makna)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyimpangan Morfologi



Gambar 1. Penyingkatan Kata

Pemakaian Bahasa Indonesia yang baik dan benar pada himbauan diatas, secara morfologi bahasa sudah mengalami penyimpangan penggunaan imbuhan pada kata kerja. Contoh: "hubungi" harusnya "menghubungi". Penggunaan kata "kalau" diawal kalimat juga tidak tepat. Seharusnya diganti dengan kata "apabila". Penggunaan huruf besar pada keseluruhan kata menyebabkan penyingkatan "SPBU" tidak dikenali sehingga tidak terdapat perbedaan singkatan dengan kata yang berdiri sendiri karena tidak disertai tanda kurung.

Penyimpangan morfologis baik penyingkatan dan lainnya bisa kita amati pada foto foto berikut:



Gambar 2: "Chick- Su" disingkat dari "Chicken Katsu"



Gambar 3: "Prekso" disingkat dari "Geprek Bakso"



Gambar 4: "Nasgor,Naskar, Lonsay, dan Gatel" disingkat dari : "Nasi Goreng, Nasi Bakar, Lontong Sayur, dan Gado Gado Telor"



Gambar 5: "Posyandu" disingkat dari "Pos Layanan Dagadu"

Campur Kode

Penyimpangan campur kode adalah penyimpangan yang paling sering terjadi pada bahasa iklan karena latar belakang ekonomi yaitu alasan penjual atau yang menjual produk

untuk menarik pelanggan terhadap produk yang ditawarkan. Namun, seringkali secara kaidah bahasa tidak benar dan pembacapun kadang kadang belum tentu memahami apa yang dituliskan. Hal tersebut disebabkan kurang pahaman pembaca terhadap bahasa daerah maupun bahasa asing yang dipakai. Ejaan yang masih salahpun pada penulisan bahasa asing sering kita lihat pada beberapa tulisan. Beberapa penyimpangan tersebut dapat kita lihat pada beberapa foto berikut ini:



Gambar 7: Inkonsistensi Bahasa Indonesia dan Bahasa Asing



Gambar 8: Kata "Special" yang seharusnya "Spesial"



Gambar 12: Inkonsistensi kata “Managemen”



Gambar 13: Pemakaian kata “HP” yang merupakan singkatan bahasa asing “handphone”



Gambar 15: Kata Serapan B.Inggris “On Line” yang tidak hanya dalam bahasa sehari-hari namun sudah merambah pada poster tempat umum yaitu rumah sakit



Gambar 16: Kata "AC" = Air Conditioner berdampingan dengan awalan Ber-



Gambar 17: Banyak kata asing yang bercampur dengan penggunaan bahasa Indonesia "Jamur Crispy"

Campur kode adalah penyimpangan yang paling sering ditemukan pada bahasa bahasa iklan yang tidak memperhatikan kaidah bahasa yang baik dan benar. Inkonsistensi penggunaan Bahasa asing dan bahasa nasional yang kadang kadang tidak memperhatikan aturan bahasa yang baik dan benar. Sisi menarik atau menunjukkan "high class" dengan penggunaan bahasa asing sering kali dianggap benar. Bahkan ketika kesalahan tata bahasa dan campur kode seperti pada frasa "vermak jean's" dianggap biasa terjadi.

Keberadaan bahasa Inggris sendiri yang sudah menglobal mengakibatkan kata serapan banyak diambil pinjam, sehingga masyarakat sudah memakainya secara terus menerus dan akhirnya kata tersebut dianggap sebagai bahasa hari hari. "*Branded Language*" mungkin frasa yang tepat bagaimana perkembangan bahasa Inggris di dunia tidak hanya di Indonesia, menjadi bahasa yang secara Ekonomi memiliki keunggulan "menjual". Ketika bahasa Inggris hadir dalam sebuah sajian, nilai dari objek yang

disuguhkan juga akan meningkatkan kelas barang, produk, atau jasa yang dijual.

Keberadaan bangsa Indonesia yang dijajah Belanja dalam kurun waktu yang lama pada abad ke 18 tidak mampu juga bersaing dengan perkembangan Bahasa Inggris di Indonesia. Sehingga baik banner, poster, maupun baliho iklan baik ditempat formal maupun informal menyuguhi Bahasa Inggris sebagai penanda “kelas” produk, barang, dan jasa yang ditawarkan.

Ejaan



Gambar 18: kata “assesoris” yang seharusnya “accessories”



Gambar 19: Penulisan Kata “Jogjatronic”

Sebagaimana nama kota “Jogyakarta” harusnya penulisan “Jogjatronic” menjadi “Jogyatronik”. Namun, penulis belum mengetahui latar belakang lahirnya nama “Jogjatronic”.

Semantic

Penggunaan beberapa kata yang tidak sesuai konteks sering digunakan pada tempat dan situasi yang tidak sesuai. Tujuan penyusun masih pada alasan klasik dalam bidang

ekonomi yaitu menarik rasa ingin tahu pembaca sehingga ingin mencoba dan membeli produk yang dipasarkan.



Gambar 21: Kata "Lumpur"

Penggunaan kata "Lumpur" yang tidak tepat untuk makanan dipakai sebagai kata yang mewakili nama makanan "Coklat Lumpur". Berbagai faktor seperti yang telah disampaikan sebelumnya, faktor ekonomi menjadi faktor yang sangat mendominasi.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Demikian beberapa penyimpangan serta analisa singkat terkait fenomena penyimpangan bahasa. Dari beberapa faktor, campur kode adalah penyimpangan dengan frekuensi yang sangat memprihatinkan. Kebijakan bahasa yang dituangkan dan termaktub dalam Undang Undang Dasar 1945 kiranya dapat dipakai sebagai landasan untuk menegakkan aturan berbahasa yang baik dan benar. Kebijakan tersebut tentu tidak berhenti hanya pada ada tidaknya peraturan yang dibuat, namun lebih pada keberadaan aturan yang jelas atau konsistensi yang harus diterima ketika peraturan tersebut tidak dijalankan. Kelemahan inilah yang harus segera ditindak lanjuti oleh segenap unsur masyarakat baik masyarakat umum maupun masyarakat pemerintah itu sendiri dalam menjaga, mengembangkan, serta melestarikan Bahasa nasional sebagai identitas bangsa.

Saran

Hegemoni perkembangan bahasa asing, khususnya bahasa Inggris tidak harus disikapi dengan memerangi perkembangannya. Kearifan penyikapan terhadap bahasa Inggris dianggap lebih tepat dengan mempertahankan unsur budaya lokal dan integrasi bahan ajar yang sesuai dengan kultur bangsa. Keberadaan pengajaran bahasa asing harus mampu diseimbangkan dengan pengembangan berpikir kritis.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Badan Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. (2016) Pengutamaan Bahasa Indonesia di Ruang Publik.
<https://badanbahasa.kemdikbud.go.id/lamanbahasa/node/2120>.
- Hendrastuti, R. (2015). Variasi Penggunaan Bahasa Pada Ruang Publik di Kota Surakarta. *Jurnal Kandai* Vol. II, No. 1, Mei 2015 hal. 29-43
- Nugroho, A. (2015). Pemahaman Kedudukan Dan Fungsi Bahasa Indonesia Sebagai Dasar Jiwa Nasionalisme. *Prosiding Seminar Nasional Bulan Bahasa*, 5(11), 285–291.
- Rejeki, S. (2018). Variasi Penggunaan Bahasa pada Papan Nama Komersial di Ruang Publik Malioboro. *Prosiding Seminar dan Lokakarya Pengutamaan Bahasa Negara*, 42-48
- Sukardi, M. I., Sumarlam, S., & Marmanto, S. (2018). Penyimpangan Makna Dengan Homonimi Dalam Wacana Meme (Kajian Semantik). *LiNGUA: Jurnal Ilmu Bahasa Dan Sastra*, 13(1), 23. <https://doi.org/10.18860/ling.v13i1.4513>
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 57 Tahun 2014 tentang Pengembangan, Pembinaan, dan Pelindungan Bahasa dan Sastra, Serta Peningkatan Fungsi Bahasa Indonesia.
- Prayono, Y. (2018). Tantangan Pemertabatan Bahasa Indonesia Di Ruang Publik Di Surabaya, Jawa Timur. *Prosiding Kongres Bahasa Indonesia*.
<https://core.ac.uk/download/pdf/227158266.pdf>