

ANALISIS KESALAHAN PUEBI PADA
MEDIA IKLAN LUAR RUANG DI KECAMATAN CURUG
Widodo, Yoga Rarasto Putra, Ady Santoso

Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan
widodo@itb-ad.ac.id, yogararastoputra@gmail.com, ady.santoso@itb-ac.id

Diterima : 18 Juni 2021
Direvisi : 28 November 2021
Diterbitkan: 30 November 2021

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk menelusuri kesalahan penulisan dalam sebuah iklan di tempat umum khususnya di Kecamatan Curug. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode analisis isi/konsep yang berupa deskriptif, analisis deskriptif yaitu berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Penulis menelusuri dan menganalisis kesalahan penulisan iklan dalam bahasa Indonesia sesuai PUEBI. Teknik pengumpulan data ini menggunakan dokumentasi berupa gambar. Luaran dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengeksplorasi penelitian kesalahan penulisan iklan atau objek yang lainnya.

Kata-kata kunci: *Kesalahan, PUEBI, Media Iklan.*

ABSTRACT: The purpose of this study was to investigate errors in writing advertisements in public places. The method in this research uses content / concept analysis methods in the form of descriptive, descriptive analysis in the form of words, pictures, and not numbers. The author investigates and analyzes errors in writing advertisements in Indonesian. This data collection technique uses documentation in the form of images. The output of this research is expected to be a reference for further researchers to explore research on errors in writing advertisements or other objects.

Key words: *Error, PUEBI, Advertising Media.*

PENDAHULUAN

Bahasa Indonesia ialah bahasa pemersatu bangsa Indonesia. Sebagai bahasa pemersatu, bahasa Indonesia memiliki fungsi yang luas. Salah satu fungsinya adalah digunakan pada forum formal ataupun ruang publik.

Ketika kita memasuki suatu lingkungan di Indonesia, kita sering melihat dan membaca sekilas tulisan selamat datang di gerbang atau gerbang jalan. Area ini termasuk ruang publik. Oleh karena itu, harus menggunakan bahasa Indonesia. Tulisan yang harus dicantumkan misalnya Welcome to Tangerang, bukan Welcome to Tangerang. Selamat datang di Tangerang tidak dipahami oleh semua orang Indonesia. (diambil dari <https://unnes.ac.id/pakar/bahasa-indonesia-di-ruang-publik>. Diakses tanggal, 21 Agustus 2020, Pukul 14.22 WIB).

Ketentuan mengenai penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, juga karena lagu kebangsaan. (Jurnal A, Fatmawati. (2018).

1. Pasal 26 ayat 3 berbunyi: “Penggunaan bahasa indonesia digunakan untuk pelayanan publik”.
2. Pasal 37 ayat 1 berbunyi: “Penggunaan bahasa indonesia harus digunakan dalam sebuah informasi, baik untuk dalam negeri maupun luar negeri”.
3. Pasal 38 ayat 1 berbunyi: “Penggunaan bahasa indonesia harus digunakan dalam sebuah ruang publik”.

Ruang publik adalah bagian dari masyarakat yang dimana terdapat suku dan budaya (bahasa) di Indonesia yang mengisi ruang publik. Dalam hal ini, penggunaan budaya (bahasa) asing tidak diperkenankan untuk bisa masuk ke dalam ruang publik di Indonesia sehingga publik bisa tidak memahami dari suatu bahasa asing tersebut.

Permasalahan pada penelitian ini yaitu pemakaian kaidah indonesia di ruang publik. Dalam hal ini, peneliti mengangkat masalah yang sering beredar di ruang publik yaitu dengan dengan judul “Analisis Kesalahan PUEBI pada Iklan Luar Ruang di Kecamatan Curug.

Tujuan penelitian ini yakni mendeskripsikan suatu analisis kesalahan PUEBI pada iklan luar ruang di Kecamatan Curug. Manfaat pada penelitian ini memberikan sebuah wawasan baru tentang penulisan PUEBI pada media iklan berdasarkan penulisan bahasa indonesia yang benar sehingga masyarakat dapat memahami dari hasil penelitian yang diteliti.

METODE

Metode pada penelitian menggunakan metode kualitatif. Objek Identifikasi dalam penelitian ini ialah media iklan luar ruang. (Moeleong, 2013:11) mengartikan suatu pendekatan deskriptif dalam analisis isi pada sebuah penelitian yang berunsur kata dan gambar.

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil dokumentasi dengan mengorganisasikan data kedalam kategori dan menjabarkan untuk menyusun suatu paradigma, untuk menunjukkan hal penting dan akan ditinjau berdasarkan simpulan sehingga dapat dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. (Sugiyono, 2012:244).

Dalam penelitian ini, teknik analisis yang digunakan adalah analisis isi/deskriptif yaitu gambar atau foto terhadap media iklan luar ruang di Kecamatan Curug,

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambar 1: Iklan Informasi Lokasi Tempat Beribadah Umat Islam

Sumber Lokasi: Kampung Babakan, Kecamatan Curug.

Dari data yang ditemukan perihal penulisan PUEBI pada media luar ruang yang penulisannya tidak benar dengan kaedah bahasa indonesia.



Adapun uraian data perihal kesalahan penulisan bahasa serta analisis penulisan kebahasaan. Pada iklan tersebut menandakan kesalahan penulisan PUEBI yaitu pertama, “MUSOLAH” merupakan kosakata yang salah karena terdapat unsur serapan dalam sebuah penulisan. Seharusnya penulisan PUEBI tersebut ditulis dengan kaidah penulisan bahasa indonesia yaitu “MUSALA” yang berarti tempat untuk beribadah. Kedua, “AL IKHLAS” kosakata tersebut dinyatakan salah karena tidak memiliki tanda baca penghubung. Seharusnya penulisan PUEBI tersebut ditulis dengan benar sesuai dengan kaidah bahasa indonesia yaitu AL- IKHLAS yang berarti memurnikan keagungan Allah Swt.

Gambar 2: Iklan Informasi Rumah.

Sumber Lokasi: Perumahan Pajajaran, Kecamatan Curug.



Dari data yang ditemukan perihal penulisan PUEBI pada media luar ruang yang penulisannya tidak benar dengan kaedah bahasa indonesia.

Adapun uraian perihal kesalahan penulisan bahasa serta analisis penulisan kebahasaan. Pada iklan tersebut menandakan kesalahan penulisan PUEBI yaitu pada kosakata “DI JUAL” karena terdapat penggabungan kata yang bukan menggunakan kaidah indonesia nan benar. Seyogianya penulisan PUEBI ditulis benar menggunakan penulisan kaidah bahasa indonesia yang benar yaitu “DIJUAL” yang berarti rumah tersebut akan dijual kepada orang lain untuk mendapatkan uang.

Gambar 3: Iklan Informasi PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru).

Sumber Lokasi: Perumahan Pajajaran, Kecamatan Curug



Dari data yang ditemukan perihal penulisan PUEBI pada media luar ruang yang penulisannya tidak benar dengan kaedah bahasa Indonesia.

Adapun uraian data perihal kesalahan penulisan bahasa serta analisis penulisan kebahasaan.

Pada iklan tersebut menandakan kesalahan penulisan PUEBI yaitu pada kosakata “SISWA/SISWI karena terdapat unsur tidak baku dalam penulisan PUEBI. Seyogianya penulisan PUEBI tersebut ditulis kaidah penulisan bahasa Indonesia yang benar yakni “PESERTA DIDIK BARU” yang berarti sekolah menerima segala bentuk genus baik pria ataupun wanita untuk bersekolah.

Gambar 4: Iklan Informasi Klinik.

Sumber Lokasi: Jalan Raya Kadu, Kecamatan Curug.



Dari data yang ditemukan perihal penulisan PUEBI pada media luar ruang yang penulisannya tidak benar dengan kaedah bahasa Indonesia.

Adapun uraian data perihal kesalahan penulisan bahasa serta analisis penulisan kebahasaan. Pada iklan tersebut menandakan kesalahan penulisan PUEBI yaitu pada kosakata “PRAKTEK” karena terdapat unsur tidak baku dalam penulisan PUEBI.

Seyogianya penulisan PUEBI tersebut ditulis kaidah penulisan Indonesia yang benar yakni “PRAKTIK” yang berarti tempat untuk berobat bagi pasien yang mengalami sakit.

Gambar 5: Iklan Informasi Tempat Makan.

Sumber Lokasi: Perumahan Taman Ubud, Kecamatan Curug.



Dari data yang ditemukan perihal penulisan PUEBI pada media luar ruang yang penulisannya tidak benar dengan kaedah bahasa Indonesia.

Adapun uraian data perihal kesalahan penulisan bahasa serta analisis penulisan kebahasaan.

Pada iklan tersebut menandakan kesalahan penulisan PUEBI yaitu pada kosakata “WAROENG” karena terdapat unsur ejaan lama yang berasal dari ejaan Van Ophuijsen. Ejaan Van Ophuijsen sudah tidak lagi digunakan kembali karena adanya sebuah perkembangan ejaan bahasa indonesia. Seharusnya penulisan PUEBI tersebut ditulis menggunakan peraturan penyusunan kaidah indonesia yang benar yaitu “WARUNG” yang berarti tempat untuk makan.

Gambar 6: Iklan Informasi Tempat Makan

Sumber Lokasi: Perumahan Dasana Indah, Blok F, Kecamatan Curug.



Dari data yang ditemukan perihal penulisan PUEBI pada media luar ruang yang penulisannya tidak benar dengan kaedah bahasa indonesia.

Adapun uraian perihal kesalahan penulisan bahasa serta analisis penulisan kebahasaan.

Pada iklan tersebut menandakan kesalahan penulisan PUEBI yaitu pada kosakata “DO’A” karena terdapat unsur kesalahan penulisan tanda baca. Seharusnya penulisan PUEBI tersebut ditulis menggunakan peraturan penyusunan kaidah indonesia yang benar yaitu “DOA” berarti permohonan (harapan dan permintaan) kepada Sang Pencipta (Allah Swt).

SIMPULAN

Berdasarkan data di lapangan dan oleh karena itu dari hasil analisis, sering ditemukan kesalahan bahasa indonesia dalam menulis media luar ruang di Kecamatan Curug masih ditemukan yang tidak benar dengan kaidah bahasa Indonesia secara tertulis. Misalnya; kesalahan ejaan, penulisan tanda baca, dan lain-lain.

SARAN

Saran kami perihal penggunaan bahasa pada media iklan, gunakanlah bahasa yang benar berdasarkan kaidah indonesia sehingga masyarakat global mudah memahami makna dari penggunaan bahasa pada media iklan.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Fatmawati. (2018). *Penggunaan Bahasa Indonesia Pada Media Ruang Publik Di Kota Pekanbaru* dalam Jurnal Suar Betang, Volume 13, Nomor 2.
- Ayudia, dkk. (2016). *Analisis Kesalahan Penggunaan Bahasa Indonesia Dalam Laporan Hasil Observasi Pada Siswa SMP dalam Jurnal BASATRA*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret. Vol. 4 Nomor 1.
- Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan. (2016). *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia*.
- Moleong, J. Lexy. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*. Bandung: CV ALFABETA.