

Analisis Kesalahan EBI Dalam Papan Merek Toko Jalan R.E. Martadinata Hingga Jalan Muradi Kota Sungai Penuh

Frans Sudirjo¹, Umul Khasanah², Nelvia Susmita³, Mas'ud Muhammadiyah⁴, Andi Muh Akbar Saputra⁵, Petrus Jacob Pattiasina⁶

¹Universitas 17 Agustus 1945 Semarang, Jl. Pawiyatan Luhur, Bendan Duwur, Semarang

²Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru No.45, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur

³STKIP Muhammadiyah Sungai Penuh, Jl. R.E. Martadinata No.2, Ps. Sungai Penuh, Kec. Sungai Penuh, Kota Sungai Penuh, Jambi

⁴Universitas Bosowa, Jl. Urip Sumoharjo No.Km.4, Sinrijala, Kec. Panakkukang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan

⁵Universitas Islam Makassar, Jl. Perintis Kemerdekaan No.9, RW.29, Tamalanrea Indah, Kec. Tamalanrea, Kota Makassar, Sulawesi Selatan

⁶ Universitas Pattimura, Jalan Ir M Putuhena, Kampus Poka, AMBON
frans_sudirjo@untagsmg.ac.id

Abstract

This study is intended to analyze Indonesian-language errors in the writing of store signage in the Sungai Penuh City area. The object of his research was the writing on the signboards of shops, billboards, and banners in the Sungai Penuh City area. Researchers chose the brand board of the store in Sungai Penuh City as the research site because in this region there were a lot of writing errors on the signboards of shops. This research was conducted using a qualitative approach with a descriptive method. This study aims to determine the form of EBI errors in the form of the use of capital letters and absorption elements contained in the writing of the store brand sign on R.E. Martadinata street to Muradi Street, Sungai Penuh City. Based on the data found in the field and the results of the analysis, it can be concluded that many errors in Indonesian language were found in the writing of store signage found along R.E. Martadinata street to Jalan Muradi, Sungai Penuh City. This is because there are still many store brands whose writing is not / does not comply with good and correct Indonesian rules. Of the 30 billboards, 3 billboards were found that experienced EBI errors in the form of capital letter usage and 27 billboards that experienced EBI errors in the form of the use of absorption words contained in billboard writing on R.E. Martadinata street to Jalan Muradi, Sungai Penuh City.

Keywords: EBI mistaken, store signate

Abstrak

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis kesalahan berbahasa Indonesia pada penulisan papan merek toko di wilayah Kota Sungai Penuh. Objek penelitiannya adalah penulisan pada papan nama pertokoan, baliho, dan spanduk yang ada di wilayah Kota Sungai Penuh. Peneliti memilih papan merek toko yang ada di Kota Sungai Penuh sebagai tempat penelitian karena di wilayah ini banyak sekali didapati kesalahan penulisan pada papan nama pertokoan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk kesalahan EBI berupa pemakaian huruf kapital dan unsur serapan yang terdapat pada tulisan papan merek toko di jalan R.E. Martadinata Sampai Jalan Muradi Kota Sungai Penuh. Berdasarkan data-data yang ditemukan di lapangan dan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa banyak ditemukan kesalahan berbahasa Indonesia pada penulisan papan merek toko yang ditemukan di sepanjang jalan R.E. Martadinata hingga Jalan Muradi Kota Sungai Penuh. Hal ini dikarenakan masih banyak dijumpai merek toko yang tulisannya belum/tidak sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia yang baik dan benar. Dari 30 reklame, ditemukan 3 reklame yang mengalami kesalahan EBI berupa pemakaian huruf kapital dan 27 reklame yang mengalami kesalahan EBI berupa pemakaian kata serapan yang terdapat pada tulisan papan reklame di jalan R.E. Martadinata Sampai Jalan Muradi Kota Sungai Penuh.

Kata Kunci: kesalahan EBI, papan merek

Copyright (c) 2023 Frans Sudirjo, Umul Khasanah, Nelvia Susmita, Mas'ud Muhammadiyah, Andi Muh Akbar Saputra, Petrus Jacob Pattiasina

Corresponding author: Frans Sudirjo

Email Address: frans_sudirjo@untagsmg.ac.id (Jl. Pawiyatan Luhur, Bendan Duwur, Semarang)

Received 23 May 2023, Accepted 27 May 2023, Published 30 May 2023

PENDAHULUAN

Bahasa memegang peranan penting dalam proses komunikasi. Andayani (2012:3) mengatakan bahasa Indonesia digunakan untuk mensosialisasikan dan mengembangkan berbagai budaya, yang berada di daerah-daerah wilayah Indonesia. Peran tersebut akan mampu memainkan fungsinya jika dalam tuturan akan tercipta komunikasi yang baik. Kegiatan bertutur selalu melibatkan dua hal utama, yaitu penutur (komunikator), dan petutur (komunikan). Kegiatan bertutur pada dasarnya akan selalu hadir di tengah-tengah masyarakat. Hal ini dikarenakan kegiatan bertutur merupakan sarana berinteraksi masyarakat satu dengan lainnya.

Bahasa sebagai hasil bertutur mempunyai beragam fungsi dalam kehidupan bermasyarakat. Oleh karena itu, kegiatan berkomunikasi selalu berhubungan dengan bahasa. Menurut Yendra (2012:1), bahasa sering dianggap sebagai sebuah komunikasi atau alat komunikasi, karena pada kenyataannya sistem lambang yang paling prinsipil dalam komunikasi adalah bahasa. Bahasa juga berperan dalam menyatukan masyarakat. Kehidupan yang dipenuhi semangat kekeluargaan akan mampu terwujud jika antar masyarakat mampu berkomunikasi dengan baik. Tidak bisa diingkari bahwa alat komunikasi yang mampu mewujudkan tersebut adalah bahasa. Bahasa juga merupakan media bagi setiap manusia untuk menyampaikan ide, pikiran, gagasan, konsep, dan perasaan.

Bahasa Indonesia telah terjadi berbagai perubahan dalam kehidupan masyarakat. Terutama yang berkaitan dengan tatanan baru kehidupan dunia dan perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi, khususnya teknologi informasi yang semakin sarat dengan tuntutan dan tantangan globalisasi. Kondisi itu telah menempatkan bahasa Asing, terutama bahasa Inggris, pada posisi strategis yang memungkinkan bahasa itu memasuki berbagai sendi kehidupan bangsa dan mempengaruhi perkembangan bahasa Indonesia. Selain bahasa asing, penggunaan bahasa daerah khususnya bahasa Melayu Jakarta dan bahasa “gaul” telah mewarnai penggunaan Bahasa Indonesia lisan. Bahkan, bahasa iklan sangat diwarnai oleh penggunaan bahasa daerah tersebut.

Penggunaan bahasa asing dan bahasa daerah tersebut telah mempengaruhi cara pikir masyarakat Indonesia dalam berbahasa Indonesia resmi. Kondisi itulah yang menyebabkan terjadinya kesalahan berbahasa Indonesia baik fonologi maupun dalam wacana untuk itu, diperlukan tata cara penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Atas dasar tersebut, peneliti ingin memberikan pengetahuan tentang perkembangan Bahasa Indonesia dalam fenomena pemilihan morfologi yang tepat dalam proses komunikasi, baik secara lisan maupun dalam tulisan.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis kesalahan berbahasa Indonesia pada penulisan papan merek toko wilayah Kota Sungai Penuh. Objek penelitiannya adalah penulisan pada papan nama pertokoan yang ada di wilayah Kota Sungai Penuh. Peneliti memilih papan merek toko yang ada di Kota Sungai Penuh sebagai tempat penelitian karena di wilayah ini banyak sekali didapati kesalahan penulisan pada papan nama pertokoan. Sebagai contoh:



Gambar 1. Contoh Papan Merek toko

Dalam teks yang terdapat pada papan merek toko merek toko di atas, kata “Bofet” merupakan kata serapan dari bahasa Inggris yaitu *Buffet*, kemudian diserap kedalam bahasa Indonesia menjadi “Bufet”. Sehingga hal ini merupakan kesalahan dalam penulisan unsur serapan.

Alasan pemilihan penulisan pada papan merek toko di wilayah Kota Sungai Penuh ini sebagai data penelitian, yaitu pertama papan merek toko seperti baliho dan spanduk lebih mudah ditemukan dibandingkan dengan di media elektronik. Kedua, rentang waktu pemasangannya lebih lama. Ketiga, papan merek toko menjangkau semua lapisan masyarakat karena pemasangannya dilakukan sampai ke pelosok daerah, sehingga mudah dijumpai di pinggir-pinggir jalan atau di tempat umum. Keempat, penelitian terhadap papan merek toko wilayah Kota Sungai Penuh sejauh pengetahuan peneliti belum pernah dilakukan.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul “Analisis Kesalahan Penggunaan EBI dalam Papan Merek Toko di Jalan R.E. Martadinata sampai Jalan Muradi di Kota Sungai Penuh”.

Tinjauan Pustaka

Ejaan adalah seperangkat aturan atau kaidah pelambangan bunyi bahasa, pemisahan, penggabungan, dan penulisannya dalam suatu bahasa. Ejaan mengatur keseluruhan cara menuliskan bahasa dengan menggunakan huruf, kata, dan tanda baca sebagai sarannya. Ejaan merupakan kaidah yang harus dipatuhi oleh pemakai bahasa demi keteraturan dan keseragaman bentuk, terutama dalam bahasa tulis. Keteraturan bentuk akan berimplikasi pada ketepatan dan kejelasan makna (Sriyanto, 2014:1-2).

Selanjutnya, Fahrurrozi dan Wicaksono (2016:75) menyatakan bahwa ejaan merupakan faktor terpenting dalam menggunakan bahasa. Hal ini juga didukung oleh Hidayah (2016:40) yang mengungkapkan bahwa ejaan merupakan elemen bahasa terpenting dalam penggunaannya, baik secara lisan maupun secara tulisan. Sehingga bahasa dapat digunakan dengan baik dan benar, untuk berekspresi, berkomunikasi, dan alat untuk mengadakan integrasi dan adaptasi sosial dalam masyarakat.

Ejaan Bahasa Indonesia

Ejaan yang berlaku sekarang dinamakan Ejaan Bahasa Indonesia (EBI). EBI resmi mulai diberlakukan pada tahun 2015 berdasarkan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2015 tentang Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia. Perubahan ejaan

ini dilakukan oleh Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Indonesia, kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Ejaan ini sebagai pengganti dari Ejaan Yang Disempurnakan (EYD) yang pertama kali berlaku pada tanggal 16 Agustus 1972.

Berdasarkan Permendiknas (2009:8-19), terdapat enam belas aturan dalam penggunaan huruf kapital, yaitu sebagai berikut.

1. Huruf kapital atau huruf besar dipakai sebagai huruf pertama kata pada awal kalimat.
2. Huruf kapital dipakai sebagai huruf pertama petikan langsung.
3. Huruf kapital dipakai sebagai huruf pertama dalam kata dan ungkapan yang berhubungan dengan agama, kitab suci, dan Tuhan, termasuk kata ganti untuk Tuhan.
4. Huruf kapital dipakai sebagai huruf pertama unsur-unsur nama orang.
5. Huruf kapital dipakai sebagai huruf pertama nama bangsa, suku bangsa, dan bahasa.
6. Huruf kapital dipakai sebagai huruf pertama semua kata (termasuk semua unsur kata ulang sempurna) di dalam judul buku, majalah, surat kabar, dan makalah, kecuali kata tugas seperti *di*, *ke*, *dari*, *dan*, *yang*, dan *untuk* yang tidak terletak pada posisi awal.
7. Huruf kapital dipakai sebagai huruf pertama kata *Anda* yang digunakan dalam penyapaan.

Dari tujuh aturan penggunaan huruf kapital yang telah dijabarkan di atas dapat disimpulkan bahwa huruf kapital dipakai sebagai huruf pertama pada kalimat, huruf pertama pada petikan kalimat, dipakai sebagai huruf pertama dalam kata dan ungkapan yang berhubungan dengan agama, kitab suci, dan Tuhan, termasuk kata ganti untuk Tuhan, sebagai huruf pertama unsur-unsur nama orang, sebagai huruf pertama nama bangsa, suku bangsa, dan bahasa, dipakai sebagai huruf pertama semua kata (termasuk semua unsur kata ulang sempurna) di dalam judul buku, majalah, surat kabar, dan makalah, kecuali kata tugas seperti *di*, *ke*, *dari*, *dan*, *yang*, dan *untuk* yang tidak terletak pada posisi awal dan sebagai huruf pertama kata *Anda* yang digunakan dalam penyapaan.

Penulisan Unsur Serapan

Pada dasarnya sebagian kosakata bahasa Indonesia berasal dari bahasa asing yang kemudian disesuaikan penulisannya dalam kaidah bahasa Indonesia sehingga disebut sebagai kata serapan. Berdasarkan taraf integrasinya, unsur pinjaman dalam bahasa Indonesia dapat dibagi atas dua golongan besar. Pertama, unsur pinjaman yang belum sepenuhnya terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti *reshuffle*, *shuttle cock*, dan *l'exploitation de l'homme par l'homme*. Unsur-unsur ini dipakai dalam konteks bahasa Indonesia, tetapi pengucapannya masih mengikuti cara asing. Kedua, unsur pinjaman yang pengucapan dan penulisannya disesuaikan dengan kaidah bahasa Indonesia. Dalam hal ini diusahakan agar ejaannya hanya diubah seperlunya sehingga bentuk Indonesianya masih dapat dibandingkan dengan bentuk asalnya (Waridah, 2008:16).

Lebih lanjut, Sriyanto (2014:102-104) menyatakan bahwa penyerapan kata dari bahasa asing dapat melalui adopsi, adaptasi, kreasi, dan terjemahan. Melalui adopsi, kata dari bahasa asing langsung diserap ke dalam bahasa Indonesia karena telah 'sesuai' dengan kaidah bahasa Indonesia,

misalnya: *jarab*, *jenazah* (bahasa Arab); *halte*, *diagram* (bahasa Belanda); *koh*, *suhu* (bahasa Cina); *bola*, *tinta* (bahasa Portugis); dan *bus*, *biodata* (bahasa Inggris). Melalui adaptasi, bahasa Indonesia menyerap dari bahasa asing melalui penyesuaian fonem, misalnya: *kabil* dari *qabil*, *akademis* dari *academisch*, dan *garpu* dari *garfo*. Melalui kreasi, bahasa Indonesia menyerap kosakata bahasa asing hanya konsepnya, bukan kemiripan bentuk luarnya atau makna harfiahnya, misalnya *parkir gratis* dari *free parking*, *jatuh tempo* sebagai padanan dari *due date*, *buku petunjuk periklanan* sebagai padanan dari *advertising directory*, dan *back street* dari *sembunyi-sembunyi*, sedangkan melalui terjemahan misalnya *garis polisi* terjemahan dari *police line*, *pertemuan teknik* merupakan terjemahan dari *technical meeting*.

Dari penjelasan di atas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa penulisan unsur serapan kedalam bahasa Indonesia harus dimiringkan.

Reklame

Menurut kamus umum Bahasa Indonesia, reklame adalah pemberitahuan kepada umum tentang barang dagangan, dengan pujian atau gambar dan sebagainya, dengan tujuan agar dagangan lebih laku. Pengertian reklame menurut Peraturan Daerah Nomor 14 Tahun 2008 tentang Tata Cara Perizinan Reklame menyatakan bahwa, reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca, dan/atau didengar dari suatu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan oleh pemerintahan.

Dari pengertian reklame di atas, maka definisi izin reklame secara sederhana Menurut Morissan (2010:17-18) adalah izin yang dikeluarkan pemerintah daerah untuk penyelenggaraan reklame atau iklan suatu organisasi, produk, servis, atau ide yang dibayar oleh satu sponsor yang diketahui.

Berdasarkan Pasal 1 Peraturan Daerah Kota Sungai Penuh Nomor 14 Tahun 2008 tentang Tata Cara Perizinan Reklame, menurut jenisnya, reklame dapat dibedakan menurut sifatnya, yaitu:

1. Reklame Biasa adalah memperlihatkan daya tarik dari barang-barang yang telah terwujud dan dapat dirasakan.
2. Propaganda adalah bersifat saran, petunjuk, ajakan, penerangan dan sebagainya.
3. Reklame kecil adalah reklame yang berukuran luas sampai dengan 12 m².
4. Reklame sedang adalah reklame yang berukuran luas lebih dari 12 sampai dengan 24 m².
5. Reklame besar adalah reklame yang berukuran luas di atas 24 m².
6. Reklame sementara adalah reklame yang di selenggarakan untuk kegiatan tertentu dan berjangka waktu maksimal 3 (tiga) bulan dengan bahan yang digunakan berupa kain, triplek, dan sejenisnya.

Penyelenggaraan reklame dilakukan oleh orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan usaha atau perusahaan periklanan, baik untuk di atas nama sendiri atau nama orang lain. Seperti

penyelenggaraan kampanye yang dilakukan oleh partai politik yang dilakukan serentak, artinya dengan menggunakan setiap media reklame dengan tujuan mempromosikan penjualan barang-barang, jadi sifatnya menyeluruh. Pemasangan reklame juga harus memperhatikan estetika kota agar keserasian antara luas bentuk, jenis dan cara pemasangan reklame sesuai dengan kawasannya yang ada, juga memperhatikan tempat dimana reklame tersebut di tempatkan di tempat yang seharusnya.

Pelaksanaannya pemasangan reklame yang mendapatkan izin dan di perbolehkan oleh pemerintah, yaitu reklame dalam bentuk reklame kain (spanduk), materi reklame *billboard* (yang telah mendapatkan izin peletakan titik reklame), vertikal banner, reklame udara, reklame kendaraan, umbul-umbul, materi reklame *megatron/videotron/large electronic display* (yang telah mendapatkan izin peletakan titik reklame).

Dari penjelasan di atas dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa reklame adalah sebuah cara menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui media tulisan dengan tujuan promosi agar masyarakat tertarik terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Tarigan (2009:118-119) menyatakan bahwa penelitian deskriptif melibatkan sekumpulan teknik yang digunakan untuk menentukan, melukiskan, atau menggambarkan fenomena yang terjadi secara alamiah tanpa manipulasi/ penyalahgunaan eksperimental. Penelitian ini memiliki ciri-ciri yang sama dengan penelitian kualitatif karena sama-sama menggarap fenomena yang terjadi secara alamiah, menggunakan data yang mungkin dikumpulkan dari tangan pertama atau diambil dari sumber data yang telah ada.

Tempat pelaksanaan penelitian adalah kawasan Jalan R.E. Martadinata sampai Jalan Muradi kota Sungai Penuh, yaitu dari Tugu Depati Parbo (Jalan R.E. Martadinata) hingga Simpang Lima RSUD Mayjen H.A Thalib Sungai Penuh (Jalan Muradi), provinsi Jambi.

Data dalam penelitian ini adalah teks pada papan merek toko yang merupakan merek toko yang terdapat di jalan R.E. Martadinata Sampai Jalan Muradi Kota Sungai Penuh yang diambil dengan teknik purposive sampling, yaitu mengambil sampel yang berhubungan dengan penelitian, dengan cara memotretnya yang nantinya digunakan sebagai data dalam penelitian.

Adapun teknik yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data-data yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan dengan Teknik Observasi, Dokumentasi dan Kepustakaan.

Instrumen pengumpulan data ini adalah menggunakan human instrumen yaitu penelitian sendiri, dengan menggunakan lembar observasi/pencatatan untuk mengetahui jenis kesalahan pemakaian huruf kapital dan unsur serapan pada papan merek toko di jalan R.E. Martadinata Sampai Jalan Muradi Kota Sungai Penuh.

Untuk mendapatkan keabsahan data penelitian perlu dilakukan pengecekan, dan pembacaan ataupun pemeriksaan terhadap data yang ditemukan. Dalam hal ini, pengecekan dan pembacaan ataupun pemeriksaan data dilakukan secara berulang-ulang hingga di peroleh data yang tetap.

1. Intrarater

Yang di laksanakan untuk mendapatkan keabsahan data, yaitu dengan cara mencermati berulang-ulang hasil Merek toko yang telah terkumpul sebagai data penelitian untuk menemukan data sebanyak-banyaknya dengan aspek yang relevan dengan permasalahan yang di teliti sehingga mendapatkan data yang benar-benar akurat, normal dan valid.

2. Intereter

Keabsahan data dan penafsiran data juga diperoleh secara validasi ahli, yaitu dengan berdiskusi dan bertanya kepada orang yang lebih ahli dalam bidang Bahasa Indonesia, yaitu guru Bahasa Indonesia di SMAN. 3 Kerinci yang diminta sebagai Validator untuk memeriksa kajian analisis data dalam penelitian ini. Lebih lanjut, analisa data juga dikonsultasikan kepada dosen Pendidikan Bahasa Indonesia STKIP Muhammadiyah Sungai Penuh.

Analisis Data

Dalam tahap ini, untuk memperoleh deskripsi bentuk kesalahan pemakaian huruf kapital dan diksi digunakan metode padan dan metode agih (distribusional). Metode padan adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data bahasa yang digunakan untuk menganalisis data bahasa sekaligus menafsirkan peristiwa-peristiwa berbahasa yang berkaitan dengan faktor penentu pengguna bahasa adalah metode padan menggunakan alat penentu berupa bahasa tulis. Suatu cara yang digunakan untuk mengolah data yang telah di kumpulkan untuk mendapatkan kesimpulan.

Dengan berpedoman pada kaidah yang berlaku dalam bahasa Indonesia, penganalisan dalam penelitian ini di lakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Membaca satu persatu semua Merek toko yang telah terkumpul yang digunakan sebagai data dalam penelitian ini
2. Menandai atau mengidentifikasi kesalahan yang terdapat dalam Merek toko yang telah terkumpul sebagai data penelitian.
3. Mengelompokkan, dan
4. Menjelaskan data sesuai dengan jenis kesalahan yang terdapat dalam teks papan merek toko.

HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan data-data yang ditemukan di lapangan dan hasil analisis, ditemukan bahwa banyak ditemukan kesalahan berbahasa Indonesia pada penulisan papan reklame yang ditemukan di sepanjang jalan R.E. Martadinata hingga Jalan Muradi Kota Sungai Penuh. Hal ini dikarenakan masih banyak dijumpai merek toko yang tulisannya belum/tidak sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia yang baik dan benar.

Bentuk Kesalahan Penulisan dan Pembahasan Linguistik

Data Gambar 1



Penulisan yang salah: “BOFET SATE KAMBING”

Penulisan yang benar: “BUFET SATAI KAMBING”

Pembahasan Linguistik:

Kesalahan merek toko yang terjadi adalah dalam penggunaan unsur serapan. Kata “bofet” tidak ditemukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia. Melainkan kata “buffet”. Kata ini merupakan kata serapan dari bahasa Inggris. Kata “buffet” berarti tempat makan. Sementara pada kata “sate” juga bukan merupakan kata baku. Menurut KBBI (Chulsum dan Novia, 2014:599), satai berarti daging yang diiris kecil-kecil ditusuk (dirangkai) lalu dibakar dan dibumbui.

Data Gambar 02



Penulisan yang salah: “jaLie Boutique. Menjual: Pakaian, Sepatu, Tas dan Accecories Wanita”

Penulisan yang benar: “Jalie Boutique. Menjual: Pakaian, Sepatu, Tas dan *Accecories* (aksesori) Wanita”

Pembahasan Linguistik:

Kesalahan merek toko yang terjadi adalah dalam penulisan huruf kapital. Dalam perkembangannya, Bahasa Indonesia menyerap unsur dari berbagai bahasa, baik bahasa daerah maupun bahasa asing, seperti Inggris, Belanda, Arab, dan sebagainya. Begitu juga halnya dengan kata “*accecories*” yang merupakan bahasa Inggris. Jika tetap ingin menggunakannya seperti bahasa aslinya, seharusnya pemilik toko membuat kata *accecories* dalam huruf miring. Atau jika tidak,

terjemahkan menjadi kata “aksesori”. Menurut KBBI (Chulsum dan Novia, 2014:27) kata aksesori berarti alat atau bahan yang bersifat sebagai tambahan, alat ekstra; benda yang berfungsi sebagai tambahan dan pemanis.

Data Gambar 3



Penulisan yang salah: “TOKO FAMILY BARU”

Penulisan yang benar: “TOKO *FAMILY* BARU” atau “TOKO *FAMILI* BARU”

Pembahasan Linguistik:

Kesalahan merek toko yang terjadi adalah dalam penggunaan unsur serapan. Kata “family” merupakan bahasa Inggris yang berarti keluarga. Jadi karena kata tersebut adalah berasal dari bahasa asing, maka penuliannya harus dimiringkan atau dirubah menjadi kata “famili”.

Data Gambar 04



Penulisan yang salah: “PHOTO COPY”

Penulisan yang benar: “FOTOKOPI”

Pembahasan Linguistik:

Kesalahan merek toko yang terjadi adalah dalam penggunaan unsur serapan. Penulisan kata “photocopy” merupakan kata dari bahasa Inggris. Ejaan kata tersebut telah diserap kedalam Bahasa Indonesia dengan kata “fotokopi”. Sehingga dalam penggunaannya harus dimiringkan jika

menggunakan kata “photocopy”, atau menggunakan kata “fotokopi”. Menurut KBBI (Chulsum dan Novia, 2014:229), fotokopi berarti hasil reproduksi fotografis terhadap barang-barang cetakan (tulisan).

Dari 30 merek toko yang menjadi objek penelitian, ditemukan tiga (3) merek toko yang mengalami kesalahan dalam penulisan huruf kapitalnya. Tiga merek toko tersebut adalah gambar 02, gambar 08, dan gambar 30. Dari ketiga gambar tersebut terlihat kesalahan penggunaan huruf kapital yang dilakukan oleh pemilik merek toko tersebut. Ada yang seluruh katanya menggunakan huruf kecil, ada pula yang menempatkan huruf besar pada huruf ditengah kata, bukan diawal kata.

Berdasarkan Permendiknas (2009:8-19), terdapat enam belas aturan dalam penggunaan huruf kapital, diantaranya adalah: Huruf kapital atau huruf besar dipakai sebagai huruf pertama semua kata (termasuk semua unsur kata ulang sempurna) di dalam judul buku, majalah, surat kabar, dan makalah, kecuali kata tugas seperti *di*, *ke*, *dari*, *dan*, *yang*, dan *untuk* yang tidak terletak pada posisi awal. Aturan ini dilanggar oleh merek toko gambar 02, 08 dan 30.

Selanjutnya, ditemukan dua puluh tujuh (27) merek toko yang mengalami kesalahan dalam penulisan kata serapan. Dua puluh tujuh (27) merek toko tersebut adalah gambar 01, gambar 03, gambar 04, gambar 05, gambar 06, gambar 07, gambar 09, gambar 10, gambar 11, gambar 12, gambar 13, gambar 14, gambar 15, gambar 16, gambar 17, gambar 18, gambar 19, gambar 20, gambar 21, gambar 22, gambar 23, gambar 24, gambar 25, gambar 26, gambar 27, gambar 28 dan gambar 29.

Dari ke-27 gambar tersebut terlihat kesalahan penulisan yang seharusnya menggunakan huruf miring karena menggunakan istilah bahasa asing, yaitu bahasa Inggris, dan ada pula kesalahan dalam menggunakan bahasa daerah atau bahasa tidak baku. Menurut Sriyanto (2014:102-104), penyerapan kata dari bahasa asing dapat melalui adopsi, adaptasi, kreasi, dan terjemahan.

Lebih lanjut, Sriyanto (2014:102-104) mengungkapkan bahwa penyerapan kata dari bahasa asing dapat melalui adopsi, adaptasi, kreasi, dan terjemahan. Ia juga menjelaskan bahwa melalui adopsi, kata dari bahasa asing langsung diserap ke dalam bahasa Indonesia karena telah ‘sesuai’ dengan kaidah bahasa Indonesia, misalnya: *jarab*, *jenazah* (bahasa Arab); *halte*, *diagram* (bahasa Belanda); *koh*, *suhu* (bahasa Cina); *bola*, *tinta* (bahasa Portugis); dan *bus*, *biodata* (bahasa Inggris).

Untuk kategori unsur serapan terjadi karena tulisan pada papan merek toko menggunakan bahasa asing, yakni bahasa Inggris. Sehingga kesalahan tersebut harus diperbaiki dengan cara merubahnya kedalam penulisan huruf miring, atau penggunaan kata serapan yang seharusnya diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia yang sesuai dengan Kamus Besar Bahasa Indonesia.

Terdapat dua kategori kesalahan penulisan unsur serapan yang ditemukan pada merek toko yang terdapat disepanjang jalan R.E. Martadinata hingga jalan Muradi Kota Sungai Penuh. Pertama adalah kata serapan dari bahasa daerah dan kata serapan dari bahasa asing (Bahasa Inggris). Pada penelitian ini, kata serapan dari bahasa daerah dan bahasa tidak baku dijumpai pada gambar 01 (kata *bofet* dan *sate*), gambar 05 dan gambar 06 (*mie ayam*, *mie ayam bakso*), gambar 09 (*teh telur*), gambar 22 (*membikin*), dan gambar 25 (*sop*, *goreng baluik*, dan *dendeng bakuah*). Kata-kata tersebut

ada yang harus diganti menjadi kata baku dan terdapat pada kamus Besar Bahasa Indonesia sebagai penanda bahwa kata-kata yang dipakai adalah kata baku yang sesuai dengan EYD.

KESIMPULAN

1. Dari 30 merek toko, ditemukan 3 merek toko yang mengalami kesalahan EBI berupa pemakaian huruf kapital yang terdapat pada tulisan papan merek toko di jalan R.E. Martadinata Sampai Jalan Muradi Kota Sungai Penuh.
2. Dari total 30 merek toko, ditemukan 27 merek toko yang mengalami kesalahan EBI berupa pemakaian unsur kata serapan yang terdapat pada tulisan papan merek toko di jalan R.E. Martadinata Sampai Jalan Muradi Kota Sungai Penuh.

REFERENSI

- Andayani. 2015. *Problema dan Aksioma dalam Metodologi Pembelajaran Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Chulsum, Umi dan Novia, Windi. 2014. *Kamus Besar Bahasa Indonesia: Edisi Terbaru*. Surabaya: Kashiko Publisher.
- Fahrurrozi dan Wicaksono, Andri. 2016. *Sekilas Tentang Bahasa Indonesia: Catatan Mengenai Kebijakan Bahasa, Kaidah Ejaan, Pembelajaran Sastra, Penerjemahan, dan BIPA*. Yogyakarta: Garudhawacana.
- Hidayah, Nurul. 2016. *Pembelajaran Bahasa Indonesia di Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Garudhawacana.
- Madjadikara, Agus S. 2004. *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan: Bimbingan Praktis Penulisan Naskah Iklan (Copywriting)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Markhamah. 2014. *Analisis Kesalahan dan Karakteristik Bentuk Pasif*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Permendiknas Nomor 50 Tahun 2015 tentang Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.
- Sriyanto. 2014. *Ejaan*. Jakarta: Pusat Pembinaan Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Tarigan, Henry Guntur. 2009. *Prinsip-Prinsip Dasar Metode Riset Pengajaran dan Pembelajaran Bahasa*. Bandung: Angkasa.
- Waridah, Ernawati. 2008. *EYD & Seputar Kebahasa-Indonesiaan*. Jakarta: Kawah Pustaka.
- Yendra. 2018. *Mengenal Ilmu Bahasa (Linguistik)*. Yogyakarta: Deepublish.