

VARIASI BAHASA IKLAN PENDIDIKAN PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN HUBUNGANNYA DENGAN PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA DI SMA JUDUL DITULIS DENGAN

Arthamevia Krisna Murti¹⁾, Drs. Syahrul Udin, M.Pd²⁾, Muhammad Sholehuddin³⁾, M.Pd.]

¹Fakultas Pendidikan Bahasa dan Seni, IKIP PGRI BOJONEGORO
email: mevia851@gmail.com

²Fakultas Pendidikan Bahasa dan Seni IKIP PGRI BOJONEGORO
email: syahruludin04@gmail.com

³Fakultas Pendidikan Bahasa dan Seni IKIP PGRI BOJONEGORO
email: sholehuddinmuhammad@gmail.com

Abstract

The study, entitled variations of educational advertising language on Instagram social media and its relationship with Indonesian language learning in high school, aims to describe the use of educational advertising language variations on Instagram social media and find out its relationship with Indonesian language learning in high school. The type of research used in this study is a qualitative descriptive research type. Data collection techniques used in this study were observation techniques and documentation techniques. Checking the validity of the data in this study using triangulation techniques. According to the results of the data that has been found there are language variations in educational advertisements uploaded on Instagram social media. There are 21 Instagram posts and 30 data have been found. As for the variations in terms of formality, they include a) official or formal variety consisting of 2 data, b) business or consultative variety consisting of 19 data, c) casual or casual variety consisting of 5 data, and d) intimate or intimate variety consisting of 4 data.

Keyword: Variations of the language, Education advertisements, Learning Indonesian in high school.

Abstrak

Penelitian yang berjudul variasi bahasa iklan pendidikan pada media sosial Instagram dan hubungannya dengan pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA bertujuan untuk mendeskripsikan penggunaan variasi bahasa iklan pendidikan pada media sosial Instagram dan mencari tahu hubungannya dengan pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik observasi dan teknik dokumentasi. Pengecekan kebasahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Menurut hasil data yang telah ditemukan terdapat variasi bahasa pada iklan pendidikan yang di unggah dalam media sosial Instagram. Terdapat 21 postingan Instagram dan telah ditemukan data sebanyak 30 data. Adapun variasi dari segi keformalannya tersebut, meliputi a) ragam resmi atau formal terdiri dari 2 data, b) ragam usaha atau konsultatif terdiri dari 19 data, c) ragam santai atau casual terdiri dari 5 data, dan d) ragam akrab atau intimate terdiri dari 4 data.

Kata kunci: Variasi bahasa, Iklan pendidikan, Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan gejala alamiah dan manusiawi. Bahasa yang kita kenal dan kita pergunakan dalam komunikasi sekarang ini merupakan produk masyarakat masa lampau yang dipelihara, dikembangkan/berkembang, diwariskan secara turun-temurun. Bahasa tumbuh dan berkembang sejalan dengan perkembangan budaya masyarakat sebagai penuturnya. Menurut Parera (1991:57), makna bahasa berfungsi untuk menampung dan menghubungkan pengetahuan yang secara kolektif bertambah, mampu menuangkan argumen, sanggup membuat prinsip-prinsip rasional, dan mengekspresikan emosi seseorang. Dengan kata lain bahasa sebagai alat komunikasi akal dan perasaan. Dengan adanya keterkaitan hubungan antara bahasa dengan manusia dalam tatanan sosial masyarakat tersebut, kemudian kajian ilmunya dirangkum dan juga bisa dipelajari dalam bidang yang di namakan linguistik, atau sosiolinguistik. Sosiolinguistik menurut Chaer dan Agustina (2010:3) merupakan pengkajian bahasa dengan dimensi kemasyarakatan.

Secara umum kita dapat mendefinisikan sosiolinguistik sebagai kajian tentang bahasa dalam hubungannya dengan masyarakat. Sosiolinguistik telah menjadi bagian yang telah diakui dalam kebanyakan mata kuliah bidang linguistik atau bahasa pada tingkat perguruan tinggi. Sehingga sosiolinguistik menjadi parameter titik tumbuh utama dalam kajian tentang bahasa. Pada ilmu sosiolinguistik, keanekaragaman pemakaian bahasa disebut sebagai variasi bahasa. Salah satu faktor yang menyebabkan timbulnya variasi bahasa karena pemilihan terhadap salah satu ragam bahasa yang dipengaruhi oleh faktor kebutuhan penutur atau penulis akan alat komunikasi yang sesuai dengan situasi. Variasi atau ragam bahasa menurut Chaer dan Agustina (2010:62) terdapat dua cara

pandang. Kesatu, variasi atau ragam bahasa dilihat sebagai adanya keragaman sosial penutur bahasa itu dan dan keragaman fungsi bahasa. Kedua, variasi atau ragam bahasa sudah ada untuk memenuhi fungsinya sebagai alat interaksi dalam kegiatan masyarakat yang beraneka ragam.

Penggunaan bahasa mempunyai peranan yang juga mempengaruhi adanya variasi bahasa atau ragam bahasa yang digunakan dalam kehidupan bermasyarakat. Apalagi di zaman modern seperti saat ini, berinteraksi bukan hanya dengan cara bertatap muka atau berkomunikasi secara lisan saja tetapi juga dapat melalui media sosial seperti instagram, facebook, dan twitter secara tertulis.

Iklan merupakan salah satu bentuk hubungan kegiatan komunikasi antara konsumen dan produsen. Komunikasi yang terjadi adalah pemberitahuan adanya suatu produk kepada masyarakat. Produsen harus mempertimbangkan keadaan masyarakat sebagai sasaran iklan. Termasuk juga dalam hal iklan pendidikan. Secara umum, iklan pendidikan merupakan konten atau isi yang memiliki keterkaitan dengan dunia pendidikan. Dalam dunia pendidikan terdapat banyak sekali iklan yang berisi tentang promosi sekolah, kampus, atau lembaga pendidikan formal maupun nonformal. Bentuk iklan pendidikan biasanya memiliki sasaran yang jelas, memiliki fokus atau hal yang bisa diberitahukan didalam iklan pendidikan, dapat berisi mulai dari visi misi, akreditasi, desain iklan semenarik mungkin dan menentukan media untuk dipasang iklan. Terdapat banyak sekali iklan pendidikan pada media sosial. Iklan pendidikan yang dimaksud adalah iklan pendidikan yang ada di akun instagram Institusi perguruan tinggi khususnya yang ada di Bojonegoro.

Kegiatan belajar mengajar yang kurang menarik terkadang menjadikan anak didik menjadi malas untuk mengikuti dan

sulit memahami pelajaran pada lembaga pendidikan formal. Sehingga melalui penggunaan variasi bahasa iklan pendidikan pada media sosial instagram ini diharapkan mampu memberikan peluang untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Hubungan iklan pendidikan ini terdapat pada silabus siswa kelas XII. Pada silabus tersebut peneliti merasa bahwa variasi bahasa iklan pendidikan pada sosial media instagram memiliki manfaat teoritis sehingga guru memiliki referensi dalam pembelajaran Bahasa Indonesia di kelas. Dalam penelitian ini akan meneliti variasi bahasa dari segi keformalannya, yaitu ragam resmi (formal), ragam usaha atau (konsultatif), ragam santai (casual), ragam akrab (intimate).

Berdasarkan uraian di atas, peneliti lebih dalam ingin mengkaji dan melakukan sebuah penelitian dengan judul “Variasi Bahasa Iklan Pendidikan pada Media Sosial Instagram dan Hubungannya Dengan Pembelajaran di SMA”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif karena untuk menyatakan berbagai informasi kualitatif dengan pendeskripsian yang diteliti melalui analisis data. Pendekatan deskriptif kualitatif dalam penelitian ini dijadikan suatu prosedur penelitian dengan hasil sajian data deskriptif berupa tuturan variasi bahasa iklan pendidikan yang terdapat pada postingan Instagram. Fokus penelitian ini dimaksudkan untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan mana yang tidak relevan. Penelitian ini difokuskan pada variasi bahasa yang digunakan pada iklan pendidikan media sosial instagram dan juga mencari tahu hubungannya dengan pembelajaran bahasa Indonesia di SMA. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari postingan Instagram tentunya

postingan instagram yang berkaitan dengan iklan pendidikan. Teknik pengumpulan data yang di gunakan peneliti adalah teknik observasi dan dokumentasi. Teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menganalisis bentuk penggunaan variasi bahasa pada postingan sosial media instagram kemudian memberikan penjelasan deskripsi terkait dengan tujuan variasi bahasa iklan pendidikan pada media sosial instagram tersebut dalam kaitannya dengan pembelajaran bahasa Indonesia di SMA. Peneliti mengolah data dalam lembar dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Variasi Bahasa Iklan Pendidikan pada Media Sosial Instagram dan Hubungannya dengan Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA

Pada bagian ini peneliti memaparkan data terkuat dari data yang sudah ditemukan. Data yang digunakan peneliti berupa screen shot iklan pendidikan pada postingan instagram yang peneliti uraikan menjadi deskripsi. Berikut adalah data yang peneliti dapatkan dan akan diuraikan dalam bentuk deskripsi.

a. Variasi Bahasa dalam Ragam Resmi (*formal*)

Ragam resmi adalah variasi bahasa yang biasa digunakan pada pidato kenegaraan, rapat dinas, surat-menyurat, dan lain sebagainya.

1.Data postingan dari akun Instagram @unugiribojonegoro

Mengandung variasi bahasa dalam ragam resmi. Mengenai postingan tersebut diulas di bawah ini.

Data

“Mengisi formulir pendaftaran, surat pengajuan, surat pernyataan sedang tidak menerima beasiswa dari pihak manapun, surat keterangan tidak mampu/KIP/PKH, surat rekomendasi dari rektor, pas foto berwarna 3x4 2 lembar beralmamater dan background merah, foto rumah tampak depan, belakang, samping, fotocopy KTM, KHS (Terakhir), fotocopy sertifikat/piagam (bila ada), warga Bojonegoro dibuktikan dengan fotocopy KTP dan KK, belum menikah, berdomisili dan kuliah di Bojonegoro”

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa dalam keterangan tersebut dikategorikan ke dalam ragam resmi atau formal. Hal tersebut ditunjukkan sesuai dengan kalimat di atas yang keterangannya berupa persyaratan untuk mendapatkan beasiswa dengan cara melengkapi surat-surat atau berkas berupa fotocopy. Kalimat tersebut di maksudkan sebagai petunjuk adanya penggunaan variasi bahasa resmi atau formal. Sebab ragam resmi biasa digunakan dalam kepentingan surat-menyurat, pidato kenegaraan dan rapat dinas. Keterangan di atas mencakup ragam resmi karena termasuk dalam surat-menyurat.

2.Data postingan dari akun Instagram @univ_bojonegoro

Mengandung variasi bahasa dalam ragam resmi. Mengenai postingan tersebut diulas di bawah ini.

Data

“Mahasiswa aktif Universitas Bojonegoro angkatan 2019, 2020,2021, bertaqwa kepada Tuhan YME, belum menikah, sehat jasmani dan rohani, mampu berkomunikasi dengan baik, memiliki pengetahuan tentang Universitas Bojonegoro, tinggi badan dan berat badan proposional, peserta bersedia di Unigoro

selama kegiatan berlangsung, kartu tanda mahasiswa (KTM), foto KHS terakhir, foto full body, surat rekomendasi fakultas, kuota minimal pendaftar 14 peserta (7 Putra dan 7 Putri), apabila jumlah peserta tidak memenuhi kuota maka kegiatan tidak dilaksanakan”

Berdasarkan data di atas terlihat jelas bahwa dalam keterangan tersebut di kategorikan ke dalam ragam resmi atau formal. Hal tersebut ditunjukkan sesuai dengan kalimat di atas yang mana keterangannya berisi himbauan ketika mengikuti seleksi duta kampus di Uniersitas Bojonegoro salah satu persyaratannya adalah belum menikah, sehat jasmani dan rohani serta membuat surat rekomendasi fakultas. Kalimat tersebut di maksudkan sebagai petunjuk adanya penggunaan variasi bahasa resmi atau formal. Sebab ragam resmi biasa digunakan dalam kepentingan surat-menyurat, pidato kenegaraan dan rapat dinas. Keterangan di atas mencakup ragam resmi karena termasuk dalam surat-menyurat.

b. Variasi Bahasa dalam Ragam Usaha (*konsultatif*)

Ragam usaha atau konsultatif adalah variasi bahasa yang lazim dalam pembicaraan biasa di sekolah, rapat-rapat, atau pembicaraan yang berorientasi pada hasil atau produksi.

1.Data postingan dari akun Instagram @stiekia

Mengandung variasi bahasa dalam ragam usaha. Mengenai postingan tersebut diulas di bawah ini.

Data

“10 hari lagi akan di tutup, daftar sebelum tanggal 1 Juli 2022 dapatkan discount 20% potongan UPK”

Berdasarkan data di atas terlihat jelas bahwa keterangan tersebut di kategorikan ke dalam ragam usaha atau konsultatif. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya himbauan bahwa pendaftaran di kampus STIEKIA akan segera di tutup 10 hari lagi, dan untuk pendaftaran sebelum tanggal 1 Juli 2022 akan mendapatkan discount sebesar 20% potongan UPK. Di kategorikan ke dalam ragam usaha atau konsultatif karena adanya potongan biaya kuliah atau discount yang akan diberikan kampus jika para pendaftar melakukan pendaftaran sebelum tanggal 1. Dikatakan ragam usaha sebab keterangan tersebut termasuk bentuk promosi yang mengarah kepada promosi Institusi perguruan tinggi.

2.Data postingan dari akun Instagram @stiekia

Mengandung variasi bahasa dalam ragam usaha. Mengenai postingan tersebut diulas di bawah ini.

Data

“Ingin kuliah sambil kerja??? Daftar ke STIEKIA sajaa, kamu bisa tetap kerja tapi juga bisa kuliah, yuk join di STIEKIA info lebih lanjut silahkan hubungi nomor di bawah ini”

Berdasarkan data di atas terlihat jelas bahwa keterangan tersebut di kategorikan ke dalam ragam usaha atau konsultatif. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya pemberitahuan bahwa di kampus STIEKIA mahasiswa bisa kuliah sambil bekerja. Adanya keterangan tersebut mempermudah mereka calon mahasiswa yang sudah bekerja agar mereka bisa tetap kuliah tanpa berhenti dari pekerjaan yang sudah digelutinya. Dikatakan ragam usaha

sebab keterangan tersebut termasuk bentuk promosi yang mengarah kepada promosi Institusi perguruan tinggi yang menguntungkan para calon pendaftar sebab kuliah di kampus STIEKIA sangat fleksibel.

3.Data postingan dari akun @pmb_kampusungu

Mengandung variasi bahasa dalam ragam usaha. Mengenai postingan tersebut diulas di bawah ini.

Data

“Bebas biaya pendaftaran, potongan DPPP 50% sebesar 2.500.000, tidak akan menambah kuota karena pendaftar sudah sangat banyak”

Berdasarkan data di atas terlihat jelas bahwa keterangan tersebut di kategorikan ke dalam ragam usaha atau konsultatif. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya keterangan di atas bahwa pendaftaran di kampus ungu gratis dan ada potongan DPPP 50% sebesar 2.500.000. Adanya penekanan kata bahwa tidak akan menambah kuota karena pendaftar sudah sangat banyak akan membuat antusias para pendaftar semakin ramai. Dikatakan ragam usaha sebab keterangan tersebut termasuk bentuk promosi yang mengarah kepada promosi Institusi perguruan tinggi yang menguntungkan para calon pendaftar sebab kuliah di kampus ungu selain pendaftaran gratis juga ada potongan biaya kuliah.

4.Data postingan dari akun Instagram @pmbikipgribjn

Mengandung variasi bahasa dalam ragam usaha. Mengenai postingan tersebut diulas di bawah ini.

Data

“Potongan 50% dapatkan beasiswa prestasi dari biaya UKT hanya 1.850.000,- tiap semester”

Berdasarkan data di atas terlihat jelas bahwa keterangan tersebut di kategorikan ke dalam ragam usaha atau konsultatif. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya pemberitahuan bahwa ada potongan 50% dan bisa mendapatkan beasiswa prestasi dari biaya UKT hanya 1.850.000,- tiap semester dari IKIP PGRI Bojonegoro. Dengan adanya potongan harga yang diberikan oleh kampus IKIP PGRI Bojonegoro menarik minat para calon pendaftar agar mereka tertarik daftar menjadi mahasiswa IKIP PGRI Bojonegoro dengan biaya yang ringan. Dikatakan ragam usaha sebab keterangan tersebut termasuk bentuk promosi yang mengarah kepada promosi Institusi perguruan tinggi yang menguntungkan para calon pendaftar sebab kuliah di kampus IKIP PGRI Bojonegoro selain ada potongan biaya kuliah calon pendaftar juga bisa mendapatkan beasiswa prestasi.

c. Variasi Bahasa dalam Ragam Santai (*casual*)

Ragam santai adalah ragam bahasa yang digunakan dalam situasi yang tidak resmi untuk berbincang-bercincang dengan keluarga atau teman karib pada waktu istirahat dan sebagainya.

1.Data postingan dari akun Instagram @stiekia

Mengandung variasi bahasa dalam ragam santai. Mengenai postingan tersebut diulas di bawah ini.

Data

“Ingin kuliah sambil kerja? Kamu bisa tetap kerja tapi juga bisa kuliah”.

Berdasarkan data di atas terlihat jelas bahwa keterangan tersebut di

kategorikan ke dalam ragam santai atau casual. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya kata kamu yang biasanya digunakan dalam pembicaraan antar teman ketika suasana santai. Dengan adanya keterangan tersebut pemilik akun Instagram itu mencoba untuk berbicara santai kepada para masyarakat khususnya mereka yang ingin daftar kuliah agar pesan yang disampaikan tidak terlalu kaku dan mudah diterima para pembaca.

2.Data postingan dari akun Instagram @stiekia

Mengandung variasi bahasa dalam ragam santai. Mengenai postingan tersebut diulas di bawah ini.

Data

“yang mahal itu biaya nikah, biaya kuliah di STIEKIA tetap terjangkau”

Berdasarkan data di atas terlihat jelas bahwa keterangan tersebut di kategorikan ke dalam ragam santai atau casual. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya kata yang mahal itu biaya menikah, sedangkan biaya kuliah terjangkau. Pada keterangan tersebut di kategorikan ke dalam ragam santai sebab percakapan seperti itu biasanya dilontarkan kepada teman sebaya ketika dalam suasana santai dan sedang bercanda. Dengan adanya keterangan tersebut pemilik akun Instagram itu mencoba untuk berbicara santai kepada para masyarakat khususnya mereka yang ingin daftar kuliah agar pesan yang disampaikan tidak terlalu kaku dan mudah diterima para pembaca.

d. Variasi Bahasa dalam Ragam Akrab (*intimate*)

Ragam akrab adalah variasi bahasa yang biasa digunakan oleh para penutur yang hubungannya sudah akrab. Variasi

bahasa ini biasanya pendek-pendek dan tidak jelas.

1.Data postingan dari akun Instagram @univ_bojonegoro

Mengandung variasi bahasa dalam ragam akrab. Mengenai postingan tersebut diulas di bawah ini.

Data

“tenang ygy, masuk UNIGORO sekarang ada tesya YGY”

Berdasarkan data di atas terlihat jelas bahwa keterangan tersebut di kategorikan ke dalam ragam akrab atau intimate. Pada kata YGY yang di maksud artinya (Ya Gaes Ya) kata tersebut digunakan di kalangan anak remaja zaman sekarang. Bahasa tersebut biasanya digunakan oleh teman sebaya atau anak tongkrongan dimana pada setiap kata yang dilontarkan berupa kata yang singkat-singkat dan cenderung tidak jelas. Kata tersebut biasanya berupa singkatan seperti YGY tersebut. Dengan adanya keterangan tersebut pemilik akun Instagram itu mencoba untuk berbicara akrab kepada para masyarakat khususnya mereka yang ingin daftar kuliah agar pesan yang disampaikan tidak terlalu kaku dan mudah diterima para pembaca.

2.Data postingan dari akun Instagram @pmbikipgribjn

Mengandung variasi bahasa dalam ragam akrab. Mengenai postingan tersebut diulas di bawah ini.

Data

“Info Maszeh”.

Berdasarkan data di atas terlihat jelas bahwa keterangan tersebut di kategorikan ke dalam ragam akrab atau intimate. Pada kata Infone MasZeh yang di

maksud artinya (Info Kakak) kata Maszeh dalam Bahasa Jawa Mas itu Kakak Laki-laki. istilah tersebut sering digunakan di kalangan anak remaja zaman sekarang. Kata tersebut digunakan sesama teman sebaya yang mana ketika mereka sedang ingin berkumpul atau nongkrong mereka menggunakan kata Info Maszeh. Dengan adanya keterangan tersebut pemilik akun Instagram itu mencoba untuk berbicara akrab dan memberitahukan kepada para masyarakat khususnya mereka yang ingin daftar kuliah agar pesan yang disampaikan tidak terlalu kaku dan mudah diterima para pembaca.

2. Relevansi Variasi Bahasa Iklan Pendidikan pada Media Sosial Instagram dan Hubungannya dengan Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA

Pembelajaran merupakan proses yang mengatur, mengorganisasi lingkungan yang ada di sekitar peserta didik sehingga dapat menumbuhkan serta mendorong peserta didik untuk melakukan proses belajar. Pembelajaran merupakan proses untuk memberikan bimbingan atau bantuan kepada peserta didik dalam melakukan proses belajar. Salah satunya, pembelajaran bahasa Indonesia di sekolah memiliki tujuan untuk mengarahkan kemampuan peserta didik agar berkomunikasi menggunakan bahasa Indonesia dengan baik dan benar baik secara lisan maupun tertulis.

Pembelajaran sastra di SMA adalah pembelajaran yang sangat dibutuhkan karena dapat membentuk daya nalar siswa serta memiliki banyak manfaat yang baik untuk pengembangan peserta didik, karena setiap sastra pasti memiliki manfaat yang baik untuk pembacanya lebih khususnya bahasa sastra. Adapun materi bahasa sastra dalam pembelajaran Bahasa Indonesia kelas XII SMA adalah ragam bahasa. Ragam bahasa merupakan varian bahasa berdasarkan sudut pandang penutur dan jenis pemakaian bahasa. Penggolongan ragam bahasa dalam bahasa Indonesia secara garis besar dapat dijelaskan dalam cakupan yang luas Sugono (2009). Ragam bahasa merupakan pengayaan bahasa, namun hal tersebut tetap memberi ruang terbuka untuk bentuk dan arti yang diserap, serta idealitas penyerapan model apa yang dibutuhkan. Pemakaian kata atau istilah sangat terbuka pemakaiannya dalam pengertian kata umum, tetapi juga sangat mungkin tertutup sebagai istilah tersendiri. Salah satu bentuk ragam bahasa dari variasi bahasa dilihat dari segi keformalannya telah peneliti kaji dalam penelitian ini. Ragam

bahasa yang dikaji dalam penelitian ini adalah ragam resmi, ragam usaha, ragam santai dan ragam akrab yang termasuk ke dalam variasi bahasa dari segi keformalan. Variasi bahasa sejenis dengan ragam bahasa yang pemakaiannya disesuaikan dengan fungsi dan situasinya, tanpa mengabaikan kaidah-kaidah pokok yang berlaku dalam bahasa yang bersangkutan. Dalam hal tersebut pembelajaran sastra mengenai ragam bahasa dapat membantu siswa untuk memahami ragam bahasa yang ada pada media sosial Instagram yang berupa iklan pendidikan di dalamnya.

Kegiatan pembelajaran ragam bahasa sesuai dengan Kompetensi Dasar (KD) 3.5 dan 4.5 kelas XII SMA semester genap berbunyi “Mengidentifikasi kalimat dalam berbagai ragam bahasa dan menyajikan sebuah teks dengan berbagai ragam bahasa”. Adanya kompetensi dasar tersebut kegiatan pembelajaran mengidentifikasi kalimat serta menyajikan teks dalam berbagai ragam bahasa yang dilakukan siswa berupa aktivitas menganalisis, mengidentifikasi serta menemukan informasi variasi bahasa atau

ragam bahasa. Sehingga siswa mampu memahami dan mencapai aktivitas pembelajaran mengenai ragam bahasa.

Pada penelitian ini mempunyai hubungan dengan pembelajaran bahasa Indonesia di SMA dapat dilihat dari kurikulum 2013 kelas XII semester genap dengan Kompetensi Dasar (KD) 3.5 dan 4.5 kelas XII SMA berbunyi “Mengidentifikasi kalimat dalam berbagai ragam bahasa dan menyajikan sebuah teks dengan berbagai ragam bahasa”. Dari adanya latar belakang

SIMPULAN

Setelah dilakukan penelitian variasi bahasa iklan pendidikan pada postingan Instagram, maka diperoleh kesimpulan berikut ini.

Variasi bahasa iklan pendidikan yang ada pada postingan Instagram terdapat 4 variasi yang ditemukan, yaitu variasi bahasa dalam segi keformalannya yang termasuk dalam 1) ragam resmi, 2) ragam usaha, 3) ragam santai, 4) ragam akrab. Dari ke empat ragam bahasa di atas yang paling dominan dalam ragam tersebut adalah ragam usaha. Hubungan variasi bahasa dengan pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA dapat digunakan dalam bahan atau materi pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA. Hasil tersebut terdapat pada kompetensi dasar 3.5 dan 4.5 yaitu mengidentifikasi kalimat dalam berbagai ragam bahasa dan menyajikan sebuah teks dengan berbagai ragam bahasa.

tersebut, peneliti memilih untuk mengidentifikasi kalimat serta menyajikan teks variasi bahasa atau ragam bahasa pada media sosial Instagram yang di dalamnya berisi Iklan pendidikan. Setelah menemukan adanya variasi bahasa atau ragam bahasa tersebut diharapkan siswa dapat termotivasi untuk belajar dan mampu menerapkannya di sekolah serta dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR RUJUKAN

- Alwi, I. Z.2008. *Pasar Modal Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Yayasan Pancur Siwah.
- Amir Pilliang, Yasraf.2003. *Hipерsemiotika Tafsir Cultural Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- A.M, Sardiman.2007. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Aslinda dan Leni Syafyaha.2010. *Pengantar Sociolinguistik*. Bandung:PT. Refika Aditama.
- Aslinda dan Leni Syafyaha.2007. *Pengantar Sociolinguistik*. Bandung:PT. Refika Aditama.
- Azzet, A. M.2014. *Urgensi Pendidikan Karakter di Indonesia*:

- Revitalisasi Pendidikan Karakter terhadap Keberhasilan Belajar dan Kemajuan Bangsa.*
Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Barefoot, Darren and Julie Szabo. 2010. *Friends With Benefits: A Social Media Marketing Handbook.* San Francisco, CA: No Starch Press.
- Chaer, Abdul dan Leoni Agustina. 2010. *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal.* Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Chaer, A. 2009. *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia.* Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Evan, Dave. 2008. *Social Media Marketing: An Hour a Day.* Wiley Publishing, Inc: Canada
- Fandy Tjiptono. 2011. *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Edisi Kedua Cetakan Keenam. PT. Andi Publisher.
- Fishman, Joshua A. 1972. *Reading in The Sociology Of Language.* The Hague: Mouton
- Hadari Nawawi. 2005. *Penelitian Terapan.* Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Halliday, M.A.K., Angus McIntosh, and Peter Strevens. 1970. "The Users And Usages of Language". Dalam Joshua A. Fishman (ed). *Reading in The Sociology of Language.* The Hague-Paris: Mouton.
- H. Mahmud. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan,* Bandung: Pustaka Setia.
- Husaini, Usman. 2009. *Metodologi Penelitian Sosial.* Jakarta: Bumi Aksara.
- Jefkins, Frank. 1996. *Periklanan,* Edisi ke-3. Jakarta: Erlangga.
- Joos, Martin. 1967. *The Five Clocks.* New York: Hartcourt Brace World, Inc
- Kushartanti. 2009. *Pesona Bahasa.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kustianawati, S. 2020. *Meningkatkan Keterampilan Berkomunikasi Melalui Metode Bercerita dengan Alat Peraga Wayang pada Anak Kelompok B TK Dwijorini Tretep.* Media Penelitian Pendidikan: Jurnal Penelitian dalam Bidang Pendidikan dan Pengajaran, 14(1), 35-44.
- Latifah Lutfiatun. 2017. *Variasi Bahasa dilihat dari Segi Pemakai pada Ranah Sosial Masyarakat Tutur Perbatasan Jawa Tengah-Jawa Barat di Majenang Kabupaten Cilacap* Skripsi, Universitas Sebelas Maret Purakarta.
- Mahsun. 2011. *Metode Penelitian Bahasa : Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya.* Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku I.* Jakarta: Salemba Humanika

- Moleong, J. L.2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nababan,PWJ.1993. *Sosiolinguistik:Suatu Pengantar*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Nur, Dicky Andhika.2017. *Korelasi Antara Motif Dan Kepuasan Khalayak Dalam Menonton Program Sinetron Anak Jalanan*.Skripsi. Surakarta: Program Sarjana Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Paramitha, Cindy Rizal Putri.2011. *Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner*. Ekonomi S-1: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Philip, Kotler.2002. *Managemen Pemasaran*. Edisi Milenium Dua. Jakarta: PT. Indeks.
- Primanisa, R., & Jf, N. Z.2020. *Tindak Lanjut Hasil Asesmen Terhadap Pelaksanaan Pembelajaran Anak Usia Dini Di Taman Kanak-Kanak (Tk)*. Jurnal Pendidikan Raudhatul Athfal, 3(1).
- Rhenald Kasali.1992.*Managemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*.Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rulli, Nasrullah.2015.*Media Perspektif Komunikasi Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Setiawati Dwi Rias.2019. *Variasi Bahasa dilihat dari Segi Pemakai pada Ranah Sosial Masyarakat Tutur Perbatasan Jawa Tengah-Jawa Barat di Majenang Kabupaten Cilacap Tahun 2019* Skripsi, FKIP Universitas Tadulako.
- Sintia, Rizki Dilla.2017. *Bahasa Iklan Layanan Masyarakat dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA*.Skripsi. Lampung: Program Sarjana. PBSI Universitas Lampung.
- Sudaryanto. 2015. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Sugiarto.2003. *Teknik Sampling*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono.2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sukandarumidi.2012. *Metodologi Penelitian Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sumarsono dan Paina Partana.2007. *Sosiolinguistik*, Yogyakarta: SABDA dan Pustaka Pelajar.
- Sumarsono. 2014. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Suradji, M.2018. *Pengembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi di Bidang Kesiswaan, Kepegawaian dan Keuangan di SMA Muhammadiyah 1 Gresik*.
TA'LIM: *Jurnal Studi Pendidikan Islam*. <http://e-jurnal.unisda.ac.id/index.php/talim/article/view954>
- Suwarna, D.(2021). "Ragam Bahasa, Pengayaan, dan Implikasinya." *Jurnal Salaka: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya Indonesia*, 3(1), 33-36.
- Terrence Shimp.2003.*Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Wifalin, Michelle, *Efektivitas Instagram Common Grounds*, *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya*, pp. 2.
- Wifalin, M. 2016. *Efektivitas Instagram Common Grounds*. *Jurnal E-Komunikasi*, 4 (2)
- Wijana, I Dewa Putu dan Muhammad Rohmadi.2006. *Sosiolinguistik Kajian Teori dan Analisis*. Surakarta:Pustaka Pelajar.