

**ANALISIS KESALAHAN BERBAHASA PADA IKLAN POLITIK CALEG
2019 DI BOJONEGORO RELEVANSINYA DENGAN PEMBELAJARAN
BAHASA INDONESIA DI SMP**

SKRIPSI

OLEH

ENI ROSITA PUJIATI

NIM 15110012



PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA

FAKULTAS PENDIDIKAN BAHASA DAN SENI

IKIP PGRI BOJONEGORO

2019

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS KESALAHAN BERBAHASA PADA IKLAN POLITIK CALEG
2019 DI BOJONEGORO RELEVANSINYA DENGAN PEMBELAJARAN
BAHASA INDONESIA DI SMP**

Oleh

ENI ROSITA PUJIATI

NIM: 15110012

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada 19 Agustus 2019
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai kelengkapam memperoleh gelar Sarjana Pendidikan

Dewan Penguji

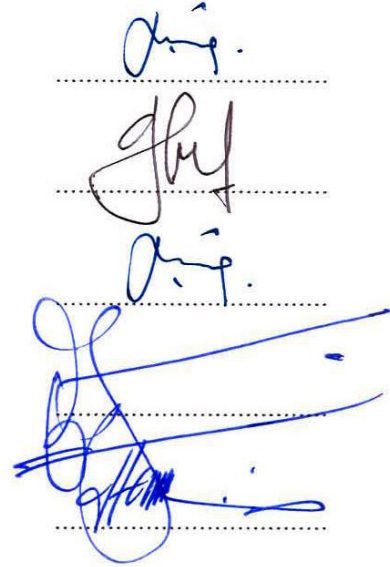
Ketua : Dra. Fathia Rosyida, M. Pd.
NIDN: 0004075701

Sekretaris : Abdul Ghoni Asror, M. Pd.
NIDN: 0704118901

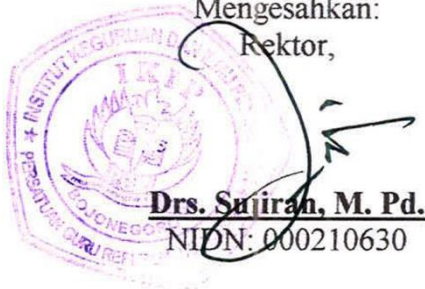
Anggota : 1. Dra. Fathia Rosyida, M. Pd.
NIDN: 0004075701

2. Drs. Syahrul Udin, M. Pd.
NIDN: 0701046103

3. Dr. Masnuatul Hawa, M. Pd.
NIDN: 0706108701



Mengesahkan:
Rektor,


Drs. Sujirah, M. Pd.
NIDN: 000210630

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bahasa memegang peranan penting di dalam kehidupan manusia, dengan bahasa seseorang dapat berkomunikasi, menyampaikan pikiran, keinginan dan informasi. Ketika berkomunikasi manusia mengharapkan dapat melakukan komunikasi dengan baik. Tetapi pada kenyataannya masih banyak sekali masyarakat bahkan pelajar yang masih rancau dalam menempatkan kata dalam kalimat. Disadari atau tidak, penggunaan kata sering sekali tidak sesuai dalam penggunaannya. Selain itu *kerancauan* pun kerap membingungkan masyarakat dalam penggunaan bahasa baku. Bahasa baku merupakan ragam bahasa yang cara pengucapan dan penulisannya sesuai dengan kaidah-kaidah standar. Menurut Waridah, (2008:186) Kaidah standar dapat berupa pedoman ejaan (EYD), tata bahasa baku, dan kamus umum. Sebaliknya, bahasa baku adalah ragam bahasa yang cara pengucapan atau penulisannya tidak memenuhi kaidah-kaidah standar tertentu.

Masyarakat atau pelajar sering sekali tidak memperhatikan apakah tulisannya sesuai dengan aturan atau tidak. Bagi mereka yang terpenting tujuan dan apa yang dimaksudkan dapat tersampaikan. Kurangnya pemahaman mereka mengenai penggunaan Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI), dapat menyebabkan terjadinya kesalahan berbahasa. Menurut Waridah (2008:186) Kesalahan berbahasa merupakan 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.

Bahasa merupakan ciri khas yang hanya dimiliki oleh manusia, bahasa merupakan suatu sistem komunikasi yang mempergunakan simbol-simbol vokal (bunyi ujaran) yang bersifat arbitrer, yang diperkuat dengan gerak-gerik badaniah yang nyata (Gorys, 1994:4). Setiap anggota masyarakat dan pelajar selalu terlibat dalam komunikasi bahasa, baik dia bertindak sebagai komunikator (pembicara atau penulis) maupun sebagai komunikan (mitraticara, penyimak, pendengar, atau pembaca). Secara garis besar sarana komunikasi verbal dibedakan menjadi dua macam, yaitu sarana komunikasi yang berupa bahasa lisan dan sarana komunikasi yang berupa bahasa tulis. Dengan begitu wacana atau tuturan pun dibagi menjadi dua macam: wacana lisan dan wacana tulis. Kedua macam bentuk wacana itu masing-masing memerlukan model (metode dan teknik) kajian yang berbeda. Di dalam penelitian atau pengkajian wacana, kedua bentuk wacana itu pun terdapat pada sumber data yang berbeda. Menurut Sumarlan Dkk (2003:1) Bentuk wacana lisan misalnya terdapat pada pidato, siaran berita, khotbah, dan iklan yang disampaikan secara lisan. Sedangkan, bentuk wacana tulis didapatkan misalnya pada baliho, poster, buku-buku teks, surat, dokumen tertulis, koran, majalah, prasasti, dan naskah-naskah kuno.

Dari segi keterkaitan dan kebutuhan akan alat komunikasi tersebut, telah melahirkan konsep baru dalam kata dan struktur sintaksis bahasa Indonesia. Kehadiran konsep dapat berupa kata atau istilah asing yang masuk ke dalam kosa kata Bahasa Indonesia itu sendiri yang kemudian diberi arti yang baru.

Bahasa merupakan sistem arti, bentuk, ekspresi untuk merealisasikan arti, Struktur bahasa ditentukan oleh fungsi bahasa. Bahasa lisan dan tulis dapat diungkapkan atau diwujudkan dengan menggunakan berbagai sarana, sarana yang digunakan untuk merealisasikan tuturan tersebut dapat berupa media masa yaitu baik media elektronik ataupun media cetak.

Media elektronik merupakan media massa yang digunakan komunikasi secara lisan. Media elektronik dapat berupa televisi, radio, telepon dan sebagainya. Media elektronik seperti televisi dan radio memiliki sifat begitu terdengar dan terlihat hilang tidak membekas. Oleh sebab itu, alat komunikasi bahasa tutur yang digunakan harus membekas pada ingatan, menarik, dan tidak mudah hilang dalam ingatan pendengar dan penyimak.

Media cetak merupakan media massa yang juga digunakan sebagai alat komunikasi secara tertulis, yang digunakan untuk alat penyampai informasi yang memiliki manfaat dan terkait dengan kepentingan rakyat. Media cetak dapat berupa poster, baliho, plakat, koran, majalah, Dan lain sebagainya.

Iklan politik merupakan salah satu dari komponen marketing politik yang sangat penting, karena persepsi khalayak terhadap tokoh politik dapat dibangun lewat iklan politik. Sementara persepsi khalayak merupakan faktor utama dalam membentuk citra dan kredibilitas politik.

Menurut Sudiana (1986:1) dalam iklan politik, tanpa kajian yang jelas tentu para kandidat hanya menghabiskan dana milyaran rupiah dengan percuma untuk menayangkan iklan. Iklan sendiri dapat dimaknai sebagai salah satu bentuk komunikasi yang terdiri atas informasi dan gagasan tentang suatu produk yang

ditunjukkan kepada khalayak secara serempak agar memperoleh sambutan baik. Iklan berusaha untuk memberikan informasi, membujuk dan meyakinkan.

Tetapi para caleg dalam menuliskan kampanye pada iklan politik sering sekali tidak sesuai dengan kaidah bahasa. Sering sekali ditemukan kesalahan dalam penulisan kata dan tanda baca yang tidak sesuai dengan PUEBI. Salah satunya para caleg yang ada di Bojonegoro, para caleg di Bojonegoro menggunakan iklan politik sebagai salah satu media kampanye yang digunakan. Disepanjang jalan kabupaten Bojonegoro dan di media sosial. Banyak sekali ditemukan kesalahan pada iklan politik caleg di Bojonegoro dalam penggunaan kata dan tanda baca yang tidak sesuai dengan PUEBI.

Berdasarkan uraian di atas terdapat permasalahan mengenai PUEBI yang ada pada iklan politik caleg di Bojonegoro. Peneliti tertarik dan berniat untuk melakukan penelitian kesalahan PUEBI pada iklan politik caleg yang ada di Bojonegoro. Serta yang menjadi pusat penelitian peneliti yaitu hanya kesalahan penggunaan kata baku dan tanda baca pada iklan politik yang tidak sesuai dengan PUEBI. Serta alasan peneliti memilih iklan politik caleg yang ada di Bojonegoro sebagai obyek penelitian kesalahan penggunaan PUEBI karena pada iklan politik caleg terdapat menggunakan bahasa yang menarik dan pada umumnya hanya mementingkan tujuannya saja tanpa memperhatikan sesuai atau tidaknya tulisan tersebut dengan PUEBI.

Penggunaan bahasa tidak hanya terjadi pada dunia politik dan lingkungan masyarakat saja, tetapi juga pada dunia pendidikan serta dapat direlevansikan dalam pembelajaran untuk mencapai tujuan pembelajaran. Analisis PUEBI pada iklan politik caleg di Bojonegoro akan direlevansikan di SMP kelas VIII

(semester genap) KTSP. Adapun hal yang direlevansikan dengan temuan SK 12 mengungkapkan informasi dalam bentuk rangkuman, teks berita, slogan / poster dan KD 12.3 menulis slogan / poster untuk berbagai keperluan dengan pilihan kata dan kalimat yang bervariasi, serta persuasif.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah kesalahan berbahasa pada iklan politik caleg 2019 di Bojonegoro di lihat dari PUEBI?
2. Bagaimanakah relevansi iklan politik caleg 2019 di Bojonegoro dengan pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui seberapa jauh tingkat kesalahan berbahasa pada iklan politik caleg 2019 di Bojonegoro di lihat dari PUEBI.
2. Untuk mengetahui relevansi antara iklan politik caleg 2019 di Bojonegoro dengan pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP.

C. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat bermanfaat untuk memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta penjelasan secara teoritis yang berkaitan dengan penggunaan PUEBI, khususnya para caleg pengguna iklan politik. Teori-teori tersebut dapat dijadikan sebagai landasan atau titik acuan bagi penjelasan masalah penelitian. Selain itu dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang pemakaian kata dan tanda baca pada iklan politik caleg 2019 Bojonegoro.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Dapat meningkatkan kemampuan peneliti terutama dalam pemahaman penggunaan PUEBI pada iklan politik caleg dan penelitian ini dapat digunakan sebagai gambaran penelitian bahasa pada masa mendatang oleh peneliti Bahasa Indonesia.

b. Bagi pembaca

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dalam upaya mencermati penggunaan PUEBI pada iklan politik caleg, dan menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya dan bermanfaat untuk memperkaya ilmu bahasa.

c. Bagi mahasiswa

Dalam segi keilmuan penulisan ini dapat memberikan kontribusi informasi ilmiah bagi mahasiswa khususnya prodi pendidikan bahasa dan sastra Indonesia IKIP PGRI Bojonegoro berupa pengetahuan tentang penggunaan PUEBI pada iklan politik caleg.

d. Bagi guru

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang penggunaan PUEBI pada iklan politik caleg dan memberikan manfaat dalam upaya memahami bahasa dan sebagai acuan dalam proses pembelajaran di sekolah.

D. Definisi Operasional

Penelitian ini berjudul “Analisis Kesalahan Berbahasa pada Iklan Politik Caleg 2019 di Bojonegoro Relevansinya dengan Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP”. Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman terhadap judul ini maka penulis memandang perlu untuk menyajikan pengertian dari judul tersebut sehingga memudahkan dan memahami serta mendapatkan gambaran yang jelas yaitu:

1. Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) adalah perubahan bentuk baru dari Ejaan yang disempurnakan (EYD). Perubahan ini dilakukan sebagai dampak meluasnya ranah pemakaian bahasa seiring kemajuan teknologi, ilmu pengetahuan, dan seni. Kehadiran PUEBI ini merupakan suatu upaya untuk menstandarkan Bahasa Indonesia secara baik dan benar. PUEBI sendiri ditetapkan pada tahun 2015, perubahan

dari EYD menjadi PUEBI tidak mengubah seluruh isi dari EYD. Terdapat tiga perbedaan yang mendasar meliputi: penambahan huruf diftong (ei, ai, au, ao), penggunaan huruf kapital (huruf kapital digunakan pada unsur nama orang termasuk julukan), dan penggunaan huruf tebal (hanya menulis judul, bab, dan semacamnya (sub bab)).

2. Iklan politik merupakan salah satu dari komponen marketing politik yang amat penting, karena persepsi khalayak terhadap tokoh politik dapat dibangun lewat iklan politik. Sementara persepsi khalayak merupakan faktor utama dalam membentuk citra dan kredibilitas politik.

Menurut Sudiana (1986: 1) dalam iklan politik, tanpa kajian yang jelas tentu para kandidat hanya menghabiskan dana milyaran rupiah dengan percuma untuk menayangkan iklan. Iklan sendiri dapat dimaknai sebagai salah satu bentuk komunikasi yang terdiri atas informasi dan gagasan tentang suatu produk yang ditunjukkan kepada khalayak secara serempak agar memperoleh sambutan baik. Iklan berusaha untuk memberikan informasi, membujuk dan meyakinkan.

Judul penelitian ini yaitu “Analisis Kesalahan Berbahasa pada Iklan Politik Caleg 2019 di Bojonegoro Relevansinya dengan Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP” peneliti mengambil judul tersebut karena pada dunia politik pasti tidak lepas dengan yang namanya kampanye baik melalui media cetak ataupun media elektronik semua akan tetap menggunakan yang namanya iklan politik. Tetapi para caleg pengguna iklan politik tidak memperhatikan apakah penggunaan kata dan tanda baca pada iklan politiknya sesuai dengan PUEBI atau tidak

walaupun memang pada ranah politik, penggunaan bahasa diperbolehkan menggunakan bahasa yang kreatif. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada iklan politik yang ada di Bojonegoro, apakah para caleg yang ada di Bojonegoro sudah menggunakan bahasa sesuai dengan PUEBI apa tidak. peneliti akan mengaitkan dengan pembelajaran yang ada di smp. Agar para siswa dapat mengetahui bagaimana menggunakan kata dan tanda baca pada iklan politik yang sesuai dengan PUEBI.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Analisis Kesalahan Berbahasa

Sebagai makhluk sosial, manusia pasti akan melakukan yang namanya komunikasi dengan sesamanya. Baik secara lisan maupun secara tidak lisan, komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan bahasa sebagai sarannya disebut dengan komunikasi berbahasa. Dalam komunikasi berbahasa, terdapat empat komponen yang berperan: (1) komunikator, yakni orang yang menyampaikan pesan kepada komunikan, (2) pesan, yakni informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan, (3) komunikan, yakni orang yang menerima pesan dalam komunikasi, (4) bahasa, yakni sarana untuk menyampaikan pesan. Komunikasi bahasa dapat dikatakan ataupun dianggap berhasil apabila pesan komunikator yang disampaikan melalui bahasa menghasilkan tanggapan yang sesuai dengan apa yang diharapkan komunikan. Adanya kesesuaian antara pesan komunikator dengan tanggapan komunikan disebabkan oleh adanya kesamaan penguasaan sistem bahasa yang digunakan dalam komunikasi tersebut.

1. Pengertian Analisis Kesalahan Berbahasa

Kesalahan berbahasa adalah integrasi dari pembelajaran bahasa, baik pembelajaran bahasa yang bersifat informal maupun yang bersifat formal (Gufon, 2015:3). Memang pada dasarnya kaitan antara pembelajaran bahasa dan kesalahan berbahasa sangat erat. Sebagaimana ikan yang hanya hidup di dalam air, kesalahan berbahasa sering terjadi dan terdapat dalam berbagai hal seperti pada kehidupan masyarakat. Kegiatan pembelajaran bahasa dan masih banyak lagi.

Menurut (Setyawati, 2010:13) kesalahan berbahasa 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.

Menurut Tarigan (1990:68) Analisis kesalahan berbahasa adalah suatu proses kerja yang digunakan oleh para guru dan peneliti bahasa dengan langkah-langkah pengumpulan data, pengidentifikasian kesalahan yang terdapat di dalam data, penjelasan kesalahan-kesalahan tersebut, pengklasifikasian kesalahan itu berdasarkan penyebabnya, serta pengevaluasian taraf keseriusan kesalahan itu.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kesalahan berbahasa merupakan suatu bentuk tuturan yang tidak diinginkan, bentuk tuturan yang tidak sesuai dengan kaidah bahasa dan menjadi tanda kurangnya pengetahuan dan penguasaan terhadap kode berbahasa.

2. Tujuan dan Manfaat Analisis Kesalahan Berbahasa

Setiap kegiatan pasti memiliki tujuan. Demikian juga dengan analisis kesalahan. Menganalisis kesalahan berbahasa yang dibuat oleh pembelajar bahasa jelas dapat memberikan manfaat tertentu karena pemahaman terhadap kesalahan itu merupakan umpan balik yang berguna bagi pengevaluasian dan perencanaan menyusun materi dan strategi pembelajaran bahasa di kelas.

Menurut Tarigan (1990:69) dapat dikatakan bahwa analisis kesalahan bertujuan untuk:

- a. Menentukan urutan penyajian butir-butir yang diajarkan dalam kelas dan buku teks, misalnya urutan dari yang mudah ke yang sukar, dari sederhana ke yang kompleks, dan seterusnya;

- b.** Menentukan jenjang penekanan, penjelasan, dan pelatihan berbagai butir bahan yang diajarkan;
- c.** Merencanakan pelatihan dan pembelajaran remedial;
- d.** Memilih butir-butir bagi pengujian kemahiran siswa.

Dahulu tujuan analisis kesalahan itu bersifat aplikatif, artinya memperbaiki dan mengurangi kesalahan berbahasa para siswa. Tujuan semacam ini ternyata mengabaikan hal penting, yaitu penyusunan atau pengembangan teori pembelajaran mengenai performansi siswa. Padahal, tujuan analisis kesalahan berbahasa tidak hanya bersifat aplikatif, tetapi juga bersifat teoritis.

Pengkajian kesalahan para siswa dalam bahasa kedua (B2) yang sedang dipelajarinya menghasilkan pemahaman yang mendalam tentang:

- a.** Hakikat strategi belajar;
- b.** Hipotesis yang digunakan oleh siswa;
- c.** Hakikat sistem komunikasi fungsional atau bahasa yang disusun oleh siswa.

Karena itu, aspek teoretis analisis kesalahan sama pentingnya dengan pengkajian itu sendiri, yakni pemerolehan bahasa para siswa tersebut yang pada gilirannya dapat memberikan pemahaman ke arah proses pemerolehan bahasa secara umum.

Para ahli analisis kesalahan sependapat bahwa tujuan analisis kesalahan yang bersifat aplikatif kurang memadai. Tujuan serupa ini hanya cocok untuk konsep yang memandang pembelajaran bahasa dari sudut pandang guru. Kini pembelajaran bahasa harus pula dilihat dari sudut siswa. Dengan demikian, secara singkat tujuan analisis kesalahan bersifat teoritis dan aplikatif.

Secara umum analisis kesalahan berbahasa memiliki manfaat praktis dan teoretis. Manfaat praktis analisis kesalahan berbahasa berkaitan dengan pembelajaran bahasa, yaitu sebagai masukan untuk penyusunan materi pembelajaran bahasa. Manfaat teoritisnya adalah sebagai usaha untuk memberikan landasan yang kuat tentang pemerolehan bahasa anak dan mendeskripsikan perkembangan penguasaan bahasa ibu serta bahasa kedua dalam proses pembelajaran bahasa kedua.

3. Metode Analisis Kesalahan Berbahasa

Analisis kesalahan berbahasa adalah suatu prosedur kerja. Sebagai suatu prosedur kerja, analisis kesalahan berbahasa mempunyai langkah-langkah kerja tertentu. Langkah-langkah kerja tertentu inilah yang dinamakan metode analisis kesalahan berbahasa.

Berkaitan dengan langkah-langkah kerja analisis kesalahan berbahasa tersebut perlu diketengahkan pendapat dua ahli bahasa yakni Ellis dan Sridhar (1986), (dalam Gufron, 2015:7). Sekarang mari kita bandingkan pendapat mereka seperti tertulis berikut ini. Ellis menengahkan lima langkah analisis kesalahan berbahasa atau metode analisis kesalahan berbahasa. Langkah-langkah analisis kesalahan berbahasa itu tertulis seperti berikut ini: (1) mengumpulkan sampel kesalahan, (2) mengidentifikasi kesalahan, (3) menjelaskan kesalahan, (4) mengklasifikasi kesalahan, dan (5) mengevaluasi kesalahan. Sridhar mengajukan enam langkah analisis kesalahan berbahasa atau metode analisis kesalahan berbahasa. Prosedur kerja menurut Sridhar tertulis seperti berikut ini: (1) mengumpulkan data, (2) mengidentifikasi kesalahan, (3) mengklasifikasi

kesalahan, (4) menjelaskan frekuensi kesalahan, (5) mengidentifikasi daerah kesukaran atau kesalahan, dan (6) mengoreksi kesalahan.

Kalau kita perhatikan dengan cermat prosedur kerja analisis kesalahan berbahasa yang diajukan oleh Ellis dan Sridhar jelas terlihat adanya persamaan. Bedanya hanya terletak pada langkah mengidentifikasi daerah kesukaran atau kesalahan. Memang harus diakui bahwa metode analisis kesalahan berbahasa bersifat tetap atau kurang berkembang. Akhir-akhir ini ada dua langkah lagi yang didasarkan untuk melengkapi langkah-langkah analisis kesalahan berbahasa yang sudah ada. Kedua langkah itu adalah (1) menganalisis sumber kesalahan, dan (2) menentukan derajat gangguan yang disebabkan kesalahan itu.

Berdasarkan prosedur kerja atau langkah-langkah analisis kesalahan yang diajukan oleh Ellis dan Sridhar serta dilengkapi dengan langkah (1) menganalisis sumber kesalahan dan (2) menentukan derajat gangguan yang disebabkan oleh kesalahan itu dapat disusun metode analisis kesalahan berbahasa yang lebih mantap. Hasil modifikasi itu terwujud dalam metode analisis kesalahan berbahasa seperti tertulis berikut ini.

a. Mengumpulkan data

Kesalahan berbahasa yang dibuat oleh siswa dikumpulkan. Kesalahan berbahasa itu diperoleh dari hasil ulangan, latihan menulis, membaca, berbicara dan menyimak

b. Mengidentifikasi kesalahan

Kegiatan yang dilakukan adalah mengidentifikasi kesalahan berdasarkan tataran kebahasaan, misalnya, kesalahan fonologis, morfologis, sintaksis, wacana, dan semantis.

c. Memeringkat kesalahan

Kegiatan yang dilakukan adalah mengurutkan kesalahan berdasarkan frekuensi terjadinya kesalahan.

d. Menjelaskan kesalahan

Kegiatan yang dilakukan adalah menjelaskan apa yang salah, penyebab kesalahan, dan cara memperbaiki kesalahan.

e. Memprediksi tataran kebahasaan yang rawan kesalahan

Kegiatan yang dilakukan adalah memperkirakan tataran kebahasaan yang dipelajari oleh siswa yang potensial mendatangkan kesalahan, misalnya daerah fonologi, morfologi, sintaksis, wacana, atau semantik.

f. Mengoreksi kesalahan

Kegiatan yang dilakukan adalah memperbaiki kesalahan yang ada, mencari cara yang tepat untuk mengurangi dan bila dapat menghilangkan kesalahan itu. Hal ini dapat dilakukan dengan menyempurnakan komponen proses belajar mengajar bahasa seperti tujuan, bahan, metode, media, dan penilaian.

4. Permasalahan Analisis Kesalahan Berbahasa Dalam

Tataran Linguistik.

Seorang guru atau calon guru yang sedang berpraktik mengajarkan Bahasa Indonesia menemukan kesalahan-kesalahan yang dibuat siswa. Kesalahan-kesalahan itu ternyata dapat dipilah dalam dua kategori, yaitu kategori kesalahan dalam bidang keterampilan dan kesalahan dalam bidang linguistik. Kesalahan yang berhubungan dengan keterampilan terjadi pada saat siswa menyimak, berbicara, membaca, dan menulis, sedangkan kesalahan dalam bidang linguistik meliputi tata bunyi, tata bentuk kata, tata kalimat, tata makna, dan tata wacana.

Temuan-temuan ini sangat menarik dan segera diatasi agar proses belajar mengajar berhasil dengan baik. Dengan demikian, permasalahan yang ditangani analisis kesalahan berbahasa itu berkisar pada kesalahan dalam keterampilan berbahasa dan kesalahan dalam kebahasaan.

5. Ruang Lingkup Analisis Kesalahan Berbahasa

Setiap orang baik itu orang tua, remaja, ataupun anak-anak, dalam kegiatan berkomunikasi lisan maupun tulis (menyimak, berbicara, membaca, dan menulis) menggunakan bahasa. Dalam berkomunikasi dengan bahasa itu pasti ditemukan kesalahan. Kesalahan itu ada yang sistematis dan ada yang tidak sistematis. Dalam kaitannya dengan analisis kesalahan, yang disoroti adalah kesalahan yang bersifat sistematis. Kesalahan sistematis berarti kesalahan yang berhubungan dengan kompetensi. Kompetensi dalam pembicaraan ini adalah kemampuan pembicara atau penulis untuk melahirkan pikiran dan perasaannya melalui bahasa sesuai dengan kaidah bahasa yang berlaku. Bahasa yang digunakan itu berwujud kata, kalimat, wacana, dan makna yang mendukungnya. Kata, kalimat, wacana, berunsurkan bunyi-bunyi yang membedakan yang disebut fonem.

Kesalahan yang perlu dianalisis mencakup tataran tata bunyi (fonologi), tata bentuk kata (morfologi), tata kalimat (sintaksis), tata wacana dan tataran tata makna (semantik). Analisis kesalahan bidang tata bunyi berhubungan dengan kesalahan ujaran atau pelafalan, grafemik, pengtuasi, dan silabisasi. Analisis kesalahan dalam tata bentuk tentu saja kesalahan dalam membentuk kata terutama pada afiksasi.

Analisis kesalahan dalam bidang tata kalimat menyangkut urutan kata, kepaduan, susunan frasa, kepaduan kalimat, dan logika kalimat. Analisis

kesalahan bidang semantik berkaitan dengan ketepatan penggunaan kata, frasa atau kalimat wacana yang didukung oleh makna. Baik makna gramatikal maupun makna leksikal.

a. Tata bunyi (fonologi)

Fonologi adalah ilmu tentang perbendaharaan bunyi-bunyi (fonem) bahasa dan distribusinya. Fonologi diartikan sebagai kajian bahasa yang mempelajari tentang bunyi-bunyi bahasa yang diproduksi oleh alat ucap manusia. Bidang kajian fonologi adalah bunyi bahasa sebagai satuan terkecil dari ujaran dengan gabungan bunyi yang membentuk suku kata.

Menurut Chaer (2007:102) secara etimologi istilah “fonologi” ini dibentuk dari kata “fon” yang bermakna “bunyi” dan “logi” yang berarti “ilmu”. Jadi secara sederhana dapat dikatakan bahwa fonologi merupakan ilmu yang mempelajari bunyi-bunyi bahasa pada umumnya. Objek kajiannya adalah “fon” atau bunyi bahasa yang dihasilkan oleh alat ucap manusia. Sedangkan menurut Keraf (1994: 30) fonologi merupakan bagian dari tata bahasa yang mempelajari bunyi-bunyi bahasa.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa fonologi merupakan suatu kajian bahasa yang menyelidiki, mempelajari, menganalisis, dan membicarakan runtutan bunyi-bunyi bahasa yang dihasilkan oleh alat ucap manusia beserta dengan fungsinya.

Fonologi dibagi menjadi dua bagian yaitu :

1) Fonetik

Menurut Abdul Chaer (2007:103) fonetik merupakan bidang linguistik yang mempelajari bunyi bahasa tanpa memperhatikan apakah

bunyi tersebut mempunyai fungsi sebagai pembeda makna atau tidak. Kemudian, menurut urutan proses terjadinya bunyi bahasa itu, dibedakan adanya tiga jenis fonetik, yaitu *fonetik artikulatoris*, *fonetik akustik*, dan *fonetik auditoris*.

Fonetik artikulatoris, disebut juga fonetik organik atau fonetik fisiologis, mempelajari bagaimana mekanisme alat-alat bicara manusia bekerja dalam menghasilkan bunyi bahasa, serta bagaimana bunyi-bunyi itu diklasifikasikan. Fonetik akustik mempelajari bunyi bahasa sebagai peristiwa fisis atau fenomena alam. Bunyi-bunyi itu diselidiki frekuensi getarannya, amplitudonya, intensitasnya, dan timbrenya. Sedangkan fonetik auditoris mempelajari bagaimana mekanisme penerimaan bunyi bahasa itu oleh telinga kita. Dari ketiga jenis fonetik ini, yang paling berurusan dengan dunia linguistik adalah fonetik artikulatoris, sebab fonetik inilah yang berkenaan dengan masalah bagaimana bunyi-bunyi bahasa itu dihasilkan atau diucapkan manusia. Sedangkan fonetik akustik lebih berkenaan dengan bidang fisika, dan fonetik auditoris lebih berkenaan dengan bidang kedokteran, yaitu neurologi meskipun tidak tertutup kemungkinan linguistik juga bekerja dalam kedua bidang fonetik itu.

2) Fonemik

Menurut Abdul Chaer (2007:125) fonemik merupakan *fon*, yaitu bunyi bahasa pada umumnya tanpa memperhatikan apakah bunyi tersebut mempunyai fungsi sebagai pembeda makna kata atau tidak. Objek

penelitian fonemik adalah fonem, yakni bunyi bahasa yang dapat atau berfungsi membedakan makna kata.

a. Tata bentuk kata (morfologi)

Menurut Abdul Chaer (2007:146) morfologi merupakan satuan gramatikal terkecil yang mempunyai makna. Morfologi sendiri membicarakan tentang bagaimana cara menentukan sebuah bentuk adalah morfem atau bukan, bagaimana morfem-morfem itu berproses menjadi kata, yaitu satuan terkecil dalam sintaksis.

b. Tata kalimat (sintaksis)

Menurut Abdul Chaer (2007:206) kata sintaksis berasal dari bahasa Yunani, yaitu *sun* yang berarti ‘dengan’ dan kata *tattein* yang berarti ‘menempatkan’. Jadi secara etimologi istilah itu berarti: menempatkan bersama-sama kata-kata menjadi kelompok kata atau kalimat.

Dalam pembahasan sintaksis yang biasa dibicarakan adalah (1) struktur sintaksis, mencakup masalah fungsi, kategori, dan peran sintaksis; serta alat-alat yang digunakan dalam membangun struktur itu; (2) satuan-satuan sintaksis yang berupa kata, frasa, klausa, kalimat, dan wacana; dan (3) hal-hal yang berkenaan dengan sintaksis seperti masalah modus, aspek, dan sebagainya.

c. Tata wacana dan tata makna (semantik)

Menurut Abdul Chaer (2007:284) semantik merupakan dengan objeknya yakni makna, berada diseluruh atau di semua tataran yang

bangun-membangun ini: makna berada di dalam tataran fonologi, morfologi, dan sintaksis.

6. Objek Analisis Kesalahan Berbahasa

Objek analisis kesalahan berbahasa adalah bahasa. Karena sebab itu, analisis kesalahan dalam pembicaraan ini identik dengan analisis kesalahan berbahasa. Analisis kesalahan menitikberatkan analisisnya pada bahasa ragam formal. Seperti kita ketahui dilihat dari ragam pemakaiannya bahasa itu dibedakan atas bahasa ragam santai dan bahasa ragam formal. Bahasa ragam formal digunakan orang pada situasi formal seperti berpidato, berceramah, khotbah, berdiskusi, berseminar, berkongres, konferensi, bermusyawarah, dosen memberikan kuliah, guru mengajar di depan kelas, dan sebagainya. Dengan kata lain, bahasa formal adalah bahasa yang digunakan dalam situasi resmi.

B. Ejaan

1. Sejarah Ejaan

Dalam berbagai kegiatan kita tidak luput menggunakan bahasa, baik secara lisan maupun secara tulisan. Tulisan yang baik adalah tulisan yang berpedoman dengan Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia. Ejaan yang baik itulah mencerminkan kepribadian seseorang. Semakin baik tulisan seseorang, maka semakin baik pula cerminan pikiran orang tersebut. Ejaan adalah rangkaian aturan yang wajib digunakan dan ditaati dalam tulisan Bahasa Indonesia. Ejaan bisa juga diartikan penggambaran bunyi bahasa (kata, kalimat, dan sebagainya) dengan kaidah tulisan (huruf) yang distandarisasikan. Ejaan sebagai patokan dalam sebuah tulisan, contohnya seperti pada iklan politik.

Menurut Chaer (2007:77) seiring dikatakan orang bahwa ejaan itu tidak lain dari konvensi grafis, atau perjanjian tulis-menulis yang dilakukan suatu masyarakat bahasa untuk menulis bahasanya. Jadi bahasa yang seharusnya dilafalkan atau diujarkan kini diganti dengan huruf-huruf dan tanda lainnya. Huruf yang digunakan bisa huruf latin, huruf arab, huruf kanji, huruf pallawa, atau huruf yang lainnya.

Bahasa Indonesia pernah merumuskan berbagai ejaan diantaranya Ejaan Van Opuijsen (1901), Ejaan Soewandi (1947), Ejaan Pembaharuan (1957), Ejaan Lembaga Bahasa dan Kesusastraan (LBK) (1966), Ejaan Melindo (1972), Ejaan Yang Disempurnakan (EYD) (1972-2015), dan yang terakhir yaitu Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) (2015). Perubahan itu disebabkan atas pertimbangan-pertimbangan sebagai berikut:

- a. Pertimbangan teknis, yang menghendaki agar setiap fonem dilambangkan oleh huruf.
- b. Pertimbangan praktis, yang menghendaki agar disesuaikan dengan keperluan seperti mesin tulis dan keadaan percetakan.
- c. Pertimbangan ilmiah, yang menghendaki agar perlambangan mencerminkan studi yang mendalam tentang kenyataan linguistik maupun sosial yang berlaku.
- d. Pertimbangan konotatif, yang menghendaki bagaimana bunyi itu menunjukkan perbedaan makna.
- e. Pertimbangan politis, karena ada kepentingan-kepentingan di dalamnya, karena pemerintah pada waktu itu mengharuskan untuk menertibkan

penggunaan tata istilah, serta banyaknya elemen yang sulit direalisasikan oleh bangsa Indonesia.

Pengaruh PUEBI terhadap masyarakat Indonesia ialah terbentuknya kekhasan dan keunikan Bahasa Indonesia yang mencerminkan jati diri bangsa, Bahasa Indonesia mencerminkan nilai-nilai sosial budaya yang mendasari rasa kebangsaan, bahasa mandiri dan bangsa yang mandiri serta berbeda dengan bahasa asing. Bahasa Indonesia tidak mengenal perubahan bentuk kata untuk menyatakan jenis kelamin. Bila kita ingin menyatakan jenis kelamin, cukup diberikan kata keterangan jenis kelamin, misalnya: perempuan untuk jenis kelamin perempuan. Bahasa Indonesia mempergunakan kata tertentu untuk menunjukkan jamak. Bahasa Indonesia tidak mengenal perubahan bentuk kata untuk menyatakan jamak. Sistem ini pula yang membedakan Bahasa Indonesia dengan bahasa asing lainnya, misalnya Bahasa Inggris, Bahasa Belanda, Bahasa Arab, dan bahasa-bahasa lain. Bahasa Indonesia tidak mengenal perubahan bentuk kata untuk menyatakan waktu. Kaidah pokok inilah yang juga membedakan Bahasa Indonesia dengan bahasa asing lainnya. Dalam bahasa Inggris misalnya, kita temukan bentuk kata *eat* (untuk menyatakan sekarang), *eating* (untuk menyatakan sedang), dan *eaten* (untuk menyatakan waktu lampau).

2. Pengertian Ejaan Yang Disempurnakan (EYD)

Ejaan yang disempurnakan adalah ejaan bahasa Indonesia yang berlaku sejak tahun 1972. Ejaan ini diresmikan pada tanggal 17 Agustus 1972 berdasarkan putusan presiden No. 57 tahun 1972 oleh presiden Republik Indonesia Suharto, untuk menggantikan Ejaan Republik (ejaan Suwandi). Departemen pendidikan dan kebudayaan menyebarkan buku kecil yang berjudul Pedoman Ejaan Bahasa

Indonesia yang Disempurnakan, Sebagai patokan pemakaian ejaan. Panitia pengembangan Bahasa Indonesia, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan yang dibentuk oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan dengan surat keputusannya tanggal 12 Oktober 1972, No. 156/P/1972 menyusun buku Pedoman Umum yang berisi pemaparan kaidah ejaan yang lebih luas.

Pada tahun 1988 Pedoman Umum Ejaan yang Disempurnakan (PUEYD) edisi kedua diterbitkan berdasarkan keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 0543a/U/1987 pada tanggal 9 September 1987. Setelah itu, edisi ketiga diterbitkan pada tahun 2009 berdasarkan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 46.

Pada pedoman umum ejaan yang disempurnakan terdapat beberapa isi meliputi :

- a. Pemakaian huruf
- b. Penulisan kata
- c. Pemakaian tanda baca
- d. Penulisan unsur serapan

3. Pengertian Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI)

Pedoman umum ejaan Bahasa Indonesia adalah penyempurnaan ejaan dari ejaan yang sebelumnya yaitu ejaan yang disempurnakan (EYD). Penyempurnaan terhadap ejaan Bahasa Indonesia telah dilakukan oleh badan pengembangan dan pembinaan bahasa, kementerian pendidikan dan kebudayaan. Penyempurnaan tersebut menghasilkan naskah yang pada tahun 2015 telah ditetapkan menjadi

peraturan kementerian pendidikan dan kebudayaan nomor 50 tahun 2015 tentang Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

4. Perubahan EYD menjadi PUEBI

Perubahan EYD menjadi PUEBI tidak mengubah seluruh isi dari EYD.

Terdapat tiga perbedaan yang mendasar antara lain:

a. Penambahan huruf diftong

Di dalam EYD : ai, au, ao

Di dalam PUEBI : ei, ai, au, ao

b. Penggunaan huruf kapital

Di dalam EYD : tidak diatur huruf kapital digunakan untuk menulis unsur julukan. Huruf kapital hanya pada nama orang bukan nama julukan.

Di dalam PUEBI : huruf kapital digunakan pada unsur nama orang termasuk julukan.

c. Penggunaan huruf tebal

Di dalam EYD : menulis judul buku, bab dan sebagainya, mengkhususkan huruf dan menulis nama.

Di dalam PUEBI : hanya menulis judul, bab dan sebagainya (sub bab).

C. Iklan

1. Pengertian Iklan

Kata iklan berasal dari bahasa Yunani yang artinya menggiring orang-orang kepada gagasan. Iklan sendiri merupakan wujud aktivitas untuk mendatangkan dan menawarkan ide, barang, atau jasa secara bukan personal yang dibayarkan

oleh sponsor tertentu. Iklan juga berwujud penyajian informasi personil tentang suatu produk, merek, perusahaan, atau toko yang dijalankan dengan kompetensi biaya tertentu. Maka dari itu, iklan berupa proses komunikasi yang memiliki tujuan membujuk atau menarik orang banyak untuk mengambil tindakan yang menguntungkan pihak yang membuat iklan.

Istilah iklan sering dinamai dengan sebutan yang berbeda-beda. Di Amerika seperti halnya di Inggris, disebut dengan *advertising*. Sementara itu di Prancis disebut dengan *reclamare* yang berarti meneriakkan. Sesuatu secara berulang-ulang, sementara dalam Bahasa Arab iklan disebut *I'lan* (Widyatama, 2007:13).

Iklan adalah bagian dari bauran promosi dan bauran promosi adalah bagian dari bauran pemasaran. Jadi secara sederhana iklan didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditunjukkan kepada masyarakat lewat suatu media (Kasali, 1992:21). Sedangkan menurut Jefkins (1997:16) iklan adalah pesan yang diarahkan untuk membujuk orang untuk membeli.

Dari beberapa pendapat para ahli mengenai iklan dapat disimpulkan bahwa iklan merupakan suatu promosi atau menawarkan suatu produk kepada masyarakat melalui media baik media cetak maupun media elektronik yang bertujuan untuk membujuk atau mempengaruhi masyarakat untuk membeli produk tersebut.

2. Jenis-jenis Iklan

a. Berdasarkan Mediana

1) Iklan Cetak

Iklan cetak adalah iklan yang dibuat dan dipasang menggunakan teknik cetak. Teknik ini berupa *letterpress*, *photo;itography*, *sablon*, *inkjek*,

laser, dan lain sebagainya. Wujud iklan cetak ini antara lain koran, majalah, brosur, billboard, selebaran, poster, baliho, famplet, stiker, spanduk, dan lain sebagainya.

a. Koran

Koran merupakan media cetak yang paling berkembang di masyarakat. Kepopuleran koran sebagai alat komunikasi massa sudah dikenal sejak jaman dahulu, Sekitar tahun 700-an. Diera digital sekarang, koran memegang peranan penting sebagai sarana komunikasi *terupdate*. Koran berperan penting dikalangan masyarakat, karena dapat menjangkau disetiap sudutnya. Informasi yang diberikan juga bervariasi, mulai dari berita politik, hiburan, kesehatan, saham keuangan, dan lain-lain.

b. Majalah

Majalah merupakan media cetak yang berisikan macam-macam artikel menarik untuk dibaca. Majalah biasanya memberikan topik-topik terhangat dan memang disukai banyak orang, namun tergantung lagi dari tema majalah tersebut.

c. Brosur

Brosur merupakan media cetak yang berisikan informasi tentang penjelasan suatu produk, baik berupa produk layanan jasa, fasilitas umum, properti, profil perusahaan, dan lain-lain.

d. Billboard

Billboard merupakan media cetak yang berukuran besar sebagai bentuk promosi iklan. Billboard banyak terlihat di tempat-tempat

strategis dan ramai misalnya, di pinggir jalan, di taman. Untuk ketinggiannya bermacam-macam, ada yang disekitar 2-5 meter.

e. Selebaran atau *Flver*

Selebaran merupakan media cetak yang memiliki ukuran kecil yang berisikan promosi produk tertentu dan ciri khasnya adalah menarik perhatian.

d. Poster

Menurut Trianto dalam (Yunregiarsih Gustina, Tarmini Wini, 2014: 115-117) poster merupakan iklan atau pengumuman yang diproduksi secara massal. Biasanya, poster ditulis atau dicetak di atas kertas berukuran besar dan dipasang di tempat umum. Poster biasanya berisi gambar warna-warni atau ilustrasi dan juga suatu teks pendek menarik tertentu.

2) Iklan Elektronik

Merupakan iklan yang menggunakan media berbasis elektronik. Secara spesifik, iklan elektronik dapat berupa :

a. Iklan Radio

Iklan radio merupakan iklan yang berupa suara manusia yang teratur, musik, perpaduan suara-suara yang teratur menggunakan ritme dan harmoni, *sound effect* serta suara-suara yang tidak beraturan atau efek suara alam.

b. Iklan Televisi

Iklan televisi merupakan iklan yang memiliki karakteristik suara, gambar dan gerak. Karakteristik inilah yang membuat pemirsa ingin membeli produk yang ditawarkan.

c. Iklan Film

Iklan film wujudnya produk film/cinema. Umumnya, jenis iklan yang muncul yaitu iklan properti *endorsement* dan *live action* yang tampil sebelum film utama diputar.

d. Iklan Media Digital Interaktif (internet)

Dalam iklan digital interaktif, dibagi lagi menjadi beberapa kelompok, antara lain: *website*, *banner* dan tombol, *sponsorship*, *classified ads*, *E-mail advertising*.

e. Iklan Luar/Ruangan (*out of home*)

Iklan yang termasuk dalam kategori ini merupakan iklan yang medianya mencakup audiens yang berada di luar rumah. Iklan ini berupa baliho standar sampai beragam ukuran. Jika berupa tanda elektronik raksasa yang dapat menggambarkan gerak, warna dan gambar yang mengeluarkan cahaya, maka iklan ini dapat disebut dengan *spectaculars*. Iklan ini bisa berupa gambar 2D atau 3D.

b. Berdasarkan tujuannya

a. Iklan Komersial

Iklan komersial merupakan iklan yang bertujuan untuk mencari keuntungan ekonomi, yang utamanya meningkatkan penjualan. Iklan

komersial sendiri dibagi menjadi tiga yaitu : iklan konsumen, iklan bisnis dan iklan profesional.

b. Iklan Nonkomersial

Iklan nonkomersial merupakan iklan yang digunakan untuk menginformasikan, membujuk atau mendidik khalayak dimana tujuan akhirnya bukan untuk mencari keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial. Keuntungan sosial disini dapat diartikan sebagai tambahan ilmu, kesadaran masyarakat terhadap perkara yang diiklankan. Serta mencari citra bagus di mata masyarakat.

D. Iklan Politik

1. Pengertian Iklan Politik

Dilihat dari sisi etimologi, kata politik berasal dari bahasa Yunani, yakni *polis* yang berarti kota yang berstatus negara kota (*city state*). Segala aktivitas yang dijalankan polis untuk kelestarian dan perkembangannya disebut (politika). Berdasarkan pengertian di atas, maka secara umum bisa dikatakan bahwa politik pada hakikatnya *the art and science of government* atau seni dan ilmu pemerintah.

Sejarah iklan politik diawali di AS sejalan dengan keberhasilan para kapitalis dalam abad ke-20 dalam hal teknik-teknik pencarian dana dengan menjadikan politik sebagai sumber keuangan. Penggunaan media untuk menjual para politisi bukan fenomena baru. Jauh sebelum era media elektronik, media-media seperti pamflet, poster, surat kabar, dan pertunjukan-pertunjukan publik misalnya parade dan pawai digunakan sebagai iklan politik. Isinya yakni mengajak orang untuk memilih calonnya dan menolak calon yang lain. Bahkan sejak Jefferson, Jackson,

dan Lincoln, penggunaan iklan untuk kegiatan politik sudah dilakukan dengan berbagai cara, misalnya melalui transparansi, spanduk, kartoon, dan lagu-lagu.

Iklan politik merupakan salah satu dari komponen marketing politik yang amat penting, karena anggapan masyarakat mengenai tokoh politik dapat dibangun lewat iklan politik. Sementara anggapan masyarakat merupakan faktor utama dalam membentuk citra dan kredibilitas politik.

Menurut Sudiana (1986:1) dalam iklan politik, tanpa kajian yang jelas tentu para kandidat hanya menghabiskan dana milyaran rupiah dengan percuma untuk menayangkan iklan. Iklan sendiri dapat dimaknai sebagai salah satu bentuk komunikasi yang terdiri atas informasi dan gagasan tentang suatu produk yang ditunjukkan kepada khalayak secara serempak agar memperoleh sambutan baik. Iklan berusaha untuk memberikan informasi, membujuk dan meyakinkan.

Dari beberapa pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa iklan politik merupakan suatu media yang digunakan oleh para kandidat politik untuk melakukan sebuah kampanye yang dengan sengaja agar dapat memberikan informasi, membujuk, dan meyakinkan masyarakat agar memilih kandidat tersebut.

Iklan politik mendapat perhatian utama karena realitas politik yang terjadi saat ini, menuntut para politisi perseorangan ataupun partai untuk memiliki akses yang seluas-luasnya terhadap mekanisme industri citra. Yakni, industri berbasis komunikasi dan informasi yang akan memasarkan ide, gagasan, pemikiran, dan tindakan politik. Politik dalam sudut pandang industri citra merupakan upaya mempengaruhi orang lain untuk mengubah atau mempertahankan suatu kekuasaan

tertentu melalui pengemasan citra dan popularitas. Semakin dapat menampilkan citra yang baik, maka peluang untuk berkuasa pun semakin besar.

2. Tujuan Iklan Politik

Tujuan iklan politik adalah mempersuasi dan memotivasi pemilih untuk memilih kandidat tertentu. Iklan politik selalu mengedepankan informasi tentang siapa kandidat (nama dan wajah kandidat), apa yang telah kandidat lakukan (pengalaman), bagaimana posisinya terhadap isu-isu tertentu dan kandidat mewakili siapa. Isi iklan politik berisi tentang pesan-pesan singkat, tentang isu-isu yang diangkat (*policy position*), kualitas kepemimpinan (*character*), kinerja (*track record*-nya) dan pengalamannya. Iklan politik, sebagaimana dengan iklan produk komersial yang tak hanya memainkan kata-kata (*word*). Tetapi juga gambar, suara, dan musik. Tampilan politik seperti terlihat dalam produk iklan tidak selalu mencerminkan realitas obyektif. Suatu tampilan politik juga dapat mencerminkan hal yang tidak nyata yang terkadang bisa berbeda dengan kenyataan fisik. Tampilan politik dapat diciptakan, dibangun dan diperkuat.

3. Pendekatan-pendekatan dalam Politik

Dalam mempelajari ilmu politik ada beberapa pendekatan yang dapat dilakukan, yaitu : (1) pendekatan institusional, (2) pendekatan fungsional, (3) pendekatan sistem, (4) pendekatan perilaku politik, (5) pendekatan hakikat politik, (6) pendekatan norma hukum, (7) pendekatan historis, (8) pendekatan filsafat, (9) pendekatan sosiologi, dan (10) pendekatan konstruksional ((Hidayat, 2009:14-15).

Disamping 10 pendekatan yang dikemukakan diatas, ada pula pendapat lain tentang pendekatan yang bisa digunakan untuk memahami politik, yaitu: pendekatan tradisional dan pendekatan *behaviorisme*.

E. Penelitian Yang Relevan

Beberapa penelitian yang relevan dalam penelitian ini anatar lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Jamihin Tinambunan pada tahun 2010, mahasiswa FKIP Universitas Islam Riau, dengan judul “Analisis Penggunaan Ejaan Yang Disempurnakan dalam Peraturan Daerah Provinsi Riau Tahun 2010”. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, adapun yang dimaksud dengan pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang informasi atau data dikumpulkan tidak berwujud angka-angka dan analisisnya berdasarkan prinsip logika.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan huruf kapital dalam Peraturan Daerah Provinsi Riau tahun 2010. Kemudian penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan tanda baca dalam Peraturan Daerah Provinsi Riau tahun 2010.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Ejaan Yang Disempurnakan yang meliputi penggunaan huruf kapital dan tanda baca, berkategori baik dengan nilai rata-rata 89,31% sampai dengan 100%.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan yang akan peneliti lakukan adalah membahas tentang Ejaan Yang Disempurnakan. Dan

jenis penelitian sama-sama deskriptif kualitatif dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi.

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan yang akan dilakukan adalah obyek dan lokasi penelitiannya. Obyek pada penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu iklan politik caleg dan lokasinya berada di kabupaten Bojonegoro. Sedangkan obyek dan lokasi penelitian yang dilakukan oleh Jamihin Tinambunan yaitu Peraturan Daerah Provinsi Riau tahun 2010 dan lokasinya berada di Riau.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Trinil Dwi Turistiani pada tahun 2013. mahasiswa Universitas Negeri Surabaya, dengan judul “Fitur Kesalahan Penggunaan Ejaan Yang Disempurnakan dalam Makalah Mahasiswa”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, karena pada penelitian kualitatif memunculkan segi alamiah, apa adanya wajar tanpa memanipulasi atau dikonotasikan, sehingga pada penelitian ini tidak mengutamakan hasil yang diperoleh akan tetapi proses pelaksanaan yang lebih ditekankan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kesalahan penggunaan Ejaan Yang Disempurnakan dalam makalah mahasiswa. Yang meliputi kesalahan penggunaan tanda baca, kesalahan pemakaian huruf, kesalahan penulisan kata dan lain-lain. Dan Hasil penelitian ini menjelaskan bagaimana penggunaan Ejaan Yang Disempurnakan yang baik dan benar pada makalah mahasiswa.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti tentang Ejaan Yang

Disempurnakan. Dan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif data berupa tulisan dan pengumpulan data dengan teknik dokumentasi.

Perbedaan dari penelitian sebelumnya dengan yang akan dilakukan yaitu obyek dan lokasi penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Trinil Dwi Turistiani obyeknya adalah makalah mahasiswa yang bertempat di Universitas Negeri Surabaya. Sedangkan yang akan diteliti adalah iklan politik caleg yang lokasinya berada di kabupaten Bojonegoro.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Sunda Ariana pada tahun 2012, dosen Universitas Bina Darma, dengan judul “Kesalahan Penggunaan Ejaan Yang Disempurnakan dalam Karya Ilmiah Dosen Universitas Bina Darma”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis, adapun yang dianalisis dalam penelitian ini yaitu artikel jurnal yang telah diserahkan pada tim jurnal (MBiA, Matriks, Tekno, Inovasi, Bina Bahasa).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dosen telah menggunakan EYD dengan tepat dan jenis kesalahan penggunaan EYD apakah yang paling banyak dilakukan dosen dalam menulis karya ilmiah. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa ternyata dosen Universitas Bina Darma masih melakukan beberapa kesalahan penggunaan EYD dalam menulis karya ilmiah.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan yang akan peneliti lakukan adalah sama-sama membahas tentang Ejaan Yang

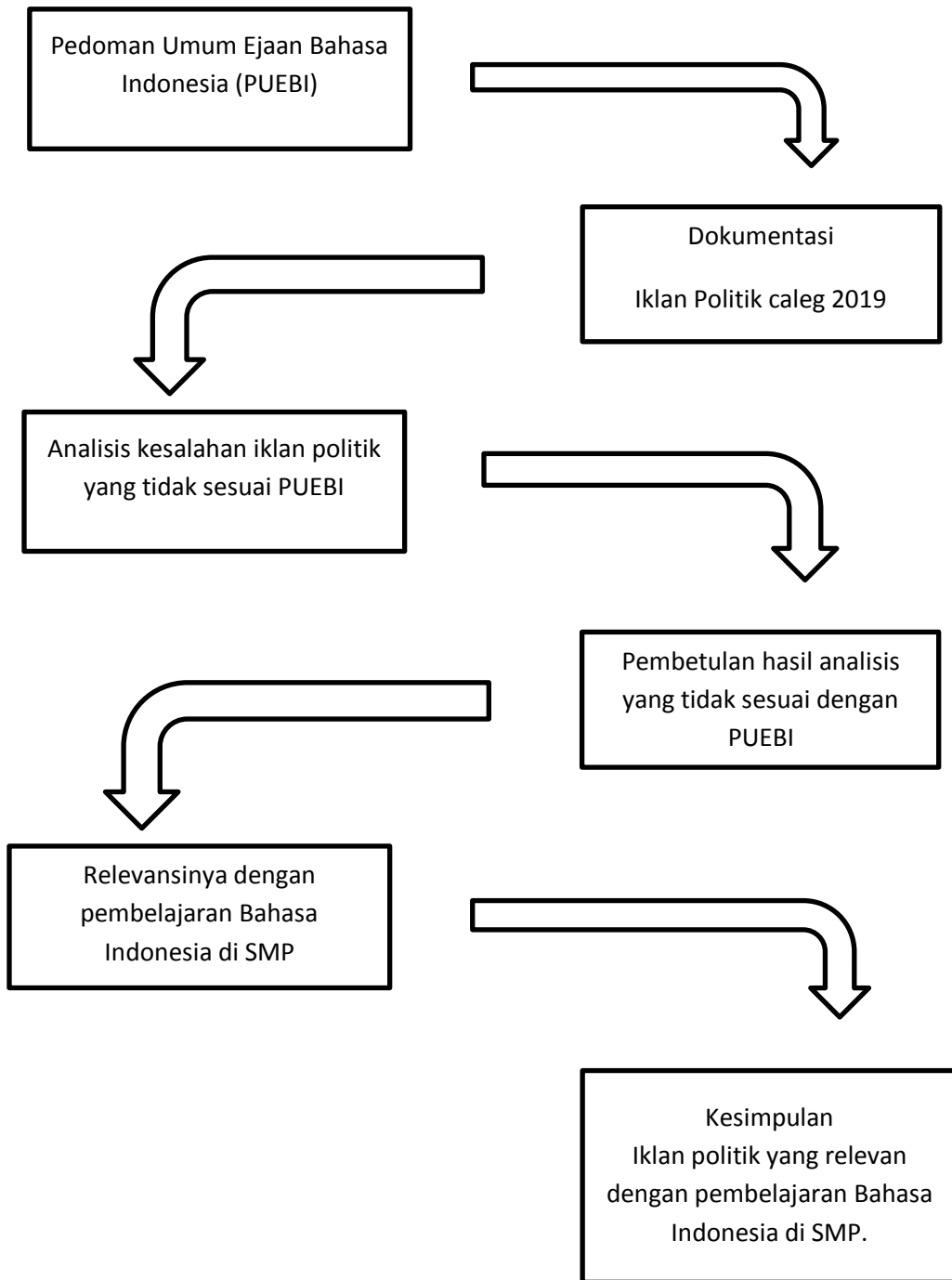
Disempurnakan. Dan jenis penelitian sama-sama menggunakan metode deskriptif.

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan yang akan dilakukan adalah objek dan lokasi penelitiannya. Objek pada penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu iklan politik caleg dan lokasinya berada di kabupaten Bojonegoro. Sedangkan objek dan lokasi penelitian yang dilakukan oleh Sunda Ariana yaitu karya ilmiah dosen Universitas Bina Dharma dan lokasinya berada di Palembang.

F. Kerangka Berpikir

Iklan merupakan media yang paling sering digunakan untuk kepentingan apapun. Tanpa terkecuali untuk kegiatan politik seperti poster, baliho dan masih banyak lagi. Biasanya para caleg menggunakan iklan untuk berkampanye secara tidak langsung, menarik hati para masyarakat agar memilih caleg tersebut. Tetapi kebanyakan para caleg yang menggunakan iklan politik sebagai media kampanye tidak memperhatikan kaidah bahasa yang ada. Banyak sekali terdapat kata dan tanda baca yang tidak sesuai dengan Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) pada iklan politik caleg 2019 yang ada di Bojonegoro.

Oleh karena itu diperlukan adanya penelitian, agar peneliti tahu seberapa tingkat kesalahan penggunaan (PUEBI) pada iklan politik caleg 2019 yang ada di Bojonegoro. Serta dapat mengetahui bagaimana relevansinya dengan pembelajaran Bahasa Indonesia di smp. Agar para siswa mengetahui bagaimana penulisan iklan politik caleg yang baik dan benar sesuai dengan PUEBI.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

G. Pendekatan Penelitian

pendekatan penelitian sangat penting dalam memperoleh data dalam penelitian, yang dikaji dalam penelitian ini berupa bentuk tulisan dan (PUEBI) pada iklan politik caleg 2019 di Bojonegoro. Penelitian ini bukan penelitian yang analisisnya bersifat statis melainkan sebuah analisis yang dinamis yang dapat terus dikembangkan.

Bentuk penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2013: 1) penelitian kualitatif pada hakikatnya adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti keadaan yang alamiah. Peneliti merupakan instrument kunci yang mengumpulkan data secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil dari penelitian lebih menekankan makna dari generalisasi. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis isi (*content analysis*). Menurut Budd Richard (1967:2) metode analisis isi pada dasarnya merupakan suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan, atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih.

Metode analisis isi ini juga dilengkapi dengan teknik dokumentasi. Menurut Sugiyono (2013:240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life stories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen

yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Serta dokumentasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu iklan politik caleg di Bojonegoro, dapat berupa poster, baliho, selebaran, iklan di media sosial dan lain-lain.

H. Kehadiran Peneliti

Menurut Moleong (2008:168) mengemukakan bahwa kedudukan peneliti dalam penelitian kualitatif cukup rumit, ia sekaligus merupakan perencana, pelaksana pengumpulan data, analisis penafsiran data, dan pada akhirnya ia menjadi pelapor hasil penelitiannya. Pada penelitian kualitatif kehadiran peneliti mutlak diperlukan. Hal ini dikarenakan instrumen penelitian dalam penelitian kualitatif adalah peneliti sendiri. Dalam hal ini peneliti bertindak sebagai instrumen sekaligus pengumpul data.

Jadi kunci dari penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri karena ia bertindak sebagai instrumen sekaligus pengumpul data, sedangkan instrumen selain manusia mempunyai fungsi terbatas, yaitu sebagai pendukung tugas peneliti. Instrumen tersebut pada penelitian ini berupa dokumen iklan politik caleg yang ada di Bojonegoro.

Kehadiran peneliti yaitu pada saat sedang mendokumentasikan obyek penelitian yaitu iklan politik caleg di Bojonegoro, dan pada saat menganalisis iklan politik caleg yang tidak sesuai dengan PUEBI dilakukan dimana saja tidak menentu. Karena penelitian kualitatif dapat dilakukan dimana saja dan tidak terikat waktu.

I. Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini yaitu iklan politik caleg yang ada di Bojonegoro, yang penggunaan kata dan tanda bacanya tidak sesuai dengan Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI).

J. Sumber Data

Menurut Sugiyono (2013:2) kriteria dalam penelitian kualitatif adalah data yang pasti. Data yang pasti adalah data yang sebenarnya sebagaimana adanya, bukan data yang sebenarnya sebagaimana adanya, bukan data yang sekedar terlihat, terucap, tetapi data yang mengandung makna baik yang terlihat dan terucap tersebut. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data hasil penelitian yang didapatkan melalui dua sumber data, yaitu primer dan sekunder.

1. Data Primer

Lofland dalam Moleong (2006:157) data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung oleh peneliti dari lapangan. Data primer pada penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari hasil dokumentasi berupa foto yaitu foto iklan politik caleg yang ada di Bojonegoro. Adapun sumber data tersebut langsung penulis dapatkan dengan cara mendokumentasikan atau memotret iklan politik tersebut.

2. Data Sekunder

Lofland dalam (Moleong, 2006:157) data sekunder merupakan data yang diperlukan dalam penelitian untuk melengkapi informasi yang diperoleh dari data primer. Data sekunder dapat berupa studi pustaka yang

berasal dari buku-buku, penelitian lapangan, maupun dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Berbagai dokumen dihasilkan melalui objek penelitian yang dipergunakan untuk mendukung data primer dan memperkuat data dalam melakukan penelitian. Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini adalah buku-buku, penelitian lapangan, jurnal ilmiah serta dokumen pendukung lainnya.

K. Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *content analysis* atau analisis isi dan dokumentasi. Menurut Budd Richard (1967:2) metode analisis isi pada dasarnya merupakan suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan, atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator.

Metode *content analysis* mengamati objek yaitu iklan politik caleg di Bojonegoro kemudian menganalisis isi tulisan yang ada pada iklan politik caleg tersebut, dianalisis apakah tulisan yang ada pada iklan politik caleg sesuai dengan PUEBI atau tidak dan metode dokumentasi ini, peneliti memotret iklan politik 2019 caleg yang ada di Bojonegoro lebih tepatnya di sepanjang jalan kota Bojonegoro.

L. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2013:88) teknik analisis data adalah suatu proses mencari dan menyusun secara sistematis yang diperoleh dari wawancara dan sumber dari lapangan terkait fokus permasalahan. Teknik analisis data dalam

penelitian ini dilakukan selama pengumpulan data berlangsung dan setelah data tersebut terkumpul, teknik tersebut meliputi:

1. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini hanya terdapat satu data dengan teknik pengumpulan datanya menggunakan dokumentasi. Menurut Sugiyono (2013:240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi pada penelitian ini yaitu iklan politik caleg yang ada di Bojonegoro, kemudian dari masing-masing iklan politik caleg diamati dan dicari kesalahan dalam penggunaan Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI). Kemudian data yang sudah terkumpul sebagai sampel penelitian.

2. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data menurut Moleong (2006:151) setelah data diperoleh dari lapangan terkumpul maka tahap selanjutnya adalah mengolah data. Teknik pengolahan data dilakukan melalui empat tahap yaitu reduksi data, menyusun data, verifikasi data dan kesimpulan.

Pada tahap pertama reduksi data peneliti memilih data, serta memindahkan data kasar ke dalam bentuk transkripsi data. Pada tahap kedua, peneliti menyusun data yang relevan sehingga menjadi informasi yang memiliki makna. Pada tahap ketiga verifikasi data, peneliti berusaha menggambarkan atau menjelaskan untuk kebenaran data. Pada tahap keempat kesimpulan peneliti menghubungkan dan membandingkan antara satu dengan yang lainnya sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai

jawaban permasalahan yang ada, dimana memiliki makna yang mengorganisasikan data, memilih, menjabarkan, menyusun dan membuat kesimpulan.

M. Pengecekan Keabsahan Temuan

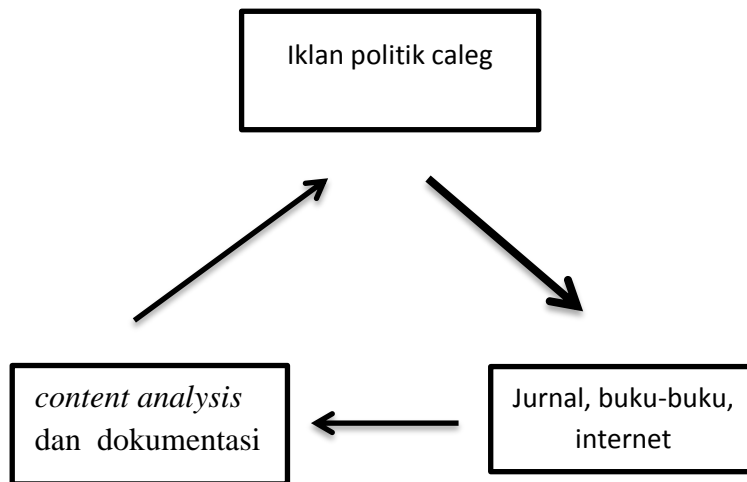
Untuk mendapatkan keabsahan data dalam penelitian. Perlu dilakukan pengecekan terhadap data yang telah ditemukan. Keabsahan data ini dimaksudkan agar diperoleh data yang akurat dan dapat dipercaya. Keabsahan data pada penelitian analisis kesalahan penggunaan PUEBI pada iklan politik caleg di Bojonegoro relevansinya dengan pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP ini menggunakan teknik triangulasi dalam pengumpulan data, maka data yang diperoleh akan lebih konsisten sehingga menjadi suatu data yang valid dan bisa dipertanggung jawabkan.

Menurut Moleong (2008:326-332) agar hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan maka diperlukan pengecekan data, apakah data yang disajikan valid atau tidak, maka diperlukan teknik keabsahan atau kevalidan data.

Untuk memeriksa keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Menurut Sugiyono (2013:330) triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan data dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada. Dalam penelitian ini, pengecekan data dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut :

1. Triangulasi sumber

Menurut Sugiyono (2013:330) triangulasi sumber berarti untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama. Hal ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3.1 triangulasi sumber

2. Melakukan penelitian data sesuai fakta yang peneliti dapatkan dengan data yang sebenar-benarnya.
3. Melakukan pengamatan serta pencatatan data yang ada pada iklan politik caleg agar mendapatkan data yang benar-benar akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.
4. Melalui peneliti, yaitu peneliti juga melakukan konsultasi dengan para dosen, khususnya dosen pembimbing skripsi. Konsultasi dilakukan untuk mendapatkan kejelasan data dan untuk membantu menetapkan segala peristiwa yang terdapat dalam data.