

# **PENGGUNAAN BAHASA INDONESIA PADA INFORMASI LAYANAN UMUM DAN LAYANAN NIAGA, SUDAH BENARKAH?**

**Sri Indrawati**

## ***ABSTRACT***

*Language use in public information services and trades, such as street banner (spanduk) advertisement board, and brochure have to use bahasa Indonesia. These are based on Rancangan Undang-Undang Kebahasaan, paragraph 19. However, in fact, the using of bahasa Indonesia in trade services often to be neglected by advertising bureau or corporation that promote it. English language, local dialect, or nonstandard language can be found in street banners, advertising board, or brochure, like the following examples: Orchild Exhibition 2008 menggelar seminar; ke Palcomtech aja lebih seru; Mau kemana aja paling hemat pake Xenia. These language fenomenon are caused by the limitation of users' language knowledge or by the lack of bahasa Indonesia's prestigious, or because of communicative or informative perception. The objective of this article is to describe the using of bahasa Indonesia in public information services and trades which found in Palembang and social perception of using bahasa Indonesia in public information services and trades. These data were collected from that sources in July—August 2008, and the social perception of using bahasa Indonesia toward public information services and trades were collected from 100 consumers (students, journalists, public service, and labors or employers)*

## **1. Pendahuluan**

Dalam Hasil Seminar Politik Bahasa Nasional dijelaskan bahwa masalah kebahasaan di Indonesia memperlihatkan ciri yang sangat kompleks. Kekompleksan itu berkaitan dengan tiga aspek, yaitu bahasa, pemakai bahasa, dan pemakaian bahasa. Aspek bahasa

menyangkut bahasa Indonesia, bahasa daerah, dan bahasa asing. Aspek pemakai bahasa berkaitan dengan mutu dan keterampilan berbahasa seseorang. Aspek pemakaian bahasa mengacu pada bidang-bidang kehidupan yang merupakan ranah pemakaian bahasa (Alwi dan Sugono, 2000).

Dalam menghadapi era globalisasi diperlukan suatu rumusan ketentuan mengenai penggunaan bahasa Indonesia. Hal ini mengingat bahwa masalah kebahasaan di Indonesia sangat rumit. Di Indonesia terdapat lebih dari 728 bahasa daerah. Bahasa-bahasa daerah itu hidup dan berkembang serta dipergunakan dengan setia oleh penuturnya. Selain itu, di Indonesia terdapat bahasa asing. Walaupun kedudukan dan fungsi bahasa daerah dan bahasa asing itu sudah diatur penggunaannya, tetap saja pemakaian bahasa daerah dan bahasa asing (Inggris) dipergunakan *semaunya* oleh pemakainya.

Kenyataan itu akan menyudutkan penggunaan bahasa Indonesia. Kalau bahasa Indonesia tidak segera diatur penggunaannya, bahasa Indonesia tidak akan mampu menunjukkan gengsinya, baik di negara sendiri (nasional) maupun internasional.

Berbicara tentang penggunaan bahasa, tidak akan terlepas dari bahasa, pemakai dan pemakaiannya. Bahasa apa yang akan dipilih tentu akan berkaitan dengan siapa yang berbicara, kepada siapa berbicara, apa yang dibicarakan, di mana berbicara. Seperti dikatakan oleh Hudson (1980) ragam bahasa itu bergantung pada *who, what, when, where, why*. Dengan demikian, dalam situasi formal tentulah ragam formal yang dipilih, sedangkan dalam situasi nonformal tentu pula ragam nonformal yang digunakan.

Untuk pemilihan ragam nonformal tidaklah perlu dipermasalahkan. Penggunaan bahasa Indonesia yang bercampur kode dengan bahasa gaul, prokem, slang, ataupun bahasa daerah selagi tidak tidak dipakai dalam situasi formal tidaklah perlu dirisaukan. Namun, yang menjadi kerisauan kalau ragam formal bahasa Indonesia (baku) itu digunakan tidak sebagaimana mestinya.

Variasi atau ragam formal itu digunakan, antara lain, dalam pidato kenegaraan, rapat dinas, surat-menyurat dinas, ceramah keagamaan, buku pelajaran, karya ilmiah (Nababan, 1984). Sesuai dengan laju perkembangan dunia yang global, bahasa Indonesia ragam baku juga harus digunakan pada layanan umum dan layanan niaga. Hal ini disebabkan layanan umum dan layanan niaga merupakan salah satu

bentuk untuk penyebaran penggunaan bahasa Indonesia. Jadi, penggunaan bahasa Indonesia ragam baku pada layanan masyarakat dan layanan niaga akan memberikan fungsi pemersatu dan prestise. Selain fungsi penggunaannya untuk-untuk situasi-situasi resmi, ragam baku menurut Gravin dan Mathiot dalam (Chaer dan Agustina, 2004) juga mempunyai fungsi lain yang bersifat sosial-politik, antarlain fungsi pemersatu dan harga diri.

Penggunaan bahasa pada spanduk yang dipampangkan di tempat umum masih terlihat sebagian kesalahan. Berikut contoh tulisan yang dipampangkan pada spanduk: ***Orchild Exhibition 2008 Menggelar Seminar, Mau Kuliah? Ke Palcomtech aja! Lebih seru, Open Tournament Futsal 2008 Antarmember, Tetap Keren Tanpa Narkoba: Say no to Drugs.*** Penggunaan bahasa seperti itu akan menimbulkan konsekuensi bagi pemakai bahasa. Apakah memang bahasa yang digunakan itu sudah tepat Ataukah bahasa itu sudah cukup komunikatif tidak perlu digunakan bahasa yang baku.

Kalaulah pemakaian bahasa seperti itu tetap dibiarkan tentu akan menimbulkan kegamangan perkembangan bahasa Indonesia pada masa yang akan datang. Bagaimana bahasa Indonesia akan menjadi bahasa internasional, pemakaian bahasa Indonesia di negeri sendiri masih *amburadul*. Untuk menyikapi itu Pusat Bahasa telah menyusun Rancangan Undang-Undang Kebahasaan. Lebih lanjut dikatakan oleh Dendy Sugono (*Kompas*, Jumat 19 Agustus 2007) rancangan itu untuk melegalkan perlindungan terhadap bahasa Indonesia, terutama dalam situasi formal.

Walaupun Rancangan Undang-Undang Kebahasaan itu sudah disosialisasikan ke berbagai daerah, tidak terkecuali di Palembang, penggunaan bahasa Indonesia pada layanan umum dan layanan niaga yang dipampangkan di tempat umum masih terdapat kesalahan. Persoalan yang muncul adalah apakah penggunaan bahasa Indonesia pada layanan umum dan layanan niaga di Kota Palembang itu sudah baikkah menurut persepsi masyarakat? Bagaimanakah pendapat masyarakat terhadap penggunaan bahasa Indonesia pada penunjuk jalan raya, rambu-rambu, brosur, spanduk? Permasalahan inilah yang akan dipaparkan dalam makalah ini.

## **2. Penggunaan Bahasa Indonesia pada Layanan Umum dan Layanan Niaga**

Dalam Rancangan Undang-Undang Kebahasaan dijelaskan mengenai pengaturan penggunaan bahasa. Rancangan itu disusun untuk melindungi penggunaan bahasa Indonesia, terutama dalam situasi formal. Inti dari rancangan undang-undangan tersebut cakupannya terutama terkait kedudukan dan fungsi bahasa Indonesia, bahasa asing, dan bahasa daerah ( <http://www2.kompas.com.htm>).

Pada bab III pasal 19 butir (5) Rancangan Undang-Undang Kebahasaan dijelaskan informasi layanan umum dan/atau layanan niaga yang berupa rambu, penunjuk jalan, spanduk, papan iklan, brosur, katalog, dan sejenisnya wajib menggunakan bahasa Indonesia. Ini berarti bahwa pada situasi itu pemakai bahasa harus menggunakan bahasa Indonesia.

Berkaitan dengan masyarakat pemakai bahasa atau pengguna bahasa, dewasa ini kepedulian terdapat bahasa Indonesia makin menipis dan penggunaan bahasa Indonesia pun kian menyempit. Penggunaan bahasa Indonesia pada media massa, media iklan dan luar ruang kini banyak menggunakan bahasa asing, terutama Inggris (Purnama dalam <http://www.harian-global.com/news>). Pendapat ini mengisyaratkan bahwa jika penggunaan bahasa Indonesia tidak segera ditertibkan, akan mempengaruhi perkembangan bahasa Indonesia

Kepedulian masyarakat pengguna bahasa terhadap penggunaan bahasa Indonesia itu berkaitan erat dengan sikap bahasa seseorang. Garvin dan Mathiot dalam (Suwito, 1983) mengemukakan, sikap bahasa itu setidaknya-tidaknya mengandung tiga ciri pokok, yaitu kesetiaan bahasa (loyalitas bahasa), kebanggaan bahasa, dan kesadaran akan norma bahasa. Dengan demikian, ketika seseorang akan menggunakan suatu bahasa, ketepatan dan kebenaran bahasa yang digunakan salah satu faktornya adalah sikap bahasa.

Menarik untuk disimak mengenai pendapat yang mengatakan, di masyarakat kita umumnya, bahasa Indonesia adalah bahasa untuk ilmu pengetahuan, teknologi, dan ekonomi atau perdagangan. Sementara untuk urusan-urusan seni, kebudayaan, dan kehidupan keluarga, orang-orang Indonesia lebih senang menggunakan bahasa daerah sehari-hari. Oleh karena itu, muncul persoalan loyalitas kepada bahasa nasional di berbagai daerah. Tidak semua daerah memiliki

derajat loyalitas yang sama terhadap bahasa Indonesia (Laxit dalam <http://kepustawanan.blogspot.com>.html).

Pendapat di atas mengindikasikan bahwa persoalan loyalitas terhadap penggunaan bahasa Indonesia tidaklah sama. Demikian pula loyalitas penggunaan bahasa Indonesia pada layanan umum dan layanan niaga yang terdapat di kota Palembang. Mengenai kesetiaan berbahasa masyarakat terhadap penggunaan bahasa Indonesia pada layanan umum dan layanan niaga dijamin dari 100 orang responden. Responden itu terdiri atas karyawan (swasta, PNS, BUMN, periklanan, instruktur pelatihan) berjumlah 25 orang, siswa SMP dan SMA berjumlah 10 orang, guru SD, SMP, dan SMA berjumlah 20 orang, mahasiswa S1 berjumlah 20 orang, mahasiswa S2 berjumlah 16 orang, dosen berjumlah 5 orang, wartawan hanya 1 orang, buruh berjumlah 3 orang. Penjaringan responden dilakukan secara insidental. Data penggunaan bahasa pada layanan masyarakat dan layanan niaga hanya dibatasi pada penunjuk jalan, rambu, spanduk, papan iklan, dan brosur yang diperoleh dari bulan Juli s.d. September 2008.

## **2.1 Penggunaan Bahasa Indonesia pada Layanan Umum: Penunjuk Jalan Raya, Rambu-Rambu Lalu Lintas**

Dari hasil angket disimpulkan bahwa 53% responden menyatakan penggunaan bahasa Indonesia pada penunjuk jalan, rambu-rambu lalu lintas sudah baik, sedangkan 33% responden menyatakan hanya sebagian kecil penulisan bahasa Indonesia yang benar. Ini artinya, penggunaan bahasa Indonesia pada penunjuk jalan dan rambu-rambu lalu lintas sebagian besar sudah mengikuti kaidah. Untuk penunjuk jalan, penulisan kata sudah benar, misal nama daerah/wilayah sudah menggunakan huruf kapital (Sekip, Boom Baru) yang diikuti dengan tanda (arah kanan), (arah kiri) . Selain itu, ada juga tulisan yang menunjukkan arah sudah cukup komunikatif, seperti *lurus boleh langsung belok kiri langsung*. Untuk jalan protokol, jalan raya, penggunaan bahasa Indonesia sudah benar, seperti Jl. Sudirman, Jl. Basuki Rahmat, sedangkan penulisan nama jalan yang agak kecil masih ada yang salah, tidak menggunakan tanda titik setelah singkatan, seperti Jl Bendung Indah, Jln Sawi. Di samping itu, terdapat juga penunjuk jalan yang menggunakan bahasa Indonesia dan daerah, seperti **LURUS MENTOKK!** Untuk penulisan rambu-rambu lalu lintas, selain tanda

gambar, huruf awal, terdapat penulisan kosakata yang benar. Perhatikan contoh berikut.

A

B

Gambar di atas merupakan salah satu contoh rambu-rambu lalu lintas yang terdapat di Jalan A. Rivai. Pada gambar A, para pengemudi mobil diharapkan memarkirkan kendaraannya secara paralel (vertikal), sedangkan pada gambar B para pengemudi mobil hanya boleh memarkirkan kendaraannya di pinggir jalan itu apabila hari Minggu atau hari libur.

## **2.2 Penggunaan Bahasa Indonesia pada Spanduk**

Spanduk adalah kain rentang yang berisi slogan, propaganda, atau berita yang perlu diketahui umum (KBBI, 2003). Berdasarkan hasil angket ternyata 80% responden mengatakan penggunaan bahasa Indonesia pada spanduk masih terdapat banyak kesalahan. Pernyataan yang diungkapkan oleh para responden itu memang benar, terutama spanduk yang berisi propaganda, seperti pada iklan rokok, *voucer* isi ulang dari berbagai merk. Pada spanduk propaganda jenis ini penggunaan bahasa nonbaku dan bahasa asing sangat dominan. Berikut contohnya:



Untuk spanduk yang berisi slogan atau berita umumnya penggunaan bahasa Indonesia pada spanduk itu sudah cukup baik. Baik itu kalimat, klausa, maupun frase, sudah menggunakan kosakata baku. Berikut contoh.



Selain itu, ada juga yang menggunakan bahasa daerah (Melayu Palembang). Dari hasil wawancara dengan masyarakat (mahasiswa, karyawan), penggunaan bahasa Palembang ini dimaksudkan untuk menjaga keintiman. Seperti iklan layanan masyarakat berikut.



### 2.3 Penggunaan Bahasa Indonesia pada Papan Iklan

Papan iklan adalah papan yang berukuran besar yang ditempatkan di luar ruang (ruang terbuka) dan berfungsi untuk menempatkan iklan (Alwi, 2003).

Dari hasil angket, 67% responden menyatakan bahwa penggunaan bahasa Indonesia pada papan iklan hanya sebagian kecil mengikuti kaidah. Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh penulis ternyata bahwa sebagian besar papan iklan yang diletakkan di luar ruang itu umumnya menggunakan bahasa nonbaku (dialek Melayu Betawi ) dan bahasa Inggris). Apalagi iklan rokok masih banyak menggunakan kosakata bahasa Inggris, sedangkan iklan kartu telepon

dari XL, Mentari, Simpat , umumnya menggunakan bahasa nonbaku, seperti kata *nelpon*, *banget*, *sampe* . Berikut contoh.



Menarik juga untuk disimak terdapat iklan rokok yang menggunakan bahasa Indonesia sepenuhnya tanpa kosakata bahasa Inggris. Pembuat iklan cukup membuat slogan yang pendek, tetapi makna yang terkandung cukup berarti. Seperti slogan pada papan iklan rokok Djisamsoe berikut.

**RAIH KEMENANGAN, RAIH KESEMPURNAAN**

Akan tetapi, untuk papan iklan yang berisi layanan masyarakat dari suatu instansi, seperti Dinas Pajak, Pemerintah Kota, penggunaan bahasa Indonesianya sudah cukup baik. Berikut contoh



Namun, ada juga penggunaan bahasa Indonesia di papan iklan yang sudah menggunakan kosakata baku, tetapi penggunaan tanda baca

(tanda hubung), huruf miring, penulisan kata masih terdapat kekeliruan, seperti pada papan iklan berikut.



Pada contoh di atas seyogyanya penulisan FlexiCOMBO itu adalah *Flexi Combo*, penulisan ke 285 adalah ke-265, kata kemana seharusnya ditulis *ke mana*.

## 2.4 Penggunaan Bahasa Indonesia pada Brosur

Brosur adalah bahan informasi tertulis mengenai suatu masalah yang disusun secara sistematis; barang cetakan yang hanya terdiri atas beberapa halaman dan dilipat tanpa dijilid; selebaran cetakan yang berisi keterangan singkat, tetapi lengkap (Alwi, 2003).

Dari hasil angket, 67% responden menyatakan penggunaan bahasa Indonesia pada brosur sudah benar. Ini berarti bahwa 33,3% responden menyatakan penggunaan bahasa Indonesia di brosur masih salah. Kesalahan itu umumnya terdiri atas penulisan kata, penggunaan tanda baca, dan penggunaan kosakata asing. Berdasarkan pengamatan dari beberapa brosur yang tersebar, seperti brosur dari rumah sakit, brosur dari perguruan tinggi swasta, kursus, brosur dari penawaran produk (alat rumah tangga dan mobil) masih digunakan kosakata asing dan kosakata nonbaku, seperti , *photocopy* atau *fotocopy*, *good luck*, *full ac*, *design*, *show room*, *buat ngeceng*, *pasti keren*, *Dai care*, *pake*, *nelpon*. Selain itu, terdapat penulisan kata dan huruf kapital yang salah,

non akut, s/d, *Hadiah akan diganti dengan Souvenir ..., Dalam Rangka mengenalkan show room kami ....*

### **3. Tanggapan Masyarakat terhadap Penggunaan Kosakata pada Spanduk, Papan Iklan, dan Brosur**

Menurut 82% responden penggunaan bahasa pada spanduk, papan iklan, brosur perlu diperbaiki. Hal yang masih perlu diperbaiki adalah kosakata dan kalimat (59%). Penggunaan kosakata nonbaku dan kosakata asing masih perlu dicarikan alternatif bahasa Indonesia bakunya. Hal ini disebabkan penggunaan bahasa baku itu akan menunjukkan identitas suatu bangsa (62%), sedangkan alasan penggunaan bahasa Indonesia baku akan menunjukkan prestise (20%).

Masih menurut responden, penggunaan bahasa pada spanduk, papan iklan, brosur tidak perlu dipermasalahkan karena bahasa yang digunakan sudah cukup komunikatif (50%), bahasanya sudah baik (20%) yang menjawab sesuai dengan konteks (11%). Lebih lanjut dikatakan oleh para responden, penggunaan kosakata bahasa daerah dan bahasa asing yang terdapat pada spanduk, papan iklan, dan brosur sebaiknya agak dikurang saja pemakaiannya (46%), sedangkan yang menyatakan sebaiknya digunakan kosakata bahasa baku bahasa Indonesia (39%), dan yang menyatakan tetap digunakan kosakata bahasa daerah dan bahasa asing (10%). Ini berarti bahwa penggunaan kosakata bahasa daerah dan bahasa asing pada spanduk, papan iklan, dan brosur boleh saja digunakan karena sesuai dengan keperluannya. Pernyataan ini diperkuat dari hasil wawancara kepada para mahasiswa S1 dan S2 nonkependidikan, karyawan, mereka berpendapat bahwa penggunaan bahasa nonbaku dan bahasa asing pada spanduk sudah sesuai dengan situasi, tujuan, sasaran khalayak/konsumennya. Lebih lanjut mereka mengatakan bahwa bahasa pada spanduk, papan iklan, dan brosur itu sudah cukup komunikatif.

Kesadaran masyarakat terhadap penggunaan bahasa Indonesia perlu pula diapresiasi. Berdasarkan hasil angket ternyata 63% responden berpendapat bahwa pemakaian kosakata pada spanduk layanan masyarakat atau papan iklan yang berisi berita imbauan sebaiknya menggunakan kosakata bahasa Indonesia baku. Artinya, kosakata dari bahasa daerah dan bahasa asing yang terdapat pada spanduk dan papan iklan yang berisi imbauan kepada masyarakat perlu diganti dengan kosakata baku bahasa Indonesia.

Dari hasil angket diperoleh juga data pendapat responden yang setuju jika penggunaan kosakata dalam iklan itu diganti (45%). Dari beberapa iklan dalam spanduk dan papan iklan yang penulis coba tawarkan dengan menggantikan kosakata bahasa daerah dan bahasa Inggris menjadi bahasa Indonesia baku. Perhatikan contoh berikut.

a) Spanduk yang berisi iklan "Coca-Cola"

Pada spanduk tertulis "SIAPA BILANG GAK MUNGKIN?  
GREAT 'COCA-COLA TASTE

ZERO SUGAR

Kosakata itu diubah menjadi menjadi

SIAPA BERKATA  
TIDAK MUNGKIN?  
RASA "COCA-COLA" NIKMAT  
TANPA GULA

Responden yang menjawab setuju kosakata itu diganti seperti di atas hanya 30%, yang tidak setuju 60%.

b) Spanduk yang berisi iklan kartu telepon dari *Fren*

Pada spanduk itu tertulis "TRUS GRATIS SAMPE  
DOWEEER: Sepanjang hari se-Indonesia

...SUEERR!

Kata-kata itu diubah menjadi

TERUS GRATIS  
SAMPAI  
PUAASS!  
Sepanjang hari se-Indonesia ... PASTI!

Responden yang menjawab setuju kosakata itu diubah seperti di atas hanya 50% dan yang tidak setuju yang 44%.

- c) Spanduk yang berisi iklan "Futsal"  
Pada spanduk berisi tulisan

OPEN TOURNAMENT ANTAR INSTANSI/PERUSAHAAN  
FUTSAL CHALLENGE 2008.

Free voucher futsal 1 jam

Technical Meeting: 15 Agustus 2008 pkl. 15.30

Dari angket diperoleh 40% responden yang menyatakan setuju kosakata pada spanduk itu diganti sebagai berikut:

TURNAMEN TERBUKA ANTARINSTANSI/  
PERUSAHAAN

TANTANGAN FUTSAL 2008

Vocer bebas futsal 1 jam

Pertemuan teknis: 15 Agustus 2008, pkl. 15.30

Dari angket diperoleh 55% responden yang menyatakan kurang setuju kosakata itu diganti seperti di atas.

- d) Papan iklan yang berisi imbauan dari PLN  
Contoh:

*Mancek-Bicek  
Gunokenlah  
Listrik Seperlunyo Bae!*

Kosakata pada papan iklan itu tidak perlu diganti dengan menggunakan bahasa Indonesia seperti berikut:

Bapak-Ibu Gunakanlah Listrik Seperlunya Saja!
---

Dari angket diperoleh 65% responden menyatakan tidak setuju penggunaan kosakata daerah dalam papan iklan tersebut dan 33% responden menyatakan setuju kosakata pada papan iklan itu diubah.

### 3. Pembahasan

Dari 20 spanduk yang diamati ternyata hampir separuh menggunakan kosakata bahasa nonbaku dan bahasa asing. Memang ada beberapa spanduk yang berisi imbauan kepada masyarakat, khususnya, dari suatu instansi yang menggunakan bahasa Indonesia baku, seperti dari Pemkot, Kepolisian, Bank Permata. Untuk spanduk yang berupa iklan umumnya menggunakan kosakata bahasa Indonesia nonbaku dan kosakata bahasa asing., seperti *One Mild Rp 6000 per bungkus Tast of Sprit, Marlboro Mix Seurieus Rocking in Palembang, Lucky Strike It's to Feel The Light.*

Hal yang sama juga terdapat pada penggunaan bahasa Indonesia pada papan iklan. Dari 10 papan iklan yang diamati di jalan utama ternyata 7 papan iklan yang berisi propaganda menggunakan bahasa nonbaku dan bahasa asing. Papan iklan rokok, misalnya, kosakata yang digunakan adalah kosakata asing, seperti *Djarum Black, Black Motidify, Limited Edition; L.A. Light: Kegagalan = Sukses Enjoy yang Tertunda.* Papan iklan dari kartu XL, menggunakan kosakata nonbaku, seperti *Modalnya Seiprit Dapetnya Segajah.* Akan tetapi, papan iklan yang berupa imbauan kepada masyarakat, umumnya papan iklan itu menggunakan bahasa Indonesia yang baku, seperti bahasa Indonesia pada papan iklan dari Pajak, Pemerintah Kota.

Kalau dicermati ternyata penggunaan bahasa Indonesia pada papan iklan dan spanduk di Palembang masih banyak menggunakan kosakata bahasa Indonesia nonbaku dan kosakata bahasa asing, terutama yang berisi propaganda.

Yang menjadi pertanyaan adalah apakah bahasa iklan itu harus menggunakan bahasa Inggris atau bahasa Indonesia nonbaku. Menyitir pendapat Djalil (2005), dalam dunia periklanan, memang bahasa Inggris hampir merupakan *lingua franca*. Terminalogi, idiom, jargon, nama dan kata kerja yang selalu dilakukan di bidang periklanan seringkali menggunakan bahasa Inggris, di manapun iklan itu diciptakan dan ditujukan. Apa yang diungkapkan oleh Djalil itu kalau dicermati ada benarnya. Kita lihat iklan rokok Djarum yang berslogan *Kegagalan = Sukses Enjoy yang Tertunda*. Penggunaan kata *sukses* dicoret diganti kata *enjoy*. Ini hanyalah salah satu contoh bagaimana penggunaan bahasa Inggris dalam iklan. Kata *enjoy* akan mudah diingat daripada *sukses*. Di samping itu, penggunaan kata *enjoy* akan menyentuh sisi emosional konsumennya.

Penggunaan kosakata nonbaku dalam iklan pun memiliki tujuan tertentu. Kosakata, seperti *banget, dapet, cuma, seiprit, nelpon* dalam papan iklan dan spanduk bertujuan membentuk pengingat dalam benak konsumen. Dengan demikian, penggunaan kosakata asing dan nonbaku pada papan iklan dan spanduk itu lebih komunikatif. Hal inilah yang dimaksudkan oleh para responden itu.

Sugiyono (2008) mengemukakan bahwa dalam banyak hal, iklan sangat dikendalikan oleh aspek ekonomi (bisnis). Iklan adalah sebuah karya kreatif, selain menggunakan media audio visual, juga menggunakan media verbal. Pembatasan penggunaan bahasa dalam iklan dan diarahkan dengan rambu-rambu peraturan hendaknya tidak membatasi atau memasung kreativitas secara kuat. Hal ini dinyatakan pula dalam (<http://johnherf.wordpress.com>) iklan bukan hanya kebahasaan melulu yang mendapat perhatian, melainkan juga akurasi data dan faktanya. Oleh karena itu, bahasa iklan juga wajib memperhatikan terminalogi, istilah, jabatan atau tanda baca, tulisan dengan kalimat singkat, tanda baca tepat dan jelas, mahir dan cermat menggunakan bahasa Indonesia (pedoman Ejaan Bahasa Indonesai yang Disempurnakan dan Pedoman Umum Pembentukan Istilah). Terakhir yang tidak kalah pentingnya, hati-hati dengan istilah asing. Ada istilah asing yang sudah ada terjemahannya, ada pula yang belum ada terjemahan atau padanan katanya dalam bahasa Indonesia.

Hal itu mengimplisitkan bahwa bahasa iklan sebaiknya menggunakan bahasa baku. Penggunaan kosakata bahasa nonbaku atau bahasa asing dalam iklan sebaiknya dikurangi atau bahkan diubah

dalam bahasa Indonesia. Kosakata bahasa daerah dan bahasa asing dapat saja digunakan jika memang sangat diperlukan jika tidak ada padanannya dalam bahasa Indonesia dengan catatan penulisannya harus sesuai dengan kaidah Ejaan yang Disempurnakan.

Penggunaan bahasa Indonesia pada rambu dan penunjuk jalan di kota Palembang umumnya sudah benar. Penulisan nama kota atau daerah sudah menggunakan huruf kapital. Untuk nama jalan hampir semua penulisannya sudah benar. Beberapa yang salah biasanya penulisan nama jalan atau lorong yang dibuat atas prakarsa masyarakat bukan oleh suatu instansi (Dinas Perhubungan).

Untuk penulisan bahasa Indonesia di brosur umumnya masih terdapat kekeliruan. Dari 10 brosur yang diamati ternyata umumnya penulisan ejaan yang salah, seperti penggunaan tanda titik (s/d); penggunaan istilah/kata asing (*photocopy*, *full AC*, *front office*); penggunaan kosakata baku (*nelpon*); penulisan kata (non akut).

#### **4. Penutup**

Dari uraian-uraian di atas dapat disimpulkan bahwa penggunaan bahasa Indonesia pada papan iklan, spanduk, penunjuk jalan, rambu, dan brosur di kota Palembang masih banyak kesalahan. Bahasa Indonesia ragam pada spanduk dan papan iklan terutama yang berisi iklan propaganda umumnya menggunakan kosakata nonbaku dan kosakata asing. Demikian pula penulisan bahasa Indonesia pada brosur masih terdapat penulisan yang salah dan penggunaan bahasa Indonesia ragamnonbaku dan bahasa asing. Oleh karena itu, adanya Rancangan Undang-Undang Kebahasaan diharapkan dapat meminimalkan kesalahan penggunaan bahasa Indonesia atau bahkan diharapkan tidak akan ada lagi penggunaan bahasa Indonesia ragam nonbaku pada layanan umum dan layanan niaga. Namun, sosialisasi Rancangan Undang-Undang Kebahasaan perlu juga digalakkan. Pendistribusian sosialisasi itu harus menyebar dan menyeluruh sampai ke lapisan masyarakat bawah. Di samping itu, perlu ada kerja sama dengan pihak instansi yang terkait (Pemerintah Daerah/Pemerintah Kota) untuk memberikan sanksi bagi yang tidak mematuhi aturan dalam Rancangan Undang-Undang Kebahasaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Hasan dan Sugono, Dendy. 2000. *Politik Bahasa: Risalah Seminar Politik Bahasa*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Alwi, Hasan. 2003. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Anonim. 2008. "Bahasa Iklan Dipersoalkan Lagi". (<http://johnherf.wordpress.com>, diakses 10 September 2008)
- Chaer, Abdul dan Agustina, Leonie. 2004. *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: Bhineka Cipta.
- Djalil, Sjahrial. 2005. "Bahasa di dalam Periklanan Indonesia". Makalah disampaikan pada Seminar Penggunaan Bahasa dalam Film, Sinetron, Televisi, dan Media Luar Ruang. Jakarta, 10 Agustus 2005.
- Hudson. R.A. 1980. *Sociolinguistics*. Cambridge: Cambridge University Press. *Kompas*, 22 Agustus 2005. "Mengatur Penggunaan Bahasa." (<http://www2.kompas.com.htm>, diakses 10 September 2008).
- Laxit, Putu. 2005. "Membaca dan Keberaksaraan". (<http://kepustawanan.blogspot.com/html>, diakses 10 September 2008).
- Nababan, P.W.J. 1984. *Sosiolinguistik: Suatu Pengantar*, Jakarta: Gramedia Purnama, Teja. 2008. "Bahasa Indonesia? HMMM...." (<http://www.harian-global.com/news>, diakses 10 September 2008).
- Sugiyono. 2008. "Wacana Iklan Bahasa Indonesia". *Majalah Maya Pusat Bahasa* (<http://www.pusatbahasa.diknas.go.id/laman/nawala.php>, diakses 1 September 2008).
- Suwito. 1983. *Pengantar Awal Sosiolinguistik: Teori dan Problema*. Sala: Haenary Offset.

## BIODATA PENULIS

1. Nama : Dra. Sri Indrawati, M.Pd.
2. NIP : 131639380
3. tempat/tanggal lahir: Indramayu, 12 Juli 1959
4. Jenis kelamin : Perempuan
5. Bidang Keahlian : Pendidikan Bahasa Indonesia

Pendidikan (S1 ke atas)

<b>Universitas/Institut dan Lokasi</b>	<b>Gelar</b>	<b>Tahun Selesai</b>	<b>Bidang studi</b>
FKIP Unsri	Dra.	1984	Pendidikan Bahasa Indonesia
PPS IKIP Bandung	M.Pd.	1993	Pendidikan Bahasa Indonesia

Pengalaman Kerja

<b>Institutsi</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Periode Kerja</b>
FKIP Unsri	Tenaga Pengajar	1986—sekarang
Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah	Ketua Program Studi	2002—2006

Pengalaman riset dalam lima tahun terakhir

<b>No.</b>	<b>Judul Riset</b>	<b>Tahun</b>
1.	Ragam Bahasa Media Massa di Kota Palembang	2000
2..	Analisis Struktur Wacana Interaksi Kelas di SMP Negeri 1 Palembang	2001
3.	Developing Learning Habit through Studen's Reading Comprehension and Study Skills Improvement	2001
4.	Persepsi Masyarakat Kota Palembang terhadap	2002

	Kesantunan Berbahasa Tindak Direktif.	
5.	Peningkatan Kemampuan Memahami Materi Pembelajaran Bahasa Indonesia Melalui Model Pengatur Awal.pada Siswa Kelas 2 SMP 17 Palembang	2003
6.	Pemerolehan Bahasa Anak TK Pembina Palembang	2003
7.	Peningkatan Keterampilan Membaca melalui Pemberian Skemata Isi dan dan Struktur Teks pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah	2005
8.	Peningkatan Keterampilan Menulis Melalui Integrasi Membaca dan Menulis pada Siswa MI Ahliyah II Palembang	2006
9.	Tata Bahasa Palembang	2006

Publikasi dalam lima tahun terakhir

No.	Judul Tulisan	Nama Seminar/Jurnal/Lainnya	S/J/B/L	Tahun
1.	Kesantunan Direktif dalam Berbahasa Indonesia	<i>Lingua: Jurnal Bahasa dan Sastra</i> , 1(2):160--173:	J	2000
2.	Studi Keterbacaan Buku Teks IPA Kelas 6	<i>Lingua: Jurnal Bahasa dan Sastra</i> ,2(2):133—147	J	2001
3.	Upaya Meningkatkan Kemampuan Pemahaman Wacana melalui Pengembangan Skemata pada Siswa SLTP Negeri 1 Inderalaya	<i>Forum Kependidikan</i> 1(21):77-89..	J	2001
4.	Implementasi KBK dan Contextual Teaching and Learning (CTL) dalam Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia.	Makalah disampaikan kepada guru-guru SD, SMP, SMA se-Kota Palembang dalam Seminar Bulan Bahasa yang diselenggarakan pada tanggal 7 Agustus 2003 di Palembang	S	2003
5	Pola Pertukaran dalam Wacana Interaksi Kelas	<i>Lingua: Jurnal Bahasa dan Sastra</i> ,5(1):1—19	J	2003
6..	Pemerolehan Bahasa Anak TK:	<i>Prosiding Seminar: Hasil</i>	S	2004

	Sebuah Kajian Fungsi Bahasa	Program Pengembangan Diri 2004 Bidang Ilmu Pendidikan, Jakarta 23 Agustus 2003		
7.	Persepsi Masyarakat terhadap Kesantunan Berbahasa dalam Tindak Direktif	<i>MASA</i> , Nomor 17/Th.XI/IX/2004	L	2004
8..	Peningkatan Keterampilan Membaca melalui Pemberian Skemata Isi dan Struktur Teks pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah	Makalah hasil penelitian yang disampaikan pada Seminar Hasil PPK dan PTK yang terpilih, 22 -23 Maret 2006, di Yogyakarta	S	2006
9.	Peningkatan Kemampuan Memahami Materi Pembelajaran Bahasa Indonesia Melalui Model Pengatur Awal.	<i>Prosiding Seminar Hasil Penelitian Bidang Kependidikan BKS-PTN Wilayah Barat di Bandar Lampung Tanggal 30-31 Mei 2006.</i>	S	2006
10.	Konstruktivisme: Sebuah Model Pembelajaran dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pembelajaran di LPTK.	<i>Wawasan Kependidikan, No.2 Tahun XVI, Juli 2006</i>	J	2006
11.	Peningkatan Keterampilan Menulis Melalui Integrasi Membaca dan Menulis pada Siswa MI Ahliyah II Palembang	Makalah hasil penelitian yang disampaikan pada Seminar Hasil PPK dan PTK yang terpilih, 22 -23 Maret 2007, di Yogyakarta	S	2007
12.	Peningkatan Kemampuan Bernalar Mahasiswa melalui Pembelajaran Konstruktivisme	Makalah disampaikan dalam Lomba Hasil Penelitian Tingkat Provinsi Sumatera Selatan , 11 Agustus 2008	S	2008

Inderalaya, September 2008

Dra. Sri Indrawati, M.Pd.

NIP 131639380