

AMBIGUITAS PADA SLOGAN COVID-19 DI KOTA PEKALONGAN DAN IMPLIKASINNYA DENGAN PEMBELAJARAN TEKS EKSPOSISI

Muhammad Guntur Novanto^{1*}, Hanindya Restu Aulia²
Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Pekalongan
Indonesia

gurnovanto@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang ambiguitas pada slogan covid-19 di kota Pekalongan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan ambiguitas atau ketaksaan pada slogan covid-19 di kota Pekalongan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu baca dan catat. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik reduksi data dari Milles and Huberman. digunakan saat mengidentifikasi data dalam slogan covid-19 di kota Pekalongan. berdasarkan analisis data mengenai ambiguitas pada slogan covid-19 di kota Pekalongan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : (1) Slogan yang mengandung ambiguitas berdasarkan jenis ambiguitas gramatikal pada slogan terkait covid-19 di kota Pekalongan sebanyak 66,7%, dan (2) Slogan yang mengandung ambiguitas berdasarkan jenis ambiguitas leksikal pada slogan terkait covid-19 di kota Pekalongan sebanyak 33,3%. Hasil dari analisis dapat dikaitkan dengan pembelajaran teks eksposisi sebagai bahan ajar.

Kata Kunci: ambiguitas, teks eksposisi, slogan

PENDAHULUAN

Bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer yang digunakan oleh para anggota suatu masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasi diri. bahasa adalah aspek penting yang mempengaruhi suatu kehidupan manusia. Oleh karena itu penulis merasa perlu melakukan penelitian tentang bahasa agar kita menjadi manusia yang dapat berbahasa yang baik dan benar sesuai dengan kaidah, aturan, bentuk, dan strukturnya (Kridalaksana, 2009:19)

Chaer (2009:104) mengemukakan bahwa ambiguitas yang sering diartikan sebagai kata yang bermakna ganda atau mendua, kegandaan makna dalam ambiguitas berasal dari satuan gramatikal yang lebih besar yaitu frase atau kalimat, dan terjadi sebagai akibat penafsiran struktur gramatikal. Permasalahan yang tidak biasa dihadapi dalam rangka pembinaan dan pengembangan bahasa yang baik dan

benar diantaranya adalah keterampilan menulis. Salah satu faktor penyebab terjadinya tidak efektif dan tidak komunikatifnya suatu tulisan adalah adanya ambiguitas dan ketaksaan. Ambigu berarti makna yang lebih dari satu, sehingga menimbulkan keraguan, ketidakjelasan, dan sebagainya.

Penggunaan bahasa yang mengandung ambiguitas dapat membuat tidak efektifnya tulisan atau tuturan bagi pendengar atau pembaca. Batasan ambiguitas tersebut memberikan pemahaman kepada kita bahwa ambiguitas dalam berbahasa terjadi pada pihak pembaca atau pendengar. Tidak sedikit bahasa media massa yang menjadi konsumsi masyarakat luas menggunakan bahasa yang ambigu. Ketika kata, frasa, kalimat, atau bahkan paragraf yang kita tulis atau kita ucapkan mengandung ambiguitas, secara otomatis kalimat atau paragraf tersebut menjadi tidak efektif dan

komunikatif bagi pendengar atau pembaca.

Salah satu media yang cukup efektif dalam penyampaian informasi adalah slogan. Melalui media ini kita dapat mengetahui beberapa informasi. Hal pertama yang kita lihat dari slogan yaitu kata, kalimat atau paragraf. Kata, kalimat atau paragraf pada slogan selalu dibuat semenarik mungkin sehingga pembaca merasa nyaman dan tertarik untuk membacanya, bahkan tidak sedikit kata, kalimat, atau paragraf yang dibuat lucu bahkan nyeleneh.

Ambiguitas dapat terjadi dalam bahasa lisan maupun tulis, namun perlu disadari bahwa dalam bahasa lisan seringkali terdapat ambiguitas dan dapat dihindari dengan adanya intonasi dalam percakapan, tapi dalam bahasa tulisan ambiguitas sulit dihindari, salah satunya bisa kita jumpai pada slogan covid-19 di kota Pekalongan terdapat pada kata, kalimat, atau paragraf yang mengandung banyak makna atau ambigu. Oleh karena itu penulis merasa tertarik dengan makna ambigu ini sehingga dapat mengetahui bagaimana ambiguitas terjadi pada slogan covid-19 di kota Pekalongan.

Penelitian yang berhubungan tentang ambiguitas atau ketaksaan pernah dilakukan oleh Hartimukti (2008) berjudul "Ambiguitas Slogan Televisi". Ini berusaha mencari kemungkinan pemaknaan yang muncul dari iklan yang memiliki sifat ambigu itu dan mengetahui jenis-jenis ambiguitas yang dimungkinkan dimiliki oleh iklan televisi antara makna konvensional dan makna kontekstual dari slogan.

Menurut Rianto (2012) dalam skripsinya yang berjudul "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi efektifitas iklan media elektronik (TV) produk sepeda motor Yamaha" menyimpulkan bahwa kualitas pesan, daya tarik iklan dan frekuensi

penayangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas iklan baik secara parsial maupun simultan

Trismanto (2018) "Ambiguitas dalam bahasa Indonesia", berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa berkomunikasi adalah hal yang penting untuk menyampaikan informasi, isi pikiran, gagasan, perasaan, dan kemauan kita terhadap orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai media, dapat memiliki dua pengertian atau adanya makna yang lebih dari satu dapat menimbulkan ambiguitas.

Jamal (2010) berjudul "Analisis Kesalahan Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Siaran Berita Televisi Swasta" skripsi IKIP Semarang. Penelitian ini bertujuan mendapatkan deskripsi tentang kesalahan penggunaan bahasa Indonesia dalam siaran televisi swasta. Data penelitian ini berupa data alami penggunaan bahasa Indonesia lisan dalam siaran berita televisi swasta.

Piantadosi (2012) melakukan penelitian dengan judul "The Communicative Function of Ambiguity in Language". Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dalam menyajikan teori informasi yang umum serta sistem komunikasi yang efisien dan efektif dapat menjadi ambigu, dengan asumsi bahwa konteksnya informatif dengan makna. Penelitian ini bermaksud ingin menunjukkan bahwa ambiguitas adalah properti fungsional bahasa yang memungkinkan efisiensi komunikatif yang lebih besar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu baca dan catat. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan teknik reduksi data menurut Milles And Huberman.

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga simpulan final dapat ditarik dan diverifikasi (Milles And Huberman, 2007: 16)

Data penelitian ini kualitatif deskriptif Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer, yaitu 30 data slogan terkait covid-19 di kota pekalongan . Terdiri dari 20 data ambiguitas gramtikal dan 10 data ambiguitas leksikal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini data yang dikaji adalah kata, frasa, klausa ataupun kalimat yang terdapat pada slogan terkait covid-19 di kota Pekalongan dan implikasinya dengan pembelajaran teks eksposisi di SMA.

Slogan terkait covid-19 di kota Pekalongan yang dijadikan data penelitian ini memiliki makna ganda atau ambigu berjumlah 30 data. Slogan yang mengandung ambiguitas berdasarkan jenis ambiguitas gramatikal berjumlah dua puluh data pada slogan terkait covid-19 di kota Pekalongan. Slogan yang mengandung ambiguitas berdasarkan jenis ambiguitas leksikal berjumlah sepuluh data pada slogan terkait covid-19 di kota Pekalongan.

Ambiguitas gramatikal memunculkan beberapa makna yang disebabkan oleh faktor-faktor atau struktur pembentuknya. Ambiguitas makna yang terjadi pada bentuk gramatikal terjadi karena adanya imbuhan (sufiks atau prefiks), ambiguitas pada pronominal, maupun pada akhiran ifleksionis. Berdasarkan penelitian pada slogan terkait covid-19 di kota Pekalongan ditemukan dua puluh data yang memiliki makna ganda atau ambigu. Berikut hasil pembahasannya.



Data 1. Pastikan Rumah Anda Terkunci

Pada slogan “Pastikan Rumah Anda Terkunci” mengandung makna ambiguitas gramatikal karena tidak adanya tanda baca yang jelas dan intonasi sehingga mengakibatkan salah penafsiran pada pembaca. Kita lihat pada kutipan slogan terkait covid-19 di kota Pekalongan dibawah ini. “Pastikan Rumah Anda Terkunci Dengan Baik Sebelum Ditinggal Bepergian.”

Dari kutipan kutipan slogan diatas dapat kita simpulkan bahwa makna yang terkandung bukan “Pastikan Rumah, Anda Terkunci Dengan Baik Sebelum Ditinggal Bepergian” tapi yang dimaksud dari slogan tersebut yaitu “Pastikan” rumah anda terkunci dengan baik sebelum ditinggal berpergian” dengan ditambahkan koma dapat menciptakan konteks serta intonasi yang lebih jelas sehingga tidak terjadi kesalahpahaman bagi pembaca jadi tidak ambigu.

Ambiguitas leksikal terjadi pada tataran kata. Suatu kata terkadang mempunyai makna lebih dari satu, berdasarkan penelitian ambiguitas leksikal, Berdasarkan penelitian pada slogan terkait covid-19 di kota Pekalongan ditemukan sepuluh data yang memiliki makna ganda atau ambigu. berikut hasil pembahasannya.



Data 2. Jika Bepergian Atau Berada Ditempat Umum Untuk Kepentingan Penting

Kata ”umum” pada slogan“Jika Bepergian Atau Berada Ditempat Umum Untuk Kepentingan Penting”adalah sebuah *adjectiva*.

Kata “umum” memiliki arti “mengenai seluruhnya atau menyeluruh, tidak menyangkut khusus.(tertentu) saja” tetapi pada slogan “Jika Bepergian Atau Berada Ditempat Umum Untuk Kepentingan Penting,” kata “umum” memiliki makna “tempat yang terdapat khalayak ramai atau banyak orang”. Ini menimbulkan ketaksaan pada kata itu sendiri hal itu bisa dilihat dari kutipan slogan tersebut.

Pembelajaran teks eksposisi di SMA Sesuai dengan silabus SMA kelas X pada KD 3.4. Menganalisis struktur dan kebahasaan teks eksposisi. Dalam dunia pendidikan terdapat pembelajaran bahasa Indonesia. Pembelajaran bahasa Indonesia sangat penting pada dunia pendidikan. Pembelajaran bahasa Indonesia bertujuan agar peserta didik lebih menghargai bahasa Indonesia dan dapat meningkatkan kemampuan serta keterampilan dalam berbahasa sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia.

Knap dan Watkins (2009:192) menggambarkan bahwa struktur teks eksposisi terdiri dari 3 hal, yaitu pernyataan (thesis), pendapat dan bukti (argument), dan kesimpulan (conclusion). Tesis dalam teks eksposisi diawali dengan sebuah pernyataan jelas penulis mengenai topik yang akan dibahas. Tesis ini akan diikuti oleh pendapat (argumen) yang mendukung pernyataan penulis tersebut. Setiap argumen yang dihadirkan harus disertai dengan bukti/alasan yang jelas dan logis untuk menguatkan setiap argumen yang disampaikan. Selanjutnya, dalam teks eksposisi harus ada kesimpulan. Kesimpulan berfungsi untuk memperjelas maksud penulis agar tersampaikan dengan jelas kepada pembaca.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap ambiguitas pada slogan covid-

19 di kota Pekalongan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

Terdapat Slogan terkait covid-19 di kota Pekalongan yang dijadikan data penelitian ini memiliki makna ganda atau ambigu berjumlah 30 data yaitu :

(1) Slogan yang mengandung ambiguitas berdasarkan jenis ambiguitas gramatikal berjumlah dua puluh data pada slogan terkait covid-19 di kota Pekalongan. Dari kutipan slogan tersebut dapat kita simpulkan bahwa makna yang terkandung ambiguitas dengan ditambahkan koma dapat menciptakan konteks serta intonasi yang lebih jelas sehingga tidak terjadi kesalahpahaman bagi pembaca jadi tidak ambigu pada setiap kata atau kalimat. (2) Slogan yang mengandung ambiguitas berdasarkan jenis ambiguitas leksikal berjumlah sepuluh data pada slogan terkait covid-19 di kota Pekalongan. Ambiguitas ini terjadi pada tataran kata. Suatu kata terkadang mempunyai makna lebih dari satu, berdasarkan penelitian ambiguitas leksikal. Berdasarkan penelitian pada slogan terkait covid-19 ditemukan sepuluh data yang memiliki makna ganda atau ambigu. Kata “umum” pada slogan “Jika Bepergian Atau Berada Ditempat Umum Untuk Kepentingan Penting” adalah sebuah *adjectiva*. Kata “umum” memiliki arti “mengenai seluruhnya atau menyeluruh, tidak menyangkut khusus. (tertentu) saja” tetapi pada slogan “Jika Bepergian Atau Berada Ditempat Umum Untuk Kepentingan Penting, kata “umum” memiliki makna “tempat yang terdapat khalayak ramai atau banyak orang”. Ini menimbulkan ketaksaan pada kata itu

sendiri hal itu bisa dilihat dari kutipan slogan tersebut.

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai contoh dalam mengkaji kaidah kebahasaan yang ada di dalam pembelajaran teks eksposisi serta sebagai alternatif bahan ajar pada pembelajaran teks eksposisi di SMA. Selain itu, mampu menggunakan penelitian ini sebagai bahan ajar dalam pembelajaran teks eksposisi. Dengan menggunakan penelitian ini, diharapkan mampu merubah pola pikir peserta didik dan mengajarkan tentang tata cara penulisan kalimat yang sesuai dengan kaidah kebahasaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaer, Abdul. 2009. *Linguistik Umum*. Jakarta: Pt Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul. 2010. *Sosiolinguistik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Kridaklasana, Harimurti. 2001. *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Moelong, Lexy, J.2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Sugiono, Dendy. 2009. *Mahir Berbahasa Indonesia Dengan Benar*. Jakarta: PT. Gramedia
- Purwanti, Dwi dkk. 2013. *Makna Ambiguitas Slogan Iklan Sepeda Motor Di Televisi*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah
- Putu, Dewa Dkk. 2008. *SOSIOLINGUISTIK Kajian Teori Dan Analisis*. Yogyakarta : Pustaka Belajar.
- Prihatini, Ainia. 2015. *Master Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: PT. Bentang Pustaka.
- Trismanto. 2018. *Ambiguitas dalam bahasa Indonesia*, Jurnal Bangun

Rekaprima. Diakses pada 04/1/april/2018.42-48.

<http://dx.doi.org/10.32497/bangunr-ekaprima.v4i1,%20April.1118>

Ullman, Stephen. 2007. *Pengantar Semantik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.