

Kajian Analisis Struktur Bahasa Tingkat Dasar pada Slogan Reklame di Kabupaten Rejang Lebong

Ifnaldi¹, Sinta Sintiani²

^{1,2}Institut Agama Islam Negeri Curup

¹Ifnaldi1965@gmail.com, ²sintasintani67@gmail.com

Abstract: *The purpose of this study was to determine how the use of language structure in writing in advertisements and forms of typos in the Indonesian Spelling Guidelines (PUEBI) contained in these advertisements. This type of research is field research with a descriptive qualitative approach (Field Research), data collection is carried out through observation, documentation and recording methods, the results of the study reveal that the use of language structures on billboards and typos is: (1) 4 language structures The billboards encountered by the author are evocative, informative, persuasive and effective. Where the use of evocative language reached 18.9%, informative 61.1%, persuasive 15.6% and kinetic energy 4.4%. Although there are errors in the use of punctuation marks such as commas, (,) and letters.*

Keywords: *Ad language structure and orthography*

Abstrak : Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan struktur bahasa dalam tulisan pada iklan dan bentuk-bentuk kesalahan ketik pada Pedoman Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) yang terdapat pada iklan tersebut. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif deskriptif (*Field Research*), pengumpulan data dilakukan melalui metode observasi, dokumentasi dan pencatatan, hasil penelitian mengungkapkan bahwa penggunaan struktur bahasa pada billboard dan salah ketik adalah: (1) 4 struktur bahasa papan reklame yang ditemui penulis bersifat menggugah, informatif, persuasif dan efektif. Dimana penggunaan bahasa menggugah mencapai 18,9%, informatif 61,1%, persuasif 15,6% dan energi kinetik 4,4%. Meskipun terdapat kesalahan dalam penggunaan tanda baca seperti koma, (,) dan huruf.

Kata Kunci: *Struktur Dan Ortografi Bahasa Iklan*

PENDAHULUAN

Bahasa adalah alat komunikasi antara manusia dengan manusia. Dengan bahasa kita harus menyatukan bangsa, budaya dan agama. Bahasa juga merupakan sarana komunikasi bagi manusia dalam kehidupan sehari-hari, bahasa juga merupakan sarana untuk

menyampaikan pikiran, pendapat dan gagasan.¹ Dengan kata lain: Kehidupan linguistik juga dapat terjadi melalui bahasa. Bahasa memegang peranan yang sangat penting. Konsep di atas: "Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan semua sistem lambang fonetik yang digunakan oleh anggota kelompok masyarakat." Selain itu, Wibowo yakin bahwa pentingnya bahasa merupakan hubungan yang sangat spiritual untuk hidup bersama.² Dalam penggunaan bahasa yang baik harus memperhatikan bahasa tulisan, seperti misalnya tentang tanda baca harus mengacu pada Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI), dimana PUEBI sangat besar peranannya dalam penulisan etika di tingkat nasional.³

Periklanan adalah alat untuk menginformasikan, menawarkan, dan memasarkan barang dan jasa kepada seluruh masyarakat. Ini menggunakan gambar dan kata-kata yang menarik perhatian orang dan berbicara dengan bahasa tertulis sehingga pesan tertulis orang tersebut tersampaikan secara akurat. Pembaca. Itulah sebabnya penggunaan tanda baca dalam penulisan memegang peranan yang sangat penting dalam menyampaikan makna dari bahasa itu sendiri, agar tidak terjadi kesalahan dalam penulisan bahasa itu sendiri. Luet adalah tanda yang digunakan dalam bahasa tulisan agar kalimat yang kita tulis dapat dipahami oleh masyarakat dan ikut serta dalam isi pengumuman. Oleh karena itu, bahasa yang digunakan dalam iklan harus menarik, indah dan mudah dimengerti atau dimengerti oleh masyarakat.⁴

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam beriklan. Pertama, menggunakan struktur bahasa, pilihan bahasa, dan ejaan agar lebih mudah dipahami oleh masyarakat umum. Jangan abaikan dua tanda baca. Iklan yang kami buat menarik perhatian dengan memberikan nuansa warna setiap huruf yang mungkin berbeda dengan iklan lainnya, dan membantu komunitas kami untuk membuat orang mau membeli apa yang kami jual, itu harus menjadi daya tarik tersendiri. Iklan juga

¹ L A Abdul Chaer, 'Sosiolinguistik. Perkenalan Awal' (Rineka Cipta, 1995). Robert Carroll and David Joulfaian, 'Taxes and Corporate Giving to Charity', *Public Finance Review*, 33.3 (2005), 300–317.

² S E Wibowo and M Phil, 'Manajemen Kinerja Edisi Tiga', *Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada*, 2007

³ Nurhuda Widiyana, 'Budaya Lokal Dalam Tradisi "Nyumpet" Di Desa Sekuro Kecamatan Mlonggo Kabupaten Jepara', *Jurnal Ilmu Dakwah*, 35.2 (2017), 286–306.

⁴ Febri Irawan, 'Kajian Semantik" Leksikon Bermakna Jatuh" Dalam Bahasa Banjar' (Universitas Muhammadiyah Malang, 2022). E Wibowo and M Phil, 'Manajemen Kinerja Edisi Tiga', *Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada*, 2007.

merupakan salah satu alat yang digunakan untuk tujuan informasi, menggunakan gambar dan kata-kata untuk menarik perhatian publik dan mendorong partisipasi publik dalam isi iklan untuk mempromosikan produk ke seluruh masyarakat, menyediakan dan mengiklankan layanan. Oleh karena itu, bahasa yang digunakan dalam iklan harus menarik, indah, dan dapat dipahami oleh masyarakat umum.

Iklan tidak hanya berfungsi sebagai instalasi, tetapi juga sebagai bahan promosi barang dan jasa. Dalam hal ini, perhatian juga harus diberikan pada penggunaan struktur linguistik, pemilihan bahasa, ejaan bahasa yang benar dan benar. Iklan yang baik harus menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan dimengerti oleh masyarakat umum.

Selain itu, tanda baca yang digunakan sudah sesuai dengan kaidah tata bahasa Indonesia yang benar. Selain tata bahasa dan struktur bahasa, iklan kami menarik perhatian dengan memberi setiap huruf warna yang berbeda dari iklan lainnya, sehingga melibatkan komunitas itu sendiri dan membantu orang memahami apa yang kami jual. membelinya. Kabupaten Rejang Lebong terletak di provinsi Bengkulu dan memiliki 15 kecamatan diantaranya Kecamatan Curup Selatan, Kecamatan Curup Utara, Kecamatan Curup Timur, Kecamatan Curup Tengah dan lain-lain. Dimanakah Kota Curup Ibukota Kabupaten Rejang Lebong? Kota Curup merupakan pusat berbagai perdagangan, pemerintahan, dll. Provinsi Rejang Lebong sangat padat penduduknya dan bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia Jawa dan Serawai. Mayoritas bahasa daerah adalah Rejang dan Melayu, meskipun ada bahasa lain seperti Melayu, Minang, Semendo, Musi dan masih banyak lagi. Namun terlepas dari itu, Bahasa Indonesia merupakan bahasa yang menghubungkan setiap orang sebagai alat komunikasi antar manusia.

Pertama kali diamati pada tanggal 3 Januari 2022, banyak terjadi kesalahan dalam penggunaan tanda baca dan konstruksi bahasa yang digunakan saat membuat iklan yang diletakkan di depan tanda ini, seperti di bawah ini.

fotocopi | | penjilitan | | laminating | | print | | scan cetak foto | | alat tulis
kantor & sekolah benda pos/matrai | | voucher | pulsa | token

Menurut PUEBI koma (,) harus digunakan pada contoh di atas untuk menunjukkan bahwa kalimat tersebut belum selesai atau hanya dijeda. "*Copy, binding, laminating, printing, scanning, photo printing*, alat tulis kantor dan sekolah, "*Mail & Matras*." kupon, tagihan, token. Selain itu, masih banyak yang perlu diperbaiki lagi agar terlihat bagus dan mudah dipahami oleh masyarakat luas. Kajian serupa juga dilakukan oleh

Wildan Lizky Mulia dan Deden Sutrisna dalam jurnal berjudul *Kesalahan Penggunaan Tanda Baca dan Kata Pinjaman pada Spanduk dan Baliho di Kecamatan Telaga karangan Rapp. S. & Collins*.⁵ Dari hasil survei, ditemukan banyak kesalahan tanda baca dan kata-kata asing. Dalam menyelidiki penelitian ini, penulis membahas penggunaan struktur bahasa dan tanda baca yang membedakan karya saya dari penelitian sebelumnya. Untuk itu, penulis memandang penting untuk melakukan penelitian dengan judul “Kajian Analisis Struktur Bahasa Tingkat Dasar pada Slogan Reklame di Kabupaten Rejang Lebong”.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang bertujuan menjelaskan fenomena-fenomena secara mendalam, dan dilakukan dengan mengumpulkan data-data masa lalu.⁶ Pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan situasi di mana data yang dianalisis didasarkan pada perhitungan statistik. Tempat atau lokasi studi di Kabupaten Rejang Lebong fokus pada Curup Kota, Curup Tengah, Curup Selatan, Curup Timur dan Curup Utara. Subjek. Teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, dan teknik mencatat menangkap kesalahan bahasa dan menampilkan kesalahan ejaan. Teknik Analisis Data adalah mengklasifikasikan dan mengelola data yang dikumpulkan untuk membenarkan efektivitasnya. Data yang terkumpul kemudian dianalisis. Analisis data yang digunakan yaitu (1) rekonstruksi data dilakukan dalam bentuk langkah-langkah seleksi, penyuntingan, pemusatan, penyederhanaan dan transformasi data teliti yang ada berdasarkan catatan lapangan. (2) Representasi data adalah data yang disajikan dalam bentuk tertulis yang disederhanakan untuk menggambarkan pemahaman umum tentang apa yang digali dari lapangan. (3) Verifikasi adalah data yang disusun menurut kontradiksi dari mana kesimpulan ditarik.

⁵ Rapp. S. & Collins. T. *Terobosan Baru dalam Strategi Promosi, Periklanan, dan Promosi, Maxi Marketing* (there. Hifni Alifahmi), (Jakarta : Erlangga, 1995).

⁶ Arikunto, S. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik* (2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini membahas temuan penelitian secara keseluruhan dengan menjelaskan tentang penemuan penggunaan struktur bahasa pada reklame dan kesalahan penggunaan ejaan pada papan reklame di Kabupaten Rejang Lebong.

Analisis Struktur Bahasa Pada Reklame Di Kecamatan Curup.

Struktur tekanan yang tersedia depan advertensi ini sangat berkecukupan sekali kepada kurnia reklame supaya mengeluarkan kehendak dan mengeluarkan interes para pembeli kepada berupaya benda kita seperti yang di kemukakan oleh “Menurut Rapp & Collins bahwa sudut rupa tekanan yang terdapat depan reklame atau papan iklan tersedia 4 babak yang harus di teliti diantaranya adalah 1).menggugah, 2).Informatif, 3).Perssuasif, 4). Bertenaga gerak⁷. Reklame serupa maksiat tunggal konstruksi tekanan reklame dituntun mampu menggugah, mengeluarkan, mengidentifikasi, menyendat solidaritas bagian dalam mengkombinasikan wejangan menjelang kahalayak” Seperti babaknya bahwa penggunaan tekanan depan reklame advertensi ini mencangkup 4 yang harus di teliti di antaranya: (a) Menggugah: yang mana menggugah ini adalah di mana bertumpu depan rupa operasi tekanan yang digunakan itu bersifat mengira niat pelanggan, menerimakan penanggulangan dan menerimakan kehendak, di mana kita harus membangun reklame itu memindai suasana yang satu bahasa tambah niat pelanggan yang terdapat; (b) Informatif: yang dimaksud depan penggunaan tekanan yang terdapat depan advertensi ini adalah dimana penggunaan tekanannya yaitu lugas atau spesifik, babak yang akan disampaikan itu harus spesifik dan tidak lanjut atau tidak rancu; (c) Persuasif: adalah di mana operasi tekanan yang digunakan depan papan iklan adalah mengabdikan perkataan atau tutur yang yang bisa membangun pelanggan nyaman, senang, tentram dan menghibur. Yang bisa mengeluarkan kehendak atau mengimbau pelanggan kepada mengerjakan perlengkapan atau memesan muatan dan kebaikan yang kita alokasikan di papan iklan itu; (d) Bertenaga gerak: dimana bagian dalam operasi tekanan yang akan digunakan kepada membangun advertensi tatanan tutur-tutur yang mengatakan kepada dilakukan dan dimanfaatkan jangka kala periode penyulingan atau periode promosinya berlangsung. Adapun koran analisisnya:

⁷Rapp, S., & Collins, T. Terobosan baru dalam strategi promosi, periklanan, dan promosi, Maxi Marketing. (there. Hifni Alifahmi). Jakarta: Erlangga. (1995).

Struktur bahasa yang mengandung unsur menggugah

Struktur bahasa pada reklame terdapat struktur bahasa yang menggugah, dimana menggugah memiliki bahasa digunakan itu bersifat mencermati kebutuhan konsumen, memberikan solusi dan memberikan perhatian, di mana kita harus membuat iklan itu melihat situasi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen yang ada. Berikut contoh reklamenya:



Gambar 1. Reklame struktur bahasa yang menggugah

Pada gambar di atas dapat dilihat ada struktur bahasa menggugah (*rasa halus harga bagus*) dimana mencermati kebutuhan konsumen harga dan kualitas rasa dengan memperhatikan ekonomi atau daya beli seseorang.



Gambar 2. Reklame struktur bahasa yang menggugah

Pada reklame di atas terdapat struktur kata menggugah (*bersih, rapih, wangi*) dimana bahasanya mencermati kebutuhan dan memberi solusi akan konsumen yang akan menggunakan jasa yang ditawarkan.



Gambar 3. Reklame struktur bahasa yang menggugah

Struktur bahasa menggugah pada reklame atau diatas ialah (*dari proses hebat tercipta cat hebat*) yang mana bahasa yang di gunakan itu mencermati akan kebutuhan konsemen dan memberi perhatian.



Gambar 4. Reklame struktur bahasa yang menggugah

Penggunaan struktur reklame iklan di atas adalah (**berani berubah lebih baik**) dimana bahasanya di pakai mencemati kebutuhan konsumen agar lebih baik.



Gambar 5. Reklame struktur bahasa yang menggugah

Struktur menggugah adalah (**bangunya dimana nyangkutnya dimana**) dimana produsennya mencermati kebutuhan konsumen yang butuh akan hal yang lebih menantang bagi konsumen.

Struktur bahasa yang mengandung unsur informatif

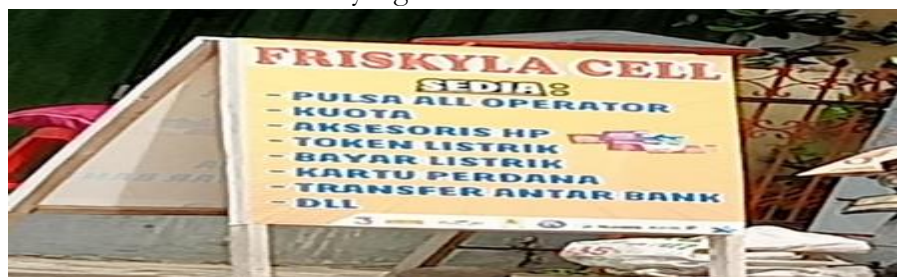
Struktur bahasa mengandung informatif. penggunaan bahasanya harus lugas jelas, dan tidak bertele-tele atau tindak rancu. Dimana bahasa informatif ini langsung masuk ke poin yang akan di sampaikan tanpa ada bahasa rancu atau tidak jelas . seperti contoh dibawah ini:



Gambar 6. Reklame Struktur bahasa yang mengandung unsur informatif

Dari reklame di atas termasuk ke dalam struktur bahasa yang informatif karena langsung menyampaikan hal yang akan di promosikan mengenai penjualan

Perengkapan pakaian. tanpa menggunakan bahasa yang bisa membuat rancu dan bahasa yang bertele-tele.



Gambar 7. Reklame struktur bahasa yang mengandung unsur informatif .

Reklame di atas termasuk kedalam struktur bahasa yang informatif yang di sampaikan secara langsung mengenai jual pulsa dan kuota dll. Tanpa menggunakan bahasa tambahan sebagai daya tarik.



Gambar 7. Reklame struktur bahasa yang mengandung unsur informatif

Penggunaan struktur bahasa yang informatif secara langsung menyampaikan hal yang promosikan, tanpa menggunakan bahasa yang berlebihan.



Gambar 8. Reklame struktur bahasa yang mengandung unsur informatif

Struktur bahasa sampainya secara langsung tanpa menggunakan bahasa tambahan untuk menjadi daya tarik.



Gambar 9. Reklame struktur bahasa yang mengandung unsur informatif

Penggunaan bahasa yang informatif iklan di atas langsung menyampaikan hal apa yang akan di sampaikan tanpa bahasa yang bertele-tele.

Struktur bahasa yang mengandung unsur persuasif.

Struktur bahasa yang mengandung unsur persuasif, bahasa yang digunakan membuat konsumen nyaman, senang, tentram dan menghibur dapat menarik perhatian atau mengajak konsumen untuk melakukan sesuatu untuk membeli barang dan jasa yang kita promosikan. Berikut contoh adalah sebagai berikut :



Gambar 10. Reklame Struktur bahasa yang mengandung unsur persuasif.

Pada gambar reklame di atas struktur bahasa persuasif yaitu **(lebih mudah bayar pajak bumi dan bangunan tanpa perlu antri)**. Dimana penggunaan bahasa yang digunakan mengajak masyarakat untuk ikut membayar pajak bumi ataupun bangunan melalui transaksi di bank supaya menghindari antrian dan pembayaran akan menjadi lebih mudah lagi.



Gambar 11. Reklame Struktur bahasa yang mengandung unsur persuasif.

Reklame diatas terdapat struktur bahasa persuasif yaitu (**Neo Rhemachil obatnya nyeri otot dan pegal linu reda rejeki datang**) struktur bahasa yang di gunakan itu seolah mengajak konsumen untuk menggunakan produk yang di promosikan dimana kita menggunakan produk ini akan mendatangkan rejeki.



Gambar 12. Reklame Struktur bahasa yang mengandung unsur persuasif.

Reklame di atas struktur bahasa persuasif (**Hasilnya langsung bisa di lihat di tempat**) dimana bahasa yang di pakai ini seolah mengajak konsumen untuk ikut dalam promosi yang ia lakukan dengan iming-iming hasil bisa di lihat secara langsung di tempat.



Gambar 13. Reklame Struktur bahasa yang mengandung unsur persuasif

Reklame di atas terdapat struktur bahasa persuasif yaitu (**ganti AHM OIL sparepart di AHASS dijamin asli 100%**) Bahasa yang di gunakan ini terdapat unsur mengajak atau membuat konsumen nyaman akan hal yang di promosikan yang mana mendapatkan oli asli yang di jamin 100%.



3.

Gambar 14. Reklame Struktur bahasa yang mengandung unsur persuasif.

Struktur bahasa yang persuasif adalah (mau jual pulsa dan kuota? Daftar di sini aja deposito saldo/pulsa jemput saldo/deposito gratis bagi vocer & perdana accesoris) bahasa yang di sampaikan terdapat bahasa yang membuat konsumen nyaman dimana penawaran yang di lakukan seperti mengajak untuk bergabung .

Struktur bahasa yang mengandung unsur bertenaga gerak.

Struktur bahasa pada reklame yang mengandung struktur bahasa yang bertenaga gerak. Penggunaan bahasa yang akan digunakan dalam reklame komposisi kata-kata yang mengisyaratkan untuk dilakukan dan dimanfaatkan selama masa penawaran atau masa promosinya berlangsung atau berkaitan dengan batas waktu yang di sampaikan dalam reklame. Berikut data reklamennya:



Gambar 15. Reklame struktur bahasa yang mengandung unsur bertenaga gerak.

Struktur bahasa yang bertenaga gerak pada reklame ini ialah (kuota full 24 jam selama 30 hari) dimana pada reklame kali ini terdapat keterangan waktu yang mana menyatakan dalam waktu 30 hari.



Gambar 16. Reklame struktur bahasa yang mengandung unsur bertenaga gerak.

Reklame ini terdapat struktur bahasa dengan bertenaga gerak unsur keterangan atau batas waktu yang di lakukan dalam promosi ini yaitu (diskon semua barang 20% all item periode 23des-09jan 2022).



Gambar 17. Reklame struktur bahasa yang mengandung unsur bertenaga gerak.

Reklame di atas terdapat struktur bahasa yang berkaitan dengan bertenaga gerak yang mana ada unsur keterangan atau batas waktu yang di lakukan dalam promosi ini yaitu (jadwal pendaftaran 1 maret-31 mei).



Gambar 18. Reklame struktur bahasa yang mengandung unsur bertenaga gerak.

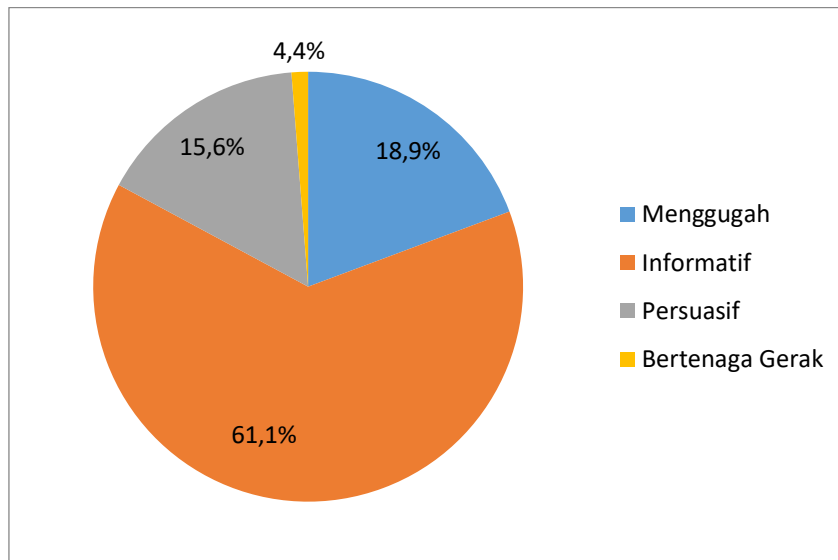
Reklame diatas struktur bahasa yang berkaitan dengan bertenaga gerak terdapat ada unsur keterangan atau batas waktu yang di lakukan dalam promosi ini yaitu **(salon pratiwi bukak senin-kamis, pukul 08:00-14:00)**

Berdasarkan analisis penjelasan di atas kategori mengenai penggunaan struktur bahasa pada reklame di Kabupaten Rejang Lebong, penggunaan struktur bahasa ini paling banyak adalah penggunaan struktur bahasa yang informatif, dan yang paling sedikit adalah penggunaan struktur bahasa yang bertenaga gerak. adapun persentase dari kategori masing-masing pengelompokan data reklame yang di dapatkan adalah sebagai berikut.

Tabel 4.1
Persentase Penggunaan Struktur Bahasa Pada Reklame

No	Aspek struktur bahasa reklame	Jumlah data	Persentase
1.	Menggugah	17	18,9%
2.	Informatif	55	61,1%
3.	Persuasive	14	15,6%
4.	Bertenaga gerak	4	4,4%
Jumlah keseluruhan		90	100%

Tabel di atas menjelaskan pengelompokan penggunaan struktur bahasa pada reklame yang paling tinggi adalah penggunaan struktur bahasa yang informatif 55 reklame dengan persentase 61,1% dan paling rendah adalah penggunaan struktur bahasa yang bertenaga gerak yaitu 4 reklame dengan persentase 4,4% , penggunaan struktur bahasa yang menggugah ada 17 reklame dengan presentase 18,9%, penggunaan struktur bahasa persuasif ada 14 reklame dengan persentase 15,6% dari total keseluruhan reklame yang di temui di lapangan yaitu sebanyak 90 reklame. Adapun perbandingan penggunaan struktur bahasa pada reklame dapat dilihat pada gambar diagram di bawah ini.



Kesalahan-kesalahan dalam reklame

Kesalahan-kesalahan yang ditemukan dalam reklame di kota Curup seperti kesalahan tanda baca, kesalahan bahasa, dan lain-lain dapat kita lihat dalam reklame-reklame di bawah ini.

Kesalahan Penggunaan Tanda Baca

Kesalahan penggunaan tanda baca meliputi tanda koma (,), tanda hubung (-), yang tidak tepat pada data di bawah ini karena setelah pemakaian tanda koma (,) penulisan kata, karena dengan menggunakan tanda koma (,) berarti menyatakan bahwa kalimat tersebut belum berakhir dengan kata lain kalimat tersebut hanya diberi jeda.



Gambar 19. Iklan poto copi, ikan hias dan mencetak kartu Vaksin

Kalimat:

Menjual Ikan Hias, Makanan Ikan, Peralatan dan Accessories Aquarium.
 Fotocopi | |Penjilitan | |Laminating | |Print | |Scan Cetak
 Poto | |Alat Tulis Kantor & Sekolah

*Benda Pos/Matrai | |Voucher|Pulsa|Token
 Mencetak kartu vaksin*

Analisis:

Dalam papan reklame di atas terlihat beberapa iklan yang di pasang adalah iklan penjualan ikan hias, iklan mengenai poto copi, dan mencetak kartu vaksin. Dimana dalam reklame itu harus singkat jelas dan mudah di mengerti. dan pada reklame terlalau banyak topic yang di munculkan seharusnya satu topic saja yang di bahas agar lebih menarik perhatian masyarakat atau khalayak banyak. Agar orang tertarik dengan apa yang kita sampaikan .

Kemudia di papan reklame tersebut menggunakan tanda | | sebagai alat pemisah kata contohnya (Fotocopi | |Penjilitan | |Laminating | |Print | |Scan Cetak Poto | |Alat Tulis Kantor & Sekolah Benda Pos/Matrai | |Voucher|Pulsa|Token). Jika kita perbaiki seharusnya menjadi “Fotocopi, Penjilitan, Laminating, Print, Scan Cetak Poto, Alat Tulis Kantor & Sekolah Benda Pos/Matrai, Voucher, Pulsa, Token.” Dimana kita dapat menggunakan tanda koma untuk pemisah kata dimna penggunaan tanda baca (,) ini di pakai untuk unsur-unsur dalam suatu perincian. berarti menyatakan bahwa kalimat tersebut belum berakhir dengan kata lain kalimat tersebut hanya diberi jeda.



Gambar 20. Ikan sembako dan kuota internet

Kalimat:

Meyediakan

Berbagai macam sembako
Kebutuhan rumah tangga dll
Lengkap dan murah
Sedia
Pulsa-token listrik-voucher kuota
Pembayaran tagihan
PLN-telkom-BPJS-kartu Halo dll

Analisisnya:

Dari reklame di atas terdapat tanda (-) pada reklame mana tanda tersebut di gunakan untuk bagian kata yang terpenggal atau terpotong, seharusnya menggunakan tanda baca koma (,) tanda baca koma ini sesuai dengan tempatnya dimana tanda baca ini di pakai di antara unur-unur dalam pemerincian atau pembilangan , contohnya (PLN,Telkom, BPJS, kartu Halo dll.) dimana agar lebih berarti menyatakan bahwa kalimat tersebut belum berakhir dengan kata lain kalimat tersebut hanya diberi jeda.



Iklan penjualan alat teknik

Toko Prima Teknik Menjual

Alat-alat teknik, oksigen, argon, pompa air, baut & mur alat kesehatan kerja, alat perbengkelan, DLL.

Analisisnya

Reklame di atas saya menganalisis bahwa ada kesalahan penulisan ejaan dan penggunaan tanda baca yang ada di reklame tersebut yang mana kesalahan pertama yaitu kesalahan ejaan menuliskan **oksigen** sedangkan penulisan yang sesuai dengan KBBI sebenarnya adalah **oksigen** dimana ada pelesetan kata menjadi x disana hal ini akan merubah bunyi yang akan di timbulkan apabila di baca.



Iklan service & variasi

Kalimat:

Jeck motor
Service & Variasi
Service-Ganti Oli-Tune Up Dll

Analisisnya:

pada data kali ini di temukan kesalahan penggunaan tanda hubung (-) penggunaan tanda hubung ini di gunakan untuk menandai kata yang terpenggal oleh pergantian baris, menyambung unsur kata ulang, dan memperjelas hubungan bagian kata atau ungkapan , maka pada reklame ini seharusnya menggunakan tanda baca (,) yang tepat untuk kata dalam reklame tersebut misalnya (Service-Ganti Oli-Tune Up Dll). Ini menjadi (Service, Ganti Oli, Tune Up Dll). Atau mengganti tanda (-) menjadi tanda (,) Berarti menyatakan bahwa kalimat tersebut belum berakhir dengan kata lain kalimat tersebut hanya diberi jeda.



Iklan kuota

Kalimat

FRISKYLA CELL

Sedia:

Pulsa all operator-kuota-aksesories hp-token listrik-bayar listrik-katu
perdan-transfer antar bank-DLL

Analisisnya:

Reklame kali ini di temukan kesalahan penggunaan tanda hubung (-) yang mana penggunaan tanda hubung ini di gunakan untuk menandai kata yang terpenggal oleh pergantian baris, menyambung unsur kata ulang, dan memperjelas hubungan bagian kata atau ungkapan , maka pada reklame ini seharusnya menggunakan tanda baca (,)Berarti menyatakan bahwa kalimat tersebut belum berakhir dengan kata lain kalimat tersebut hanya diberi jeda.



Iklan penjualan handphone

kalimat:

handphone & accessories

menjual handphone baru-secound-acesories handphone-musik box-
kartu perdana-kuota internet- pulsa listrik dll.

Pada analisis kesalahan ejaan reklame di atas adalah kesalahan penggunaan tanda baca pada penulisan reklame di atas dikarenakan penggunaan tanda hubung (-) yang di gunakan untuk memisahkan kalimat atau pemberi tanda jeda, yang mana seharusnya digunakan tanda baca koma(,) dimana tanda koma ini berfungsi sebagai pemberi jeda suatu kata dan menyatakan bahwa kalimat tersebut belum berakhir.



Iklan percetakan

Kalimat :

Edhi reklame

Mengerjakan :

- papan merek-baliho
- merek timbul-neon box
- spanduk print-sablon
- batu nisan/prasati
- stempel (basah/kering)
- plat nomor polisi
- undangan dll.

Berdasarkan analisis kesalahan ejaan reklame di atas adalah kesalahan penggunaan tanda baca pada penulisan reklame di atas dikarenakan penggunaan tanda hubung (-) yang di gunakan untuk memisahkan kalimat atau pemberi tanda jeda, yang mana seharusnya digunakan tanda baca koma(,) dimana tanda koma ini berfungsi sebagai pemberi jeda suatu kata atau menyatakan bahwa kalimat tersebut belum

PENUTUP

Analisis penggunaan struktur bahasa pada reklame di Kabupaten Rejang Lebong dapat disimpulkan sebagai berikut. *Pertama* terdapat struktur bahasa pada reklame di Rejang Lebong, Kecamatan Curup, menunjukkan bawah dari semua data yang di kumpulkan dari lapangan terdapat 90 reklame, terdapat beberapa struktur bahasa, menggugah, informatif, persuasif, dan bertenaga gerak. Struktur bahasa yang menggugah terdapat 18,9% ; informatif 61,1%; persuasif 15,6%; dan bertenaga gerak 4,4% . Jadi dapat disimpulkan bahwa; *satu* penggunaan struktur bahasa yang infomatif lebih banyak dari yang lainnya.. *Kedua* kesalahan ejaan pada reklame di Kabupaten Rejang Lebong terdapat kesalahan penggunaan tanda (-) yang mana seharusnya penggunaan tanda

hubung ini digunakan untuk kata yang terpenggal oleh pergantian baris dan menyambung unsur kata ulang, memperjelas hubungan bagian kata atau ungkapan, yang mana seharusnya penggunaan tanda (,) lah yang di pakai dalam memberi jeda pada kata yang akan kita tulis yang mana dengan menggunakan tanda baca(,) ini berarti kita memberi jeda untuk kata yang selanjutnya kita buat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D. N. Diksi dan gaya bahasa dalam pidato presiden soeharto. Malang: Universitas Negeri Malang. (2008).
- Arikunto, S. Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik. (2019).
- Barata, A. A. Dasar-dasar pelayanan prima. Elex Media Komputindo. Jakarta. (2003).
- Carroll, R., & Joulfaian, D. Taxes and corporate giving to charity. *Public Finance Review*. (2005).
- Holmes, J., & Wilson, N. An introduction to sociolinguistics. Routledge. (2017).
- IRAWAN, F. Kajian Semantik" Leksikon Bermakna Jatuh" Dalam Bahasa Banjar. Universitas Muhammadiyah Malang. (2022).
- Rapp, S., & Collins, T. Terobosan baru dalam strategi promosi, periklanan, dan promosi, Maxi Marketing. (there. Hifni Alifahmi). Jakarta: Erlangga. (1995).
- Sukardi, H. M. Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi Dan Praktiknya (Edisi Revisi). Bumi Aksara. (2021).
- Wibowo, S. E., & Phil, M. Manajemen Kinerja edisi tiga. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. (2007).
- Widiana, N. Budaya Lokal Dalam Tradisi “Nyumpet” Di Desa Sekuro Kecamatan Mlonggo Kabupaten Jepara. *Jurnal Ilmu Dakwah*. (2017).