

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul **“Pengutamaan Penggunaan Bahasa Indonesia pada Penulisan Teks Autentik di Ruang Publik Kecamatan Srengat sebagai Bahan Ajar Pembelajaran Bahasa Indonesia”** ditulis oleh Mila Inka Dewi, NIM. 12210173041. Skripsi ini disusun sebagai tugas akhir menempuh pendidikan di Jurusan Tadris Bahasa Indonesia, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, IAIN Tulungagung, dibimbing oleh Dra. Siti Zumrotul Maulida, M.Pd.I.

### **Kata Kunci: Teks Autentik, Ruang Publik, Bahan Ajar**

Penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik saat ini mendapatkan tantangan yang cukup besar dengan menjamurnya penggunaan bahasa asing. Pilihan penggunaan bahasa asing serta abai terhadap kaidah kebahasaan yang benar menjadi hal yang lumrah. Saat ini Badan Bahasa mulai melakukan pengawasan terhadap penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik yang berpedoman pada Undang-undang Nomor 24 Tahun 2009. Kondisi ruang publik Kecamatan Srengat khususnya Pasar Srengat diwarnai dengan penggunaan kosa kata bahasa Inggris, terutama pada penulisan papan iklan. Selain itu terdapat beberapa penulisan yang melanggar kaidah kebahasaan. Oleh karena itu, fokus penelitian ini adalah; 1) bagaimana penggunaan bahasa Indonesia pada penulisan teks autentik di ruang publik Kecamatan Srengat?, 2) bagaimana struktur dan kebahasaan pada penulisan teks autentik sebagai bahan ajar pembelajaran bahasa Indonesia?, dan 3) bagaimana pelaksanaan pembelajaran bahasa Indonesia dengan bahan ajar teks iklan di ruang publik Kecamatan Srengat?.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif-kualitatif. Terdapat tiga teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dokumentasi, observasi, dan wawancara. Metode analisis data berdasarkan pada pendapat Miles dan Huberman (1992) yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tujuan penelitian yaitu; 1) mendeskripsikan pengutamaan penggunaan bahasa Indonesia pada penulisan teks autentik di ruang publik Kecamatan Srengat, 2) mendeskripsikan struktur dan kebahasaan teks iklan di ruang publik Kecamatan Srengat, 3) mendeskripsikan pelaksanaan pembelajaran bahasa Indonesia dengan bahan ajar teks iklan di ruang publik Kecamatan Srengat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penulisan teks autentik di ruang publik Kecamatan Srengat khususnya di sekitar Pasar Srengat kurang mematuhi Undang-undang Republik Indonesia Nomor 24 tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan. Adanya pelanggaran kebahasaan yang ditemukan dalam teks iklan yaitu pada ejaan yang mencakup penggunaan huruf kapital, penulisan kata, dan pemakaian tanda baca serta penggunaan bahasa asing yaitu bahasa Inggris. Berdasarkan hasil analisis struktur tidak semua iklan memiliki struktur yang lengkap. Struktur teks iklan pada dasarnya terdiri dari tiga bagian yaitu orientasi, dan justifikasi. Hasil analisis

kaidah kebahasaan menunjukkan bahwa dalam teks iklan memuat kalimat persuasif, imperatif, fakta dan opini. Sedangkan Implikasi penggunaan teks iklan sebagai bahan dan media pembelajaran bahasa Indonesia cukup membantu siswa untuk memberikan pemahaman tentang materi pola penyajian dan kaidah kebahasaan teks iklan, slogan, dan poster. Guru juga terbantu dalam menyediakan bahan pembelajaran teks iklan, karena dari pihak sekolah hanya menyediakan Lembar Kerja Siswa untuk belajar.

## ABSTRACT

Thesis by the title "*Prioritizing the Use Indonesian Language in Authentic Text Writing in the Public Space Srengat District as Teaching Material Indonesian Language Learning*" was written by Mila Inka Dewi, NIM. 12210173041. This thesis was prepared as a final project to study at the Indonesian Language Department, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, IAIN Tulungagung, Advisor by Dra. Siti Zumrotul Maulida, M.Pd.I.

**Keywords: Authentic Text, Public Space, Teaching Material**

The use Indonesian in public spaces is currently facing a big challenge with the proliferation of foreign languages. The choice of using a foreign language and ignoring the correct linguistic rules are commonplace. Now, the Language Agency has begun to supervise the use of Indonesian in public spaces on Law Number 24 year 2009. The condition a public spaces in Srengat Subdistrict, especially the Srengat Market, is characterized by the use English vocabulary, especially in the writing billboards. In addition, there are some writings that violate linguistic rules. Therefore, the focus in this research is, 1) How is the use Indonesian in writing authentic texts in the public space Srengat District?, 2) How is the structure and language writing authentic texts in the public space Srengat District?, and 3) How is the implementation Indonesian language learning with advertising text teaching materials in public spaces Srengat District?.

This type research is descriptive-qualitative research. There are three data collection techniques used in this research is documentation, observation, and interviews. The data analysis method on the opinion Miles and Huberman (1992) data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The research objectives are, 1) Describe the prioritization the use Indonesian in writing authentic texts in the public space Srengat District, 2) Describe the structure and language of advertising texts in the public space Srengat District, 3) Describe the implementation Indonesian language learning with advertising text teaching materials in the public space Srengat District.

The results showed is the writing authentic texts in the public space Srengat District, especially around the Srengat Market, did not comply with the Law of the Republic of Indonesia Number 24 year 2009 concerning the Flag, Language and State Emblem, as well as the National Anthem. There are linguistic violations found in the ad text, in the spelling which includes the use a capital letters, word writing, and the use punctuation marks as well as the use a foreign language English. On the results the structure analysis, not all advertisements have a complete structure. The structure of the ad text basically consists three parts, the orientation and justification. The results a analysis of linguistic rules show that the ad text contains persuasive sentences, imperatives, facts and opinions. Meanwhile, the implication using advertising texts as materials and media for learning Indonesian is quite helpful for students to provide an

understanding the material of presentation patterns and linguistic rules of advertising texts, slogans, and posters. Teachers are also helped in providing advertising text learning materials, because the school only provides Student Worksheets for learning.

## ملخص

البحث العلمي بالموضوع " الأولوية لاستخدام اللغة الإندونيسية في كتابة نصوص إعلانية في الأماكن العامة لمنطقة سرينجات كمواد تعليمية لتعلم اللغة الإندونيسية " كتبها ميلا إنكا ديوي, رقم القيد. ١٢٢١٠١٧٣٠٤١. إعداد البحث كمشروع نهائي للدراسة في قسم تدريس اللغة الإندونيسية بكلية التربية وتدريب المعلمين بجامعة الإسلامية الحكومية سيد علي رحمة الله الإسلامية تولونج أ جونج بالمشرف الدكتورة سيتي زومرة الموليد الماجستير.

**الكلمات المفتاحية: نصوص إعلانية , الأماكن العامة, مواد تعليمية**

استخدام اللغة الإندونيسية في الأماكن العامة حاليا تحديا كبيرا مع انتشار اللغات الأجنبية. إن اختيار استخدام لغة أجنبية وتجاهل القواعد اللغوية الصحيحة أمر شائع. في الوقت الحالي, بدأت وكالة اللغة في الإشراف على استخدام اللغة الإندونيسية في الأماكن العامة بناءً على القانون رقم ٢٤ لعام ٢٠٠٩. تتميز حالة الأماكن العامة في منطقة سرينجات, وخاصة سوق سرينجات, باستخدام مفردات اللغة الإنجليزية, خاصةً في كتابة اللوحات الإعلانية. إضافة إلى ذلك, هناك بعض الكتابات المخالفة للقواعد اللغوية. لذلك, فإن محور هذا البحث هو: (١) كيف استخدام اللغة الإندونيسية في كتابة نصوص إعلانية في الأماكن العامة لمنطقة سرينجات؟, (٢) كيف بنية ولغة كتابة نصوص إعلانية في الأماكن العامة لمنطقة سرينجات؟, و (٣) كيف تنفيذ تعلم اللغة الإندونيسية مع مواد تعليمية نصوص إعلانية في الأماكن العامة لمنطقة سرينجات؟.

هذا النوع البحث هو بحث وصفي نوعي. هناك ثلاث تقنيات لجمع البيانات مستخدمة في هذه البحث وهي التوثيق والملاحظة والمقابلة. تعتمد طريقة تحليل البيانات على رأي ميل و حيرمان (١٩٩٢) وهو تقليل البيانات وعرض البيانات واستخلاص النتائج. أهداف البحث هي (١) وصف استخدام اللغة الإندونيسية في كتابة نصوص إعلانية في الأماكن العامة لمنطقة سرينجات. (٢) وصف بنية ولغة كتابة نصوص إعلانية في الأماكن العامة لمنطقة سرينجات (٣) وصف تنفيذ تعلم اللغة الإندونيسية مع مواد تعليمية نصوص إعلانية في الأماكن العامة لمنطقة سرينجات .

النتائج تظهر أن كتابة النصوص الأصلية في الأماكن العامة لمنطقة سرينجات, وخاصة حول سوق سرينجات, لا تمثل لقانون جمهورية إندونيسيا رقم ٢٤ لعام ٢٠٠٩ بشأن العلم واللغة وشعار الدولة, وكذلك النشيد الوطني. توجد انتهاكات لغوية في نص الإعلان, خاصة في التهجئة التي تتضمن استخدام الأحرف الكبيرة وكتابة الكلمات واستخدام علامات الترقيم بالإضافة إلى استخدام لغة أجنبية, وهي اللغة الإنجليزية. بناءً على نتائج تحليل الهيكل, لا تتمتع جميع الإعلانات بهيكل كامل. تتكون بنية نص الإعلان بشكل أساسي من ثلاثة أجزاء, وهي التوجيه والتبرير. تُظهر نتائج تحليل القواعد اللغوية أن نص الإعلان يحتوي على جمل وضرورات وحقائق وآراء مقنعة. وفي الوقت نفسه, فإن تضمين استخدام النصوص الإعلانية كمواد ووسائط لتعلم اللغة الإندونيسية مفيد جدًا للطلاب لتوفير فهم لمواد أنماط العرض والقواعد اللغوية للنصوص الإعلانية والشعارات والملصقات. مساعدة المدرسين أيضًا في توفير مواد تعليمية نصية إعلانية, لأن المدرسة توفر أوراق عمل للطلاب للتعلم.