

Analisis Penggunaan Bahasa Indonesia pada Kemasan Produk Makanan dan Minuman Ringan

Naufaldy Iqbal Abdillah, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Indonesia

Sella Olivia Fitriani, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Indonesia

Christina Halim, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Indonesia

Zulfaz Refie Ababil, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Indonesia

Eni Nurhayati*, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Indonesia

ABSTRACT

Indonesian is a language that is a unit in the State of Indonesia which is a tool to be able to communicate between people. The purpose of this study is to analyze how errors - both in terms of spelling and from the structure of phrases - are used on food and soft drink product packaging. This study used a descriptive method, namely research conducted by observing something (object of research) and then explaining what was observed. The results of this study indicate that there are still errors in the use of some food and soft drink products. These errors include spelling and inaccuracies in phrase structure. The result of this research is the discovery of several food and soft drink products that still have deviations such as losing phonemes, adding phonemes, and changing phonemes. Deviations at the phonological level on the packaging of food and soft drink products are the main attraction and give a unique impression to consumers.

ARTICLE HISTORY

Received 28/06/2023

Revised 03/07/2023

Accepted 20/07/2023

Published 30/07/2023

KEYWORDS

Indonesian; spelling; phonemes.

*CORRESPONDENCE AUTHOR

✉ eninurhayati188@gmail.com

PENDAHULUAN

Berdasarkan sumpah pemuda 1928 kedudukan bahasa Indonesia yaitu sebagai bahasa nasional dan berdasarkan UUD 1945 sebagai bahasa negara, sedangkan bahasa daerah mempunyai kedudukan sebagai bahasa daerah (Damayanti, 2019). Dalam kedudukannya sebagai bahasa nasional bahasa Indonesia memiliki fungsi yaitu: 1) Sebagai jati diri bangsa; 2) lambang kebanggaan bangsa; 3) Sarana pemersatu berbagai suku bangsa; 4) Sarana komunikasi antardaerah dan antarbudaya daerah. Dalam kedudukannya sebagai bahasa negara bahasa Indonesia memiliki fungsi yaitu 1) Sebagai bahasa resmi negara; 2) Sarana komunikasi tingkat nasional; 3) Sarana pengembangan kebudayaan nasional; 4) Sarana pengembangan kebudayaan nasional; 5) Sarana transaksi dan dokumentasi niaga; 6) Sarana pengembangan iptek; 7) Bahasa media massa. Sedangkan fungsi dari bahasa daerah yaitu: 1) Sebagai lambang identitas daerah; 2) lambang kebangsaan nasional; 3) Sarana komunikasi dalam keluarga dan masyarakat daerah; 4) Sarana pendukung dan pemer kaya bahasa Indonesia (Balai Bahasa Jawa Timur, 2019).

Wijayanti *et al*, mengatakan bahwa salah satu alat yang mempermudah manusia dalam berkomunikasi sebagai entitas sosial adalah bahasa. Definisi dari bahasa sendiri yaitu suatu sistem dengan lambang bunyi apa pun yang digunakan oleh semua orang/anggota masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasi diri satu sama lain dalam bentuk percakapan yang baik, perilaku yang baik, sopan santun, dan tata krama yang baik (Syahputra *et al*, 2022). Hal tersebut selaras dengan Mustika *et al*, yang menyatakan bunyi bahasa dalam berbahasa Indonesia termasuk penguasaan sebuah bahasa. Ketika seseorang menyampaikan bahasa dengan jelas maka akan lebih mudah dipahami. Pada saat melafalkan kata, sebagian besar masyarakat Indonesia masih sering salah. Pengaruh bahasa ibu, kekurangpahaman pemakai bahasa terhadap bahasa yang dipakai, serta pengajaran bahasa yang kurang sempurna merupakan faktor dari kesalahan berbahasa (Inderasari & Agustina, 2017).

Putradi menjelaskan bahwa suatu bangsa dapat diketahui dari bahasanya dikarenakan sebuah bahasa akan menunjukkan eksistensinya. Masyarakat sebagai pemilik bahasa memiliki peran penting dalam menggunakan bahasa, dikarenakan hal tersebut dapat mempengaruhi perkembangan dan kemunduran bahasa. Potensi kemunduran bahasa Indonesia akan semakin besar ketika masyarakat tidak menggunakan bahasa Indonesia sesuai dengan kaidah, sebaliknya perkembangan bahasa Indonesia akan terus berlanjut dan makin responsif terhadap perkembangan zaman jika masyarakat selalu membudayakan bahasa Indonesia yang sesuai dengan kaidah (Lestari, 2023).

Bahasa dibedakan menjadi dua yaitu bahasa tulis dan lisan, kaitannya dengan kegiatan memasarkan produk-produk dalam bentuk Bahasa tulis (teks) yaitu iklan. Elemen yang sangat penting dalam iklan yaitu penguasaan berbahasa yang dapat menarik minat pembeli serta dapat bersaing dengan produk pesaing.

Menurut Citaningtyas, Ula, dan Purwanto, dalam dunia bisnis khususnya industri makanan atau penjual, aspek yang tidak dapat diabaikan adalah kemasan. Selain harga dan produk yang berkualitas, salah satu faktor penting dalam kemenangan persaingan bisnis, bahkan dalam kondisi persaingan komersial yang kompetitif yaitu menciptakan kemasan yang dapat melindungi produk dan menarik minat konsumen (Lestari & Ni'matul, [2021](#)). Dalam pemasaran produk makanan dan minuman ringan, kemasan produk menjadi salah satu hal yang utama agar terlihat lebih menarik. Fungsi dari kemasan produk yaitu suatu wadah ataupun pembungkus untuk mencegah ataupun meminimalisir terjadinya kerusakan pada produk yang dikemas. Selain berguna untuk melindungi produk, kemasan produk juga berfungsi sebagai alat pemasaran dan juga membangun identitas *brand* serta meningkatkan penjualan (Kotler, [2002](#)).

Menurut Rhina Uchyani dan Irianto, kemasan merupakan “pemicu” karena fungsinya langsung berhadapan dengan konsumen dengan demikian, kemasan harus dapat memberikan impresi spontan yang mempengaruhi tindakan positif konsumen di tempat penjualan. Dengan situasi persaingan yang semakin tajam, estetika merupakan suatu nilai tambah yang dapat berfungsi sebagai “perangkap emosional” yang sangat ampuh untuk menjaring konsumen suatu nilai tambah yang dapat berfungsi sebagai “perangkap emosional” yang sangat ampuh untuk menjaring konsumen.

Kesalahan berbahasa adalah gambaran terhadap pemahaman siswa terhadap sistem bahasa yang sedang dipelajarinya. Oleh karena itu, sering kita jumpai banyak kemasan produk makanan dan minuman yang terdapat kesalahan penulisan yang berupa perubahan fonem, penambahan fonem, dan penghilangan fonem yang disengaja guna memberi tampilan yang menarik agar pembeli tertarik dengan produk tersebut (Tarigan & Djago, [2011](#)).

Aturan-aturan penulisan dalam bahasa Indonesia telah diatur dengan jelas diantaranya pada buku Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI), buku penyuluhan kalimat oleh badan bahasa, buku penyuluhan paragraf oleh badan bahasa, serta banyak buku-buku teori lain yang menjelaskan perihal syarat-syarat maupun aturan penulisan perihal ejaan, diksi, kalimat, dan paragraf (Dinanti, [2018](#)).

Rahardi menegaskan bahwa sesungguhnya kesalahkaprahan disebabkan oleh pembiaran kesalahan bahasa yang berkepanjangan (Rahardi, [2009](#)). Oleh karena itu, apabila membiarkan hal tersebut berakibat kesalahkaprahan dan ketidaknyamanan berbahasa. Kesalahkaprahan yang terjadi dalam pemakaian bahasa Indonesia ini harus segera diluruskan, khususnya kesalahan-kesalahan ejaan yang terjadi pada produk-produk kemasan. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian mengenai penyimpangan bahasa pada kemasan produk makanan dan minuman di toko kelontong perlu dilakukan untuk mengetahui fakta-fakta kebahasaan yang beredar pada produk-produk komersial.

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Noviyani, Iswatiningsih, Noviyanti, dan Putri dalam jurnal berjudul *Analisis Kesalahan Berbahasa Indonesia pada Kemasan Produk* (Noviyani et al, [2022](#)). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tataran fonologi kemasan makanan dan minuman masih terdapat penyimpangan, yaitu a) perubahan fonem pada kata “grupuk”, b) penghilangan fonem pada kata “Kripik”, dan c) penambahan fonem pada kata “Sedaap”. Pemberian nama produk yang menyimpang dalam tataran fonologi pada kemasan produk tersebut bertujuan untuk menonjolkan diri dari produk lain dan khas tersendiri dari produk yang diciptakan. Hal tersebut akan lebih mengenalkan produk kepada masyarakat dan menarik minat konsumen karena keunikannya. Tujuan penelitian ini yaitu gambaran mengenai penyimpangan bahasa yang terjadi pada produk-produk makanan dan minuman ringan beserta kaidah kebenaran yang sebenarnya.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti objek yang bersifat alamiah atau eksperimen. Penelitian ini dilakukan dengan mengamati sesuatu (objek penelitian) dan kemudian menjelaskan apa yang diamatinya. Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain. Data yang digunakan dalam

penelitian ini berupa kata-kata dan gambar. Sumber data dalam penelitian ini adalah kemasan pada produk makanan dan minuman ringan yang ada di minimarket atau supermarket.

PEMBAHASAN

Fonologi merupakan ilmu tentang bunyi dengan cakupan segi bunyi bahasa yang bersangkutan dengan pembentukan bunyi, bunyi sebagai getaran udara, dan bunyi yang terdengar, maupun yang bersangkutan dengan fungsi bunyi dalam berkomunikasi (Eliyanti, 2017). Salah satu hakikat dari bahasa adalah bunyi, oleh karena itu bahasa tidak akan lepas dari pembahasan seputar bunyi (Nugraha, 2020). Pada hasil dan pembahasan akan menjabarkan hasil pengamatan dan analisis pada kemasan produk makanan dan minuman ringan di minimarket atau supermarket. Kajian fonologi yang dilakukan mencakup perubahan fonem, penghilangan fonem, dan penambahan fonem. Hasil dari penelitian ini diperoleh data sebagai berikut.

Kesalahan Perubahan Fonem

1. Qtela



Gambar 1. Kemasan Produk Qtela

Tabel 1. Pelafalan Kata Baku “Qtela”

Lafal tidak baku	Lafal baku
Qtela	Ketela

Pada gambar di atas terlihat bahwa terdapat penyimpangan pelafalan karena perubahan fonem. Dalam KBBI kata ketela berarti 1 tanaman berumbi, daunnya untuk sayur, umbinya biasanya dapat dimakan; 2 ubi jalar;. Terjadi perubahan fonem /k/ dan /e/ menjadi /q/ pada kata qtela yang berasal dari kata ketela. Jadi penulisan kata yang tepat adalah ketela.

2. BonCabe



Gambar 2. Kemasan Produk BonCabe

Tabel 2. Pelafalan Kata Baku “BonCabe”

Lafal tidak baku	Lafal baku
Cabe	Cabai

Pada gambar di atas terlihat bahwa terdapat penyimpangan pelafalan karena perubahan fonem. Dalam KBBI kata cabai berarti 1 tanaman perdu yang buahnya berbentuk bulat panjang dengan ujung meruncing, apabila sudah tua berwarna merah kecokelat-cokelatan atau hijau tua, berisi banyak biji yang pedas rasanya; lombok (*Capsicum annum*); 2 buah cabai (biasa dibuat sambal atau campuran sayur). Terjadi perubahan fonem vokal /a/ dan /i/ menjadi /e/ pada kata cabe yang berasal dari kata cabai. jadi penulisan kata yang tepat adalah cabai.

3. Rani Sarundeng Manis

**Gambar 3. Kemasan Produk Rani Sarundeng Manis****Tabel 3. Pelafalan Kata Baku “Sarundeng”**

Lafal tidak baku	Lafal baku
Sarundeng	Serundeng

Pada gambar di atas terlihat bahwa terdapat penyimpangan pelafalan karena perubahan fonem. Dalam KBBI kata serundeng berarti lauk (masakan) yang dibuat dari kelapa yang dikukur (diparut), diberi bumbu, dan disangrai hingga kering berwarna cokelat. Terjadi perubahan fonem vokal /e/ menjadi /a/ pada kata sarundeng yang berasal dari kata serundeng. jadi penulisan kata yang tepat adalah serundeng.

4. Sari Kacang Ijo

**Gambar 4. Kemasan Produk Sari Kacang Ijo**

Tabel 4. Pelafalan Kata Baku “Ijo”

Lafal tidak baku	Lafal baku
Ijo	Hijau

Pada gambar di atas terlihat bahwa terdapat penyimpangan pelafalan karena perubahan fonem. Dalam KBBI (2019) kata hijau berarti 1 *n* warna yang serupa dengan warna daun pada umumnya; 2 *n* gabungan warna biru dan kuning dalam spektrum; 3 *a* mengandung atau memperlihatkan warna yang serupa dengan hijau; 4 *a* *ki* belum berpengalaman: *masih* –; 5 *a* *ki* berkaitan dengan gerakan, semangat, isu dan sebagainya yang bertujuan untuk mengurangi efek rumah kaca dan pemanasan global: *mobil* –; *kampus* –. Terjadi penghilangan fonem /h/, perubahan fonem /a/ dan /u/ menjadi /o/ pada kata ijo yang berasal dari kata hijau. jadi penulisan kata yang tepat adalah hijau.

Kesalahan Penghilangan Fonem

1. Krupukku

**Gambar 5. Kemasan Produk Krupukku****Tabel 5. Pelafalan Kata Baku “Krupuk”**

Lafal tidak baku	Lafal baku
Krupuk	Kerupuk

Pada gambar di atas terlihat bahwa terdapat penyimpangan pelafalan karena penghilangan fonem. Dalam KBBI (2019) kata krupuk merupakan bentuk tidak baku dari kata kerupuk yang bermakna makanan yang dibuat dari adonan tepung dicampur dengan lumatan udang atau ikan, setelah dikukus disayat-sayat tipis atau dibentuk dengan alat cetak, dijemur agar mudah digoreng. Penyimpangan pelafalan yang terjadi pada kata Krupuk adalah penghilangan fonem vokal /e/. Jadi penulisan yang tepat adalah kerupuk.

2. Slai O’lai

**Gambar 6. Kemasan Produk Slai O’lai**

Tabel 6. Pelafalan Kata Baku “Slai”

Lafal tidak baku	Lafal baku
Slai	Selai

Pada gambar di atas terlihat bahwa terdapat penyimpangan pelafalan karena penghilangan fonem. Dalam KBBI (2019) kata selai berarti bubur dari buah-buahan yang dimasak dengan gula sampai kental (biasanya dioleskan pada roti, kue, dan sebagainya); jem: -- *nanas*; -- *stroberi*. Terjadi penghilangan fonem vokal /e/ pada kata slai yang berasal dari kata selai. jadi penulisan kata yang tepat adalah selai.

3. Ultra Milk Coklat



Gambar 7. Kemasan Produk Ultra Milk Coklat

Tabel 7. Pelafalan Kata Baku “Cokelat”

Lafal tidak baku	Lafal baku
Coklat	Cokelat

Pada gambar di atas terlihat bahwa terdapat penyimpangan pelafalan karena penghilangan fonem. Dalam KBBI (2019) kata cokelat berarti 1 pohon yang termasuk jenis tanaman daerah panas, tingginya antara 5–6 m, berbunga dan berbuah sepanjang tahun, buahnya berwarna ungu atau kuning bergantung pada batang yang besar, bentuknya lonjong, panjangnya antara 15–20 cm, mengandung biji seperti kacang-kacangan antara 50–100 biji, biasa diolah menjadi bubuk atau kristal, dibuat minuman atau makanan lezat lain (*Theobroma cacao*); 2 bubuk dari biji cokelat; 3 gula-gula yang dibuat dari bubuk cokelat. Terjadi penghilangan fonem vokal /e/ pada kata coklat yang berasal dari kata cokelat. jadi penulisan kata yang tepat adalah cokelat.

4. TeKita



Gambar 8. Kemasan Produk TeKita

Tabel 8. Pelafalan Kata Baku “TeKita”

Lafal tidak baku	Lafal baku
TeKita	Teh Kita

Pada gambar di atas terlihat bahwa terdapat penyimpangan pelafalan karena penghilangan fonem /h/. Kata TeKita berasal dari gabungan kata teh dan kita yang penulisannya dengan menghilangkan fonem /h/ dari kata teh. Dalam KBBI (2019) kata teh berarti pohon kecil, tumbuh di alam bebas, daunnya berbentuk jorong atau bulat telur, pucuknya dilayukan dan dikeringkan untuk dibuat minuman (di pabrik dan sebagainya) (*Camellia sinensis*). Serta kata kita berarti 1 pronomina persona pertama jamak, yang berbicara bersama dengan orang lain termasuk yang diajak bicara; 2 *cak* saya;. Penulisan kata yang tepat dari tekita yakni teh kita.

Kesalahan Penambahan Fonem

1. Gery Saluut

**Gambar 9. Kemasan Produk Gery Saluut****Tabel 9. Pelafalan Kata Baku “Saluut”**

Lafal tidak baku	Lafal baku
Saluut	Salut

Pada gambar di atas terlihat bahwa terdapat penyimpangan pelafalan karena penambahan fonem. Dalam KBBI (2019) kata salut berarti hormat; penghormatan: *kita memberi -- kepada para petani yang telah menyumbangkan padi mereka untuk rakyat Afrika yang kelaparan*. Terjadi penambahan fonem vokal /u/ pada kata saluut yang berasal dari kata salut. jadi penulisan kata yang tepat adalah salut.

SIMPULAN

Kesimpulan dari hasil dan pembahasan pada penelitian ini menunjukkan bahwa masih adanya penyimpangan aturan penulisan yang masih tidak sesuai dengan KBBI. Namun hal-hal tersebut didasarkan oleh beberapa alasan misalnya pengurangan fonem pada kemasan produk karena keterbatasan ruang pada kemasan atau menyesuaikan dengan preferensi pengguna, penambahan fonem pada kemasan produk yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik produk atau memenuhi syarat regulasi, dan perubahan fonem pada kemasan produk dikarenakan menyesuaikan dengan dialek atau variasi bahasa yang digunakan pada area tertentu. Meskipun demikian, penting sekali bagi produsen untuk tetap mementingkan aturan-aturan penulisan yang tepat dan mengetahui batasan yang tepat untuk agar tetap mempertahankan pesan yang jelas sehingga tidak menghilangkan makna atau pesan yang ingin disampaikan, mudah dipahami, sesuai dengan tujuan komunikasi, dan tidak merusak kaidah berbahasa.

REFERENSI

- Balai Bahasa Jawa Timur. *Sosialisasi Penggunaan Bahasa Media Luar Ruang Di Kota Kediri*, 2019.
- Citaningtyas Ari Kadi, D., Ula Ananta Fauzi, R., Purwanto, H., & Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, P. (2022). Labeling Dan Packaging Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Keripik Tempe Barokah Desa Garon Balerejo Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 50–59.
- Damayanti, E. (1970). Kesalahan Penggunaan Bahasa pada Iklan Komersial Media Luar Ruang di Kabupaten Kediri. *Jubindo: Jurnal Ilmu Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 4(2), 85–102.
<https://doi.org/10.32938/jbi.v4i2.201>
- Dinanti, N. F., Susetyo, & Utomo, Padi. 2018. *Analisis Kesalahan Penggunaan Bahasa Indonesia pada Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA FKIP Universitas Bengkulu*. Bengkulu: Universitas Bengkulu
- Eliyanti, U. (2017). *Proses Morfofonemik dalam Surat Kabar Harian Fajar*.
- Inderasari, E., & Agustina, T. (2017). Pembelajaran Bahasa Indonesia Pada Mahasiswa Asing Dalam Program Bipa IAIN Surakarta. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 6(2), 6–14.
<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jpbsi/article/view/20226>
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium, Jilid 2. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Lestari, N. D. (2023). *Analisis Perubahan Fonem dalam Kemasan Produk Makanan dan Minuman : Kajian Fonologi*. 01(01), 12–23.
- Lestari, N. T., & Ni, H. (2021). Upaya Peningkatan Penjualan Melalui Strategi. *Abdimas Indonesia Journal*, 1, 19–34.
- Mustika, Ilham, M., & Riyanti, A. *Analisis Kesalahan Berbahasa Indonesia dalam Iklan Produk Minuman Melalui Televisi Nasional*. Universitas Borneo Tarakan.
- Nugraha, Z. A. (2020). Kesalahan Pelafalan Fonem Bahasa Indonesia Oleh Pemelajar Asal Tiongkok. *Batra*, 6, 23–34.
- Noviyani, N. M. E., Iswatiningsih, D., Ema Noviyanti, L. P., & Permata Putri, A. F. (2022). Analisis Kesalahan Berbahasa Indonesia Pada Kemasan Produk. *LINGUISTIK : Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 7(2), 189.
<https://doi.org/10.31604/linguistik.v7i2.189-200>
- Putradi, A. W. A. (2016). Pola-Pola Perubahan Fonem Vokal Dan Konsonan Dalam Penyerapan Kata-Kata Bahasa Asing Ke Dalam Bahasa Indonesia: Kajian Fonologi. *Jurnal Arbitrer*, 3(2), 95.
<https://doi.org/10.25077/ar.3.2.95-112.2016>
- Rahardi, K. (2009). *Bahasa Prevoir Budaya: Catatan Unik & Aktual Ihwal Masalah - masalah Kebahasaan*. Yogyakarta: PINUS
- Restu Tomo, D., Azizah Damaryanti, D., Dhiya Rofifah, O., & Wian Arifana, M. (2020). Analisis Kesalahan Berbahasa Indonesia Di Bidang Wacana Dalam Iklan Produk - Produk Indonesia. *Bahtera Indonesia; Jurnal Penelitian Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 5(2), 192–203. <https://doi.org/10.31943/bi.v5i2.82>
- Rhina Uchyani, Heru Irianto, 2015, Pengemasan Produk Dalam Meningkatkan Produk Berbahan Baku Kacang Yang Marketable. Laporan Prosiding Seminar Nasional 4th SME's Summit Dan Awards 2015
- Syahputra, E., Nisa,), Tanjung, F., Fatimah, D., Husna, A., & Aulia, W. (2022). Analisis Kesalahan Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Penjualan Produk Iklan di Indonesia. *Jurnal Multidisiplin Dehasen*, 1(3), 285–288.
- Tarigan, H.G. & Djago, T. (2011). *Pengajaran Analisis Kesalahan Berbahasa*. Bandung: Angkasa Bandung.
- Wijayanti, C. P., Kurniawati, L., Setiawan, M. I., & Hidayat, P. (2022). Kesalahan Berbahasa Tataran Morfologi dalam Iklan Produk Pangan di Televisi Selama Ramadan. *Alinea: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajaran*, 11(1), 45.
<https://doi.org/10.35194/alinea.v11i1>