

**VARIASI POLA KALIMAT DAN ISI PESAN PADA SPANDUK *LAUNDRY*
DI KOTA SURAKARTA**

NASKAH PUBLIKASI

Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia dan Daerah



Oleh:

**NOVITASARI
A310080136**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2012

HALAMAN PENGESAHAN

**VARIASI POLA KALIMAT DAN ISI PESAN PADA SPANDUK *LAUNDRY*
DI KOTA SURAKARTA**

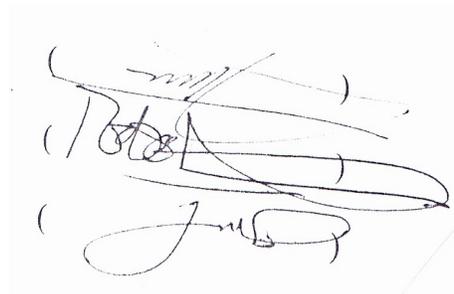
Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

NOVITASARI
A 310 080 136

Telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji
Pada tanggal: 12 Juni 2012
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

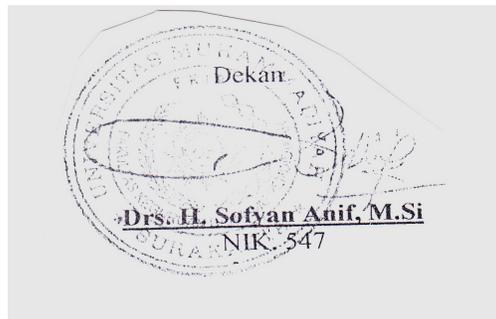
Susunan Dewan Penguji

1. Prof. Dr. H. Abdul Ngalim, M. M., M. Hum.
2. Dra. Atiqa Sabardila, M. Hum.
3. Drs. Andi Haris Prabawa, M. Hum



Surakarta, Juni 2012

Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan



VARIASI POLA KALIMAT DAN ISI PESAN PADA SPANDUK *LAUNDRY* DI KOTA SURAKARTA

Novitasari, A310080136, Jurusan Pendidikan Bahasa Sastra Indonesia dan Daerah, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah (1) Mengidentifikasi pola kalimat pada spanduk *laundry* di kota Surakarta. (2) Mengungkap isi pesan yang terdapat pada spanduk *laundry* di kota Surakarta.

Penelitian ini dikembangkan dengan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Data yang dianalisis yaitu variasi pola kalimat dan isi pesan yang terdapat pada spanduk *laundry* di kota Surakarta. Teknik penyediaan data menggunakan metode simak dan catat. Pola kalimat dianalisis menggunakan metode agih dengan teknik Bagi Unsur Langsung (BUL) dan teknik lanjutan parafrase (teknik ubah ujud), sedangkan isi pesan dianalisis menggunakan metode padan dengan teknik pilah unsur penentu (PUP).

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh beberapa hal yang perlu disajikan. (1) Variasi pola pada 20 spanduk *laundry* di Kota Surakarta diperoleh pola kalimat 61 pola kalimat. Variasi pola kalimat sebanyak 20 pola yang terdiri dari SPO sebanyak 3 kalimat, S (P) O Konj K sebanyak 3 kalimat, SPOK sebanyak 3 kalimat, S Konj (P) OK sebanyak 2 kalimat, (S)(P) K sebanyak 15 kalimat, SK sebanyak 2 kalimat, (S) K sebanyak 1 kalimat, S (P) Konj K sebanyak 1 kalimat, (S)(P) O Konj K sebanyak 1 kalimat, S (P) K sebanyak 10 kalimat, S (P) O Konj K sebanyak 7 kalimat, (S)(P) O sebanyak 6 kalimat, S (P)(O) Konj K sebanyak 1 kalimat, (S) POKonj K sebanyak 1 kalimat, S (P)(O) K sebanyak 1 kalimat, S (P) sebanyak 1 kalimat, (S)(P) Konj K sebanyak 1 kalimat, S (P)(O) Konj (K) sebanyak 1 kalimat, S (P)(O) sebanyak 1 kalimat dan (S)(P)O sebanyak 1 kalimat. (2) Hasil analisis pada 20 spanduk *laundry* di Kota Surakarta terdapat 39 isi pesan yang terbagi dalam 4 isi pesan yang terkandung pada spanduk *laundry* di kota Surakarta. Isi pesan tersebut yaitu (1) nama pemilik *laundry* sebanyak 8, (2) nama *laundry* sebanyak 8, (3) alamat *laundry* sebanyak 8, dan (4) nomor telepon *laundry* sebanyak 15.

Kata kunci : *pola kalimat, isi pesan, spanduk laundry.*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kalimat memegang peranan penting dalam proses komunikasi, karena kalimat merupakan unit terkecil bahasa. Tiap kalimat merupakan manifestasi pikiran pemakai bahasa. Kalimat mengandung pesan yang ingin disampaikan penulis kepada pembaca karena setiap pikiran atau gagasan yang dimiliki seseorang pada hakekatnya dituangkan ke dalam bentuk kalimat. Seorang

penulis agar terampil menyusun kalimat yang baik diperlukan adanya penguasaan struktur sintaksis, khususnya kalimat. Kalimat yang baik harus memenuhi persyaratan gramatikal. Penguasaan pola kalimat merupakan salah satu syarat yang penting bagi seorang penulis.

Kalimat yang dihasilkan oleh seorang penulis haruslah kalimat yang mampu membuat isi atau maksud yang disampaikan penutur tergambar lengkap dalam pikiran si penerima. Dalam proses komunikasi, fungsi kalimat tidak hanya memberitahukan atau menanyakan sesuatu, melainkan mencakup aspek ekspresi kejiwaan manusia yang sangat majemuk. Kalimat merupakan bagian terkecil dari bahasa yang terdiri dari kata-kata. Kata-kata tersebut mengandung gagasan, ide, atau pesan. Pesan yang terkandung dalam kalimat akan mudah dipahami jika dalam penyusunan kalimat memperhatikan pola kalimat. Salah letak dan ketidakjelasan dalam menempatkan unsur-unsur fungsi kalimat dapat menghambat pemahaman pembaca tentang maksud penulis.

Begitu juga dalam dunia bisnis, suatu pesan yang disampaikan melalui media iklan seperti melalui media spanduk harus dapat menarik perhatian konsumen. Secara keseluruhan, iklan yang efektif, kreatif harus menghasilkan dampak abadi secara relatif terhadap konsumen. Untuk itu isi pesan dalam sebuah iklan spanduk harus mengandung pola kalimat yang mudah dipahami oleh konsumen. Hal tersebut dikarenakan kalimat memegang peranan penting dalam proses komunikasi karena unit terkecil bahasa dalam ujaran adalah kalimat. Kalimat mengandung pesan yang ingin disampaikan penulis kepada pembaca karena setiap pikiran atau gagasan yang dimiliki seseorang pada hakekatnya dituangkan ke dalam bentuk kalimat.

Bagi pelaku usaha *laundry*, harus mampu menggunakan kalimat yang tepat dalam proses komunikasi yang dituangkan dalam tulisan spanduk. Jadi, keberhasilan seseorang dalam berkomunikasi juga ditentukan oleh kalimat yang digunakannya. Kalimat yang baik harus memenuhi persyaratan gramatikal. Penguasaan pola kalimat merupakan salah satu syarat yang penting bagi seorang penulis. Kalimat yang dihasilkan oleh seorang penulis haruslah kalimat yang mampu membuat isi atau maksud yang disampaikan penutur tergambar lengkap dalam pikiran si penerima.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulisi tertarik untuk menganalisis struktur fungsional dan isi pesan pada spanduk *laundry* di Kota Surakarta. Adapun judul penelitian ini adalah “ Variasi Pola Kalimat dan Isi Pesan pada Spanduk *Laundry* di Kota Surakarta “. Alasan peneliti mengangkat judul tersebut karena suatu tulisan akan lebih efektif jika kalimat-kalimat yang disusunnya benar, juga gaya penyajiannya (retorikanya) menarik perhatian pembacanya. Walaupun kalimat-kalimat yang disusunnya sudah gramatikal, sesuai dengan kaidah, belum tentu tulisan itu memuaskan pembacanya jika segi retorikanya tidak memikat. Kalimat akan membosankan pembacanya jika selalu disusun dengan konstruksi yang monoton atau tidak bervariasi. Misalnya, konstruksi kalimat itu selalu subjek-predikat-objek-ketengan, atau selalu konstruksi induk kalimat-anak kalimat.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, ada dua masalah yang perlu dibahas dalam penelitian ini.

1. Bagaimana variasi pola kalimat pada spanduk laundry di kota Surakarta ?
2. Apa saja isi pesan yang terdapat pada spanduk laundry di kota Surakarta dalam berkomunikasi dengan khalayak luas ?

2. LANDASAN TEORI

Tinjauan Pustaka

Penelitian Kurniawan (2010) berjudul “ Variasi Pola Kalimat dan Isi Pesan pada Spanduk Kampanye Calon Legislatif dalam Pemilu Tahun 2009 di Kota Surakarta“. Tujuan penelitian ini yaitu mengidentifikasi pola kalimat dan mengungkap isi pesan yang terdapat pada spanduk kampanye calon legislatif dalam Pemilu tahun 2009 di Kota Surakarta antara lain : (1) nama dan nomor urut caleg, (2) nama dan nomor urut partai politik, (3) daerah pemilihan caleg, (4) slogan caleg, (5) slogan partai politik, (6) permohonan dukungan, (7) permohonan doa restu, (8) ketua umum partai politik, (9) daerah asal caleg, (10) nomor telepon caleg, (11) tanggal lahir caleg, dan (12) keunggulan caleg. Persamaan penelitian Kurniawan dengan penelitian ini, membahas variasi pola kalimat dan isi pesan. Adapun perbedaannya dalam penelitian Kurniawan dan penelitian ini yaitu terletak pada data yang diteliti. Kurniawan meneliti wacana pada spanduk kampanye calon legislatif, sedangkan peneliti mengkaji wacana spanduk *laundry*.

Kajian Teori

Keraf (1991:190) menyatakan bahwa berdasarkan jumlah inti sebuah kalimat, dapat ditentukan pula pola-pola dasar sebuah kalimat. Sebuah kalimat luas selalu dapat dipulangkan kepada pola-pola dasar yang dianggap menjadi dasar pembentukan kalimat luas itu. Kalimat adalah satuan bahasa terkecil yang mengungkapkan pikiran yang utuh, baik dengan cara lisan maupun tulisan. Pada kalimat sekurang kurangnya harus memiliki subjek (S) dan predikat (P). Bila tidak memiliki subjek dan predikat maka bukan disebut kalimat tetapi disebut frasa. Dalam wujud lisan kalimat diucapkan dengan suara naik turun, dan keras lembut, disela jeda, dan diakhiri dengan intonasi akhir. Dalam wujud tulisan berhuruf latin kalimat dimulai dengan huruf kapital dan diakhiri dengan tanda titik. (.), tanda tanya (?) dan tanda seru (!).

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa perubahan urutan letak unsur kalimat dapat mengubah makna kalimat sebelumnya, bahkan dapat mengakibatkan suatu susunan yang tidak bermakna. Kalimat yang memiliki susunan bertingkat-tingkat terbentuk dari gabungan beberapa pola dasar. Pola kalimat dapat diketahui dengan mengetahui terlebih dahulu pola dasar kalimat yang membentuk kalimat tersebut. Dengan demikian, untuk memahami kalimat yang kompleks kita perlu menetapkan terlebih dahulu pola dasar yang menjadi landasan sebuah kalimat tersebut. Jadi, pola kalimat adalah susunan

unsur-unsur kalimat yang menghasilkan suatu pengertian dan mengungkapkan pikiran utuh secara ketatabahasa yang menurut keteraturan dalam bahasa.

Arifin dan Tasai (2009: 72) menyatakan bahwa kalimat tunggal terdiri atas satu subjek dan satu predikat. Pada hakekatnya, kalau dilihat dari unsur-unsurnya, kalimat-kalimat yang panjang-panjang dalam bahasa Indonesia dapat dikembalikan kepada kalimat-kalimat dasar yang sederhana. Sehubungan dengan itu, kalimat-kalimat yang panjang tersebut dapat ditelusuri pola-pola pembentuk kalimat dasar.

Arifin dan Tasai (2009: 73-76) membagi pola kalimat tunggal menjadi enam pola sebagai berikut:

- 1) Pola 1 adalah pola yang mengandung subjek (S) kata benda (mahasiswa) dan predikat (P) kata kerja (berdiskusi).

Contoh :

Mahasiswa berdiskusi

S P

- 2) Pola kalimat 2 adalah pola kalimat yang bersubjek kata benda (dosen itu) dan berpredikat kata sifat (ramah). Kalimat itu menjadi :

Dosen itu ramah

S P

- 3) Pola 3 adalah pola kalimat yang bersubjek kata benda (harga buku itu) dan berpredikat kata bilangan (tiga puluh ribu rupiah). Kalimat selengkapnya ialah :

Harga buku itu tiga puluh ribu rupiah

S P

- 4) Pola 4 adalah pola kalimat yang bersubjek kata benda (mereka) berpredikat kata kerja (menonton) dan berobjek kata benda (film). Kata itu menjadi :

Mereka menonton film

S P O

- 5) Pola 5 adalah pola kalimat yang terdiri atas subjek kata benda (paman), predikat kata kerja (mencarikan), objek (O) kata benda (saya), dan pelengkap (pel). Kata benda (pekerjaan). Selengkapnya kalimat itu menjadi :

Paman mencarikan saya pekerjaan

S P O Pel.

- 6) Pola 6 adalah pola kalimat yang bersubjek kata benda (Rustam) dan berpredikat kata benda (peneliti). Baik subjek maupun predikat, keduanya kata benda. Jadi, kalimat itu selengkapnya menjadi :

Rustam peneliti

S P

Keenam pola kalimat di atas masing-masing terdiri atas satu kalimat tunggal. Setiap kalimat tunggal di atas dapat diperluas dengan menambahkan kata-kata pada unsur-unsurnya. Dengan menambahkan kata-kata pada unsur-unsurnya itu, kalimat akan menjadi panjang (lebih panjang daripada kalimat asalnya), tetapi masih dapat dikenali unsur utamanya.

Alwi dkk (2003: 322) membagi pola kalimat dasar menjadi 6 pola yaitu : (1) orang itu sedang tidur (S-P), (2) ayahnya membeli mobil baru (S-P-O), (3) Beliau menjadi ketua koperasi (S-P-Pel), (4) Kami tinggal di Jakarta (S-P-Ket), (5) Dia mengirimi ibunya uang (S-P-O-Pel), dan (6) Pak Raden memasukkan uang ke bank (S-P-O-Ket).

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa jenis-jenis pola kalimat terdiri dari delapan pola dasar kalimat inti. Contoh kalimatnya adalah sebagai berikut. (1) (S-P). (2) (S-P-O). (3) (S-P-O-K). (4) (S-P-Pel). (5) (S-P-O-Pel). (6) (S-P-K).

Arifin dan Tasai (2009: 81-83) menyatakan bahwa kalimat majemuk setara terjadi dari dua kalimat tunggal atau lebih. Kalimat majemuk setara dikelompokkan menjadi empat jenis, sebagai berikut:

- 1) Dua kalimat tunggal atau lebih dapat dihubungkan oleh kata *dan* atau *serta* jika kedua kalimat tunggal atau lebih itu sejalan, dan hasilnya disebut kalimat majemuk setara penjumlahan.

Contoh:

Kami membaca

Mereka menulis

Kami membaca dan mereka menulis

Tanda koma dapat digunakan jika kalimat yang digabungkan itu lebih dari dua kalimat tunggal.

- 2) Kedua kalimat tunggal yang berbentuk kalimat setara itu dapat dihubungkan oleh kata *tetapi* jika kalimat itu menunjukkan pertentangan, dan hasilnya disebut kalimat majemuk setara pertentangan. Contoh :

Amerika dan Jepang tergolong negara maju.

Indonesia dan Brunai Darussalam tergolong negara berkembang.

Amerika dan Jepang tergolong negara maju, tetapi Indonesia dan Brunai Darussalam tergolong negara berkembang.

- 3) Dua kalimat tunggal atau lebih dapat dihubungkan oleh kata *lalu* dan *kemudian* jika kejadian yang dikemukakannya berurutan, dan hasilnya disebut kalimat majemuk setara perurutan. Contoh :

Mula-mula disebutkan nama-nama juara MTQ tingkat remaja, kemudian disebutkan nama-nama juara MTQ tingkat dewasa.

Upacara serah terima pengurus koperasi sudah selesai, lalu Pak Ustaz membacakan doa selamat.

- 4) Dapat pula dua kalimat tunggal atau lebih itu dihubungkan oleh kata *atau* jika kalimat itu menunjukkan pemilihan dan hasilnya disebut kalimat majemuk setara pemilihan. Contoh :

Para pemilik televisi membayar iuran televisinya di kantor pos yang terdekat, atau para petugas menagihnya ke rumah pemilik televisi.

Arifin dan Tasai (2009: 84) menyatakan bahwa kalimat majemuk tidak setara terdiri atas satu suku kalimat yang bebas (klausa bebas) dan satu suku kalimat atau lebih yang tidak bebas (klausa terikat).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yang menggunakan metode kualitatif dan bersifat deskriptif. Penelitian ini lebih menekankan pada pola kalimat dan isi pesan pada spanduk. Penelitian ini memfokuskan pada variasi pola kalimat dan isi pesan yang terdapat pada spanduk *laundry* di kota Surakarta. Data dalam penelitian ini berupa wacana pengisi spanduk *laundry* di Kota Surakarta yang mengandung variasi pola kalimat dan isi pesan yang beragam. Adapun sumber data diambil dari spanduk *laundry* yang dipasang di wilayah kota Surakarta khususnya di daerah Pabelan. Teknik penyediaan data menggunakan metode simak dan catat. Pola kalimat dianalisis menggunakan metode agih dengan teknik Bagi Unsur Langsung (BUL) dan teknik lanjutan parafrase (teknik ubah ujud), sedangkan isi pesan dianalisis menggunakan metode padan dengan teknik pilah unsur penentu (PUP).

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis pola kalimat dalam spanduk *laundry* di Kota Surakarta menunjukkan bahwa dari 20 spanduk yang dianalisis menghasilkan pola kalimat sebanyak 61 pola kalimat dengan variasi pola kalimat sebanyak 20 pola yang terdiri dari SPO sebanyak 3 kalimat, S (P) O Konj K sebanyak 3 kalimat, SPOK sebanyak 3 kalimat, S Konj (P) OK sebanyak 2 kalimat, (S)(P) K sebanyak 15 kalimat, SK sebanyak 2 kalimat, (S) K sebanyak 1 kalimat, S (P) Konj K sebanyak 1 kalimat, (S)(P) O Konj K sebanyak 1 kalimat, S (P) K sebanyak 10 kalimat, S (P) O Konj K sebanyak 7 kalimat, (S)(P) O sebanyak 6 kalimat, S (P)(O) Konj K sebanyak 1 kalimat, (S) POKonj K sebanyak 1 kalimat, S (P)(O) K sebanyak 1 kalimat, S (P) sebanyak 1 kalimat, (S)(P) Konj K sebanyak 1 kalimat, S (P)(O) Konj (K) sebanyak 1 kalimat, S (P)(O) sebanyak 1 kalimat dan (S)(P)O sebanyak 1 kalimat.

Tabel berikut merupakan rekapitulasi variasi pola kalimat dalam 20 spanduk laundry yang dianalisis oleh peneliti.

No.	Variasi Pola Kalimat	Jumlah
1	SPO SPOK (S)(P) K	3
2	S (P) O Konj K S Konj POK (S)(P)O Konj K (S)(P)K	4
3	S (P) K (S)(P) K	2
4	S (P) K SK	2

5	S (P)K (S)(P) K	2
6	S (P) O Konj K SK S Konj (P) OK (S)(P) K	4
7	S (P) O (S)(P) O SPO S (P) K (S)(P) K	5
8	S (P) O (S)(P) K	2
9	S (P) O (S)(P) K	2
10	SPO S (P) O	2
11	SPOK S (P) O (S)(P) K S (P) K	4
12	S (P) Konj K S (P) K (S)(P) K	3
13	S (P) O (S)(P) K (S) PO Konj K (S)(P)K (2)	5
14	S (P)(O) K (S)(P) Konj K S (P) K	3
15	S (P) (S)(P)O (2)	3
16	S (P) O S (P) K (S)(P) K	3
17	S (P)(O) Konj (K) (S)(P) K	2
18	S (P) O Konj K (S) K	2

19	S (P)(O) (S)(P)(O) (S)(P) O	3
20	S (P)(O) Konj K S (P) K (2) (S)(P) O (2)	5
	Jumlah	61

Berdasarkan hasil analisis data tersebut ditemukan sejumlah 4 isi pesan yang terkandung pada spanduk *laundry* di kota Surakarta. Isi pesan tersebut yaitu (1) nama pemilik *laundry* sebanyak 8, (2) nama *laundry* sebanyak 8, (3) alamat *laundry* sebanyak 8, dan (4) nomor telepon *laundry* sebanyak 15. Dari 20 data spanduk yang dikumpulkan terdapat 39 data yang masuk dalam penggolongan isi pesan. Jadi, ada data yang masing-masing memuat beberapa pesan sekaligus pola isi pesan yang ditemukan dapat dilihat dalam tabel 2 berikut.

Tabel 2. Isi Pesan pada Spanduk Laundry di Kota Surakarta

No.	Isi Pesan	Nomor Data	Jumlah
1.	Nomor telepon laundry	(1), (2), (3), (5), (6), (7), (8), (9), (11), (12), (13), (16), (17), (19), dan (20)	15
2.	Nama laundry	(1), (2), (8), (9), (11), (12), (13), dan (19)	8
3.	Alamat laundry	(5), (7), (11), (12), (13), (14), (16) dan (20)	8
4.	Nama pemilik laundry	(3), (6), (7), (10), (14), (16), (18) dan (20)	15
Jumlah			39

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis pola kalimat dalam spanduk *laundry* di Kota Surakarta menunjukkan bahwa dari 20 spanduk yang dianalisis menghasilkan pola kalimat sebanyak 61 pola kalimat dengan variasi pola kalimat sebanyak 20 pola yang terdiri dari SPO sebanyak 3 kalimat, S (P) O Konj K sebanyak 3 kalimat, SPOK sebanyak 3 kalimat, S Konj (P) OK sebanyak 2 kalimat, (S)(P) K sebanyak 15 kalimat, SK sebanyak 2 kalimat, (S) K sebanyak 1 kalimat, S (P) Konj K sebanyak 1 kalimat, (S)(P) O Konj K sebanyak 1 kalimat, S (P) K sebanyak 10 kalimat, S (P) O Konj K sebanyak 7 kalimat, (S)(P) O sebanyak 6 kalimat, S (P)(O) Konj K sebanyak 1 kalimat, (S) POKonj K sebanyak 1

kalimat, S (P)(O) K sebanyak 1 kalimat, S (P) sebanyak 1 kalimat, (S)(P) Konj K sebanyak 1 kalimat, S (P)(O) Konj (K) sebanyak 1 kalimat, S (P)(O) sebanyak 1 kalimat dan (S)(P)(O) sebanyak 1 kalimat. Hasil analisis data tersebut ditemukan sejumlah 4 isi pesan yang terkandung pada spanduk *laundry* di kota Surakarta. Isi pesan tersebut yaitu (1) nama pemilik *laundry* sebanyak 8, (2) nama *laundry* sebanyak 8, (3) alamat *laundry* sebanyak 8, dan (4) nomor telepon *laundry* sebanyak 15.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusuma (2007) dengan judul “Variasi Pola Kalimat, Isi Pesan dan Fungsi Pengungkapan pada Wacana Iklan Radio di Surat Kabar Harian Solopos edisi Oktober 2006 “.Berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan kesamaan dengan penelitian Kusuma (2007). Persamaan penelitian Kusuma dengan penelitian ini, membahas pola kalimat dan isi pesan. Dalam penelitian ini terdapat beberapa variasi pola kalimat, pola kalimat yang paling banyak adalah pola SP sebanyak 26, S(P)K sebanyak 19, (S)(P)K sebanyak 11, (S)P sebanyak 11 dan pola (S)(P)OK sebanyak 10. Dua puluh pola kalimat lainnya hanya memiliki kuantitas muncul di bawah 10 kali. Pemakaian bahasa dalam spanduk *laundry* menggunakan kalimat yang berupa pernyataan dan ajakan yang dimaksud untuk mempengaruhi lawan komunikasi yaitu pembaca spanduk. SPK menjadi pola dominan disebabkan kalimat pernyataan yang sering muncul pada spanduk selalu melesapkan fungsi subjek, yaitu *laundry*, sedangkan predikat diisi oleh pernyataan berupa kata *melayani*, dan keterangan berupa *pakaian menjadi bersih, rapi dan wangi*.

Dalam penulisan Kusuma (2007), Iklan radio berisi (1) promosi stasiun radio, (2) jadwal acara yang disiarkan, (3) promosi program acara terbaru, (4) informasi lomba, (5) ucapan-ucapan, dan (6) kuis. Adapun macam fungsi pengungkapan yang terkandung dalam iklan radio yaitu fungsi instrumental, fungsi regulasi, fungsi pemberian, fungsi interaksi, dan fungsi perorangan. Ada perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Kusuma (2007) dengan penelitian ini karena penggunaan isi pesan. Perbedaan lain terdapat data, Kusuma mengkaji wacana iklan radio, sedangkan peneliti mengkaji wacana spanduk *laundry*.

Sejalan dengan penelitian mengenai variasi pola kalimat dan isi pesan pada *laundry* di kota Surakarta relevan dengan penelitian Kurniawan (2010) yang berjudul “Variasi Pola Kalimat dan Isi Pesan pada Spanduk Kampanye Calon Legislatif dalam Pemilu Tahun 2009 di Kota Surakarta”. Di dalam penelitian Kurniawan (2010) terdapat 29 variasi pola kalimat yaitu (S) PO, SP, (S) P, (S) POK, (S) PK, SPOK, SPK, K (S)P, SPO, S (P) O, K (S) PO, (S) P1K1 KonjP2K2, S (P) K, (S)PK1K2, S (P), SPOK1K2, (S) (P) O, K1(S)PK2, (S)(P)K1K2, SPPel, KSPO, K1KonjK2PS, PS, (S) (P) Pel, K1(S)PK2K3, K1SP1OP2K2, (S)PKO, S1P1KonjS2P2, dan S1P1 Pel Konj S2P2.

Berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan kesamaan dengan penelitian Kurniawan (2010). Dalam penelitian ini terdapat beberapa variasi pola kalimat yang diawali Subjek, yaitu (S)PO, (S)P, (S)PK, SPK, SPO, (S) PK1 K2 dan S(P) K. Persamaan yang lain adalah sama-sama meneliti tentang variasi pola kalimat dan isi pesan. Isi pesan yang terdapat pada spanduk

kampanye calon legislatif dalam Pemilu tahun 2009 di Kota Surakarta antara lain : (1) nama dan nomor urut caleg, (2) nama dan nomor urut partai politik, (3) daerah pemilihan caleg, (4) slogan caleg, (5) slogan partai politik, (6) permohonan dukungan, (7) permohonan doa restu, (8) ketua umum partai politik, (9) daerah asal caleg, (10) nomor telepon caleg, (11) tanggal lahir caleg, dan (12) keunggulan caleg. Ada perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2010) dengan penelitian ini karena penggunaan isi pesan. Isi pesan yang dihasilkan Kurniawan lebih banyak dibanding penelitian ini. Perbedaan lain terdapat pada penelitian Kurniawan dan penelitian ini yaitu terletak pada data yang diteliti. Kurniawan meneliti wacana pada spanduk kampanye calon legislatif, sedangkan peneliti mengkaji wacana spanduk *laundry*.

Dengan munculnya variasi pola sebanyak 20 struktur fungsional dalam spanduk *laundry* dengan begitu memberikan kekayaan bagi pembelajaran bahasa. Disamping itu, pengenalan pola yang variatif seperti ini akan memberikan keleluasaan untuk berkomunikasi melalui spanduk pada saat mempromosikan jasa yang diberikan. Dengan demikian, jelaslah bahwa bahasa pada data wacana spanduk *laundry* dapat dijadikan prioritas dalam kajian sintaksis karena sifatnya yang variatif. Hal ini akan dapat membuktikan kekayaan bahasa Indonesia. Keluasan fungsi bahasa Indonesia masih perlu dibuktikan melalui kajian seperti ini.

5. PENUTUP

Simpulan

1. Variasi pola kalimat sebanyak 20 pola yang terdiri dari SPO sebanyak 3 kalimat, S (P) O Konj K sebanyak 3 kalimat, SPOK sebanyak 3 kalimat, S Konj (P) OK sebanyak 2 kalimat, (S)(P) K sebanyak 15 kalimat, SK sebanyak 2 kalimat, (S) K sebanyak 1 kalimat, S (P) Konj K sebanyak 1 kalimat, (S)(P) O Konj K sebanyak 1 kalimat, S (P) K sebanyak 10 kalimat, S (P) O Konj K sebanyak 7 kalimat, (S)(P) O sebanyak 6 kalimat, S (P)(O) Konj K sebanyak 1 kalimat, (S) POKonj K sebanyak 1 kalimat, S (P)(O) K sebanyak 1 kalimat, S (P) sebanyak 1 kalimat, (S)(P) Konj K sebanyak 1 kalimat, S (P)(O) Konj (K) sebanyak 1 kalimat, S (P)(O) sebanyak 1 kalimat dan (S)(P)O) sebanyak 1 kalimat.
2. Hasil analisis pada 20 spanduk *laundry* di Kota Surakarta terdapat 39 isi pesan yang terbagi dalam 4 isi pesan yang terkandung pada spanduk *laundry* di kota Surakarta. Isi pesan tersebut yaitu (1) nama pemilik *laundry* sebanyak 8, (2) nama *laundry* sebanyak 8, (3) alamat *laundry* sebanyak 8, dan (4) nomor telepon *laundry* sebanyak 15.

Saran-saran

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian yang serupa. Dari penelitian yang serupa diharapkan dapat mengungkap lebih dalam tentang macam-macam pola kalimat yang digunakan dalam media periklanan spanduk. Hal ini bertujuan untuk perbandingan dan pendalaman.

2. Saran untuk penulis buku teks

Bagi penulis buku teks diharapkan untuk mengintegrasikan materi tentang tata kalimat khususnya pola kalimat. Hal ini bertujuan untuk menambah wawasan tentang tata kalimat. Dengan begitu, pembaca mempunyai banyak pengetahuan tentang tata kalimat khususnya macam-macam pola kalimat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Hasan, dkk. 2003. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia (edisi ketiga)*. Jakarta: Balai Pustaka
- Apriani, Erna. 2008. “Variasi Bahasa Isi Pesan, dan Kode Bahasa *Chatting* untuk Komunikasi Pergaulan di Internet”. *Skripsi*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ardionsyih, Pramudya. 2009. “Analisis Isi Pesan dalam Karikatur di Internet sebagai Kritik Sosial”. *Skripsi*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Arifin, E. Zaenal dan Tasai, S. Amran. 2009. *Cermat Berbahasa Indonesia Untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta: Akademika Pressindo.
- Depdiknas. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Haryanti, Eni. 2011. “Analisis Kelas Kata dan Pola Kalimat pada Tulisan Deskripsi Siswa Kelas IV Sekolah Dasar tentang Watak Anggota Keluarga”. *Skripsi*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Haq, Millah Nurotul. 2011. “Tindak Tutur pada Slogan Iklan Produk Kecantikan di Stasiun Televisi Trans TV”. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Imas, Masriyati. 2008. “Struktur Fungsional dan Ragam Kalimat pada Terjemah Al Qur’an Surat Al Qalam”. *Skripsi*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Irawan, Yusni. 2008. Penggunaan Bahasa dalam Slogan Iklan Film Indonesia:Kajian Semantik-Pragmatik terhadap Teks-Teks dalam Slogan Iklan Film Indonesia Edisi Tayang 2001-2007. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Iswara, Prana D. 2010. *Pembelajaran Kalimat Bahasa Indonesia dengan Pola Spiral Pada Program Pendidikan Guru Sekolah Dasar, UPI Kampus Sumedang*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Keraf, Gorys. 1991. *Tata Bahasa Rujukan Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Kotler, Philip. 1989. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan dan Pengendalian*. Alih Bahasa Jaka Wasana, Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Kurniawan. 2010. “Variasi Pola Kalimat dan Isi Pesan pada Spanduk Kampanye Calon Legislatif dalam Pemilu Tahun 2009 di Kota Surakarta”. *Skripsi*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Kusuma, Diah Nila. 2007. “Variasi Pola Kalimat, Isi Pesan dan Fungsi Pengungkapan pada Wacana Iklan Radio di Surat Kabar Harian *Solopos* Edisi Oktober 2006”. *Skripsi*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Markhamah, 2009, *Ragam dan Analisis Kalimat Bahasa Indonesia*, Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Markhamah dkk, 2010, *Sintaksis 2; Keselarasan Fungsi, Kategori dan Peran dalam Klausa*, Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Moeliono, Anton M. dan Dardjowidjojo, Soenjono. 1992. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Morissan, Alexander. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Prakarsa.
- Mahsun. 2007. *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya* (Edisi Revisi). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Moleong, Lexy J. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Pfleger, Andrea, dkk. 2000. *Manajemen Tata Graha*. Departemen Pendidikan Nasional. Austria : Percetakan Buku Sekolah Trauner.
- Pratiwi, Widya. 2011. “Variasi Bahasa, Isi Pesan dan Kode Bahasa *Facebook* untuk Komunikasi Pergaulan di Internet”. *Skripsi*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Roslani, Eni. 2008. “Kajian Penggunaan Gaya Bahasa dalam Iklan Kosmetik pada Majalah” *Skripsi*. Jakarta: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta : Duta Wacana University Press.
- Suhandang. 2005. *Periklanan : Manajemen, kiat dan strategi*. Bandung : Nuansa.
- Swastha, Basu. 2000. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI.
- Uchjana, Onong Effendy. 2009. *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.