

## ANALISIS KESANTUNAN IKLAN RADIO BERBAHASA JAWA DAN RELEVANSINYA SEBAGAI MATERI AJAR MENDENGARKAN IKLAN KELAS VIII SMP

Nur Huda<sup>1</sup>, Raheni Suhita<sup>2</sup>, Kenfitria Diah Wijayanti<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Bahasa Jawa, FKIP, Universitas Sebelas Maret

<sup>2</sup>Dosen Pendidikan Bahasa Jawa, FKIP, Universitas Sebelas Maret

Email: [en\\_huda11@yahoo.com](mailto:en_huda11@yahoo.com)

### *Abstract*

The aimed of this research are (1) To describe politeness in advertisement using Java language; (2) to describe impoliteness in advertisement using Java language and; (3) the relevance of radio advertisement using Java language as teaching material listen advertisement class VIII. Based on the result of thid research can conclude several things: (1) a form of politeness on radio advertising in Javanese form, fulfilling *taxt maxim*, *generosity maxim*, *approbation maxim*, *modesty maxim*, *agreement maxim*, and *simpathy maxim*. The use of low Javanese language diversity and proper manners. Use of the word greeting. Use words 'please' and 'thank you'. (2) The form of impoliteness form, breach *approbation maxim*, *agreement maxim*, *simpathy maxim* and *taxt maxim*. The use of language diversity low Javanese improper. Use of tone not appropriate, selection or improper use of diction. (3) Radio advertisements using Java language is appropriate and relevance to be used as teaching material for competency standards are able to listen and understand spoken discourse in a variety of Java language with basic competence listening advertisement.

**Keywords:** *politeness, radio advertisement using Java language, teaching materials listening advertisement*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan wujud kesantunan iklan radio berbahasa Jawa; (2) mendeskripsikan wujud pelanggaran kesantunan iklan radio berbahasa Jawa; (3) mendeskripsikan relevansi iklan radio berbahasa Jawa sebagai materi ajar mendengarkan iklan kelas VIII. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal: (1) wujud kesantunan pada iklan radio berbahasa Jawa berupa, pemenuhan maksim kearifan (*taxt maxim*), maksim kedermawanan (*generosity maxim*), maksim pujian (*approbation maxim*), maksim kerendahan hati (*modesty maxim*), maksim kesepakatan (*agreement maxim*), dan maksim kesimpatian (*simpathy maxim*). Penggunaan ragam bahasa Jawa *ngoko* dan *krama* yang tepat. Penggunaan kata sapaan untuk menghormati. Penggunaan kata 'tolong' dan 'terima kasih'. (2) Wujud pelanggaran kesantunan berupa, pelanggaran maksim pujian (*approbation maxim*), maksim kesepakatan (*agreement maxim*), maksim kesimpatian (*simpathy maxim*) dan maksim kearifan (*taxt maxim*). Penggunaan ragam bahasa Jawa *ngoko* yang tidak tepat. Penggunaan nada bicara

yang tidak sesuai. Pemilihan atau penggunaan diksi yang tidak tepat. (3) Iklan radio berbahasa Jawa sesuai dan relevan digunakan sebagai materi ajar untuk standar kompetensi mampu mendengarkan dan memahami wacana lisan dalam berbagai ragam bahasa Jawa dengan kompetensi dasar mendengarkan iklan.

**Kata kunci:** kesantunan, iklan radio berbahasa Jawa, materi ajar mendengarkan iklan

## A. PENDAHULUAN

Pada bidang penyiaran iklan menjadi salah satu hal penting untuk diperhatikan. Iklan merupakan salah satu bentuk siaran radio yang biasanya diputar pada saat jeda suatu acara, terutama pada beberapa acara siaran radio yang memiliki rating tinggi akan banyak diminati oleh para pengiklan. Bagi sebagian orang, iklan tidak hanya sekedar memberikan informasi penawaran suatu produk baik berupa barang maupun jasa, iklan juga dapat memberi hiburan tersendiri bagi pendengarnya karena kemasan bahasa iklan yang digunakan unik dan mudah diingat baik dari ilustrasi suasana serta musik yang mendukung. Jika diperhatikan bahwa pengaruh yang ditimbulkan oleh penyiaran melalui radio memang sangat bervariasi. Salah satunya adalah pengaruh dalam kehidupan sehari-hari misalnya, kebiasaan membeli, bahkan juga menirukan bahasa-bahasa iklan tersebut, yang kita tahu bahwa keadaan tersebut pendengar terpengaruh oleh program yang didengar.

Iklan radio yang menjadi salah satu penyampaian pesan berbahasa mempunyai hubungan dengan para pendengarnya melalui bahasa yang digunakan. Bahasa memiliki fungsi yang sangat hakiki dalam kerangka hubungan manusia, yaitu sebagai pengukuh hubungan antarsesama. Tanpa adanya bahasa sebagai alat komunikasi, mustahil manusia dapat saling bekerja sama. Penggunaan bahasa iklan di radio kadangkala kurang memperhatikan prinsip kesantunan. Bahasa yang digunakan cenderung mengejar pada nilai penjualan produk. Adanya prinsip kesantunan adalah untuk menghindari konflik antara penutur dan mitra tutur serta untuk menunjukkan sikap santun dan menghormati mitra tuturnya. Tuturan bahasa iklan yang diputar melalui iklan radio kadangkala memang tidak mencerminkan kesantunan antara

penutur dan mitra tutur. Perlu adanya pengajian kembali agar tuturan dalam bahasa iklan tersebut sesuai dengan prinsip kesantunan berbahasa.

Bahasa Jawa yang digunakan di radio merupakan cerminan dari bahasa masyarakat. Jika diperhatikan dan disimak banyak acara siaran radio yang menggunakan bahasa Jawa terutama di wilayah Surakarta dan sekitarnya. Bahasa Jawa menjadi salah satu pilihan dalam penyampaian pesan radio kepada khalayak umum, karena bahasa Jawa menjadi bahasa keseharian masyarakat Jawa khususnya di wilayah Surakarta dan sekitarnya. Penggunaan bahasa Jawa di radio diharapkan agar para pendengar radio lebih cepat dan mudah dalam menangkap isi pesan yang disampaikan melalui iklan radio karena menggunakan bahasa keseharian.

Sebagai salah satu pengajian mengenai bahasa iklan adalah dengan pragmatik. Pragmatik sebagai disiplin ilmu yang mempelajari makna dalam penggunaan bahasa sehari-hari yang terikat pada konteksnya. Agar pesan dan maksud tuturan dapat sampai dengan baik pada peserta komunikasi tutur, haruslah mematuhi beberapa prinsip salah satunya adalah prinsip kesantunan berbahasa. Perlunya kesantunan berbahasa adalah untuk mengatur bagaimana kita bertutur dengan siapa dan di mana kita bertutur. Adanya kesantunan bahasa adalah untuk menghindari konflik antara penutur dengan mitra tutur, karena setiap tuturan yang diujarkan haruslah dapat menyesuaikan dengan situasi dan kondisi. Kesantunan berbahasa dari setiap anggota masyarakat akan dapat mencerminkan budaya suatu masyarakat tersebut. Berdasarkan keputusan gubernur Jawa Tengah Nomor :423.5/5/2010 tentang pelajaran muatan lokal (Bahasa Jawa) untuk jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP) kelas VIII semester I salah satu yang menjadi kompetensi dasar adalah mendengarkan iklan. Siswa dituntut untuk dapat menangkap isi pesan dan menjelaskan maksud iklan yang disajikan. Peneliti mengamati bahwa kebanyakan pendidik tampaknya kurang mengembangkan kreativitas mereka untuk merencanakan, menyiapkan, dan membuat materi ajar secara matang yang kaya inovasi sehingga menarik bagi peserta didik. Para pendidik pada umumnya hanya menyediakan materi ajar yang monoton dan instan, pokoknya yang

sudah tersedia dan tinggal pakai, serta tidak perlu harus bersusah payah membuatnya. Pada akhirnya, peserta didiklah yang menjadi korban. Peserta didik akan merasa bosan mengikuti proses pembelajaran karena menganggap materi yang diberikan oleh guru tidak menarik bagi mereka, sehingga pembelajaran menjadi kurang efektif dan efisien.

Salah satu contoh kasus yang berkaitan dengan kompetensi dasar mendengarkan iklan adalah guru masih sekedar menggunakan media iklan bergambar yang disajikan pada buku teks kemudian dibacakan, sehingga kurang menarik bagi siswa. Hendaknya guru dapat menggunakan media iklan lainnya yang lebih menarik bagi siswa. Alangkah lebih baiknya jika menggunakan media audio iklan yang sesungguhnya, sehingga siswa benar-benar mendengarkan iklan secara utuh dengan ilustrasi-ilustrasi suasana dan musik pengiringnya yang akan membuat siswa lebih tertarik pada pembelajaran serta tidak terkesan monoton. Iklan radio dapat digunakan menjadi salah satu materi ajar dengan kompetensi dasar mendengarkan iklan. Akan tetapi, tidak semua iklan radio dapat digunakan sebagai materi ajar. Iklan radio yang akan dijadikan materi ajar haruslah iklan radio yang sesuai, terutama bahasa yang digunakan. Perlu adanya seleksi kembali iklan-iklan yang disiarkan radio terutama pada bahasa yang digunakan agar dapat digunakan untuk materi ajar bagi siswa dan tentunya sesuai dengan perkembangan usia mereka, karena banyak iklan radio yang kurang memperhatikan prinsip kesantunan berbahasa dan hanya mengejar pada nilai penjualan saja.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas tujuan dilakukannya penelitian ini antara lain, mendeskripsikan bentuk kesantunan bahasa dalam iklan radio berbahasa Jawa, mendeskripsikan bentuk pelanggaran kesantunan bahasa dalam iklan radio berbahasa Jawa, dan mendeskripsikan relevansi kesantunan bahasa dalam iklan radio berbahasa Jawa sebagai materi ajar mendengarkan iklan kelas VIII.

Radio menjadi salah satu menjadi media elektronik dalam penyampaian suatu iklan. Sebenarnya terdapat banyak media dalam penyampaian iklan kepada khalayak, salah satunya adalah melalui media iklan radio. Peneliti membahas mengenai iklan radio karena menjadi objek kajian penelitian. Pada dunia penyiaran radio terdapat

salah satu program yang disebut iklan radio. Program iklan diartikan dengan menjelaskan atau menyajikan suatu produk, organisasi, gagasan, dan lain-lain melalui media komunikasi untuk membujuk khalayak agar membeli, mendukung, atau menyetujuinya (Rohmadi dkk, 2012:67). Program iklan dapat bersifat informatif, misalnya iklan pernikahan, lelang barang, diskon barang. Selain itu, iklan juga dapat bersifat persuasif, misalkan penawaran barang dan jasa.

Sejalan dengan pendapat di atas Lee dan Jhonson (2007: 274) menambahkan bahwa periklanan radio adalah iklan yang disiarkan melalui jaringan-jaringan radio baik secara lokal maupun nasional. Radio adalah media populer bagi periklanan eceran lokal karena biaya-biayaanya relatif rendah dan cakupannya lokal. Radio menjadi salah satu media yang luwes. Iklan-iklan dapat disiarkan hampir kapanpun diinginkan dan hanya memerlukan perhatian awal yang singkat. Pada dasarnya iklan radio adalah iklan yang sekali dengar, maka muatan isi iklan dalam penyampaiannya kepada khalayak umum haruslah mempunyai nilai ketertarikan (*interest*), memberikan informasi, memberikan harapan, dan memberikan petunjuk, sehingga perlu diperhatikan hal-hal tersebut agar iklan tersebut efektif.

Manusia sebagai makhluk sosial berinteraksi dengan berbagai macam kepribadian dan latar belakang kebudayaan, sehingga perlu adanya sikap sopan santun yang harus diterapkan kapan pun dan di mana pun kita berinteraksi sosial terutama dalam kegiatan bertutur. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan Leech (1993: 206) yang menyatakan bahwa sopan santun berkenaan dengan hubungan antara dua pemeran serta yang boleh kita sebut dengan “diri” atau penutur dan “lain” atau mitra tutur. Lain di sini bukan hanya mitra tutur (pihak kedua) yang terlibat langsung dalam kegiatan bertuturan saja, melainkan juga pihak ketiga yang hadir ataupun tidak hadir dalam situasi ujar.

Pada kegiatan bertutur hendaknya juga memperhatikan kesantunan bahasa. Hal tersebut bertujuan agar orang lain sebagai mitra tutur juga dapat menghargai penutur, karena dengan berbahasa secara santun manusia menunjukkan usaha untuk

menghormati orang lain. Seperti yang disampaikan oleh Pranowo (2012: 15) bahwa berperilaku secara santun bukanlah kewajiban bagi seseorang melainkan sebuah kebutuhan. Ketika menjadi sebuah kebutuhan maka kesantunan bahasa tersebut akan diprioritaskan saat berkomunikasi. Sejalan dengan pendapat yang dikemukakan di atas Sulistyono (2013: 26) mengungkapkan bahwa kesantunan atau kesopanan adalah perlakuan suatu konsep yang tegas yang berhubungan dengan tingkah laku sosial yang sopan yang terdapat di budaya atau suatu masyarakat. Khususnya dalam bahasa, sopan santun atau tatakrama berbahasa adalah bagaimana menghargai dan menghormati pesapa. Kesopansantunan dalam gaya berbahasa dimanifestasikan melalui kejelasan dan kesingkatan pesan kata.

Dari beberapa teori di atas dapat disimpulkan bahwa kesantunan merupakan upaya seseorang untuk saling menghargai dan menghormati kepada orang lain dalam berinteraksi, karena manusia sebagai makhluk sosial dalam berinteraksi tidak hanya sendiri melainkan juga melibatkan orang lain sebagai mitra tuturnya. Kesantunan sangat diperlukan dalam berinteraksi atau bertutur karena bertutur dengan santun merupakan wujud penghormatan kepada orang lain. Apabila seseorang ingin dihormati orang lain, maka ia harus menghormati orang lain terlebih dahulu.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian di mana data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2013: 6).

Penelitian ini menekankan catatan yang menggambarkan situasi yang sebenarnya untuk mendukung penyajian data. Pada penelitian ini permasalahan yang dibahas hanya mengangkat permasalahan yang sedang dibahas saja atau dibatasi dengan konteks permasalahan yang terjadi disetiap iklan radio berbahasa Jawa yang mengandung wujud kesantunan dan pelanggaran kesantunan berbahasa. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan pragmatik yaitu mengkaji tuturan pemakaian bahasa disertai dengan konteks tuturannya pada iklan radio berbahasa Jawa yang mengandung wujud kesantunan dan pelanggaran kesantunan berbahasa.

Pada penelitian ini, data yang dikumpulkan berupa data kualitatif, yang berupa kata, frasa, klausa, atau kalimat yang ada dalam iklan radio berbahasa Jawa yang mengandung wujud kesantunan dan pelanggaran kesantunan berbahasa. Data tersebut merupakan tuturan yang dituturkan oleh tokoh-tokoh dalam iklan radio berbahasa Jawa. Data berikutnya berupa informasi dari informan berkaitan dengan materi ajar pembelajaran menyimak bahasa Jawa dengan kompetensi dasar mendengarkan iklan bagi siswa SMP. Data tersebut didapatkan dari sumber data yaitu informan. Informan dalam penelitian ini meliputi pakar bahasa Jawa, guru mata pelajaran bahasa Jawa SMP, dan siswa SMP kelas VIII.

Pada penelitian ini sumber data menggunakan rekaman tuturan pada iklan radio berbahasa Jawa yang mengandung wujud kesantunan berbahasa. Iklan radio yang menjadi sumber data pada penelitian ini adalah iklan dari Radio CJDW Boyolali dan Radio Top RSPD Sukoharjo yang diperoleh dari bulan Juli sampai Agustus 2016. Informan dalam penelitian ini terdiri pakar bahasa Jawa, guru mata pelajaran bahasa Jawa di SMP N 1 Mojogedang, dan tiga siswa kelas VIII SMP N 1 Mojogedang. Semua narasumber tersebut, nantinya akan digunakan untuk mengetahui bagaimana proses pembelajaran menyimak bahasa Jawa di SMP dan relevansi serta kesesuaian iklan radio berbahasa Jawa sebagai materi ajar pembelajaran menyimak bahasa Jawa SMP dengan kompetensi dasar mendengarkan iklan kelas VIII .

Teknik yang digunakan oleh peneliti untuk pengambilan subjek penelitian atau cuplikan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive Sampling* ini digunakan karena tidak mungkin semua populasi diteliti atau dianalisis, oleh karena itu hanya sampel/subjek yang berkaitan erat dengan tujuan penelitian yang akan digunakan yaitu iklan radio berbahasa Jawa yang sesuai dengan kriteria peneliti. Sampel yang dimaksud adalah iklan radio berbahasa Jawa yang mengandung wujud kesantunan pelanggaran kesantunan berbahasa.

Pemilihan informan juga bertujuan untuk memperoleh informasi tentang relevansi iklan radio berbahasa Jawa sebagai materi ajar pembelajaran menyimak bahasa Jawa dengan kompetensi dasar mendengarkan iklan. Satu pakar linguistik Jawa yaitu Drs. Yohanes Suwanto, M.Hum., dipilih karena narasumber tersebut dianggap berkompeten dengan banyak pengalaman dan pengetahuan di bidang bahasa, sehingga narasumber akan mendukung data mengenai kesantunan bahasa yang digunakan pada iklan radio berbahasa Jawa serta kesesuaiannya sebagai materi ajar mendengarkan iklan kelas VIII. Dua guru Bahasa Jawa SMP N 1 Mojogedang, yaitu Suratno, S. Pd., dan Sri Harnoko, S.S, dipilih karena sudah berpengalaman dalam mengajarkan pelajaran bahasa Jawa di SMP, sehingga akan memberikan data yang valid untuk peneliti. Tiga siswa SMP yang dipilih adalah siswa kelas VIII yang sudah pernah mendapat pelajaran menyimak bahasa Jawa. Tiga siswa tersebut adalah, Fatimah Novi Hanggrahini, Salsabila Hamada Wisanggeni, dan Fitria Khairun Nisa.

Pada penelitian kualitatif terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan. Berkaitan dengan data lisan yaitu iklan radio berbahasa Jawa maka pengumpulan data dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode simak, yaitu menyimak penggunaan bahasa Jawa dalam iklan di radio. Metode menyimak ini memiliki teknik dasar yang berwujud teknik sadap, dengan artian bahwa peneliti dalam upaya mendapatkan data dengan menyadap penggunaan bahasa yang menjadi sumber data. Teknik tersebut kemudian diikuti dengan teknik simak bebas libat cakap karena peneliti tidak terlibat dalam peristiwa tuturan bahasa, peneliti hanya

menyimak dialog yang terjadi pada informannya. Teknik yang dilakukan selanjutnya adalah teknik rekam dan teknik catat, setelah data didapat dengan cara direkam maka data tersebut ditranskripsikan dari bentuk lisan ke bentuk tulis serta diklasifikasikan untuk dianalisis.

Teknik pengumpulan data selanjutnya adalah wawancara yang mendalam. Wawancara bersifat terbuka, di mana narasumber bebas menjawab setiap pertanyaan sesuai dengan konteks, dan pertanyaan pun juga berkembang sesuai dengan jawaban narasumber. Data hasil wawancara tersebut digunakan untuk mengetahui kesesuaian dan kelayakan iklan radio berbahasa Jawa untuk dijadikan sebagai materi ajar pembelajaran menyimak bahasa Jawa dengan kompetensi dasar mendengarkan iklan untuk kelas VIII.

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah model analisis interaktif. Alur penelitian terbagi menjadi 3 kegiatan yaitu: (1) Reduksi data pada penelitian ini memilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting, disusun lebih sistematis, dan akan dilakukan penyederhanaan data, data mana yang akan diambil, agar lebih memudahkan dalam pengambilan data-data yang dianggap penting pada iklan radio berbahasa Jawa. (2) Penyajian data (*display data*), data disajikan dalam bentuk tabel yang dikelompokkan berdasarkan bentuk kesantunan dan pelanggaran kesantunan yang dianalisis. Di dalam tabel tersebut terdapat deskripsi hasil analisis nilai kesantunan berupa konteks dan keterangan penilaian kesantunan. Data hasil wawancara dengan narasumber juga disajikan dalam bentuk tabel berdasarkan kesamaan profesi beserta pertanyaan yang sejenis. (3) Penarikan kesimpulan yaitu wujud kesantunan bahasa dalam iklan radio berbahasa Jawa. Wujud kesantunan ini termasuk jenis pelanggaran prinsip kesantunan dan penerapan prinsip kesantunan berbahasa serta relevansinya sebagai materi ajar kelas VIII dengan kompetensi dasar mendengarkan iklan.

### **C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Ada beberapa pendapat ahli yang mengemukakan mengenai macam-macam prinsip kesantunan. Pada penelitian ini peneliti mengacu pada prinsip yang dikemukakan oleh Leech, dan Gunarwan.

### **1. Prinsip Kesantunan Leech**

Prinsip kesantunan yang dikemukakan Leech (1993: 206-207) berupa maksim-maksim yang berjumlah enam maksim yaitu (a) Maksim Kearifan (*Text Maxim*), (b) Maksim Kedermawanan (*Generosity Maxim*), (c) Maksim Pujian (*Approbation Maxim*), (d) Maksim Kerendahan Hati (*Modesty Maxim*), (e) Maksim Kesepakatan (*Agreement Maxim*), dan (f) Maksim Kesimpatian (*Sympathy Maxim*) yang akan dijelaskan berikut ini.

#### ***Maksim Kearifan (Text Maxim)***

Pada maksim kearifan (kebijaksanaan) prinsipnya adalah buatlah kerugian sekecil mungkin pada mitra tutur dan buatlah keuntungan semaksimal mungkin pada mitra tutur.

#### ***Maksim Kedermawanan (Generosity Maxim)***

Pada maksim kedermawanan ini prinsipnya adalah buatlah keuntungan penutur (diri sendiri) sekecil mungkin dan buatlah kerugian penutur (diri sendiri) sebesar mungkin.

#### ***Maksim Pujian (Approbation Maxim)***

Pada maksim pujian ini prinsipnya adalah kecamlah mitra tutur sedikit mungkin dan pujilah mitra tutur sebanyak mungkin

#### ***Maksim Kerendahan Hati (Modesty Maxim)***

Pada maksim kerendahan hati ini prinsipnya adalah pujilah diri sendiri sedikit mungkin dan kecamlah diri sendiri sebanyak mungkin.

#### ***Maksim Kesepakatan (Agreement Maxim)***

Pada maksim kesepakatan (kecocokan) ini prinsipnya adalah kurangilah ketidaksepakatan antara penutur dan mitra tutur dan usahakan kesepakatan antara penutur dan mitra tutur sebanyak mungkin.

### ***Maksim Kesimpatian (Simpathy Maxim)***

Pada maksim kesimpatian ini prinsipnya adalah kurangi rasa antipati pada diri sendiri dan orang lain serta tingkatkan rasa simpati pada diri sendiri dan orang lain.

## **2. Prinsip Kesantunan Asim Gunarwan**

Asim Gunarwan (Sulistyo, 2013:34-36) menjabarkan empat maksim yang berhubungan dengan prinsip kesantunan masyarakat Jawa yaitu (a) *Kurmat* (hormatilah orang lain), (b) *Andhap asor* (berendah hatilah), (c) *Empan papan* (sadarilah tempatmu), (d) *Tepa slira* (jangan melakukan kepada orang lain apa yang tidak kamu mau orang lain melakukan kepada kamu) yang akan dijelaskan sebagai berikut.

### ***Kurmat (Hormatilah Orang Lain)***

Jika seseorang mengharap dihormati orang lain maka hormatilah orang lain. Dalam pepatah Jawa disebutkan “*ajining dhiri saka lathi*” yang artinya harga diri seseorang tergantung pada ucapan atau perkataannya dan “*ajining raga saka busana*” yang artinya *performance* atau penampilan baik dari seseorang itu terletak pada busana atau pakaian yang dikenakannya.

### ***Andhap Asor (Berendah Hatilah)***

*Andhap asor* yang maknanya sejajar dengan *lembah manah*. Budaya orang Jawa sangat mengutamakan sifat *andhap asor*, apabila berhubungan dengan orang lain.

### ***Empan Papan (Bisa Menempatkan Diri)***

*Empan papan* artinya sesuai waktu dan tempat. Cara menyikapi suatu persoalan hendaknya melihat waktu dan tempat.

### ***Tepa Slira (Tenggang Rasa)***

*Tepa Slira* atau tenggang rasa ini berarti jangan menganggap atau menilai orang lain itu jelek, karena belum tentu yang orang yang mengatakan jelek tersebut justru lebih baik daripada orang yang dikatakannya. Pada intinya adalah bisa saling menjaga rasa hormat dan menghargai sesama manusia satu dengan lainnya.

Menyimak merupakan salah satu kompetensi dasar yang harus dikuasai oleh siswa. Keberhasilan pembelajaran menyimak merupakan salah satu tolak ukur bagi keberhasilan pembelajaran bahasa pada siswa. Pada mata pelajaran bahasa Jawa kelas VIII Sekolah Menengah Pertama mempunyai salah satu standar kompetensi keterampilan menyimak yaitu siswa mampu mendengarkan dan memahami wacana lisan dalam berbagai ragam bahasa Jawa dengan kompetensi dasar mendengarkan iklan (Kurikulum Mata Pelajaran Muatan Lokal Bahasa Jawa KTSP). Hasil yang maksimal sesuai dengan standar kompetensi dalam kegiatan pembelajaran bahasa Jawa merupakan tujuan pembelajaran yang tercapai. Oleh karena itu, diperlukan berbagai perangkat yang berkualitas baik dan dapat menunjang kegiatan pembelajaran khususnya pembelajaran menyimak bahasa Jawa. Salah satu perangkat itu adalah materi ajar. Materi ajar sangat mempengaruhi keberhasilan dan tujuan pembelajara, sehingga perlu adanya pemilihan materi ajar agar tercapainya tujuan pembelajaran secara efektif dan efisien.

Pembelajaran yang baik dan berkualitas akan menghasilkan hasil yang baik dan berkualitas pula. Perlu adanya sarana dan prasarana yang baik dan berkualitas pula agar pembelajaran yang baik dapat terwujud. Salah satu di antaranya adalah dengan penyediaan bahan ajar yang baik. Agar dapat menyediakan bahan ajar yang baik, maka guru perlu menyeleksi bahan ajar yang akan digunakan. Maka dari itu, bahan ajar yang akan dipilih oleh guru harus memenuhi kriteria-kriteria sebagai bahan ajar yang baik.

Adapaun kriteria materi ajar menurut Winkel (1999:297) yaitu (a) relevan dengan tujuan instruksional, (b) taraf kesulitan harus disesuaikan, (c) memberi

motivasi siswa, (d) mengaktifkan siswa, (e) sesuai dengan prosedur didakdis, (f) sesuai dengan media yang tersedia, yang akan dijelaskan sebagai berikut.

Berkaitan materi atau bahan ajar yang baik khususnya mata pelajaran Bahasa Jawa menurut Purwaningsih (2008: 67-68), yaitu: sederhana wujud kesatuannya (utuh), sederhana unsur pembentuknya, sederhana urutan-urutannya, dan cakupannya cukup mendasar. Materi dengan ciri-ciri tersebut akan mengantarkan siswa untuk mengembangkan sendiri keluasan dan kelanjutannya sesuai dengan kebutuhan.

### **3. Wujud Kesantunan Iklan Radio Berbahasa Jawa**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, wujud kesantunan pada iklan radio berbahasa Jawa ditemukan berupa: a) pemenuhan maksim kearifan (*taxt maxim*), maksim kedermawanan (*generosity maxim*), maksim pujian (*approbation maxim*), maksim kerendahan hati (*modesty maxim*), maksim kesepakatan (*agreement maxim*), dan maksim kesimpatian (*simpathy maxim*). b) Penggunaan ragam bahasa Jawa yang tepat, yaitu penggunaan ragam bahasa Jawa *ngoko* saat berkomunikasi antara penutur dengan mitra tutur yang memiliki tingkatan usia yang lebih muda, tingkat sosial yang lebih rendah, serta berkomunikasi dengan sebaya. Penggunaan bahasa Jawa *ragam krama* pada saat menunjukkan kesantunan kepada mitra tutur yang memiliki kedudukan sosial lebih tinggi dan kedudukan usia yang lebih tinggi. c) Penggunaan kata sapaan yang digunakan baik dari penutur dan mitra tutur seperti sapaan *Bapak, Ibu, Pakdhe, Lik, Mas, Mbak, Dhik*, yang menunjukkan tuturan tersebut terasa lebih santun. d) Penggunaan kata *tulung* saat meminta bantuan, dan penggunaan kata *matur nuwun* ketika orang lain melakukan tindakan seperti yang diinginkan atau menguntungkan.

### **4. Wujud Pelanggaran Kesantunan Berbahasa**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, wujud pelanggaran kesantunan pada iklan radio berbahasa Jawa ditemukan berupa: a) pelanggaran pada maksim pujian (*approbation maxim*), maksim kesepakatan (*agreement maxim*), maksim kesimpatian

(*simpathy maxim*) dan maksim kearifan (*taxt maxim*). b) Penggunaan ragam bahasa Jawa *ngoko* yang tidak tepat saat bertutur dengan mitra tutur yang memiliki kedudukan sosial lebih tinggi dan tingkat usia lebih tinggi, hal tersebut terjadi karena antara keduanya memiliki hubungan yang dekat dan akrab, sehingga tuturannya kurang santun. c) Penggunaan nada bicara yang tidak tepat yang terkesan memaksa, merendahkan, dan menolak yang menunjukkan tuturan tersebut tidak santun. d) Penggunaan atau pemilihan diksi yang tidak tepat yang disampaikan baik dari penutur maupun mitra tutur yang mengakibatkan tuturan menjadi tidak santun.

#### **5. Relevansi Kesantunan Iklan Radio Berbahasa Jawa sebagai Materi Ajar Mendengarkan Iklan Kelas VIII**

Berdasarkan data dari hasil analisis dan wawancara dengan para informan mengenai relevansi iklan radio berbahasa Jawa sebagai materi ajar mendengarkan iklan kelas VIII dapat disimpulkan bahwa iklan radio berbahasa Jawa relevan untuk dijadikan sebagai materi mendengarkan iklan kelas VIII. Kesantunan pada iklan radio berbahasa Jawa sesuai dan layak untuk dijadikan materi ajar karena sesuai dengan standar kompetensi dan kompetensi dasar dalam kurikulum tahun 2006 (KTSP) muatan lokal bahasa Jawa provinsi Jawa Tengah serta bahasa yang digunakan adalah bahasa Jawa yang cukup sederhana, mudah dipahami dan komunikatif

#### **D. SIMPULAN**

Pada iklan radio berbahasa Jawa terdapat wujud kesantunan berupa pemenuhan maksim, penggunaan ragam bahasa Jawa yang benar, penggunaan kata sapaan untuk menghormati, penggunaan kata 'tolong' dan 'terimakasih'. Wujud pelanggaran kesantunan pada iklan radio berupa pelanggaran maksim, penggunaan ragam bahasa yang tidak tepat, penggunaan nada bicara yang tidak tepat, dan pilihan diksi yang tidak

tepat. Iklan radio berbahasa Jawa relevan dan bisa digunakan sebagai materi ajar yang menarik dan menyenangkan dengan kompetensi dasar mendengarkan iklan kelas VIII.

## **E. DAFTAR PUSTAKA**

- Lee, M. & Johnson, C. (2007). *Prinsip-Prinsip Periklanan dalam Perspektif Global* (edisi terjemahan oleh Haris Munandar & Dudi Priatna). Jakarta: Prenada Media Group.
- Moleong, L.J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Leech, G. (1993). *Prinsip-Prinsip Pragmatik* (edisi terjemahan oleh M.D.D. Oka). Jakarta. Universitas Indonesia Press.
- Pranowo. (2012). *Berbahasa Secara Santun*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. (2010). *Kurikulum Mata Pelajaran Muatan Lokal (Bahasa Jawa)*. Semarang: Dinas Pendidikan
- Rohmadi, M. Suhita, R. & Harsini, S. (2012). *Pengantar Jurnalistik Radio & Kepenyiaran*. Yogyakarta: Media Perkasa.
- Sulistyo, E.T. (2013). *Pragmatik suatu Kajian Awal*. Surakarta: UNS Press.
- Purwaningsih, C. (2008). Strategi Pembelajaran Bahasa Jawa di SMP. *Ragam (Jurnal Pengembangan Humaniora)*, 8 (2), 65-73. Diperoleh pada 14 Maret 2016, dari [www.docs-engine.com/pdf/1/jurnal-strategi-pembelajaran-bahasa.html](http://www.docs-engine.com/pdf/1/jurnal-strategi-pembelajaran-bahasa.html)
- Winkel, S.J. (1999). *Psikologi Pengajaran*. Jakarta: PT Grasindo.

