

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Keterampilan Menulis

Keterampilan menulis merupakan salah satu kemampuan berbahasa yang sangat penting dalam pembelajaran. Arozatulo Bawamenewi (2018) menulis adalah aktivitas seseorang setiap hari dalam hal menulis simbol-simbol maupun lambing-lambang untuk menuangkan ide atau berupa gagasan yang dimiliki setiap individu. Nurgiyantoro (2014) menyatakan bahwa menulis adalah kegiatan yang kompleks, karena melibatkan berbagai aspek keterampilan, seperti kemampuan berpikir kritis, penyusunan ide, dan penggunaan bahasa yang sesuai dengan kaidah. Menulis tidak hanya sekadar menuangkan gagasan ke dalam bentuk teks, tetapi juga memerlukan penguasaan aturan tata bahasa, struktur wacana, dan gaya bahasa yang efektif. Menulis juga membutuhkan latihan yang sistematis agar penulis dapat menghasilkan karya tulis yang terstruktur dan komunikatif. Oleh karena itu, pembelajaran menulis harus dirancang secara bertahap dan melibatkan berbagai strategi yang mendukung pengembangan keterampilan ini. Hyland (2015) menambahkan bahwa menulis merupakan keterampilan yang bersifat sosial dan kognitif. Dalam proses menulis, penulis tidak hanya berusaha menyampaikan pesan, tetapi juga mempertimbangkan siapa pembacanya serta konteks sosial dan budaya yang melingkupi. Hal ini menunjukkan bahwa menulis adalah aktivitas yang melibatkan interaksi antara penulis dan pembaca melalui teks. Menurut Graham dan Perin (2018), pembelajaran menulis yang efektif harus mencakup pengajaran strategi menulis. Strategi ini meliputi perencanaan, pengorganisasian ide, revisi, dan evaluasi teks yang telah ditulis. Graham dan Perin juga menyoroti pentingnya umpan balik dalam proses menulis, baik dari guru maupun teman sejawat. Umpan balik yang konstruktif dapat membantu siswa mengenali kelemahan dalam tulisan mereka dan mendorong mereka untuk memperbaikinya. Selain itu, mereka menyarankan penggunaan teknologi sebagai alat bantu dalam pembelajaran menulis, seperti perangkat lunak pengolah kata dan

aplikasi koreksi tata bahasa, yang dapat meningkatkan efisiensi dan akurasi proses menulis. Richards dan Renandya (2020) berpendapat bahwa keterampilan menulis melibatkan kemampuan berpikir kritis dan kreativitas. Mereka menyatakan bahwa pembelajaran menulis harus dirancang untuk mengembangkan kemampuan siswa dalam mengorganisasi ide secara logis, menggunakan bahasa yang tepat, serta menghasilkan teks yang sesuai dengan tujuan komunikatifnya. Pembelajaran berbasis kolaborasi juga sangat dianjurkan, karena dapat memberikan siswa kesempatan untuk saling berbagi ide, berdiskusi, dan memberikan masukan terhadap tulisan satu sama lain. Dengan cara ini, siswa dapat belajar dari pengalaman teman-temannya dan meningkatkan kemampuan menulis mereka secara bersama-sama.

Secara keseluruhan, keterampilan menulis adalah kemampuan yang memerlukan penguasaan berbagai aspek, baik teknis maupun kognitif. Harmer (2015) menekankan bahwa pembelajaran menulis harus dilakukan secara berkelanjutan dan melibatkan berbagai metode yang inovatif. Ia menyatakan bahwa guru perlu memberikan kesempatan kepada siswa untuk berlatih menulis dalam berbagai genre dan konteks, sehingga mereka dapat mengembangkan kemampuan menulis yang fleksibel dan adaptif. Selain itu, motivasi siswa juga harus diperhatikan, karena menulis sering kali dianggap sebagai aktivitas yang sulit dan membosankan. Dengan pendekatan yang tepat, pembelajaran menulis dapat menjadi proses yang menyenangkan dan bermanfaat bagi siswa

2. 1. 2 Kesalahan Penggunaan Bahasa Indonesia

Kesalahan berbahasa dapat diklasifikasikan menjadi lima bagian: (1) Pada tataran linguistic meliputi bidang; fonologi, morfologi, sintaksis (termasuk didalamnya frasa dan klausa), semantic, dan teks. (2) Pada tataran keterampilan berbahasa meliputi; menyimak, berbicara, membaca dan menulis. (3) Pada tataran sarana yang digunakan yaitu berbahasa secara lisan atau tulisan. (4) Pada tataran penyebab terjadi kesalahan berbahasa, apakah karangan system pengajaran yang kurang atau tidak tepat, atau karena terjadinya interferensi. (5) Pada tataran frekuensi penggunaan kesalahan berbahasa, mulai pada bagian yang selalu salah

digunakan, sering, sedang, kurang, bahkan sampai pada kesalahan yang jarang muncul (Dr. Dadi Waras suhardjono. 2024)

Kesalahan penggunaan bahasa Indonesia merupakan hal yang terus berkembang, banyak siswa SMP yang masih kesulitan dalam memahami kaidah tata bahasa yang benar, yang menyebabkan kesalahan dalam penulisan, kesalahan tersebut sering kali berkaitan dengan penggunaan ejaan, tanda baca dan struktur kalimat. Misalnya, siswa seringkali mengabaikan aturan penggunaan huruf capital diawal kalimat, Rahardi (2014). Kesalahan penggunaan bahasa Indonesia yang tidak sesuai dengan kaidah atau aturan yang berlaku dalam tata bahasa, ejaan, dan penggunaan kata dapat mengakibatkan kebingungan dalam komunikasi, Alwi (2014). Maka dapat disimpulkan bahwa kesalahan penggunaan bahasa Indonesia merupakan pelanggaran terhadap kaidah bahasa yang dapat mempengaruhi komunikasi dan pemahaman seseorang. Kesalahan penggunaan bahasa Indonesia dalam penulisan teks slogan oleh siswa kelas VIII di UPTD SMP Negeri 1 Gunungsitoli dapat dianalisis dari beberapa aspek, termasuk kesalahan ejaan, kesalahan pemilihan kata dan penyesuaian makna.

a. Kesalahan Penggunaan Ejaan

Kesalahan ejaan merupakan salah satu masalah umum yang dihadapi siswa dalam menulis teks slogan. Alwi et ai (2016) ejaan yang salah dapat mengubah makna suatu kata dan mengganggu pemahaman pembaca dalam teks slogan, dimana pesan harus disampaikan secara singkat dan jelas, kesalahan ejaan dapat menimbulkan kebingungan. Misalnya, penggunaan huruf kapital yang tidak tepat dapat mengurangi daya tarik pembaca serta mengurangi penekanan pesan dalam teks slogan tersebut. Di dalam penulisan huruf kapital adalah huruf abjad yang ukurannya lebih besar dibandingkan huruf lainnya, yang biasanya digunakan untuk awal kalimat, nama orang, keterangan nama tempat, dan sebagainya. Menurut Ana Mariana P.S (2019) huruf kapital adalah huruf yang berukuran dan berbentuk lebih besar dari huruf biasa. Menurut hasan

b. Kesalahan Pemilihan Kata

Pemilihan kata yang tidak tepat dapat mengurangi efektivitas. Ramaniyar (2017), siswa seringkali tidak memahami nuansa makna dari kata-kata yang mereka pilih, sehingga mengakibatkan penggunaan istilah yang kurang sesuai. Dalam penulisan slogan, pemilihan kata yang tepat sangat penting untuk menarik perhatian dan menyampaikan pesan dengan jelas. Kesalahan dalam pemilihan kata dapat membuat slogan menjadi ambigu atau tidak relevan dengan konteks yang diinginkan. Penyesuaian makna juga termasuk dalam pemilihan kata, penyesuaian makna berkaitan dengan kemampuan siswa untuk memahami dan menggunakan dalam konteks yang tepat. Siswa seringkali mengalami kesulitan dalam menyesuaikan makna kata dengan konteks slogan yang mereka buat hal ini dapat menyebabkan penggunaan istilah yang tidak sesuai atau yang tidak tepat sehingga pesan yang ingin disampaikan menjadi kurang efektif. Dalam slogan, dimana setiap kata memiliki bobot yang signifikan, kesalahan dalam penyesuaian makna dapat mengakibatkan pesan yang ambigu atau tidak jelas. Pemilihan kata dalam Bahasa Indonesia terbagi menjadi dua kategori utama, yaitu:

1. Denotatif

Denotatif memiliki makna yang langsung, objektif, dan jelas. Makna ini biasanya sesuai dengan definisi yang terdapat dalam kamus. Contoh : "Kucing" merujuk pada hewan berbulu yang biasa dipelihara di rumah.

2. Konotatif

Konotatif memiliki makna tambahan yang bersifat subjektif, emosional, atau figuratif. Makna ini sering dipengaruhi oleh konteks dan pengalaman pribadi. Contoh : "Kucing" bisa memiliki konotasi sebagai "hewan yang manja" atau "pelindung rumah," tergantung pada konteks di mana kata tersebut digunakan.

2.1.3 Penulisan Karangan Teks Slogan

Karangan adalah suatu karya tulis hasil yang mengungkapkan gagasan atau ide yang dituangkan dalam bentuk tulisan dan disampaikan kepada pembaca untuk dipahami dan merasakan apa yang dialami oleh penulis (Sayuti, dkk,

2016:119). Beberapa ahli bahasa dan linguistik, termasuk Anton Moedardo Moeliono dan Alwi, menyatakan bahwa teks slogan termasuk dalam bentuk karangan atau ekspresi bahasa yang memiliki ciri-ciri tertentu seperti menarik, mencolok, dan mudah diingat. Mereka melihat slogan sebagai bentuk komunikasi yang menggunakan kata-kata atau kalimat pendek untuk menyampaikan pesan atau tujuan tertentu. Berikut beberapa teori para ahli mengenai karangan teks slogan.

1. Anton Moedardo Moeliono : Menyatakan bahwa slogan adalah perkataan atau kalimat pendek yang menarik, mencolok, dan mudah diingat untuk menjelaskan maksud dan tujuan media atau organisasi.
2. Alwi : Mengatakan bahwa slogan adalah perkataan atau kalimat pendek yang menarik, mencolok, dan mudah diingat untuk menjelaskan tujuan ideologi, organisasi, atau partai politik.
3. Jusuf Sjarif Badudu : Menyatakan bahwa slogan adalah rangkaian kata atau kalimat pendek yang memiliki arti dan bunyi yang menarik agar mudah diingat.
4. Sukini : Merumuskan slogan sebagai kalimat singkat yang bersifat persuasi, dengan susunan kalimat yang tidak konvensional.
5. Pardjimin : Menjelaskan bahwa slogan dapat berupa kelompok kata atau kalimat pendek yang menarik dan mudah diingat untuk menyampaikan visi atau tujuan suatu organisasi atau kegiatan.

Di simpulkan bahwa secara umum, para ahli menyepakati bahwa slogan adalah bentuk ekspresi bahasa yang unik, menggunakan kata-kata atau kalimat pendek yang dirancang untuk menyampaikan pesan atau tujuan secara efektif. Mereka juga melihat slogan sebagai bentuk komunikasi yang menarik dan mudah diingat, sehingga termasuk dalam ranah karangan atau ekspresi bahasa yang memiliki ciri-ciri khusus.

Penulisan karangan teks slogan merupakan keterampilan penting yang harus dikuasai oleh siswa, terutama di tingkat SMP. Teks slogan berfungsi sebagai alat komunikasi yang singkat dan padat, sehingga perlu memperhatikan beberapa aspek untuk mencapai efektivitas, Slogan yang baik harus memiliki daya tarik emosional dan mudah diingat. Hal ini sejalan dengan pendapat Alwi et al. (2016)

yang menekankan bahwa slogan harus singkat, jelas, dan langsung pada inti pesan. Suprayogi (2019), penggunaan bahasa yang efektif dalam penulisan slogan sangat penting untuk menarik perhatian audiens. Siswa perlu memahami cara memilih kata yang tepat dan menyusun kalimat yang sederhana namun kuat. Kesalahan dalam pemilihan kata atau struktur kalimat dapat mengurangi dampak dari pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, penguasaan tata bahasa dan kosakata yang baik menjadi aspek penting dalam penulisan slogan. Penulisan karangan teks slogan oleh siswa kelas VIII memerlukan pemahaman tentang definisi, karakteristik, kreativitas, penggunaan bahasa yang efektif, serta konteks dan audiens. Dengan memperhatikan aspek-aspek ini, siswa dapat menghasilkan slogan yang tidak hanya menarik tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan.

Penulisan karangan teks slogan merupakan keterampilan penting yang harus dimiliki siswa, terutama di tingkat kelas VIII. Slogan berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif, singkat, dan padat, serta mampu menyampaikan pesan dengan cara yang menarik. Ramaniyar (2017), slogan adalah pernyataan singkat yang dirancang untuk menarik perhatian dan menyampaikan pesan dengan jelas. Dengan demikian, teks slogan sangat berguna bagi masyarakat dan terkhusus untuk peserta didik dalam meningkatkan motivasi belajar mereka. Dalam konteks pendidikan, penguasaan keterampilan ini tidak hanya membantu siswa dalam berkomunikasi, tetapi juga dalam berpikir kreatif dan kritis. Alwi et al. (2016) menekankan bahwa slogan yang baik harus singkat, jelas, dan langsung pada inti pesan, sehingga dapat diingat dengan mudah oleh audiens. Hal ini menunjukkan bahwa penulisan slogan bukan hanya sekadar aktivitas kreatif, tetapi juga membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang bahasa dan konteks yang ada.

Salah satu aspek penting dalam penulisan slogan adalah kreativitas. Setyawati (2010) menyatakan bahwa siswa perlu dilatih untuk berpikir kreatif dalam menciptakan slogan yang menarik. Penggunaan permainan kata, rima, dan bahasa figuratif dapat memberikan daya tarik tambahan pada sebuah slogan. Misalnya, penggunaan aliterasi atau metafora dapat membuat slogan lebih mudah diingat dan menarik perhatian. Keterampilan ini tidak hanya meningkatkan kualitas slogan, tetapi juga membantu siswa dalam mengekspresikan ide-ide mereka secara efektif. Dalam hal ini, pendidikan bahasa Indonesia berperan

penting dalam membimbing siswa untuk mengembangkan kreativitas mereka melalui berbagai teknik penulisan yang inovatif. Selain kreativitas, penggunaan bahasa yang efektif juga sangat penting dalam penulisan slogan. Suprayogi (2019) menjelaskan bahwa pemilihan kata yang tepat dan penyusunan kalimat yang sederhana namun kuat adalah kunci untuk menarik perhatian audiens. Siswa harus memahami bagaimana memilih kata yang dapat menggugah emosi dan menyampaikan pesan dengan jelas. Kesalahan dalam pemilihan kata atau struktur kalimat dapat mengurangi dampak dari pesan yang ingin disampaikan. Dengan demikian, penguasaan tata bahasa dan kosakata yang baik menjadi aspek krusial dalam penulisan slogan. Siswa perlu dilatih untuk memahami berbagai aspek bahasa, termasuk sinonim, antonim, dan konotasi kata, sehingga mereka dapat menggunakan bahasa dengan lebih efektif. Pengaruh konteks dan audiens juga tidak boleh diabaikan dalam penulisan slogan. Pratiwi (2020) menekankan bahwa pemahaman tentang konteks di mana slogan itu akan digunakan dan audiens yang menjadi target adalah faktor penting dalam menciptakan slogan yang efektif. Siswa perlu mempertimbangkan siapa yang akan menjadi audiens ketika menulis slogan, apakah itu teman sebaya, guru, atau masyarakat umum. Hal ini akan membantu mereka dalam menyesuaikan bahasa dan gaya penulisan agar lebih relevan dan dapat diterima oleh audiens yang dituju. Misalnya, slogan yang ditujukan untuk remaja mungkin menggunakan bahasa gaul yang lebih santai, sementara slogan yang ditujukan untuk orang dewasa mungkin memerlukan bahasa yang lebih formal dan serius.

Dalam konteks pendidikan, penting bagi guru untuk memberikan bimbingan yang tepat dalam proses penulisan slogan. Menurut Mardiana (2018), pengajaran yang efektif dalam penulisan slogan harus mencakup penjelasan mengenai struktur dan elemen-elemen yang harus ada dalam slogan. Elemen-elemen tersebut termasuk kejelasan pesan, daya tarik, dan relevansi. Selain itu, guru juga perlu memberikan contoh-contoh slogan yang baik dan buruk, sehingga siswa dapat memahami perbedaan antara keduanya. Dengan cara ini, siswa akan lebih mudah memahami apa yang membuat sebuah slogan menjadi efektif dan dapat diterima oleh audiens. Tidak hanya itu, latihan yang berkelanjutan dalam penulisan slogan juga sangat diperlukan. Latihan ini dapat berupa tugas-tugas

menulis slogan untuk berbagai tema, baik untuk keperluan promosi, kampanye sosial, maupun kegiatan sekolah. Melalui latihan ini, siswa dapat mengenali kesalahan-kesalahan umum yang sering mereka lakukan, seperti kesalahan dalam ejaan, kesalahan pemilihan kata, dan kesalahan dalam struktur kalimat. Menurut Hidayati (2019), umpan balik yang konstruktif dari guru dan teman sebaya sangat membantu siswa dalam memperbaiki kemampuan menulis mereka. Dengan adanya umpan balik, siswa dapat belajar dari kesalahan mereka dan mengembangkan keterampilan menulis yang lebih baik. Penggunaan teknologi dalam pembelajaran penulisan slogan juga menjadi aspek yang menarik untuk dibahas. Dengan adanya kemajuan teknologi, siswa kini memiliki akses ke berbagai sumber informasi yang dapat membantu mereka dalam proses penulisan. Nugroho (2021), penggunaan media sosial dan platform digital dapat menjadi sarana bagi siswa untuk berbagi dan mendiskusikan slogan yang mereka buat. Hal ini tidak hanya meningkatkan keterampilan menulis mereka, tetapi juga membantu mereka memahami bagaimana slogan dapat digunakan dalam konteks yang lebih luas. Selain itu, siswa juga dapat belajar tentang strategi pemasaran dan komunikasi yang efektif melalui analisis slogan-slogan terkenal di media. Selanjutnya, penting untuk memahami bahwa penulisan slogan tidak hanya merupakan keterampilan individual, tetapi juga dapat menjadi kegiatan kolaboratif. Rahmat (2020), kerja sama dalam kelompok untuk menciptakan slogan dapat meningkatkan kreativitas dan keterampilan komunikasi siswa. Dalam kelompok, siswa dapat saling memberikan masukan, berbagi ide, dan belajar dari satu sama lain. Proses kolaboratif ini dapat menciptakan lingkungan belajar yang positif dan mendukung, di mana siswa merasa lebih percaya diri untuk mengekspresikan ide-ide mereka.

Kesadaran akan pentingnya penulisan slogan dalam konteks sosial dan budaya juga perlu ditanamkan dalam diri siswa. Slogan sering kali digunakan dalam kampanye sosial, iklan, dan berbagai kegiatan publik lainnya. Sari (2018), siswa perlu memahami bagaimana slogan dapat mempengaruhi opini publik dan membentuk persepsi masyarakat. Dengan memahami hal ini, siswa dapat lebih menghargai pentingnya bahasa dan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari, serta bagaimana mereka dapat berkontribusi melalui tulisan mereka. Penulisan

karangan teks slogan oleh siswa kelas VIII di UPTD SMP Negeri 1 Gunungsitoli adalah keterampilan yang kompleks yang memerlukan pemahaman tentang berbagai elemen bahasa, kreativitas, pemilihan kata, dan kesadaran terhadap konteks serta audiens. Dengan bimbingan yang tepat dari guru dan latihan yang berkelanjutan, siswa dapat mengembangkan keterampilan ini dengan baik. Selain itu, integrasi teknologi dan pendekatan kolaboratif juga dapat meningkatkan efektivitas pembelajaran. Melalui penulisan slogan, siswa tidak hanya belajar berkomunikasi secara efektif, tetapi juga mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan kreatif yang sangat diperlukan dalam kehidupan mereka.

Dalam penulisan karangan teks slogan, bahasa yang diharapkan sebaiknya memenuhi kriteria berikut :

1. Singkat dan Jelas
slogan harus dapat disampaikan dalam kalimat yang pendek dan langsung keinti.
2. Menarik dan Persuasif
bahasa yang digunakan harus mampu menarik perhatian dan dapat membujuk pembaca teks slogan.
3. Mudah Diingat
memilih kata-kata yang mudah diingat.
4. Positif dan Inspiratif
isi teks mengandung pesan yang positif dan dapat menginspirasi.
5. Kreatif dan Unik
menggunakan bahasa yang kreatif dan unik untuk membedakan teks slogan dari teks yang lain.

Bentuk teks slogan ialah seperti berikut :

1. “Bersama kita bisa”
2. “Belajar tanpa batas”
3. “Ciptakan masa depan gemilang”

2.1.4 Teks Slogan

Teks slogan merupakan salah satu bentuk komunikasi yang penting dalam berbagai konteks, baik dalam pemasaran, kampanye sosial, maupun pendidikan. Slogan berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan pesan secara singkat, menarik, dan mudah diingat. Menurut Ainia Prihantini (2015), slogan adalah kalimat atau frasa pendek yang menarik dan mudah diingat, yang digunakan untuk menyampaikan suatu informasi, imbauan, atau ajakan. Slogan memiliki sifat sugestif, yang berarti dapat menyadarkan audiens tanpa mengandung larangan yang eksplisit. Hal ini menunjukkan bahwa slogan tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai media untuk mempengaruhi perilaku masyarakat. Dalam konteks ini, slogan berperan penting dalam membangun kesadaran dan memotivasi tindakan tertentu di kalangan audiens. Alwi (2016) menjelaskan bahwa slogan merupakan bentuk penyampaian informasi yang ditulis dengan kalimat pendek, menarik, dan persuasif. Slogan bertujuan untuk menegaskan sebuah pemikiran atau prinsip, serta dapat digunakan untuk menjelaskan tujuan suatu ideologi, organisasi, atau partai politik. Dalam konteks ini, slogan berfungsi sebagai representasi dari nilai-nilai yang ingin disampaikan oleh suatu kelompok atau organisasi. Slogan yang efektif harus mampu menarik perhatian dan menyampaikan pesan dengan jelas, sehingga audiens dapat dengan mudah memahami maksud yang ingin disampaikan. Haryanto (2016) menambahkan bahwa slogan adalah frasa atau kalimat pendek yang mudah diingat dan digunakan untuk memberitahukan atau menjelaskan tujuan dari suatu organisasi atau ideologi. Slogan yang efektif harus mampu menarik perhatian dan menyampaikan pesan dengan jelas, sehingga audiens dapat dengan mudah memahami maksud yang ingin disampaikan. Dalam hal ini, kejelasan dan daya tarik slogan menjadi kunci untuk mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan. Leech (2016) mendefinisikan slogan sebagai frase yang pendek dan mudah diingat, yang sering digunakan oleh perusahaan untuk membangun identitas merek.

Dalam konteks pemasaran, slogan menjadi elemen penting yang dapat meningkatkan daya tarik suatu produk. Slogan yang kuat dapat menciptakan kesan

positif dan membedakan produk dari kompetitor. Oleh karena itu, pemilihan kata dan penyusunan kalimat dalam slogan harus dilakukan dengan hati-hati agar dapat menciptakan dampak yang diinginkan. Sukini (2017) menjelaskan bahwa slogan adalah kalimat singkat yang bersifat persuasif, dengan susunan kalimat yang tidak biasa. Slogan harus mampu menarik perhatian dan membangkitkan minat audiens untuk melakukan tindakan tertentu, seperti membeli produk atau mengikuti suatu program. Dalam hal ini, kreativitas dalam penyusunan kata sangat penting untuk menciptakan slogan yang efektif. Slogan yang menarik dapat meningkatkan daya tarik dan mempengaruhi keputusan audiens. Jusuf Sjarif Badudu (2018) menyatakan bahwa slogan adalah rangkaian kata atau kalimat pendek yang memiliki arti dan suara yang menarik, sehingga mudah diingat. Slogan yang baik harus mampu menyampaikan pesan dengan jelas dan ringkas, serta memiliki daya tarik yang dapat mempengaruhi audiens untuk merespons pesan tersebut. Dalam konteks ini, penting bagi penulis slogan untuk memahami audiens dan konteks di mana slogan tersebut akan digunakan. Anton Moedardo Moeliono (2019) juga menekankan bahwa slogan adalah perkataan atau kalimat pendek yang menarik, mencolok, dan praktis diingat untuk menjelaskan suatu maksud dan tujuan media. Dalam konteks ini, slogan berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi dengan cara yang menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Oleh karena itu, penulis slogan perlu memperhatikan aspek estetika dan kejelasan dalam penyusunan kata. Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa teks slogan memiliki karakteristik yang khas, yaitu singkat, menarik, dan mudah diingat. Slogan berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan, baik dalam konteks pemasaran, kampanye sosial, maupun pendidikan. Keberhasilan sebuah slogan sangat bergantung pada kreativitas dalam penyusunan kata, pemilihan bahasa yang tepat, serta pemahaman terhadap audiens yang menjadi target.

2.1.5 Contoh Teks Slogan

Tabel. 01

No.	Teks Slogan		
	Salah	Penjelasan	Perbaikan
1.	Kita harus jaga kebersihan agar lingkungan kita bersih dan sehat	Kata “jaga” seharusnya diubah menjadi “menjaga” untuk mengikuti kaidah ejaan yang benar	Kita harus menjaga kebersihan agar lingkungan kita bersih dan sehat.
2.	Maju terus pantang mundur	Penggunaan huruf kapital yang tidak konsisten dan seharusnya di tulis “Maju Terus Pantang Mundur” untuk menyatakan semangat secara lebih jelas dan formal.	Maju Terus Pantang Mundur
3.	Pilihlah yang paling baik untuk anda	Kata “baik” seharusnya menggunakan bentuk superlative	Pilihlah yang terbaik untuk anda
4.	Hemat biaya hemat waktu	Kata “biaya” dan “waktu” terlalu umum dan bisa ditingkatkan	Hemat pengeluaran, efesian dalam waktu.

2. 2 Penelitian Yang Relevan

Penelitian yang relevan merupakan penelitian yang sudah pernah dilakukan dan sejenis dengan penelitian yang akan dilakukan, sehingga dapat dijadikan acuan dan perbandingan. Menurut, J.W. (2014) penelitian yang relevan adalah penelitian yang mampu menjawab pertanyaan yang signifikan dan memberikan kontribusi terhadap pemahaman suatu fenomena. Sedangkan Flick, U. (2015)

penelitian yang relevan adalah penelitian yang berfokus pada suatu teori yang pernah dilakukan sebelumnya. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian yang relevan adalah penelitian yang memiliki tujuan yang jelas dan juga mempunyai persamaan pada penelitian sebelumnya. Salah satu penelitian yang relevan dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut.

Penelitian yang dilakukan oleh Etik nugraheni (2015) kesalahan berbahasa bidang ejaan pada karangan siswa dan kaitannya dengan bahan ajar teks deskripsi kelas VII SMP. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kesalahan berbahasa bidang ejaan pada karangan siswa, sedangkan penelitian ini mengenai analisis kesalahan penggunaan bahasa Indonesia dalam karangan teks slogan siswa kelas VIII UPTD SMP Negeri 1 Gunungsitoli yang bertujuan untuk menganalisis dan mendefinisikan apa saja kesalahan-kesalahan penggunaan bahasa Indonesia seperti kesalahan penggunaan ejaan, kesalahan pemilihan kata dan kesalahan penyesuaian makna yang tidak tepat pada teks slogan siswa.

2. 3 Kerangka Berpikir

Pada penelitian ini, ada beberapa hal yang akan menjadi landasan berpikir penulis. Landasan tersebut akan mengarahkan penulis dalam menemukan data serta informasi yang berkaitan dalam penelitian ini untuk menentukan solusi yang akan dipaparkan. Penelitian ini menganalisis tentang kesalahan penggunaan bahasa Indonesia dalam penulisan karangan teks slogan siswa kelas VIII Di UPTD SMP Negeri 1 Gunungsitoli. Dibawah ini merupakan kerangka berpikir peneliti.

