

BENTUK MORFOLOGIS SLOGAN-SLOGAN DI LINGKUNGAN KOTA AMBON

Romilda Arivina da Costa

Mersy Tasane

Universitas Pattimura

e-mail ronaromilda70@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang mengkaji bentuk morfologis pada slogan-slogan yang terdapat di lingkungan Kota Ambon. Ada yang ditulis pada spanduk, juga stiker tempel, tetapi kebanyakan slogan tertulis pada papan. Slogan-slogan tersebut tergolong sebagai slogan keamanan, peduli lingkungan, kesehatan, motivasi, dan pendidikan, yang dapat dijumpai di lapangan, halaman sekolah dan kampus, pinggiran sungai, pinggiran jalan, pusat keramaian, juga di pintu angkot. Pengumpulan data dilakukan dengan metode pengamatan, pencatatan, dan pendokumentasian. Hasil analisis memperlihatkan bahwa lima bentuk morfologis yang dimanfaatkan pada slogan-slogan adalah bentuk derivasi zero atau perubahan tanwujud, bentuk berafiks, bentuk kata ulang, bentuk akronim dan singkatan, bentuk derivasi balik. Kelima bentuk tersebut muncul secara random, dan ditulis dengan dua ragam bahasa, yakni ragam bahasa Indonesia, dan ragam bahasa Indonesia dialek Ambon atau bahasa Melayu Ambon. Bahkan, ada slogan yang ditulis dengan memadukan kedua ragam itu.

Kata kunci: bentuk morfologis, jenis slogan, ragam bahasa

***MORPHOLOGICAL SHAPE
SLOGANS IN THE CITY OF AMBON***

Romilda Arivina da Costa

Mersy Tasane

Pattimura University

e-mail ronaromilda70@gmail.com

Abstract: This research is a qualitative descriptive study that examines the morphological forms of slogans in the Ambon City environment. Some are written on banners, also stickers, but mostly slogans are written on boards. These slogans are classified as slogans for security, care for the environment, health, motivation and education, which can be found in the fields, school and campus yards, river banks, roadsides, crowd centers, also at the gates of public transportation. Data collection was carried out by observing, recording, and documenting methods. The results of the analysis show that the five morphological forms used in slogans are zero derivation or a change in substance, affixed forms, repeated forms, acronyms and abbreviations, and reverse derivation. The five forms appear randomly, and are written in two varieties of languages, namely Indonesian varieties, and Ambonese dialects of Indonesian or Ambonese Malay. In fact, there are slogans that are written by combining the two variations.

Keywords: morphological form, types of slogans, variety of languages

A. PENDAHULUAN

Penanaman pengetahuan dan karakter yang bersahaja tidak harus selalu melalui sekolah sebagai lembaga pendidikan yang resmi, tetapi juga dapat dilakukan melalui penyampaian di ranah publik. Salah satu strategi yang ditempuh adalah penyampaian informasi, himbauan, ajakan, aturan ataupun peringatan melalui slogan yang disampaikan, antara lain pada spanduk, papan (iklan), atau stiker tempel.

Slogan biasanya memiliki bahasa yang menarik dan unik, yang diharapkan dapat dipahami oleh masyarakat atau pembaca sehingga dapat menimbulkan rasa empati. Keunikan bentuk bahasa yang digunakan dalam slogan-slogan di lingkungan Kota Ambon dapat dilihat dari sisi morfologis, dan ragam bahasa yang digunakan. Dikatakan unik karena dapat menjadi fenomena untuk pengkajian linguistik struktural sekaligus linguistik sosial melalui variasi atau ragam bahasa menurut tempat masyarakat tutur berdiam. Slogan-slogan tersebut tergolong sebagai slogan keamanan, peduli lingkungan, kesehatan, motivasi, dan pendidikan, yang dapat dijumpai di lapangan, halaman sekolah dan kampus, pinggir sungai, pinggir jalan, pusat keramaian, juga di pintu angkot.

Penyajian bahasa dalam slogan-slogan di lingkungan Kota Ambon yang sarat makna serta maksud itu perlu diperhatikan agar pembaca yang dalam hal ini adalah masyarakat Kota Ambon tidak merasa digurui, tetapi merasa dirangkul dan diajak untuk berpartisipasi menjalankan himbauan, anjuran, bahkan peraturan tersebut. Beranjak dari situ, penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk morfologis slogan-slogan di lingkungan Kota Ambon.

Proses morfologis adalah proses pembentukan kata-kata dari satuan lain yang merupakan bentuk dasarnya (Ramlan, 2009:51). Selanjutnya, Chaer (2013:100-101) membagi proses ini afiksasi, reduplikasi, komposisi, dan abreviasi, sedangkan Kridalaksana yang juga sejalan dengan klasifikasi tersebut menambahkan proses derivasi zero sebagai perubahan morfologis yang bersifat tanwujud atau modifikasi kosong (Kridalaksana, 2017:110-113).

Kelima proses tersebut akan diuraikan sebagai berikut. *Derivasi* merupakan proses pembentukan kata yang menghasilkan leksem baru, sedangkan kata *zero* merupakan pengertian satuan angka yang berjumlah nol. Gabungan kedua kata tersebut yang menghasilkan pengertian derivasi zero atau perubahan tanwujud, yakni pembentukan kata tunggal seperti tanpa perubahan apa-apa atau tidak mengalami perubahan apapun (Kridalaksana, 2017:110). Misalnya, leksem *pakai* dalam kalimat "Pakai masker harga mati" merupakan leksem tunggal. Namun, sebenarnya dalam derivasi zero mengalami afiksasi menjadi kata *memakai*, tetapi perubahan itu tidak diperlihatkan secara eksplisit sehingga tetap berbentuk kata tunggal *pakai*, dan bukan kata kompleks *memakai*.

Afiksasi adalah pembentukan kata dengan membubuhkan afiks pada morfem dasar baik morfem dasar bebas maupun morfem dasar terikat. Proses leksemik yang mengubah leksem tunggal menjadi kosakata berimbuhan (Kridalaksana, 2009:170). Afiksasi masih terbagi lagi atas prefiksasi (pengimbuhan awalan), sufiksasi (pengimbuhan akhiran), simulfiksasi (pengimbuhan akhiran dan awalan), konfiksasi (pengimbuhan konfiks), dan infiksasi (pengimbuhan sisipan). Kata tunggal *lupa*

menjadi kata *melupakan* karena mengalami proses morfologis, yaitu afiksasi dengan memperoleh sufiks *-kan* dan prefiks *meN-*. Contoh lain adalah kata *lihat* menjadi *dilihat* mengalami afiksasi atau pengimbuhan yang mengakibatkan perubahan bentuk dan makna, yaitu verba pasif (Chaer, 2018:123).

Reduplikasi adalah pengulangan kata tunggal menjadi kata kompleks, baik secara utuh maupun sebagian, baik dengan dengan atau tanpa variasi bunyi. (Kridalaksana dalam Sudaryat, 2009:70). Misalnya *dwipurwa* (pengulangan suku awal), *dwilingga* (pengulangan penuh), *dwilingga salin suara* (pengulangan penuh yang berubah bunyi), *dwiwasana* (pengulangan suku akhir) dan *trilingga* (pengulangan onomatope tiga kali dengan variasi fonem). Misalnya, leksem *rumah* dapat dibentuk menjadi sebuah kata ulang dengan proses morfologis reduplikasi *dwilingga* menjadi *rumah-rumah*. Leksem *tamu* dapat dibentuk dengan reduplikasi *dwipurwa* menjadi *tetamu*. Leksem *balik* dapat dibentuk menjadi kata ulang melalui reduplikasi *dwilingga* salin suara menjadi *bolak-balik*.

Abreviasi atau pemendekan adalah proses leksemik yang mengubah leksem atau gabungan leksem menjadi kata kompleks yang dapat berbentuk singkatan, penggalan, dan akronim (Kridalaksana, 2009:170). Proses memendekkan kata itu secara berturut-turut dapat dijelaskan sebagai berikut. Pertama, penyingkatan merupakan proses memendekkan kata dalam bentuk huruf atau gabungan huruf, baik yang dieja huruf demi huruf maupun yang tidak. Misalnya: *FSUI* merupakan pemendekan dari gabungan kata *Fakultas Sastra Universitas Indonesia*, *KKN* dari gabungan kata *Kuliah Kerja Nyata*.

Kedua, pemenggalan merupakan pemendekan yang mengekalkan salah satu bagian dari leksem, seperti penggalan *Prof* dari kata *Profesor*, atau penggalan *Pak* dari kata *Bapak*. Ketiga, pengakroniman merupakan pemendekan yang menggabungkan huruf atau suku kata atau bagian lain yang ditulis dan dilafalkan sebagai sebuah kata, dan paling kurang memenuhi kaidah fonotaktik bahasa Indonesia, seperti *SIM* sebagai akronim dari *Surat Izin Mengemudi*, *IKIP* dari *Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan*. Abreviasi menghasilkan bentuk yang lebih pendek yang dikenal dengan istilah kependekan. Bentuk-bentuk pendek itu muncul sebagai efek desakan kebutuhan untuk berbahasa secara praktis dan cepat.

Derivasi balik merupakan bagian dari morfologis proses derivasi balik menjadikan leksemik yang masukannya berupa leksem tunggal. Pembentukan kata yang membentuknya berdasarkan pola-pola yang ada tanpa mengenal unsur-unsurnya. Contohnya, verba *tanya* berproses secara derivatif balik menjadi *nanya*.

Komposisi atau permajemukan ialah proses leksemik yang menggabungkan beberapa leksem tunggal menjadi kata kompleks (Kridalaksana, 2009:72). Misalnya, leksem *daya* dengan leksem *juang* menjadi kata kompleks *daya juang*. Kata majemuk yang dihasilkan oleh proses perpaduan yang bersifat morfologis atau leksemik yang berbeda dari frasa sebagai gabungan kata secara sintaksis.

Menurut Prihartini (2014:182) slogan adalah perkataan atau kalimat pendek yang menarik dan mudah diingat untuk memberitahukan atau menyampaikan sesuatu, yang dapat berupa himbauan, ajakan, atau larangan. Biasanya, slogan sering kita temui pada poster atau pada iklan. Badudu (1999:14) berpendapat yang sama, tetapi menambahkan aspek kemenarikan sehingga baginya, slogan adalah rangkaian suatu kalimat pendek yang memiliki arti dan bunyi yang menarik supaya mudah dipahami. Selanjutnya, KBBI memberi pengertian slogan sebagai suatu kalimat pendek yang menarik, mencolok, dan mudah diingat untuk menjelaskan tujuan suatu ideologi organisasi atau partai politik.

Bertolak dari beberapa pengertian di atas dapat dikatakan bahwa slogan adalah rangkaian kata atau kalimat pendek yang dibuat dengan memanfaatkan bentuk bahasa yang unik, memiliki tujuan dan makna tertentu agar tidak semata-mata menarik perhatian pembaca, tetapi mengajak pembaca untuk memperhatikan dan melakukannya. Contohnya, slogan *Buanglah sampah pada tempatnya!* Slogan ini memberikan peringatan sekaligus himbauan agar masyarakat tidak membuang sampah di selokan, kali, pinggiran jalan, tetapi di bak-bak sampah yang sudah disediakan.

Secara umum slogan dapat dikelompokkan atas beberapa jenis, antara lain (i) slogan pendidikan yang bertujuan untuk memberikan informasi, ajakan, dan motivasi dalam dunia pendidikan. Contohnya, *Generasi yang hebat adalah generasi yang berpendidikan*; (ii) slogan kesehatan yang bertujuan untuk memberikan informasi, ajakan, dan motivasi di bidang kesehatan. Contohnya, *Kekayaan terpenting adalah kesehatan*; (iii) slogan peduli lingkungan yang bertujuan untuk memberikan informasi dan ajakan, untuk peduli akan lingkungan. Contohnya, *Bersih itu baik, bersih itu indah, bersih itu sehat*; (iv) slogan motivasi yang bertujuan mendorong seseorang untuk melakukan suatu perbuatan dalam pencapaian tujuan tertentu. Contohnya, *Jangan berhenti bermimpi berapa kali pun kamu gagal!*; (v) slogan keamanan yang merupakan kata-kata untuk mengajak masyarakat menjaga keamanan suatu tempat agar tercipta lingkungan yang aman. Slogan ini biasanya ditemukan di jalan raya. Contohnya, *Apakah komit dengan keselamatan?*

Slogan memiliki beberapa fungsi, yaitu (i) memberikan informasi kepada masyarakat dengan bahasa yang singkat, ringkas, dan terkadang menggunakan kalimat konotatif; (ii) menyampaikan sebuah himbauan kepada masyarakat dengan bahasa yang lugas dan cenderung mudah dipahami; (iii) memberikan suatu motivasi dengan bahasa yang unik agar mudah dipahami oleh masyarakat; (iv) mengajak masyarakat untuk menaati suatu himbauan ataupun perintah (Prawiro, 2019).

B. METODE PENELITIAN

Langkah awal untuk penjarangan data ditempuh dengan jalan penjajakan atau eksplorasi ke wilayah-wilayah pemerintahan Kota Ambon yang meliputi Kecamatan Nusaniwe, Sirimau, Teluk Ambon Baguala, dan Teluk Ambon. Hal ini dilakukan sesuai pandangan tentang penjajakan langsung, yaitu pengamatan selayang pandang (Moleong, 2017: 251) Melalui penjajakan, tercatat sejumlah titik yang terdapat tulisan-tulisan

slogan. Di antaranya, di Desa Poka yang termasuk Kecamatan Teluk Ambon; di Negeri Passo dan Halong yang termasuk dalam wilayah Kecamatan Teluk Ambon Baguala; di Desa Galala, Negeri Batumerah, Kelurahan Ahusen (Tanah Tinggi), juga Pusat Kota Ambon yang termasuk Kecamatan Sirimau; di Negeri Amahusu, Erie, dan Seilale yang termasuk Kecamatan Nusaniwe.

Selanjutnya, pengamatan dilakukan dengan merekam gambar berupa foto untuk mendokumentasikan slogan-slogan yang tertulis di setiap titik yang telah dicatat sewaktu penjajakan berlangsung (Moleong, 2017: 223 & Mahsun, 2014: 73). Hasil pendokumentasian diklasifikasikan berdasarkan bentuk morfologis yang digunakan dalam slogan-slogan tersebut, dan ragam bahasanya.

Analisis dilakukan dengan mengacu pada konsep Kridalaksana, Ramlan, dan Chaer mengenai bentuk-bentuk morfologis. Penyajian hasil analisisnya langsung memperlihatkan setiap slogan menurut bentuk morfologis yang digunakan, kemudian diikuti dengan pendeskripsian dan penjelasannya masing-masing.

C. PEMBAHASAN

Slogan sebagai rangkaian kata atau kalimat pendek yang dibuat dengan tujuan dan makna tertentu agar dapat menarik perhatian pembaca biasanya memberdayakan bentuk bahasa yang unik untuk mengajak mereka memperhatikan himbauan, ajakan, ataupun larangan yang disampaikan itu. Keunikan bentuk bahasa yang digunakan dalam slogan-slogan di lingkungan Kota Ambon dapat dilihat dari sisi morfologis. Artinya, slogan-slogan tersebut menggunakan bentuk-bentuk morfologis yang dihasilkan dari beberapa proses morfologis, yaitu derivasi zero, afiksasi, reduplikasi, komposisi, dan abreviasi. Untuk itu, bentuk-bentuk morfologis yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bentuk zero, bentuk berafiks, bentuk kata ulang, bentuk kompositum, serta bentuk singkatan dan akronim.

Bentuk-bentuk tersebut tidak hanya tersaji dalam ragam bahasa Indonesia (BI), tetapi juga bahasa Indonesia dialek Ambon (BIDA). Ada yang tersaji sepenuhnya dalam salah satu ragam bahasa; ada pula yang berpadu. Baik BI, maupun BIDA menjadi media untuk menyajikan slogan-slogan dalam berbagai jenisnya.

Berikut ini akan dibahas bentuk morfologis slogan-slogan di lingkungan Kota Ambon yang dimulai dengan bentuk zero, bentuk berafiks, bentuk kata ulang, bentuk kompositum sampai dengan bentuk singkatan dan akronim, sebagaimana yang terdata pada Tabel (1), kemudian ragam bahasa yang digunakan dalam slogan-slogan tersebut sebagaimana yang terdata pada Tabel (2).

Bentuk Morfologis	Slogan di Kota Ambon
Bentuk derivasi zero	<i>Buang sampah dari oto itu seng bagus</i>
	<i>Damai itu indah</i>
	<i>Kami datang ke sekolah untuk belajar, kami pulang bawa ilmu</i>
	<i>Ayo pake masker gandong e</i>
	<i>Kalo katong jaga alam, alam bale jaga katong lai kio</i>
	<i>Pakai masker harga mati, tidak pakai masker bisa mati</i>
	<i>Basudara! Jang lupa kasih ingat anak-anak pung jam belajar</i>
Bentuk berafiks	<i>Basudara kurangi kecepatan, sering cilaka di sini</i>
	<i>Gunakan helm demi keselamatan Anda</i>
	<i>Berkembang dalam tantangan</i>
	<i>Tarus benahi Ambon</i>
Bentuk kata ulang	<i>Palang-palang konco, banya anak sekolah menyeberang</i>
	<i>Basudara ini turun-turun, kurangi ale pung kecepatan</i>
Bentuk akronim dan singkatan	<i>Anda memasuki kawasan taat prokes 5M</i>
Bentuk derivasi balik	<i>Hidup bersih itu nampak dari sungai bersih</i>
Bentuk kompositum	<i>Stop balapan liar! Akan ditindak tegas</i>

Bentuk Zero atau Tanwujud

Bentuk zero atau tanwujud pada slogan-slogan di lingkungan Kota Ambon tergambar dari verba yang digunakan, seperti kata *pakai* dalam slogan *Pakai masker harga mati, tidak pakai masker bisa mati*, kata *buang* dalam slogan *Buang sampah dari oto itu seng bagus*, kata *jaga* dalam slogan *Kalo katong jaga alam, alam bale jaga katong lai kio*, kata *bawa* dalam slogan *Kami datang ke sekolah untuk belajar, kami pulang bawa ilmu*. Selain itu, bentuk zero juga muncul dari adjektiva *damai* yang tergambar pada slogan *Damai itu indah*.

Dikatakan bahwa kata *pakai*, *buang*, *bawa*, dan *damai* mengalami derivasi zero karena secara eksplisit seharusnya ketiga verba itu berbentuk kata *memakai*, *membuang* dan *membawa*, sedangkan kata *damai* seharusnya berbentuk kata *berdamai*. Tanpa derivasi zero, slogan-slogan tersebut akan berbunyi (i) *Memakai masker harga mati, tidak memakai masker bisa mati*; (ii) *Membuang sampah dari oto itu seng bagus*; (iii) *Kami datang ke sekolah untuk belajar, kami pulang membawa ilmu*. (iv) *Berdamai itu indah*.

Berbeda halnya dengan kata *pake* dalam slogan *Ayo pake masker gandong e*, dan kata *ingat* dalam slogan *Basudara! Jang lupa kasih ingat anak-anak pung jam belajar*. Baik kata *pake*, maupun kata *ingat* memang merupakan bentuk dasar, dan tidak mengalami derivasi zero karena kata *pake* digunakan dalam kalimat bertipe imperatif ajakan dalam BIDA, sedangkan kata *ingat* sebagai bentuk dasar yang digabungkan dengan kata *kasih* (seharusnya *kasi*) adalah salah satu pembentuk kalimat aktif dalam BIDA. Meskipun terkesan mengalami derivasi zero, tetapi fenomena ini memperlihatkan bahwa sistem morfologi BI tidak dapat diterapkan dalam sistem morfologi BIDA. Hal ini disebabkan oleh gabungan kata *kasih ingat* itu diartikan dalam BI sebagai ‘ingatkan’ atau ‘mengingatkan’. Dalam hal ini, kata *ingat* dapat menjadi

bentuk yang bersifat implisit dari kata *ingatkan* jika kalimatnya terstruktur dalam BI demikian: *Jangan lupa ingatkan anak-anak akan jam belajar mereka!*

Bentuk Berafiks

Bentuk berafiks pada slogan-slogan di lingkungan Kota Ambon tergambar dari verba *kurangi*, *gunakan*, *benahi*, dan *berkembang*. Bila diperhatikan, verba *kurangi*, *gunakan*, *benahi* mengalami sufiksasi atau pengimbuhan akhiran, sedangkan verba *berkembang* mengalami prefiksasi atau pengimbuhan awalan. Bentuk verba bersufiks *-i* dalam slogan (i) *Basudara kurangi kecepatan, sering cilaka di sini!*; (ii) *Gunakan helm demi keselamatan Anda!*; (iii) *Tarus benahi Ambon!* digunakan sebagai indikator konstruksi kalimat imperatif bertipe anjuran atau ajakan. Bentuk verba berprefiks *ber-* dalam slogan *Berkembang dalam tantangan* digunakan sebagai indikator konstruksi kalimat deklaratif yang mengandung makna ‘perlu memperhatikan hasil yang lebih meskipun tantangan cukup banyak’.

Dengan demikian, bentuk-bentuk bersufiks itu digunakan agar slogan dapat berfungsi untuk mengajak masyarakat menaati himbauan ataupun perintah dengan jalan *mengurangi kecepatan*, *menggunakan helm*, dan (terus) *membenahi Ambon*. Sama halnya dengan bentuk berprefiks digunakan agar slogan dapat berfungsi untuk memberikan suatu motivasi kepada masyarakat (intelektual) agar mengembangkan diri sekalipun tantangan yang dihadapi tidaklah mudah.

Bentuk Kata Ulang

Bentuk kata ulang pada slogan-slogan di lingkungan Kota Ambon tergambar dari verba *palang* ‘pelan’ dalam slogan *Palang-palang konco, banya anak sekolah menyeberang!*, dan verba *turun* dalam slogan *Basudara ini turun-turun, kurangi ale pung kecepatan!* yang mengalami pengulangan secara utuh. Bentuk hasil pengulangan seperti itu digunakan dengan tujuan untuk mempertegas perintah yang berkaitan dengan peraturan lalu lintas mengingat situasi ataupun medan di jalur tersebut membutuhkan sikap yang ekshtrahati-hati dalam mengemudi.

Bentuk Akronim dan Singkatan

Bentuk akronim dan singkatan tergambar dari kata *prokes* sebagai akronim dari protocol kesehatan, dan bentuk *5M* sebagai singkatan dari **M**emakai masker, **M**encuci tangan dengan sabun, **M**enjaga jarak, **M**enghindari kerumunan, **M**engurangi mobilitas dalam slogan *Anda memasuki kawasan taat prokes 5M*.

Sebagaimana dikatakan bahwa bentuk-bentuk pendek itu dimunculkan karena desakan kepraktisan dan keekonomisan berbahasa, maka akronim *prokes* dan singkatan *5M* dalam slogan ini sengaja digunakan agar pembaca yang dalam hal ini adalah masyarakat Kota Ambon dapat mudah mengingat peraturan tersebut, dan dapat mematuhi tanpa merasa terbebani untuk menghafal prosedur yang relatif panjang.

Bentuk Derivasi Balik

Derivasi balik merupakan hasil pembentukan kata berdasarkan pola-pola yang lazim tanpa mengenal atau memperhatikan unsur-unsurnya atau bentuk dasarnya. Contohnya, verba *tanya* berproses secara derivasi balik menjadi *nanya*. Bentuk ini tergambar dari kata *nampak* dalam slogan *Hidup bersih itu nampak dari sungai bersih*. Dari segi pragmatik, bentuk derivasi balik sebenarnya digunakan untuk memberi kesan yang lebih lembut dalam penyampaian himbauan. Kesan tersebut diekspresikan secara tidak langsung melalui nasal /n/ yang muncul akibat peluluhan fonem /t/ sebagai fonem awal dari bentuk dasar *tampak* ketika dilekatkan dengan prefiks *meN-*. Begitupun segi kelaziman memberi kenyamanan tersendiri di telinga para penutur BI.

Bentuk Kompositum

Di samping bentuk-bentuk di atas, ada juga slogan di lingkungan Kota Ambon yang menggunakan bentuk kompositum, yakni hasil gabungan beberapa leksem tunggal menjadi kata kompleks atau kata yang sudah padu. Bentuk itu terlihat dari kata kompleks *balapan liar* dalam slogan *Stop balapan liar! Akan ditindak tegas*. Hadirmya kompositum dalam praktik berbahasa suatu masyarakat kebanyakan dilatarbelakangi oleh keterbatasan daya ungkap kosakata suatu bahasa terhadap keluasan dan kedalaman maksud penutur (Chaer, 2018: 214).

Bertolak dari pengertian slogan menurut KBBI, yaitu suatu kalimat pendek yang menarik, mencolok, dan mudah diingat, maka kemungkinan besar digunakannya bentuk kompositum *balapan liar* bertujuan untuk memberi peringatan keras kepada kaum muda secara mencolok supaya diperhatikan. Bila diparafrasekan, sebenarnya kompositum *balapan liar* bisa diformulasikan dengan lebih ramah seperti: *balapan yang tidak pada tempatnya*. Akan tetapi, bentuk tersebut kurang ringkas, dan kurang menggigit terhadap sikap kaum muda yang cenderung praktis dan gesit.

Ragam Bahasa dalam Slogan-Slogan di Lingkungan Kota Ambon

Bentuk-bentuk slogan tidak hanya tersaji dalam ragam bahasa Indonesia (BI), tetapi juga bahasa Indonesia dialek Ambon (BIDA). Ada yang tersaji sepenuhnya dalam salah satu ragam bahasa; ada pula yang berpadu, seperti yang terlihat pada tabel berikut.

Ragam Bahasa	Slogan di Kota Ambon
Bahasa Indonesia	<i>Anda memasuki kawasan taat prokes 5M</i>
	<i>Pakai masker harga mati, tidak pakai masker bisa mati</i>
	<i>Berkembang dalam tantangan</i>
	<i>Damai itu indah</i>
	<i>Kami datang ke sekolah untuk belajar, kami pulang bawa ilmu</i>
	<i>Stop balapan liar! Akan ditindak tegas;</i>
	<i>Gunakan helm demi keselamatan Anda</i>
	<i>Hidup bersih itu nampak dari sungai bersih</i>
Bahasa Indonesia Dialek Ambon (Bahasa Melayu Ambon)	<i>Kalo katong jaga alam, alam bale jaga katong lai kio</i>
	<i>Kalau kita menjaga alam, alam pun akan berbalik menjaga kita</i>
	<i>Ayo pake masker gandong e</i>
	<i>Ayo gunakan masker, Saudara</i>
	<i>Basudara kurangi kecepatan, sering cilaka di sini</i>
	<i>Saudara, kurangi kecepatan, sering celaka di sini</i>
	<i>Palang-palang konco, banya anak sekolah menyeberang</i>
	<i>Pelan-pelan sobat, banyak anak sekolah menyeberang</i>
	<i>Basudara ini turun-turun, kurangi ale pung kecepatan</i>
	<i>Saudara, ini jalanan menurun, kurangi kecepatanmu</i>
	<i>Tarus benahi Ambon</i>
	<i>Terus benahi Ambon</i>
	<i>Basudara! Jang lupa kasih ingat anak-anak pung jam belajar</i>
	<i>Saudara! Jangan lupa ingatkan waktu belajar anak-anak!</i>
	<i>Buang sampah dari oto itu seng bagus</i>
<i>Membuang sampah ke luar mobil itu tidaklah bagus</i>	

Slogan-slogan yang tertulis dengan menggunakan ragam BIDA sebenarnya tidak memperlihatkan perbedaan yang signifikan dari segi struktur. Bila dibandingkan, variasi yang paling menonjol adalah struktur bunyi, struktur frase, dan kosakata. Mengacu pada Tabel (2), ada tiga slogan yang tertulis secara keseluruhan dengan BIDA, yaitu (a) *Kalo katong jaga alam, alam bale jaga katong lai kio*; (b) *Ayo pake masker gandong e*; (c) *Buang sampah dari oto itu seng bagus*.

Selanjutnya, ada lima slogan yang ditulis dengan perpaduan ragam BI dan BIDA, yaitu (i) *Basudara kurangi kecepatan, sering cilaka di sini*; (ii) *Palang-palang konco, banya anak sekolah menyeberang*; (iii) *Basudara ini turun-turun, kurangi ale pung kecepatan*; (iv) *Tarus benahi Ambon*; (v) *Basudara! Jang lupa kasi ingat anak-anak pung jam belajar*. Dikatakan sebagai perpaduan BI dan BIDA karena sebagian isi slogan tertulis dengan ragam BI, sedangkan sebagian lagi ditulis dengan ragam BIDA.

Bila ditinjau dari struktur bunyi, sumbangan ragam BIDA tampak dari kata *cilaka* pada slogan (i), kata *banya* pada slogan (ii), *tarus* pada slogan (iii). Dalam ragam BI, ketiga kata itu berkorespondensi dengan *celaka*, *banyak*, dan *terus*. Bila ditinjau dari struktur frase, konstruksi posesiva atau kepemilikan dalam BIDA biasanya ditandai dengan partikel *pung*, seperti pada frase *ale pung kecepatan* dalam slogan (iii) yang dapat disejajarkan dengan *kecepatanmu* pada ragam BI, lalu frase *anak-anak pung jam belajar* dalam slogan (v) yang dapat disejajarkan dengan *jam belajar anak-anak* pada ragam BI. Bila ditinjau dari segi kosakata sebagai indikator ragam BIDA, akan tampak dari kata *basudara*, dan *ale* yang dapat disejajarkan dengan kata sapaan *Saudara* dan pronomina kedua tunggal *Anda* pada ragam BI.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa bentuk morfologis yang dimanfaatkan pada slogan-slogan di lingkungan kota Ambon adalah bentuk zero atau tanwujud, bentuk berafiks, bentuk kata ulang, bentuk akronim dan singkatan, dan bentuk derivasi balik. Bentuk zero atau tanwujud muncul karena (i) maksud anjuran, ajakan, yang disajikan pada slogan tergolong kalimat imperatif; (ii) ragam bahasa Indonesia dialek Ambon pada dasarnya tidak memiliki struktur morfologi yang kaya akan afiks sebagaimana halnya bahasa Indonesia. Derivasi balik dan kata ulang dimanfaatkan untuk menegaskan dan mewakili maksud untuk memperingatkan. Sementara akronim digunakan karena alasan kepraktisan atau sisi ekonomi bahasa.

Selaras dengan konteks sosial kebahasaan di Kota Ambon yang sebagian besar penuturnya berbahasa Indonesia dan berbahasa Indonesia dialek Ambon, slogan-slogan di lingkungan kota Ambon ditulis dengan variasi bahasa Indonesia dan bahasa Indonesia dialek Ambon atau yang juga dikenal dengan sebutan bahasa Melayu Ambon.

DAFTAR PUSTAKA

- Badudu, J. S. 1989. *Kamus Istilah Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Chaer, Abdul. 2014. *Linguistik Umum*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul. 2018. *Morfologi Bahasa Indonesia (Pendekatan Proses)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Edisi V (Luring)*.
- Kridalaksana, Harimurti. 2001. *Pembentukan Kata dalam Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Prawiro, M. 2019. "Pengertian Slogan".
<http://www.mazmanroe.com/vid/marketing/pengertian-slogan.html>. Diakses pada Sabtu 18 September 2022.
- Prihatini. 2014. "Kalimat-Kalimat dalam Slogan-Slogan Kesehatan dan Keamanan".
Jurnal Parole Volume 3, Nomor. 2.
- Mahsun. 2014. *Metode Penelitian Bahasa*. Edisi Revisi. Jakarta: Rajawali Press.
- Moleong, Lexy. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ramlan, M. 2009. *Morfologi Bahasa Indonesia: Suatu Tinjauan Deskriptif*. Yogyakarta: Karyono.