

KESALAHAN PENULISAN ISTILAH ASING PADA PAPAN IKLAN ATAU REKLAME DI KOTA SEMARANG

oleh

Meilan Arsanti¹, Evi Chamalah², dan Aida Azizah³

meilanarsanti@unissula.ac.id¹, chamalah@unissula.ac.id², aidaazizah@unissula.ac.id³,

Universitas Islam Sultan Agung

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan kesalahan penulisan istilah asing pada papan iklan atau reklame di Kota Semarang. Masalah dalam penelitian ini yaitu bentuk kesalahan penulisan istilah asing pada papan iklan atau reklame di Kota Semarang dan perbaikannya. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah papan iklan atau reklame di Kota Semarang. Data meliputi dokumen reklame-reklame semua produk baik berupa iklan produk maupun jasa yang ada di Kota Semarang. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah *purposive sampling*. Instrumen penelitian yang digunakan peneliti untuk mengambil data adalah peneliti sendiri. Dalam pengambilan data peneliti menggunakan kartu data. Selanjutnya data dianalisis dengan cara mengkaji penggunaan istilah atau unsur asing pada papan iklan atau reklame di Kota Semarang yang terdapat kesalahan penulisan. Setelah data dikumpulkan selanjutnya peneliti menganalisis, mengklasifikasi, dan mengevaluasi/menilai dokumen yang berupa dokumen papan iklan atau reklame tersebut. Berdasarkan hasil penelitian dari 11 papan iklan atau reklame terdapat 19 istilah asing yang digunakan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa masyarakat menganggap penggunaan istilah asing lebih keren dan diharapkan dapat menaikkan daya jual. Akan tetapi, penggunaan istilah asing tersebut tidak disesuaikan dengan kaidah kebahasaan.

Kata kunci: penulisan, istilah asing, papan iklan, reklame

Abstract

This research was conducted to describe and explain the errors in writing foreign terms on billboards in Semarang city. The problem in this research was the form of error in writing foreign terms on billboards in Semarang city and its improvement. The research method that is used was descriptive qualitative. Sources of data in this study were curl boards or billboards in Semarangcity. The data included all of product document billboards whether the product or service advertisements in

Semarang City. The data collection technique that is used was purposive sampling. The research instrument used by the researcher to retrieve data was the researcher herself. In data retrieval, the researcher used a data card. Furthermore, the data were analyzed by examining the use of terms or foreign elements on billboards in the Semarang city that contained writing errors. After the data is collected, the researcher analyzed, classified, and evaluated / evaluated documents in the form of billboards. Based on research results from 11 billboards there were 19 foreign terms used. Thus, it could be concluded that the public considers the use of foreign terms more interesting and was expected to increase selling power. However, the used of foreign terms was not adjusted to the rules of language.

Keywords: *writing, foreign terms, billboards, billboardS*

1. PENDAHULUAN

Bahasa merupakan sarana komunikasi yang digunakan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari baik secara lisan maupun tulis. Pada saat berkomunikasi, ungkapan “Gunakanlah bahasa Indonesia yang baik dan benar” acapkali diserukan. Sejatinya tanpa embel-embel “Bahasa Indonesia yang baik dan benar” baik bahasa lisan maupun tulis digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada orang lain. Apalagi saat ini banyak sekali media yang digunakan dalam menyampaikan pesan termasuk penggunaan papan reklame atau papan iklan baik yang dipasang di pinggir jalan, di depan toko, di pasar, di tempat-tempat umum atau maupun di media *online*. Papan reklame adalah periklanan *outdoor* yang paling utama dan dirancang dengan tujuan memperkenalkan nama merek dan biasanya terpampang di jalan raya yang lalu lintasnya ramai (Suyatno 2006:2). Papan reklame atau papan iklan tersebut pada umumnya ditulis dengan menggunakan bahasa Indonesia walaupunada juga yang ditulis dengan bahasa asing seperti bahasa Inggris atau bahasa Jawa.

Penggunaan bahasa Indonesia

pada papan reklame atau papan iklan acapkali tidak sesuai dengan ejaan dan aturan atau kaidah penggunaannya. Demikian halnya papan iklan atau reklame yang ada di Kota Semarang. Kota Semarang merupakan salah satu kota besar di Jawa Tengah yang mobilitas masyarakatnya tinggi. Dalam menjalankan mobilitasnya masyarakat Kota Semarang sering menggunakan papan iklan atau reklame. Namun, berdasarkan observasi di lapangan ditemukan banyak papan iklan atau reklame yang tidak menggunakan bahasa Indonesia yang benar terutama penggunaan istilah asing. Dengan kata lain, bahasa pada papan iklan atau reklame tidak ditulis dengan bahasa Indonesia yang benar. Hal tersebut menjadikan keanggunan bahasa Indonesia sedikit-demi sedikit mulai memudar terlebih di era millennial seperti saat ini. Masuknya bahasa asing pun mejadikan pamor bahasa Indonesia menurun karena masyarakat lebih tertarikmenggunakan bahasa asing. Hal tersebut karena citra bahwa seseorang yang mahir menggunakan bahasa asing lebih intelek dan lebih layak jual.

Maraknya papan iklan atau reklame di Kota Semarang yang ditulis sesuka hati tanpa memperhatikan kaidah penggunaan bahasa

Indonesia secara tidak langsung mengedukasi masyarakat. Edukasi yang dimaksud di sini bahwa masyarakat menganggap bahwa bahasa yang digunakan pada papan iklan atau reklame sudah benar. Oleh karena itu, masyarakat kemudian menggunakan kosakata tersebut dalam kehidupan sehari-hari karena menganggap kosakata tersebut sudah benar. Misalnya pada papan iklan penyedia jasa pencuci pakaian digunakan kata *laundry*. Masyarakat menganggap kata *laundry* tersebut adalah kosakata bahasa Indonesia karena sudah banyak yang menggunakan kosakata tersebut. Kenyataan tersebut menjadikan hampir semua penyedia jasa pencuci pakaian menggunakan kata atau istilah *laundry* padahal ada istilah khusus dalam bahasa Indonesia yaitu penatu. Contoh lainnya adalah papan iklan penyedia sewa *sound system*. Masyarakat lebih mengenal kata tersebut daripada kata atau istilah bahasa Indonesia yaitu pengeras suara.

Menurut Sarwono (2016) pentingnya penggunaan bahasa Indonesia dalam menyosialisasikan produk maupun nama instansi mempunyai peranan yang sangat besar dalam pembentukan bahasa oleh masyarakat, karena fasilitas umum

haruslah bersifat mendidik dan memenuhi selera yang baik dan bermanfaat bagi masyarakat. Menurutnya lagi bahwa hendaknya dalam memakai bahasa disesuaikan dengan Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia. Hal tersebut karena dapat menjadi guru yang paling berpengaruh dan akan mempunyai dampak yang besar dalam penggunaan bahasa di masyarakat. Lebih lanjut menurutnya saat ini banyaknya media informasi di tempat umum mempengaruhi masyarakat dalam berkomunikasi.

Disadari atau tidak penggunaan bahasa Indonesia sebagai media komunikasi di tempat umum seperti pada papan iklan atau reklame berperan penting dalam perkembangan bahasa Indonesia. Hal tersebut karena masyarakat dapat membaca berulang kali sehingga secara tidak langsung mengedukasi dan dapat membentuk karakter masyarakat itu sendiri. Berdasarkan hal tersebut maka jelas bahwa penggunaan kosakata atau istilah bahasa Indonesia sebaiknya diutamakan seperti yang dituangkan dalam butir ke-3 isi dari Sumpah

Pemuda. Penggunaan bahasa asing dalam berkomunikasi akan berdampak besar pada penggunaan bahasa di masyarakat. Hal tersebut tentunya dapat mengancam eksistensi bahasa Indonesia itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Kesalahan Penulisan Istilah Asing pada Papan Iklan atau Reklame di Kota Semarang, Indonesia.” Dari hasil penelitian tersebut peneliti berharap dapat memberikan sumbangsih terhadap penelitian kesalahan berbahasa dan dapat menjaga eksistensi bahasa Indonesia. Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan bentuk kesalahan penulisan istilah asing pada papan iklan atau reklame di Kota Semarang.

Kesalahan berbahasa merupakan terjadinya penyimpangan kaidah dalam tindak bahasa, baik secara lisan maupun tertulis (Suwandi 2008:165). Pengertian kesalahan berbahasa sebagai bentuk penyimpangan juga diungkapkan oleh Basri (2010:84), bahwa kesalahan berbahasa adalah penggunaan bahasa yang menyimpang dari kaidah bahasa yang berlaku dalam bahasa itu. Demikian halnya

secara lisan maupun tertulis yang menyimpang dari faktor-faktor penentu berkomunikasi atau menyimpang dari norma kemasyarakatan dan menyimpang dari kaidah tata bahasa Indonesia.

Berdasarkan uraian pendapat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud kesalahan berbahasa adalah suatu bentuk penyimpangan penggunaan bahasa dari kaidah tata bahasa Indonesia baik secara tulis maupun lisan. Disadari atau tidak dalam berkomunikasi penutur sering melakukan kesalahan berbahasa. Dalam pembelajaran bahasa Indonesia terjadinya kesalahan berbahasa menjadi topik yang menarik untuk dikaji. Pada penelitian ini peneliti fokus meneliti kesalahan-kesalahan yang terdapat pada papan iklan atau reklame di Kota Semarang.

Kesalahan berbahasa yang dilakukan disebabkan oleh banyak faktor. Menurut Wibowo (2009:26-27) penyebabnya antara lain (1) interferensi atau percampuran bahasa, (2) kedwibahasaan atau *bilingualism*, (3) pemerolehan bahasa, dan (4) pengajaran bahasa (formal atau informal). Selain sebab tersebut Setyawati dengan definisi yang diungkapkan oleh Setyawati (2010:15) bahwa

kesalahan berbahasa adalah penggunaan bahasa baik

(2010:13-14) mengemukakan bahwa ada tiga kemungkinan penyebab seseorang melakukan kesalahan berbahasa. Ketidakemungkinan tersebut yaitu (1) terpengaruh bahasa yang lebih dahulu dikuasai, (2) kekurangpahaman pemakai bahasa terhadap bahasa yang dipakainya, dan (3) pengajaran bahasa yang kurang tepat atau kurang sempurna.

Untuk mengetahui kesalahan berbahasa diperlukan cara atau metode tertentu karena tidak bisa dilakukan secara sembarangan. Dalam pembelajaran bahasa analisis kesalahan berbahasa penting untuk dilakukan. Brown (2007:284) mendefinisikan analisis kesalahan sebagai suatu kegiatan mengamati, menganalisis, mengklasifikasi, dan mengungkapkan sesuatu dari sistem yang beroperasi dalam diri pembelajar sehingga mengundang kemunculan kajian tentang kesalahan pembelajar. Dalam kaitannya dengan analisis kesalahan berbahasa, Brown (2007:282) menyatakan bahwa terdapat dua hal yang harus diperhatikan ketika menganalisis bahasa, yaitu kekeliruan

(*mistake*) dan kesalahan (*error*). Kesalahan yang dimaksud menurut Ariningsih *et al* (2012:42) ialah penyimpangan yang bersifat sistematis, konsisten, dan menggambarkan kemampuan peserta didik tata bahasa penutur asli dewasa yang mencerminkan kompetensi pembelajar.

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud analisis kesalahan berbahasa adalah suatu proses mengidentifikasi kesalahan atau penyimpangan dari suatu bahasa berkaitan dengan kekeliruan (*mistake*) dan kesalahan (*error*) yang tidak sesuai dengan kaidah bahasa yang berlaku. Pada penelitian ini analisis dilakukan untuk mengetahui kesalahan atau penyimpangan penggunaan bahasa pada papan iklan atau reklame yang ada di Kota Semarang.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif. Adapun metode yang digunakan adalah metode deskriptif yang menitik beratkan pada jenis penelitian studi kasus. Menurut (Nazir 2009: 54) metode deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Sumber data pada penelitian ini yaitu

papan iklan atau reklame di Kota pada tahap tertentu (yang biasanya belum sempurna). Kesalahan tersebut merujuk pada dan Huberman (dalam Sugiyono, 2012:337), yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi/penarikan kesimpulan. penyimpangan secara gamblang dari Semarang dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data meliputi dokumen reklame-reklame semua produk baik berupa iklan produk maupun jasa yang ada di Kota Semarang. Instrumen penelitian yang digunakan peneliti untuk mengambil data adalah peneliti sendiri. Peneliti sebagai (subjek) yang menempatkan dirinya sebagai alat untuk mengetahui dan melakukan pendalaman terhadap pencarian sumber data yang dibutuhkan, yaitu penulisan istilah asing pada papan iklan atau reklame di Kota Semarang. Dalam pengambilan data peneliti menggunakan kartu data. Selanjutnya data dikumpulkan dengan cara mengkaji dokumen yang terdapat kesalahan penulisan istilah atau unsur asing pada papan iklan atau reklame di Kota Semarang. Data dikumpulkan dengan teknik rekam, simak, dan catat, yaitu mencatat semua data yang ditemukan di lapangan (atau dengan kata

lain mencatat penggunaan bahasa pada papan iklan atau reklame di Kota Semarang. Setelah data dikumpulkan selanjutnya peneliti menganalisis, mengklasifikasi, dan mengevaluasi/menilai dokumen yang berupa dokumen papan iklan atau reklame. Selanjutnya, data yang telah diperoleh dianalisis dengan menggunakan langkah- langkah yang dikemukakan oleh Miles

PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

2.1 Bentuk Kesalahan Penulisan Istilah Asing pada Papan Iklan dan Reklame di Kota Semarang, Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian banyak papan iklan atau reklame di Kota Semarang yang menggunakan bahasa asing terutama bahasa Inggris. Berikut ini papan iklan atau reklame yang menggunakan bahasa asing.

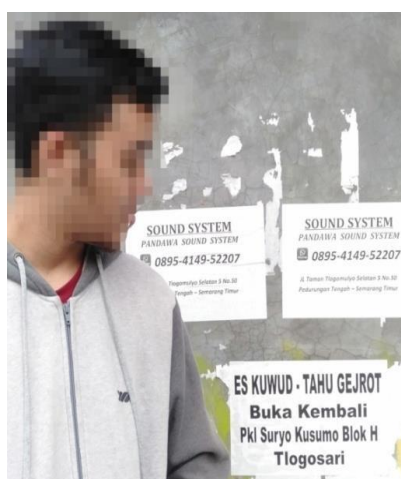


Gambar 1 Papan Iklan Condro Kirono

Online

**Lokasi: Jalan Raya Widuri Baru Rt
05 Rw 05, Bangetayu Kulon Genuk,
Semarang**

Kesalahan yang terdapat pada gambar tersebut adalah penggunaan istilah asing *online*. Sesuai dengan EBI istilah asing ditulis dengan huruf miring, tetapi pada gambar tersebut kata *online* tidak ditulis miring. Dalam KBBI kata yang maknanya sama dengan *online* adalah *daring* yang berarti dalam jaringan, terhubung melalui jejaring komputer, internet, dan sebagainya. Dengan demikian, perbaikan tulisan tersebut adalah *Condro Kirono Online*.



**Gambar 2 Papan Iklan Persewaan
*Sound System***

**Lokasi : Jalan Kamiluto 1 No 1A,
Muktiharjo Kidul, Pedurungan,
Semarang**

Pada Gambar 2 terdapat kesalahan penggunaan istilah asing *sound system*. Kata *sound system* berasal dari bahasa Inggris yang dalam bahasa Indonesia diterjemahkan menjadi sistem suara. Sistem suara adalah sebuah sistem yang dibangun untuk membantu memberikan *output* suara yang lebih besar dari inputan yang dimilikinya. Dalam KBBI sistem suara yang dimaksud adalah penguat suara berarti 1) alat elektronik untuk memperkuat (memperlantang) suara; pelantang, 2) sistem yang dapat mengalihkan isyarat listrik menjadi gelombang suara. Dengan demikian, kata *sound system* dalam gambar tersebut seharusnya ditulis miring menjadi *sound system*. Istilah *sound system* ini lebih dikenal masyarakat dibanding istilah dalam bahasa Indonesia sendiri, yaitu penguat suara.



**Gambar 3 Papan Iklan Jus
Lokasi : Pasar Suryokusumo Jalan**

**Sidomulyo No.1 Tlogosari Kulon,
Pedurungan, Semarang**

Pada gambar tersebut terdapat kesalahan penulisan istilah asing yaitu *juice*. Kata *juice* merupakan kata dalam bahasa Inggris dan diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi jus. Kata *juice* lebih familiar digunakan masyarakat Indonesia. Dalam KBBI kata jus berarti sari buah. Jika ingin tetap menuliskan kata *juice* maka penulisannya harus dimiringkan menjadi *juice*. Dengan demikian, perbaikan tulisan pada gambartersebut

yaitu DWIPUR ANEKA JUS.



Gambar 4 Papan Iklan Toko Ban Mobil Lokasi : Jalan Ki Dalem, Dempel Kudu, Kec. Sayung, Kota Semarang

Pada Gambar 4 terdapat istilah *second* yang merupakan kata dalam bahasa Inggris. Dalam bahasa Indonesia kata

second berarti yang kedua. Dalam konteks seperti pada gambar yang dimaksud kata *second* atau kedua adalah barang yang sudah dipakai dan dapat atau masih dapat digunakan lagi oleh pengguna yang berbeda. Kata atau istilah *second* di sini banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia untuk menyebut barang bekas yang masih dapat digunakan lagi. Demikian halnya dengan kata *velg* (bahasa Inggris) yang berarti lingkaran luar desain logam yang tepi bagian dalam dari ban sudah terpasangpada kendaraan seperti mobil. Oleh karena kata *second* dan *velg* merupakan kata atau istilah asing, maka penulisannya harus dimiringkan sesuai EBI. Jadi, perbaikan tulisan pada gambar tersebut yaitu *Jual BAN MOBIL SECOND ... VELG KALENG*.



Gambar 5 Papan Iklan Servis Elektronik Lokasi: Jalan Raya Semarang-Demak

Kata *doctor* yang digunakan pada gambar tersebut berasal dari bahasa Inggris

yang dalam bahasa Indonesia berarti dokter. Dokter yang dimaksud pada tulisan di gambar tersebut bukanlah dokter yang menyembuhkan pasien yang sedang sakit. Kata dokter yang dimaksud adalah teknisi yang dapat memperbaiki alat-alat elektronik yang rusak seperti kulkas, mesin cuci, kipas angin, pompa air, dan lain-lain. Penggunaan istilah asing *doctor* pada gambar tersebut seharusnya ditulis miring sesuai aturan EBI. Oleh karena itu, perbaikan tulisan pada gambar tersebut yaitu *DOCTOR KULKAS*...



Gambar 6 Papan Iklan Fotokopi
Lokasi: Jalan Pringsari,
Pringapus, Semarang

Penggunaan istilah atau kata asing (dari bahasa Inggris) pada gambar tersebut yaitu kata *print*, *scan*, dan *photocopy*. Dalam bahasa Indonesia kata

print berarti cetak, kata *scan* berarti pindai, dan kata *photocopy* berarti digandakan. Kata *photocopy* pada gambar tersebut ditulis *fotocopy*. Sesuai dengan EBI bahwa kata asing ditulis miring, maka perbaikan tulisan pada gambar tersebut yaitu *PRINT*, *SCAN*, *KETIK*, *EDIT*, *LAMINASI*, DAN *PHOTOCOPY*.



Gambar 7 Pelangi Cheese Chiffon Cake, Ice Cream, and Coffee Lokasi : Jalan Singosari Raya No.45, Pleburan, Semarang

Penggunaan istilah asing (dari bahasa Inggris) pada gambar tersebut yaitu kata *cheese chiffon cake*, *ice cream*, and *coffee*. Kata-kata tersebut diterjemahkan dalam bahasa Indonesia menjadi roti bolu keju, es krim, dan kopi. Kata-kata tersebut tidak ditulis dengan huruf miring sehingga tidak sesuai dengan EBI. Dengan demikian, perbaikan tulisan pada gambar tersebut yaitu *PELANGI Cheese Chiffon Cake, Ice Cream, and Coffee*.



Gambar 8 Papan Iklan Laundry & Dry Clean
Lokasi : Ruko Imam Bonjol No 147, Semarang

Kata *laundry*, *dry*, *clean*, *delivery*, dan *service* adalah kata-kata dalam bahasa Inggris yang diterjemahkan dalam bahasa Indonesia menjadi penatu, kering, bersih, dan layanan. Kata-kata tersebut tidak ditulis miring sehingga tidak sesuai dengan EBI. Kata-kata tersebut sering digunakan oleh masyarakat Indonesia karena lebih familiar dibandingkan dengan istilah bahasa Indonesia sendiri. Masyarakat Indonesia lebih sering menggunakan kata *laundry* dibandingkan kata penatu. Dengan demikian, perbaikan tulisan pada

gambar tersebut yaitu *DOLPHIN LAUNDRY & DRY CLEAN ... Delivery Service ...*



Gambar 9 Papan Iklan Barbershop
Lokasi : Jalan Majapahit, Semarang

Istilah asing yang terdapat pada gambar tersebut yaitu *barbershop* yang berasal dari bahasa Inggris. Dalam bahasa Indonesia kata tersebut diterjemahkan menjadi tukang potong rambut. Pada gambar tersebut kata *barbershop* tidak ditulis miring sehingga tidak sesuai dengan EBI. Jadi, seharusnya tulisan pada gambar tersebut diperbaiki menjadi *BARBERSHOP*.



Gambar 10 Papan Iklan Parfum
Lokasi: Jalan Ki Dalem, Dempel,
Kudu,
Sayung, Semarang

Kesalahan yang terdapat pada gambar tersebut adalah penggunaan istilah asing *parfume*. Penulisan kata *parfume* dalam bahasa Inggris adalah *perfume* yang dalam bahasa Indonesia disebut *parfum* yang berarti minyak awangi; bau wangi- wangan yang berupa cairan, padatan, dan sebagainya. Oleh karena menggunakan kata atau istilah asing maka seharusnya kata *perfume* ditulis miring agar sesuai dengan EBI. Dengan demikian, perbaikan tulisan pada gambar tersebut yaitu *Nury Perfume*. Akan tetapi, jika ingin menggunakan istilah bahasa Indonesia maka seharusnya ditulis *Parfum Nury*.



Gambar 11 Papan Iklan Abadi Jaya
Tailor
Lokasi : Jalan Ketileng Raya No.3,
RT.001/RW.25, Sendangmulyo,
Tembalang, Semarang

Istilah asing yang digunakan pada gambar tersebut yaitu *tailor*, *modeste (modiste)*, dan *shop*. Dalam bahasa Indonesia kata-kata tersebut diterjemahkan menjadi penjahit, penjahit wanita, dan toko. Agar sesuai dengan EBI maka istilah atau kata asing tersebut ditulis miring menjadi *ABADI JAYA TAILOR MODISTE & SHOP*.

3. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa banyak istilah asing yang digunakan pada papan iklan atau reklame di Kota Semarang, tetapi ditulis tidak sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia. Istilah asing yang digunakan yaitu *online*, *sound*

system, juice, second, doctor, photocopy, cheese, chiffon, cake, ice cream, bakery, ice cream, delivery order, laundry, dry and clean, delivery service, barbershop, perfume, tailor, shop, dll. Penggunaan istilah asing pada papan iklan atau reklame di Kota Semarang oleh masyarakat dianggap lebih keren dan berdaya jual. Dengan kata lain, penggunaan istilah asing tersebut digunakan untuk menaikkan daya jual.

4. DAFTAR PUSTAKA

- Ariningsih, Nur Endah, *et al.* 2012. *Analisis Kesalahan Berbahasa Bandung*: Alfabeta.
- Basri, Irfani. 2010. Dari Analisis Kesalahan Berbahasa Menuju Penelitian Tindakan Kelas. (Artikel). Dalam Ermanto dan Ngusman Abdul Manaf (Editor). *Prosiding Seminar Nasional Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya*. (halaman 83— 91). Padang: Sukabina Press.
- Brown, H. Douglas. 2007. *Principles of Language Learning and Teaching*. White Plain, New York: Pearson Inc.
- _____. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. [Online]. Tersedia di: <http://bahasa.kemdiknas.go.id/kbbi/index.php>. (Diakses 17 Agustus 2019).
- Nazir, Moh. 2009. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sarwono. 2016). Kesalahan Penggunaan Bahasa pada Penulisan Papan Nama dan Spanduk di Provinsi Jambi. *Jurnal Ilmiah Kebahasaan & Kesastraan* Volume 12, Nomor 2, Desember 2016. <https://jurnalmlangun.kemdikbud.go.id/jurnal/index.php/mlangun/article/view/7> (Diunduh 28 April 2019)
- Setyawati, N. (2010). *Analisis Kesalahan Berbahasa Indonesia: Teori dan Praktik*. Surakarta: Yuma Pustaka.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwandi, I Nengah. 2008. *Pengantar Metodologi Penelitian Bahasa*. Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha.
- Suyatno, M. 2006. *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*. Yogyakarta: AndiOffset.
- Teaching. White Plain, New York: Pearson Inc. *Teknologi Informasi*. Tangerang: Pustaka Mandiri.
- Wibowo, Wahyu. 2009. *Menjadi Penyunting Sukses: Langkah Jitu Merangkai Kata agar Komunikatif dan Memikat*. Jakarta: Bumi Aksara.

5. BIOGRAFI SINGKAT

Meilan Arsanti lahir di Purbalingga, 9 Mei 1988. Gelar S-1 diperoleh tahun 2011 dan gelar S-2 diperoleh tahun 2014 di Universitas Negeri Semarang. Saat ini bekerja sebagai dosen S-1 di Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Mata kuliah yang diampu antara lain Menulis, Penulisan Kreatif, Jurnalistik, Pengembangan Bahasa Ajar, Media Pembelajaran, Kepewaraan dan Kepenyiaran, Analisis Kesalahan Berbahasa, Pembelajaran Mikro, Filsafat Pendidikan, dan Profesi Kependidikan. Selain mengajar mata kuliah tersebut juga mengajar BIPA (Bahasa Indonesia untuk Penutur Asing) pada Program Darmasiswa Unissula.