



## Analisis Kesalahan Berbahasa Pada Media Iklan Makanan Di Instagram (Kajian Fonologi Dan Morfologi)

Lisna Lestari<sup>1</sup>, Ghina Ayu Salsabila<sup>2</sup>, Wapa Kamilatul Huda<sup>3</sup>, Aveny Septi Astriani<sup>4</sup>

<sup>1, 2, 3, 4</sup> Pendidikan Bahasa Indonesia, FKIP, Universitas Siliwangi

Email: [lisnalestari710@gmail.com](mailto:lisnalestari710@gmail.com)<sup>1</sup>, [ghinaayusalsa@gmail.com](mailto:ghinaayusalsa@gmail.com)<sup>2</sup>, [wapakmlh@gmail.com](mailto:wapakmlh@gmail.com)<sup>3</sup>, [aveny.septi@unsil.ac.id](mailto:aveny.septi@unsil.ac.id)<sup>4</sup>

**Abstract** The purpose of this study is to identify and analyze language errors in food advertisements on Instagram, particularly those related to phonological and morphological errors. The study was conducted by collecting samples of food advertisements on Instagram using a descriptive qualitative method. The data used in this study were words and phrases from Instagram food advertisements that had phonological or morphological errors. Data were collected through the observation and note-taking technique. The results of the study showed that there were phonological and morphological errors in the language. The most common error was the use of italics in foreign languages. The results of this study are expected to be used as one example of a language error case, particularly in the field of phonology and morphology.

**Keywords:** Language Errors, Food Advertising Media, Instagram

**Abstrak** Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan dan menganalisis kesalahan berbahasa pada iklan makanan di Instagram, khususnya yang berkaitan dengan kesalahan fonologi dan morfologi. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan sampel iklan makanan yang terdapat di Instagram menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kata dan frasa dari iklan makanan Instagram yang memiliki kesalahan fonologis atau morfologis. Data dikumpulkan melalui teknik simak dan catat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kesalahan fonologi dan morfologi dalam bahasa. Kesalahan paling umum adalah penggunaan huruf miring dalam bahasa asing. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu contoh kasus kesalahan berbahasa, khususnya pada bidang fonologi dan morfologi.

**Kata Kunci :** Kesalahan Berbahasa , Media Iklan Makanan , Instagram

### PENDAHULUAN

Sebuah instrumen yang digunakan untuk mengekspresikan pemikiran, emosi, dan keinginan yang sepenuhnya manusiawi, melalui bantuan sistem lambang yang sengaja diciptakan dan disebut sebagai bahasa (Prameswari & Susanti, 2020). Bahasa merupakan alat yang diperlukan oleh manusia dalam berbudaya dan berkomunikasi dalam masyarakat, serta memiliki peran yang sangat penting sebagai sarana komunikasi (Saputro et al., 2021). Tidak ada kegiatan manusia yang tidak disertai oleh bahasa. Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, melalui Keputusan Nomor 0543a/U/18987, telah mengeluarkan aturan yang menjadi panduan bagi kita dalam menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar, yang didasari oleh upaya penyempurnaan penggunaan ejaan Bahasa Indonesia.

Pada kenyataannya masyarakat masih sering melakukan kesalahan berbahasa Indonesia dan belum mahir menggunakan bahasa Indonesia sesuai dengan aturan dalam kehidupan sehari-hari. Kesalahan berbahasa tetap sering terlihat dan merupakan sesuatu yang tidak bisa dilepaskan dari proses pembelajaran bahasa (Alfin, 2018). Kesalahan berbahasa bisa diidentifikasi di dalam berbagai jenis tulisan, termasuk dalam karya ilmiah, sastra, slogan iklan,

artikel, dan lainnya (Maulida, 2021). Kesalahan berbahasa bisa terjadi dalam situasi bahasa apa pun, entah seseorang sedang mempelajari bahasa tertentu atau seseorang yang sudah mahir dalam berbahasa bisa mengalami kesalahan (Apriwulan et al., 2021). Oleh karena itu, dalam proses pembentukan kata perlu dilakukan analisis kesalahan berbahasa agar informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik

Analisis kesalahan berbahasa adalah suatu prosedur kerja. Sebagai prosedur kerja, analisis kesalahan berbahasa mempunyai langkah-langkah tertentu. Langkah-langkah tertentu inilah yang dimaksud dengan metodologi analisis kesalahan berbahasa. Metodologi analisis kesalahan berbahasa dari dulu sampai kini relatif sama. Kalaupun ada perubahan, itu hanya berupa variasi yang sifatnya tidak mendasar.

Ellis dalam Tarigan (2021) mengajukan langkah-langkah analisis kesalahan berbahasa sebagai berikut: (1) mengumpulkan sampel kesalahan (korpus), (2) mengidentifikasi kesalahan atau kekhilafan, (3) menjelaskan kesalahan, (4) mengklasifikasi kesalahan, (5) mengevaluasi kesalahan. Sedangkan menurut Tarigan (1997) jika berbicara mengenai analisis kesalahan berbahasa, maka terdapat dua istilah yang saling berkaitan dan biasanya sulit untuk dibedakan. Kedua istilah tersebut ialah kesalahan (*error*) dan kekeliruan (*mistake*). Kesalahan berbahasa adalah penggunaan bahasa yang menyimpang dari kaidah bahasa yang berlaku dalam bahasa itu. Sementara itu kekeliruan adalah penggunaan bahasa yang menyimpang dari kaidah bahasa yang berlaku dalam bahasa itu namun tidak dipandang sebagai suatu pelanggaran berbahasa. Kekeliruan berbahasa cenderung diabaikan dalam analisis kesalahan berbahasa karena sifatnya sementara, individual, tidak sistematis, dan tidak permanen. Dalam analisis kesalahan berbahasa, terdapat beberapa jenis analisis kesalahan pada tataran linguistik. Jenis kesalahan berbahasa yang digunakan untuk analisis ini adalah kajian fonologi dan morfologi.

Fonologi, sebagai salah satu cabang ilmu linguistik, difokuskan pada kajian bunyi-bunyi yang muncul dalam suatu bahasa (Chaer, 2012). Keselarasan pandangan ini juga ditegaskan oleh Wijana (2011), yang mengemukakan bahwa fonologi merupakan bidang studi linguistik yang mendalami aspek-aspek bunyi dalam bahasa, termasuk pembagian fonetik dan fonemik. Dengan merujuk pada argumen Chaer dan Wijana, dapat disimpulkan bahwa fonologi memiliki relevansi yang signifikan dalam konteks pelafalan bunyi-bunyi yang mewarnai setiap interaksi komunikatif.

Roger Lois dalam Achmad dan Krisanjaya (2007:14), menyatakan bahwa fonologi memiliki arti luas dan arti sempit. Fonologi memiliki arti luas berarti fonologi tersebut mencakup fonemik dan fonetik. Kesalahan bahasa di dalam ranah fonologi merupakan kesalahan yang timbul karena perangkat ucap manusia mengucapkan suara bahasa yang tidak

benar dan terdapat perbedaan dalam pemahaman definisi, baik dalam penggunaan bahasa lisan maupun tulis (Ghufron, 2013:96). Sementara itu, Setyawati (2010:23) menyajikan beberapa gambaran mengenai kesalahan bahasa di aspek fonologi, termasuk perubahan, penghilangan, dan penambahan pada fonem.

Morfologi merupakan ilmu dalam kebahasaan yang membahas tentang seluk beluk pembentukan kata. Chaer dalam Kuryati (2019) menyatakan bahwa morfologi adalah ilmu mengenai bentuk-bentuk dan pembentukan kata. Kesalahan berbahasa menurut Tarigan dalam Ariyam (2018) merupakan pemakaian bahasa Indonesia baik secara lisan maupun tertulis yang berada di luar atau menyimpang dari faktor-faktor komunikasi dan kaidah kebahasaan dalam bahasa Indonesia. Kesalahan berbahasa Indonesia pun dapat terjadi dalam semua tataran linguistik yaitu fonologi, morfologi, sintaksis, semantik, wacana. Kesalahan berbahasa dalam tataran morfologi yaitu kesalahan berbahasa yang berkaitan dengan pembentukan kata.

Kesalahan berbahasa dalam bidang morfologi sebahagian besar berkaitan dengan bahasa tulis. Indihadia (2012) mengemukakan bahwa sebagian besar kesalahan berbahasa pada tataran morfologi berkaitan dengan bahasa tulis. Akan tetapi, tentu saja kesalahan berbahasa dalam bahasa tulis ini berkaitan juga dengan bahasa lisan apalagi bila kesalahan berbahasa dalam penulisan morfologi itu dibacakan. Kesalahan berbahasa bidang morfologi dapat dikelompokkan menjadi kelompok afiksasi, reduplikasi, dan gabungan kata atau kata majemuk. Sumber kesalahan berbahasa tataran morfologi bahasa Indonesia antara lain; (1) salah penentuan bentuk asal, (2) fonem yang luluh tidak diluluhkan, (3) fonem yang tidak luluh diluluhkan. (4) penyingkatan morfem *men-*, *meny-*, *meng-*, dan *menge-* menjadi *n*, *ny*, *ng*, dan *nge-*, (5) perubahan morfem *ber-*, *per-*, dan *ter-*, menjadi *be-*, *pe-* dan *te-*, (6) penulisan morfem yang salah, (7) pengulangan yang salah, (8) penulisan kata majemuk serangkai, (9) pemajemukan berafiksasi, (10) pemajemukan dengan afiks dan sufiks, dan (11) perulangan kata majemuk.

Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang di dalamnya terkandung pesan atau informasi yang disampaikan untuk menarik atau memengaruhi publik. Menurut Bearden dan Ingram (2007:393) iklan merupakan elemen komunikasi pemasaran yang bersifat persuasif, non personal, dibayar oleh sponsor dan disebarluaskan melalui media komunikasi massa untuk mempromosikan pemakaian barang, atau jasa.

Media sosial merupakan salah satu tempat yang sangat cocok digunakan sebagai media untuk memasang iklan. Mengingat pesatnya perkembangan teknologi, membuat masyarakat tidak bisa lepas dari media sosial sebagai platform komunikasi. Selain untuk berkomunikasi, media sosial juga dapat digunakan untuk mencari berbagai informasi. Misalnya

informasi tentang produk, layanan, jasa, berita terbaru, dan informasi mengenai seseorang atau suatu lembaga. Salah satunya media sosial Instagram. Instagram merupakan media sosial yang sering berfokus pada gambar dan video yang disertai tulisan (*caption*). Instagram memiliki banyak sekali manfaat, misalnya dapat digunakan sebagai media untuk membagikan aktivitas sehari-hari, sebagai sumber informasi resmi dari sebuah institusi, sebagai media promosi, membangun sebuah Brand, bahkan bisa digunakan sebagai sarana untuk bekerja.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai analisis kesalahan berbahasa fonologi dan morfologi pada iklan makanan di media sosial Instagram. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis kesalahan berbahasa fonologi dan morfologi pada iklan makanan di media sosial Instagram. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah (1) membantu pengiklan meningkatkan kualitas bahasa pada iklan, khususnya iklan makanan yang dibagikan di media sosial Instagram dan (2) menyadarkan masyarakat tentang pentingnya menggunakan bahasa yang baik dan benar, terutama untuk digunakan dalam media iklan promosi.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yakni penelitian berupa data deskriptif kata-kata tertulis yang dapat diamati. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang menjelaskan analisis kesalahan berbahasa pada media iklan makanan di Instagram. Data diperoleh dengan menggunakan metode studi pustaka dan metode simak. Metode studi pustaka digunakan untuk mengetahui sejauh mana penelitian tentang analisis kesalahan berbahasa pada media iklan makanan. Metode simak dilaksanakan dengan memperhatikan tulisan pada iklan makanan di Instagram.

Sumber data diperoleh dari iklan-iklan makanan di Instagram yang terdapat kesalahan penulisan. Sedangkan data dalam penelitian ini yakni kata dan frasa yang terdapat kesalahan berbahasa secara fonologis atau morfologis pada iklan makanan di Instagram. Penelitian ini dilaksanakan dengan tiga tahap, yaitu tahap penyediaan data, analisis data, dan penyajian hasil analisis data.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif. Menurut Miles dan Huberman (1992:16) analisis data memiliki tiga alur kegiatan: yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih data mana saja yang terdapat kesalahan berbahasa pada tulisan iklan makanan di Instagram. Tahap selanjutnya yakni penyajian data atau mengelompokkan data berdasarkan jenis kesalahan berbahasa

(fonologi atau morfologi). Langkah terakhir yaitu menyimpulkan hasil analisa dari data yang diperoleh.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat 12 data iklan yang diambil dari sosial media Instagram yang terdapat kesalahan berbahasa dalam penulisannya untuk dianalisis kesalahan berbahasa Indonesia dalam tataran fonologi dan morfologi. Berikut data dan hasil analisisnya:

### 1. Iklan di Akun Instagram Ayam Kremes Pramesti



Kesalahan yang terdapat pada iklan di atas adalah kesalahan fonologi yaitu kesalahan ejaan pada kata “geprek” yang seharusnya adalah “geprak”. Sesuai dengan KBBI, kata baku dari “geprek” adalah “geprak”. Kesalahan selanjutnya yaitu kesalahan fonologi penggunaan kata tidak baku pada kata “kremes”. Kata “kremes” seharusnya diganti dengan kata “garing/kering” karena kata “kremes” tidak terdapat di dalam KBBI. Jadi, perbaikannya adalah “AYAM GEPRAK GARING”.

### 2. Iklan di Akun Instagram Garuda Pilus



Kesalahan berbahasa pada iklan di atas adalah kesalahan fonologi pada kata “Snack” yang merupakan bahasa asing. Seharusnya ditulis menggunakan huruf miring menjadi “*Snack*”. Kesalahan selanjutnya adalah kesalahan morfologi pada frasa “bulat bulat”. Frasa tersebut

merupakan bentuk pengulangan kata yang seharusnya dihubungkan dengan tanda hubung (-) menjadi “bulat-bulat”. Jadi, perbaikannya adalah “*Snack* berbentuk bulat-bulat kecil dengan rasa yang gurih dan enak”.

### 3. Iklan di Akun Instagram Gegeden



Kesalahan yang terdapat pada iklan di atas adalah kesalahan morfologi yaitu kesalahan penggunaan akhiran *-nya* pada “kuah nya”. Akhiran *-nya* pada kata tersebut seharusnya ditulis serangkai menjadi “kuahnya”. Jadi, perbaikannya adalah “KUAHNYA KENTAL”.

### 4. Iklan di Akun Instagram HolyBarbeque



Kesalahan pertama pada penulisan iklan makanan di atas adalah kesalahan morfologi pada kata “menangin”, yaitu kesalahan pembentukan kata dengan hilangnya sufiks *-kan* yang seharusnya ditulis menjadi “menangkan”. Kesalahan kedua terdapat kesalahan fonologi pada kata “giveaway”, “steamboat”, dan “mention” yaitu penulisan bahasa asing yang tidak dicetak miring. Jadi, perbaiki kata tersebut yaitu “*giveaway*”, “*steamboat*” dan “*mention*”. Kesalahan berikutnya yaitu terdapat pada kata “temen”. Kesalahan tersebut termasuk kesalahan fonologi karena kesalahan ejaan kata sehingga kata tersebut tidak baku. Seharusnya ditulis menjadi “teman” sesuai dengan KBBI. Jadi, perbaikannya adalah “MENANGKAN *GIVEAWAY STEAMBOAT* SEPANCI”, “*mention* teman kamu sebanyak-banyaknya”.

## 5. Iklan di Akun Instagram Pawon Ji-wan



Kesalahan yang terdapat pada iklan di atas yaitu kesalahan fonologi pada kata “pingin” dan “malem”. Kata tersebut merupakan kata tidak baku dikarenakan penambahan fonem /p/ pada kata “pingin”, yang seharusnya menjadi “ingin”. Sedangkan pada kata “malem” terdapat kesalahan ejaan yang seharusnya ditulis “malam” sesuai dengan KBBI. Jadi, perbaikannya adalah “Ingin Makan Malam Murah? Pawon Jiwan Jawabannya!”.

## 6. Iklan di Akun Instagram beebee



Kesalahan yang terdapat pada iklan tersebut yaitu kesalahan fonologi. Kesalahan pertama yaitu pada penulisan kata “yang” di awal kalimat tidak menggunakan huruf kapital. Kesalahan selanjutnya yaitu kesalahan penulisan huruf kapital pada kata “Pasti” dan “Asli” yang menggunakan huruf kapital di tengah kalimat. Kesalahan terakhir pada kata “aja” yang merupakan kata tidak baku karena penghilangan fonem /s/, seharusnya ditulis menjadi “saja” sesuai dengan KBBI. Jadi, perbaikannya adalah “Yang pasti-pasti saja, yang asli-asli saja”.

## 7. Iklan di Akun Instagram beebee



Pada iklan tersebut terdapat kesalahan fonologi yaitu pada kata “Stock” seharusnya ditulis menggunakan huruf miring karena merupakan bahasa asing. Kesalahan selanjutnya yaitu kesalahan morfologi pada kata “dikulkas” yang seharusnya ditulis menjadi “di kulkas” karena penggunaan preposisi *di* digunakan untuk menunjukkan tempat sehingga penulisannya harus dipisah. Kesalahan selanjutnya yaitu kesalahan fonologi penggunaan huruf kapital yang tidak tepat, yaitu pada kalimat “Udah Aman Belum?”. Seharusnya kalimat tersebut tidak ditulis menggunakan huruf kapital karena merupakan lanjutan. Kesalahan terakhir yaitu kesalahan fonologi penghilangan fonem /s/ pada kata “udah”. Seharusnya ditulis menjadi “sudah” sesuai dengan KBBI. Jadi, perbaikannya adalah “*Stock* beebie di kulkas kamu sudah aman belum?”.

#### 8. Iklan di Akun Instagram Roti Bakar Sensen



Kesalahan pertama pada iklan di atas terdapat kesalahan morfologi dalam penulisan “oleh oleh”. Kata tersebut merupakan pengulangan kata atau duplikasi sehingga penulisannya seharusnya dihubungkan dengan tanda hubung (-) menjadi “oleh-oleh”. Kesalahan kedua pada kalimat “ngumpul bareng dirumah” merupakan kesalahan fonologi dan morfologi. Kata “ngumpul” merupakan kesalahan ejaan yang seharusnya ditulis menjadi “kumpul”. Kata “bareng” merupakan kata tidak baku yang seharusnya diganti menjadi “bersama”. Kata “dirumah” seharusnya ditulis terpisah karena *di* pada bentuk tersebut merupakan preposisi yang menunjukkan tempat. Jadi, perbaikan kalimat tersebut adalah “Kumpul bersama di rumah”.

Kesalahan ketiga yaitu kesalahan morfologi pembentukan kata dengan hilangnya afiks *men-* pada kata “jenguk”. Seharusnya ditulis menjadi “menjenguk”. Kesalahan fonologi pada kata “lagi” yang merupakan kata tidak baku, seharusnya diganti menjadi “sedang”. Jadi, perbaikan untuk kalimat tersebut adalah “Menjenguk yang sedang sakit”. Kesalahan keempat adalah kesalahan fonologi yaitu kesalahan ejaan kata “gak” dan “sempet”. Seharusnya ditulis menjadi “tidak” dan “sempat”. Pada kalimat terakhir terdapat juga kesalahan fonologi pada kata “snack” yang seharusnya ditulis dengan huruf miring karena merupakan bahasa asing. Jadi, perbaikan untuk kalimat akhir adalah “Rapat mendadak tidak sempat pesan *snack*”.



## 9. Iklan di Akun Instagram Baso Aci Akang



Kesalahan pertama yaitu kesalahan fonologi pada kata “warning!”, “happy hour”, dan “ice tea” yang seharusnya ditulis dengan huruf miring karena merupakan bahasa asing. Kesalahan kedua adalah kesalahan fonologi yaitu penghilangan fonem /k/ pada kata ”baso” sehingga kata tersebut menjadi tidak baku, seharusnya ditulis menjadi “bakso”. Jadi, perbaikannya adalah “*WARNING! HAPPY HOUR CUMAN 15.000 LAPAR HEMAT+ICE TEA 12.00-15.00 WIB Bakso Aci Akang*”.

## 10. Iklan di Akun Instagram PHD



Kesalahan yang terdapat pada iklan di atas yaitu kesalahan fonologi pada kata “harGa” dan “merakYat”. Kesalahan pada kata tersebut yaitu penggunaan huruf kapital yang tidak tepat karena digunakan di akhir suku kata. Jadi, perbaikannya adalah “harga merakyat”.

## 11. Iklan di Akun Instagram Gudang Snack



Kesalahan yang terdapat pada iklan di atas adalah kesalahan fonologi yaitu pada kata “Special” yang seharusnya ditulis dengan huruf miring karena merupakan bahasa asing. Kesalahan fonologi yang kedua yaitu penghilangan fonem /k/ pada kata “baso” yang seharusnya ditulis “bakso” sesuai dengan KBBI. Kesalahan fonologi ketiga yaitu pada kata “mie” yang merupakan kata tidak baku karena penambahan fonem /e/, seharusnya ditulis menjadi “mi” sesuai dengan KBBI. Jadi, perbaikannya adalah “*Special* BAKSO ACI MI”.

## 12. Iklan di Akun Instagram Mie Chili



Kesalahan yang terdapat pada iklan di atas adalah kesalahan fonologi, yaitu penambahan fonem /e/ pada kata “mie” yang seharusnya ditulis “mi” sesuai dengan KBBI. Kesalahan selanjutnya juga kesalahan fonologi penghilangan fonem “s” pada kata “aja” yang seharusnya menjadi “saja” sesuai dengan KBBI.

## SIMPULAN

Dari hasil analisis kesalahan berbahasa pada media iklan makanan di Instagram berdasarkan kajian fonologi dan morfologi, dapat disimpulkan bahwa kesalahan yang sering muncul adalah kesalahan penggunaan huruf miring pada bahasa asing. Berikut kesalahan berbahasa yang ditemukan pada iklan makanan di Instagram:

1. Terdapat 10 kesalahan penulisan bahasa asing yang tidak ditulis menggunakan huruf miring, yaitu pada kata “giveaway”, “steamboat”, “mention”, “Stock”, “snack”, “warning!”, “happy hour”, “ice tea”, dan “Special”.
2. Terdapat 6 kesalahan ejaan kata, yaitu pada kata “geprek”, “temen”, “malem”, “ngumpul”, “gak”, dan “sempet”.
3. Terdapat 3 kesalahan penggunaan kata tidak baku, yaitu pada kata “kremes”, “bareng”, dan “lagi”.
4. Terdapat 5 kesalahan penggunaan huruf kapital yaitu pada kata “yang Pasti-pasti aja”, “yang Asli-Asli aja”, “Udah Aman Belum?”, “harGa”, dan “merakYat”.

5. Terdapat 9 kesalahan penghilangan dan penambahan fonem, yaitu pada kata “pingin”, “udah”, “baso”, “mie”, dan “aja”.
6. Terdapat 2 kesalahan penggunaan tanda hubung, yaitu pada kata “bulat bulat” dan “oleh oleh”.
7. Terdapat 3 kesalahan penggunaan imbuhan, yaitu pada kata “menangin”, “kuah nya”, “jenguk”.
8. Terdapat 2 kesalahan penggunaan preposisi, yaitu pada kata “dikulkas” dan “dirumah”.

Jadi, dapat disimpulkan berdasarkan hasil dan pembahasan ditemukan 40 kata yang mengalami kesalahan penulisan. Terdapat 5 kesalahan secara fonologis (kesalahan penulisan bahasa asing, kesalahan ejaan kata, kesalahan penggunaan kata tidak baku, kesalahan penggunaan huruf kapital, serta kesalahan penghilangan dan penambahan fonem) dan 3 kesalahan secara morfologis (kesalahan penggunaan tanda hubung, kesalahan penggunaan imbuhan, dan kesalahan penggunaan preposisi) pada 12 data iklan makanan di Instagram.

#### DAFTAR PUSTAKA

- A’yuni, Qurota B N., Santoso, Budi A., Soleh, Dwi R. (2015). “Analisis Kesalahan Berbahasa Berbahasa Tataran Morfologi Dalam Skripsi Mahasiswa PBSI IKIP PGRI Madiun Tahun Akademik 2013”2014”. *Widyabastra: Jurnal Ilmiah Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia* 3 (2): 134-171.
- Achmad H.P. dan Krisanjaya. (2007). *Fonologi Bahasa Indonesia (Modul)*. Jakarta: Depdiknas Universitas Terbuka.
- Agustini R., Siti A., Taufik H. (2023). “Analisis Kesalahan Berbahasa dalam Iklan Produk Pandai Besi”. *Literasi (online)*, Vol. 7, No. 2, diakses pada 20 November 2023.
- Alfin, J. (2018). *Analisis Kesalahan Berbahasa*. UIN SBY. h.5 diakses pada website <http://digilib.uinsby.ac.id/36212>
- Apriwulan, Fajar H., Romania, T., Restiana, M. (2021). “Analisis Kesalahan Berbahasa pada Baliho Makanan (Kajian Morfologi)”. *Lingua Rima: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* 10 (1): 65-70.
- Berutu A.T., dkk. (2023). “Analisis Kesalahan Berbahasa pada Media Iklan Makanan”. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha (online)* vol. 3, No. 2, [ANALISIS+KESALAHAN+BERBAHASA+PADA+MEDIA+IKLAN+MAKANA N.pdf](#) diakses pada 20 November 2023.
- Chaer, Abdul. (2012). *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ferani, dkk. (2023). *Makalah Prosedur Analisis Kesalahan Berbahasa serta Jenis Kesalahan Berbahasa Berdasarkan Kategori Lingustik (Fonologi dan Morfologi)*. Tasikmalaya.
- Fernando, M., Basuki, R., Suryadi, S. (2021). “Analisis Kesalahan Berbahasa Dalam Bidang Morfologi pada Karangan Siswa Kelas VII, SMPN 11 Kota Bengkulu”. *Jurnal Ilmiah KORPUS* 5 (1): 72-80.

- Ghufron, S. (2015). *Kesalahan Berbahasa Indonesia: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Idora, M., Mustafa, N. M., Septyanti., E. (2021). “Kesalahan Fonologi pada Gelar Wicara Mata Najwa Trans 7”. *Jurnal Silistik* 1 (1): 8-18
- Maharani, D., Septianingsih, A, N., Putri, S, R. (2021). “Analisis Kesalahan Berbahasa Tataran Fonologi Pada Grup Band Korea Selatan Super Junior”. *Kode: Jurnal Bahasa* 10 (2).
- Mantasiah, Y. (2020). *Analisis Kesalahan Berbahasa Sebuah Pendekatan dalam Pengajaran Bahasa*. Sleman: Deepublish.
- Maulida, U. (2021). “Kesalahan Berbahasa Tataran Ejaan, Morfologi, dan Sintaksis Skripsi Mahasiswa Program Studi PGMI Binamadani”. *Dirasah: Jurnal Pemikiran Dan Pendidikan Dasar Islam* 4 (1), 24-34
- Prameswari, Y, J., Susanti, Indah, D.. (2020). “Analisis Kesalahan Morfologi pada Unggahan Instagram@ raffinagita1717”. *Wacana: Jurnal Bahasa, Seni, dan Pengajaran* 4 (2): 27-36
- Saputro, Wahyu E., Puspita, I., Sukmawati, N., Ulya., C. (2021). “Analisis Kesalahan Berbahasa Tataran Morfologi dan Ebi pada Surat Kabar Republika”. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)* 4 (2): 251-261.
- Setyawati, Nanik. (2010). *Analisis Kesalahan Berbahasa Indonesia: Teori dan Pragmatik*. Surakarta : Yuma pustaka.
- Sutrisna, D. (2017). “Analisis Kesalahan Morfologi Bahasa Indonesia dalam Surat Kabar Radar Majalengka Edisi 16 dan 25 April 2016”. *Diglosia (online)*, Vol. 1, No. 1, [426-1022-1-PB.pdf](#) diakses pada 20 November 2023.
- Wibowo S., Maya P. (2012). “Pengaruh Iklan Televisi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall)”. *JRMSI (online)*, Vol. 3, No. 1, diakses pada 20 November 2023.
- Wijana, Dewi Putu. (2011). *Berkenalan dengan Linguistik*. Yogyakarta: A. Com Press.