

FOREIGN LANGUAGE WRITING IN DAILY ADVERTISEMENT OF PEKANBARU MX

Nengsih Purnama Sari ¹, M.Nur Mustafa ², Charlina ³.

Nengsihpurnamasari1995@gmail.com , M.Nur1388@yahoo.com , charlinahadi@yahoo.com
(0852-7193-7441)

*Faculty of Teacher's Training dan Education
Language and Art Education Major
Indonesian Language and Litterature Study Program
Riau University*

Abstract: *This research has a formulation problem, which is how foreign language is written based on integrity level in daily advertisement of Pekanbaru MX January 2017 edition?. Based on the formulation problem, this research aim to study how foreign language is written based on integrity level in daily advertisement of Pekanbaru MX January 2017 edition. The research method used is a qualitative method that describes the descriptive datas. The data were collected using library research method. Based on data analysis that has been done, 211 data of foreign language consisting of 3 kinds of foreign language which are 2 data of Arabic, 4 data of Mandarin and 205 data of English were found, with the division of 210 data are in first group based on level of integrity and 91 data are in the second group based on the level of integrity.*

Keywords: *Foreign Language, Advertisement, Harian Pekanbaru MX*

PENULISAN BAHASA ASING PADA IKLAN HARIAN PEKANBARU *MX*

Nengsih Purnama Sari¹, M.Nur Mustafa², Charlina³.

Nengsihpurnamasari1995@gmail.com, M.Nur1388@yahoo.com, charlinahadi@yahoo.com
(0852-7193-7441)

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Riau

Abstrak: Penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu bagaimanakah penulisan bahasa asing berdasarkan taraf integritas pada iklan harian Pekanbaru *MX* edisi Januari 2017?. Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah penulisan bahasa asing berdasarkan taraf integritas pada iklan harian Pekanbaru *MX* edisi Januari 2017. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang menggambarkan data deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, ditemukan 211 data bahasa asing yang terdiri dari 3 jenis bahasa asing yaitu bahasa Arab sebanyak 2 data, bahasa Mandarin sebanyak 4 data dan bahasa Inggris sebanyak 205 data, dengan pembagian 210 data berada pada kelompok pertama berdasarkan taraf integritas dan 91 data berada pada kelompok kedua berdasarkan taraf integritas.

Kata Kunci : bahasa asing, iklan, harian Pekanbaru *MX*

PENDAHULUAN

Manusia adalah makhluk sosial yang selalu berinteraksi dengan manusia lain. Interaksi antarmanusia memerlukan bahasa sebagai alat komunikasi. Oleh sebab itu, bahasa memegang kedudukan dan peran yang sangat penting dalam kehidupan.

Alwasilah (2011:11) mengatakan bahwa dengan bahasa individu-individu melaksanakan berbagai kegiatan sosial sehari-hari, salah satunya dengan berkomunikasi. Dalam berkomunikasi manusia dapat melakukan melalui dua cara, yaitu cara lisan dan cara tulis. Keberhasilan komunikasi secara lisan sangat ditentukan kehadiran mitra tutur, dan informasinya disampaikan langsung kepada mitra tutur, sedangkan cara tulis informasinya disampaikan menggunakan media tulisan, sehingga sangat dimungkinkan terjadi komunikasi secara tidak langsung antara penutur kepada mitra tuturnya.

Bebicara tentang bahasa tulis, kita tidak terlepas dari bahasa yang digunakan di media cetak, salah satunya adalah koran atau surat kabar. Koran merupakan salah satu media yang menyuguhkan suatu informasi lewat tulisan antara penulis terhadap pembaca. Koran tentunya memiliki peran yang sangat besar terhadap perkembangan bahasa. Baik itu melalui berita harian, artikel, olahraga, kriminal, teknologi, tips-tips kecantikan, kesehatan, selebritis sampai kepada iklan. Tentunya dalam hal ini bahasa menjadi sangat penting untuk digunakan sebagai alat penyampai informasi. Bahasa yang digunakan di dalam koran sering disebut sebagai ragam bahasa jurnalistik.

Menurut Chaer (2010:3) pembaca ragam jurnalistik adalah semua anggota masyarakat pada umumnya. Siapa saja boleh dan dapat menjadi pembaca karya jurnalistik. Artinya siapapun bisa mengakses dan menikmati tulisan dari para jurnalis.

Menurut John Hohenberg dalam Chaer (2010:2) semua penulisan jurnalistik adalah menyampaikan informasi, opini, dan ide kepada pembaca secara umum. Lalu informasi itu harus disampaikan dengan teliti, ringkas, jelas, mudah dimengerti dan menarik. Kata teliti berarti informasi yang disampaikan harus benar, akurat, dan tidak rekayasa. Kata ringkas dan jelas berarti kalimat-kalimat yang digunakan tidak bertele-tele, kata-kata yang digunakan tepat secara semantik dan gramatikal. Kata mudah dimengerti berarti para pembaca tidak perlu buang energi (untuk membuka kamus) mencari makna kata atau kalimat yang digunakan. Lalu, dengan kata menarik berarti berita yang disusun dalam kalimat-kalimat atau kata-kata yang menarik sehingga orang lain membacanya.

Berdasarkan pendapat di atas, jelas bahwa penggunaan bahasa dalam jurnalistik khususnya koran atau surat kabar memiliki aturan-aturan tersendiri yang sudah disepakati. Bagaimana kongkritnya ragam bahasa jurnalistik kiranya dapat ditarik dari “Pedoman Pemakaian Bahasa dalam Pers” yang merupakan hasil kesepakatan para peserta Karya latihan Wartawan (KWL) ke-17 PWI jaya yang dipimpin oleh H.Rohisan Anwar pada bulan November 1975 di Jakarta, dan dari “Suatu Model Style Book” dari prof. Jon Hohenberg (lihat Chaer 2010:3).

Saat ini banyak media informasi yang menjadi wadah berita dan info-info lainnya yang kebanyakan masyarakat mendapatkan info tersebut melalui media cetak baik itu koran, buletin atau majalah. Dari sinilah masyarakat mengetahui perkembangan sebuah produk atau penawaran jasa. Semua dimuat di koran berbentuk tulisan kolom ataupun yang sering kita sebut dengan iklan.

Pesatnya perkembangan media informasi menjadi gejala yang besar bagi masyarakat, dikarenakan semakin cepatnya info-info yang baru di dunia dapat diakses

dalam beberapa menit di manapun kita berada. Namun jika dilihat dari beberapa fenomena kepenulisan jurnalistik khususnya pada iklan, penggunaan bahasa asing sudah begitu banyak terdapat pada iklan-iklan dalam koran atau surat kabar. Penggunaan dan penulisan kata atau bahasa asing ini juga berpengaruh terhadap keefektifan bahasa dalam iklan tersebut. Penggunaan dan penulisan kata atau bahasa asing kadang kala tidak sesuai dengan tingkat pendidikan dan latar belakang ekonomi pembaca sehingga, iklan yang sifatnya komunikatif menjadi tidak tepat sasaran karena sulitnya memahami maksud dari bahasa tersebut. Faktor lainnya adalah adanya sikap dan sifat yang ingin terlihat mewah dalam pemasangan iklan yang tidak didasari oleh pengetahuan yang cukup mengenai kata-kata asing.

Iklan merupakan salah satu media komunikasi untuk mempengaruhi dan mengajak pembaca agar tertarik terhadap iklan tersebut yang akhirnya mendorong pembaca untuk melakukan apa yang dianjurkan penulis. Banyak kita lihat dari proses membaca seseorang juga terpengaruh dalam melakukan sesuatu termasuk dalam penggunaan dan penulisan bahasa. Hal ini berdampak negatif bila penggunaan dan penulisan bahasa yang mempengaruhi tersebut merupakan penggunaan dan penulisan yang kurang tepat sehingga akan menimbulkan kesalahan-kesalahan selanjutnya.

Berdasarkan paparan diatas, penulis meyakini bahwa fenomena tersebut tentunya mempengaruhi keefektifan penggunaan dan penulisan bahasa yang seharusnya berpatokan kepada Ejaan yang Disempurnakan (EYD). Oleh karena itu, penulis bermaksud melakukan penelitian mengenai penulisan bahasa asing dalam iklan koran/surat kabar. Pemilihan objek tersebut dikarenakan penulis merasa tertarik dengan penggunaan bahasa asing yang terdapat dalam iklan di koran/surat kabar.

Adapun objek penelitian yang ingin penulis teliti yaitu iklan Harian Pekanbaru *MX* mulai dari tanggal 1 januari 2017 sampai 31 januari 2017. Alasan penulis memilih koran tersebut adalah selain koran tersebut merupakan koran yang dibaca oleh berbagai lapisan masyarakat, ditahun 2012 koran Harian Pekanbaru *MX* juga pernah meraih penghargaan sebagai koran metro terbaik yang masih bertahan hingga saat ini. Sebagai koran yang berfokus terhadap berita kriminal, koran *MX* juga menyajikan berbagai iklan dari mulai bisnis, tips kecantikan, sampai kepada penawaran jasa. Belum banyak yang meneliti penggunaan bahasa asing yang objek penelitiannya adalah koran Harian Pekanbaru *MX*. Untuk itu penulis berusaha untuk menganalisis kata-kata asing yang terdapat dalam iklan harian Pekanbaru *MX* yang diteliti berdasarkan taraf integritas yang melanggar kaidah penulisan bahasa asing berdasarkan Ejaan yang Disempurnakan (EYD). Adapun data awal yang penulis temukan dalam iklan Harian Pekanbaru *MX* seperti :

Iklan harian Pekanbaru *MX* tanggal 1 januari 2017 halaman 31 dalam iklan Asan Jaya Service. Dalam iklan ini terdapat kata “*service* ditempat”. Kata *service* merupakan kata yang berasal dari bahasa internasional yaitu bahasa inggris yang artinya pelayanan. Kata *service* sebenarnya sudah terdapat dalam bahasa indonesia dalam unsur serapan bahasa asing menjadi *servis* yang berarti pelayanan atau layanan. Sehingga jika digolongkan berdasarkan taraf integritas kata *servis* tergolong pada golongan kedua yaitu unsur asing yang penulisan dan pengucapannya disesuaikan dengan kaidah bahasa Indonesia. Jika dilihat dari syarat pemakaian istilah asing, kata *service* tidak memenuhi ketiga syarat yang mukhlis maksudkan karena kata *service* sudah terdapat dalam bahasa Indonesia yang diserap langsung dari bahasa Inggris yang memiliki makna yang sama. Sehingga kata *service* seharusnya diganti menjadi *servis*.

Penelitian mengenai penulisan bahasa Asing, bukanlah penelitian yang pertama kali dilakukan, peneliti yang pernah meneliti tentang aspek yang sama adalah penelitian utami (2011) berjudul “Kata Asing dan Kata Gaul dalam Iklan Kecantikan pada *Majalah Aneka Yes!!* Edisi Januari-Februari 2011” dengan aspek penelitiannya menitikberatkan kata asing dan kata gaul dalam iklan Kecantikan pada majalah, sedangkan penulis meneliti tentang kaidah penulisan bahasa asing yang objeknya adalah iklan dalam *Harian Pekanbaru MX*.

Penelitian Devisa Kurnia Utama (2011) berjudul “Penggunaan Bahasa Aing pada Iklan *Harian Riau Pos*” dengan aspek penelitiannya adalah penggunaan bahasa Asing yang objek penelitiannya adalah harian Riau Pos. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah dari aspek objek dan metode analisis yang menggunakan teori yang berbeda.

Penelitian Al Ichwani, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta (2011) berjudul “ Bentuk, Pola, dan Faktor Penyebab Bahasa Asing pada Novel *Ayat-Ayat Cinta*”. Perbedaan dengan penelitian penulis adalah Al Ichwani menitikberatkan pada bentuk, pola dan faktor penyebab bahasa Asing yang objek penelitiannya adalah novel *Ayat-ayat Cinta*, sedangkan penelitian penulis menitikberatkan pada kaidah penulisan bahasa Asing yang objek penelitiannya adalah iklan harian Pekanbaru *MX*.

Penelitian Yuliana dengan judul Analisis Pemakaian Kata Asing dan Istilah Asing dalam Artikel Opini *Harian Kompas* Edisi Mei-Juni 2012 menitik beratkan pada pemakaian kata asing istilah asing sedangkan penelitian penulis adalah kaidah penulisan bahasa asing yang memiliki objek penelitian yang berbeda.

Setelah melakukan tinjauan pustaka di perpustakaan Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, perpustakaan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, serta perpustakaan Universitas Riau, menurut penulis tidak ada yang meneliti tentang penulisan bahasa asing yang objek penelitiannya adalah iklan harian Pekanbaru *MX*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan mulai dari Januari 2017 sampai Juni 2017 dan dilakukan di Pekanbaru. Jenis penelitian yang penulis lakukan yaitu penelitian deskriptif kualitatif. Subjek dalam penelitian ini yaitu bahasa asing dalam iklan *Harian Pekanbaru MX*. Adapun sumber data dalam penelitian ini yaitu teks dari surat kabar *Riau Pos* edisi Januari 2017 pada berita utama yang berjumlah tiga puluh satu berita. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan ialah teknik dokumentasi. Teknik ini dioperasionalkan dengan membaca, mencatat bahasa asing dalam iklan pada surat kabar *Harian Pekanbaru MX* edisi Januari 2017, mengidentifikasi data bahasa asing sesuai dengan jenis dan pengelompokannya. Setiap data yang didapatkan dikutip secara langsung dan disajikan dalam bentuk tulisan sebagai bahan analisis untuk menjawab masalah penelitian.

Usaha untuk menganalisis tersebut penulis lakukan melalui langkah-langkah yakni (1) Mengumpulkan iklan yang diterbitkan pada koran *Harian Pekanbaru MX* dari tanggal 1-31 Januari 2017. (2) Membaca secara saksama iklan iklan yang terdapat dalam koran harian Pekanbaru *MX*. (3) Menandai bagian-bagian iklan yang terdapat bahasa asing didalamnya. (4) Pengelompokan data-data yang telah dikumpulkan berdasarkan teori yang digunakan, yaitu pengumpulan iklan berdasarkan isi iklan. (5) Mencari kata asing dan diklasifikasikan berdasarkan Ejaan Bahasa Indonesia (6)

Mengelompokkan kata asing berdasarkan teori yang telah ditentukan. (7) Menganalisis ketepatan penggunaan bahasa asing yang dikelompokkan berdasarkan teori yang telah ditentukan. (8) Pengecekan kembali pengelompokan dan ketepatan penggunaan bahasa asing dalam iklan (9) Menghitung persentase penulisan bahasa asing yang tepat dan tidak tepat dalam koran harian Pekanbaru *MX*. (10) Mengambil simpulan dari hasil yang didapat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di dalam sumber penelitian, jenis bahasa asing yang ditemukan yakni (a) bahasa Arab, (b) bahasa mandarin, (c) bahasa Inggris. Berikut ini frekuensi jenis bahasa asing yang ditemukan dalam Iklan *Harian Pekanbaru MX* edisi Januari 2017.

No	Jenis Bahasa Asing	Frekuensi
1.	Bahasa Arab	2
2.	Bahasa Mandarin	4
3.	Bahasa Inggris	205
Jumlah		211

Berdasarkan taraf integritas dari 211 data tersebut, 120 data di antaranya tergolong pada kelompok pertama, dan 91 data tergolong pada kelompok kedua.

A. Penggunaan Bahasa Asing pada Kelompok Pertama Berdasarkan Taraf Integritas.

a. Penggunaan Bahasa Asing Berupa Bahasa Arab

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa terdapat 2 data berupa bahasa Arab yang muncul pada iklan yang berbeda sebanyak 2 kali dan diulang pada tanggal yang berbeda sebanyak 30 kali. Berikut ini penulis uraikan penggunaan bahasa Arab tersebut.

- 1) *Insyallah* dijamin sembuh 100% tanpa operasi.tidak sembuh uang kembali. (IT1H23)
- 2) *Insyallah* disembuhkan 100% jamin. (IT1H27)

Berdasarkan dua data yang penulis sajikan tersebut, keduanya sama-sama menggunakan kata *Insyallah*. kata *Insyallah* merupakan kata yang berasal dari bahasa Arab. Kata *Insyallah* memiliki arti jika Allah mengizinkan. Berdasarkan taraf integritas kata *Insyallah* tergolong pada kelompok pertama yaitu unsur asing yang belum sepenuhnya terserap kedalam bahasa Indonesia. Penggunaan kata *Insyallah* dianggap benar karena kata *Insyallah* merupakan kata asing yang tidak ada padanan kata dalam bahasa Indonesia dan dapat dibenarkan untuk menghindari terjemahan yang lebih panjang dan tidak efisien.

b. Penggunaan Bahasa Asing Berupa Bahasa Mandarin

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa terdapat 4 data berupa bahasa Mandarin. 3 diantaranya muncul pada iklan yang berbeda sebanyak 3 kali dan 1 diantaranya di iklan yang lain. 3 data diantaranya muncul di tanggal terbit yang berbeda sebanyak 11 kali. Berikut ini penulis uraikan penggunaan bahasa Mandarin tersebut.

- 1) *Gong Xi fa cai 2017*. Dapat Voucher Rp.800.000. Cukup bayar Dp Rp.900.000. Kunjungi dialer resmi Yamaha sekarang juga. (IT31H17).
- 2) *Gong xi gong xi. Wishing you all a prosperous chinese new year* (IT31H21)

Berdasarkan data yang penulis sajikan diatas, *Gong Xi fa cai 2017* pada kalimat 1 melalui proses penerjemahan memiliki arti, selamat hari raya imlek 2017. kata ini muncul sebagai ucapan pembuka sebagai bentuk menghargai dan dalam rangka menyambut hari raya imlek bag yang merayakannya. Berdasarkan taraf integritas, maka kalimat terdiri dari dua kata yaitu *Gong Xi* dan *fa cai*, kedua kata ini tergolong pada kelompok pertama yaitu unsur asing yang belum sepenuhnya terserap kedalam bahasa Indonesia. Seharusnya langsung menggunakan bahasa indonesia berupa selamat merayakan hari raya imlek 2017. Penggunaan kalimat *Gong xi fa cai* dianggap tidak tepat kata *Gong xi fa cai* memiliki padanan kata dalam bahasa Indonesia sehingga kata *Gong xi fa cai* dapat diganti dengan kata selamat tahun baru Cina.

Pada kalimat 2 terdapat penggunaan kalimat *gong xi gong xi* yang merupakan bahasa Mandarin Melalui proses penerjemahan kata *Gong xi gong xi* adalah selamat selamat. Namun secara konteks *gong xi gong xi* yang dimaksud adalah ucapkan selamat merayakan imlek kepada mereka yang merayakan. Berdasarkan taraf integritas kata di atas tergolong pada kelompok pertama yaitu unsur asing yang belum sepenuhnya terserap kedalam bahasa Indonesia. Penggunaan kalimat *Gong xi gong xi* dianggap belum tepat karena kata *Gong xi gong xi* memiliki padanan kata dalam bahasa Indonesia sehingga kata *Gong xi gong xi* dapat diganti dengan kata selamat tahun baru Cina.

c. Penggunaan Bahasa Asing Berupa Bahasa Inggris

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa terdapat 114 data berupa bahasa Inggris yang berada pada kelompok pertama yang muncul pada iklan yang berbeda namun terjadi pengulangan terbit ditanggal yang berbeda. Berikut ini penulis uraikan penggunaan bahasa Mandarin tersebut. Salah satunya sebagai berikut;

Data 13

RP.100.000,-terpasang!! Bayar belakangan. *Open all Channel* 6 bulan...(IT1H11c)

Dalam iklan Transvision ini terdapat kata 3 kata *Open,all* dan *Channel*, merupakan kata asing yang berasal dari bahasa Inggris. Melalui proses

penerjemahan kata *Open* berarti buku, *all* berarti semua, dan *channel* berarti saluran. Secara konteks *Open all channel* setelah dihubungkan dengan kata setelahnya yaitu kata 6 bulan maka kata ini merupakan kalimat penjelas yang menjelaskan bahwa Transvision sedang membuka semua saluran TV sebagai layanan penyedia saluran TV selama 6 bulan. Berdasarkan taraf integritas kata di atas tergolong pada kelompok pertama yaitu unsur asing yang belum sepenuhnya terserap kedalam bahasa Indonesia.

Penggunaan kata *open all channel* dianggap belum tepat karena karena kata *open all channel* memiliki padanan kata dalam bahasa Indonesia sehingga kata *open all channel* dapat diganti dengan kata membuka semua saluran.

B. Penggunaan Bahasa Asing pada Kelompok Kedua Berdasarkan Taraf Integritas.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa terdapat 91 data diantaranya yang tergolong pada kelompok kedua yaitu unsur asing yang penulisan pengucapannya disesuaikan dengan kaidah bahasa Indonesia. Semua data yang tergolong pada kelompok kedua tersebut merupakan data bahasa asing yang berasal dari bahasa Inggris. Berikut ini penulis uraikan penggunaan bahasa Inggris pada kelompok kedua tersebut;

Data 57

Dapatkan hadiah langsung setiap pembelian sepeda motor honda *cash/credit*. Khusus pembelian kredit dapatkan tambahan *voucher* menarik. (IT14H18)

Iklan ini terdapat 2 penggunaan bahasa asing yang berada pada kelompok kedua. *Pertama*, kata *cash* memiliki arti tunai, berdasarkan taraf integritas kata *cash* tergolong pada kelompok kedua yaitu unsur asing yang penulisan pengucapannya disesuaikan dengan kaidah bahasa Indonesia. setelah mengalami penyerapan dengan penyesuaian ejaan tetapi tanpa penyesuaian lafal, maka kata *cash* berubah mejadi kes. *Kedua*, kata *credit* memiliki arti terjemahan kredit, berdasarkan taraf integritas kata *credit* tergolong pada kelompok kedua yaitu unsur asing yang penulisan pengucapannya disesuaikan dengan kaidah bahasa Indonesia. setelah mengalami penyerapan dengan penyesuaian ejaan tetapi tanpa penyesuaian lafal, maka kata *credit* berubah mejadi kredit.

Penggunaan kata *cash/credit* dianggap belum tepat karena karena kata *cash/credit* sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia, sehingga kata *cash/credit* diganti menjadi kes/kredit.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan

Berdasarkan analisis data yang penulis lakukan dalam iklan harian Pekanbaru *MX*, penulis menemukan jenis penggunaan bahasa asing yang terdapat dalam iklan tersebut terdiri dari tiga bahasa yaitu bahasa Inggris, bahasa Arab dan bahasa Mandarin. Adapun data keseluruhan yang penulis temukan adalah 211 data, 2 data berupa bahasa Arab, 4 data berupa bahasa Madarin dan 205 data berupa bahasa Inggris.

Berdasarkan taraf integritas, terdapat 120 data tergolong pada kelompok pertama yaitu unsur asing yang belum sepenuhnya terserap kedalam bahasa Indonesia, dan 91 data tergolong pada kelompok kedua yaitu unsur asing yang penulisan pengucapannya disesuaikan dengan kaidah bahasa Indonesia. Dari 211 data tersebut ditemukan 7,10 % penggunaan bahasa Asing yang tepat, dan 92,89 % tidak tepat.

Penggunaan bahasa asing yang ditemukan dalam iklan harian Pekanbaru *MX* edisi Januari 2017 hampir semuanya menggunakan bahasa asing berupa bahasa Inggris. Sebagian dari kata dan kosakata tersebut sudah diserap kedalam bahasa Indonesia. Penggunaan dan penulisan istilah asing tersebut tidak dapat dibenarkan jika istilah tersebut memiliki padanan kata dalam bahasa Indonesia yang lebih tepat. Sedangkan penggunaan istilah asing yang tidak ada padanan katanya dalam bahasa Indonesia dapat dibenarkan untuk menghindari penggunaan terjemahan yang lebih panjang dan tidak efisien.

Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan, penulis merekomendasikan:

1. Diharapkan kepada pengguna iklan agar menggunakan kosakata asing seperlunya dan sesuai dengan Ejaan Bahasa Indonesia, serta ikut melestarikan bahasa Indonesia yang merupakan salah satu kekayaan budaya bangsa dan salahsatu pilar keutuhan bangsa.
2. Penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai media atau materi untuk dijadikan rujukan oleh peneliti lain.
3. Hasil penelitian ini belum sempurna karena masih banyak kekurangan dan tidak lepas dari kekeliruan, karena dalam penelitian ini hanya mengkaji masalah pengelompokan penulisan bahasa asing berdasarkan taraf integritas, ketepatan dalam penggunaannya dan jenis yang ditemukan dalam iklan harian Pekanbaru *MX*. Oleh karena itu penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya yang berminat meneliti penulisan bahasa asing untuk mengembangkan aspek-aspek yang tidak terjangkau dalam penelitian ini, agar didapatkan hasil kajian yang lebih baik dan bermanfaat bagi kepentingan ilmu linguistik.

DAFTAR PUSTAKA

Chaer, Abdul . 2010. *Bahasa Jurnalistik*. Jakarta: Rineka Cipta.

_____. 2003. *Linguistik umum*. Jakarta: Rineka Cipta.

Chaer, Abdul dan Lione Agustina. 2010. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.

Ichwani. 2011. “ Bentuk, Pola, dan Faktor Penyebab Bahasa Aing pada Novel *Ayat-Ayat Cinta*”. Program Studi Pendidikan Bahasa Sastra Indonesia dan Daerah, FKIP Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.