

KARAKTERISTIK LARAS BAHASA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN BISNIS

Tantri Alfina, H.R Herdiana

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Galuh

Tantrialfina@gmail.com, herdianaunigal@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik kata dan kalimat dalam media sosial *instagram* dengan cara mencari beberapa akun bisnis media sosial *instagram* yang telah berhasil menjalankan bisnisnya kemudian menganalisis keterangan setiap produk yang diunggah dalam bentuk foto/video yang memuat kata-kata yang tepat, sesuai, dan meneliti kecenderungan kata yang sering digunakan serta menggunakan kalimat yang efektif. Sampel penelitian ini adalah 3 akun bisnis media sosial *instagram* yang masing-masing akun diambil 2 sample keterangan dalam produk yang diunggah dalam bentuk foto. Setiap pembisnis khususnya orang yang menjalankan bisnis melalui media sosial pasti akan menyertakan keterangan dalam setiap produk yang diunggah. Keterangan yang ditulis untuk menjelaskan foto atau video yang diunggah dalam media sosial sering kali tidak dipahami oleh pembaca. Penelitian dengan judul “Karakteristik Laras Bahasa dalam Media Sosial Instagram” dengan tujuan untuk mendeskripsikan karakteristik kata dan kalimat akun bisnis di media sosial *instagram*. Metode yang digunakan dalam penelitian karakteristik kata dan kalimat dalam akun bisnis media sosial *instagram* yaitu metode deskriptif kualitatif. Teknik data yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu teknik telaah pustaka, teknik observasi, teknik catat, teknik dokumentasi, dan teknik analisis. Teknik dalam mengolah data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penyimpulan data. Hasil penelitian karakteristik kata dan kalimat pada akun bisnis media sosial *instagram* menunjukkan adanya ketepatan, kesesuaian, dan kecenderungan kata yang sering digunakan, serta keefektifan kalimat yang digunakan dalam penulisan keterangan atau *caption*. Implikasi dari laras basa tersebut yaitu bahan ajar, supaya pembelajaran menjadi komunikatif.

Kata Kunci: *Laras Bahasa, Media Sosial, Instagram*

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan salah satu unsur budaya manusia yang sangat tinggi nilainya karena dengan bahasa manusia dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan masyarakat sekitar baik secara lisan maupun tulisan. Dengan bahasa pula manusia dimungkinkan dapat berkembang dan mengabstraksikan berbagai gejala yang muncul di sekitarnya. Jelas bahwa bahasa sangat penting perannya dalam kehidupan sosial dan boleh dikatakan bahwa manusia akan selalu menggunakan bahasa mulai dari bangun tidur sampai tidur lagi, bahkan dalam bermimpi manusia akan terus berbahasa. Kridalaksana (dalam Chaer, 2012:32) berpendapat bahwa bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer yang digunakan oleh anggota kelompok sosial untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri.

Dewasa ini bahasa tidak hanya digunakan dalam percakapan secara langsung, melainkan bahasa digunakan dalam komunikasi tidak langsung, misalnya penyampaian berbagai informasi di media sosial, di antaranya media sosial *instagram*. Media jejaring sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya (Zarella, 2010: 51). *Instagram* merupakan salah satu media sosial yang sangat populer di berbagai kalangan. Hal tersebut disebabkan banyaknya fungsi *instagram* yang sangat menguntungkan lagi bagi masyarakat khususnya pengguna media sosial itu sendiri. *Instagram* berasal dari pengertian keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “*insta*” berasal dari kata “*instan*” , seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. *Instagram* juga dapat menampilkan foto-

foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Kata “gram” berasal dari “telegram”, dalam hal mana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Instagram dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah instagram berasal dari instan-telegram. Fitur-fitur dalam media sosial instagram ini adalah indikator yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pendapat Bambang (2012:53) dalam bukunya *instagram Handbook* menyatakan indikator dari media sosial instagram yaitu Hastag, Geotag, follow, share, like, komentar dan mention.

Fenomena zaman sekarang instagram tidak hanya digunakan untuk berbagi foto dan video, namun instagram kini banyak diminati karena fungsi lain yakni untuk keperluan berbisnis. Berbisnis dengan memanfaatkan internet sudah tidak asing lagi, karena sebelum mengenal instagram khalayak pasti lebih mengenal market place yang notabnya dikhususkan untuk transaksi jual beli. Teknologi semakin hari akan semakin berkembang sehingga media sosial instagram yang awalnya hanya dapat digunakan untuk berbagi pengalaman dan bertukar pesan kini instagram dapat dijadikan sebagai sarana untuk berbisnis secara online. Berbisnis dalam instagram cukup dengan mengunggah foto atau video yang disertai keterangan atas tujuan dari pengunggahan foto atau video yang akan diunggah dalam akun yang sudah disetting menjadi akun bisnis. Penulisan keterangan dalam foto atau video yang diunggah tentu menggunakan laras bahasa yang seharusnya karena hal tersebut akan menjadi penunjang keberhasilan bisnis yang dijalankan. Akun bisnis di media sosial instagram banyak yang tidak berjalan, bahkan tidak diminati sama sekali karena daya tarik dari promosi yang dilakukan kurang menarik hati para pengguna instagram lainnya. Hal tersebut terjadi karena penggunaan laras bahasa yang kurang tepat.

Menurut Wresniati (1997) laras bahasa berarti ragam bahasa (varian pengguna bahasa) yang dipergunakan oleh sekelompok pengguna bahasa tertentu menurut kesesuaian di antara bahasa dan pemakaiannya. Setiap laras dapat disampaikan secara lisan atau tulis dan dalam

bentuk formal, semiformal, atau nonformal. Oleh karena itu, dalam menulis, kita harus menguasai berbagai laras yang berbeda agar dapat memilih laras yang tepat untuk khalayak sasaran. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar khalayak mampu memahami maksud dan tujuan kita dengan mudah secara jelas.

Penelitian tentang laras bahasa sebelumnya pernah dilakukan oleh Pramesti (2018) dengan judul *Laras Bahasa Iklan pada Media Sosial Instagram*, penelitiannya mendeskripsikan tentang bentuk laras bahasa iklan, pola laras bahasa iklan dan fungsi laras bahasa iklan pada media sosial instagram. Data penelitiannya berupa wacana yang mendampingi gambar yang terdapat dalam instagram. Hasilnya, pertama bentuk laras bahasa iklan yang terdapat dalam iklan meliputi bentuk dasar, afiksasi, duplikasi, pemajemukan, singkatan dan akronim, serta istilah khusus. Kedua, pola laras bahasa yang digunakan dalam iklan meliputi urutan kata dan struktur kalimat. Ketiga, fungsi laras bahasa yang terdapat dalam iklan meliputi fungsi ekspresif, fungsi direktif, fungsi informasional, fungsi interaksional, dan fungsi puitik.

Kemudian penelitian mengenai laras bahasa juga dilakukan oleh Astutik (2020) dengan penelitiannya yang berjudul *Variasi dan Fungsi Ragam Bahasa pada Iklan dan Slogan Situs Belanja Online Shopee*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa adanya variasi bahasa asing yang berjumlah 6, variasi bahasa gaul berjumlah 2, dan fungsi bahasa berupa fungsi informasional, fungsi direktif, serta fungsi ekspresif.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Pramesti (2018) dan Astutik (2020) dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek penelitian. Pramesti (2018) meneliti iklan pada media sosial instagram dan astutik (2020) meneliti slogan situs belanja online shopee sementara yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah menganalisis karakteristik kata dan kalimat dalam media sosial instagram akun bisnis dengan cara mencari akun bisnis yang telah berhasil menjalankan bisnisnya kemudian menganalisis keterangan setiap produk yang diunggah dalam bentuk foto yang memuat kata-kata yang tepat dan sesuai.

Berdasarkan pada permasalahan yang diuraikan, maka dilaksanakan penelitian yang

berjudul Karakteristik Laras Bahasa dalam Media Sosial Instagram Akun Bisnis.

METODE

Suatu penelitian haruslah dirancang sedemikian rupa, agar dalam pelaksanaannya dapat berjalan sesuai dengan rencana. Metode penelitian merupakan bagian dari cara menyelesaikan penelitian dengan baik. Hal ini sangat bertamali dengan fokus kajian yang akan diteliti atau dianalisis. Menurut Arikunto (2013:203) metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif.

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Sugiyono (2016:9). Dari kedua pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwasanya penelitian kualitatif merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan sumber data secara tertulis yang di cermati oleh seorang peneliti guna untuk mencapai tujuan dan kegunaan tertentu.

Sugiyono (2016:13) mengemukakan karakteristik penelitian kualitatif, diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Dilakukan pada kondisi yang alamiah. (sebagai lawannya adalah eksperimen), langsung ke sumber data dan peneliti adalah instrumen kunci.
- b. Penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif. Data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka.
- c. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses daripada produk atau outcome.
- d. Penelitian kualitatif melakukan analisis data secara induktif.
- e. Penelitian kualitatif lebih menekankan makna (data dibalik yang teramati).

Sesuai dengan permasalahan dan tujuan diatas, metode yang digunakan yaitu metode

Kualitatif deskriptif untuk menganalisis karakteristik kata dan kalimat dalam media sosial Instagram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan teknik yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, telah didapatkan hasil sebagai berikut.

- a. Akun Bisnis “Lovable_id” dalam foto salah satu produk yang diunggah pada tanggal 1 Januari 2022 akun bisnis tersebut mengunggah foto salah satu produk yang dijual berupa Abaya/Gamis yang dengan disertai keterangan sebagai berikut :

-Abaya/Gamis

- Special Raya Series

- Abaya Mote For Raya Series - Inner dan outer nyatu/tidak bisa dilepas

-Bahan : Inner Jersey premium mix cerruti babydoll kombinasi mote cantik banget, karakter bahan : jersey premium 100% Adem, Super jatuh, tidak nerawang yah.

-Busui resleting depan

-Wudhu frendly

-Ready 4 varian Size :

M ld 92 pj 133cm

L ld 96 pj 133cm

XL ld 100 pj 133cm

XXL ld 104 pj 133cm

For price : idr @210.000

Dalam keterangan diatas, akun bisnis tersebut menggunakan kata asing sebanyak 10 kata yaitu *special* (spesial), *for* (untuk), *inner* (dalam), *outer* (luar), *mix* (mencampur), *jersey* (baju kaos), *friendly* (ramah), *ready* (siap), *size* (ukuran), *price* (harga)

- Menggunakan kata singkatan sebanyak 4 kata terdiri dari ld (lingkar dada), pj (panjang), cm (centi meter), idr (indonesian rupiah).

- b. Akun Bisnis “Lovable_id” dalam foto salah satu produk yang diunggah pada tanggal 24 Januari 2022 akun bisnis tersebut mengunggah foto salah satu produk yang dijual berupa Kulot Jeans

yang dengan disertai keterangan sebagai berikut :

-Kulot Jeans

New Arrival

-Kulot jeans double kancing (cuttingan highwaist)

-Bahan jeans good quality

Ready

Size 27,28,29,30 @153.000

Size 31,32,33,34 @163.000

Pj celana 105cm

Dalam keterangan diatas, menggunakan kata asing sebanyak 9 kata yang terdiri dari : *new* (baru), *arrival* (kedatangan), *double* (dobel), *cuttingan* (memotong), *highwaist* (pinggang tinggi), *good* (bagus), *quality* (kualitas), *ready* (siap), *size* (ukuran)

- Menggunakan kata singkatan sebanyak 2 kata terdiri dari pj (panjang), cm (centi meter).

- c. Akun Bisnis “Mahara.id” dalam foto salah satu produk yang diunggah pada tanggal 12 Desember 2021 akun bisnis tersebut mengunggah foto salah satu produk yang dijual berupa Blouse Berkerah yang dengan disertai keterangan sebagai berikut :

-Blouse Berkerah

- NEW ARRIVAL

Oversized Blouse berkerah yang nyamannnn bangettttt, bakal terus dicari di lemari, dibuat dari bahan waffle knit yang bertekstur eksklusif, jatuh bahannya, gak tebal gak tipis, pokoknya pass banget, gak gerag dan gak menerawang... oke banget kaan, Grab it fast!!

READY : PENNY BLACK...

LD 110cm (All size)

Panjang 72cm

Panjang Tangan +/- 57cm

Rp 150.000,-

Order Via :

WA : 082117181719

SHOPEE dan WEBSITE : Link ada di bio Mahara

Rekening hanya atas nama M*DA MUL*ANA

Catatan : Kemiripan warna 90-95% karena faktor kamera dan cahaya lampu/matahari.

Happy Shopping.

- Dalam keterangan diatas, Menggunakan kata asing sebanyak 12 kata terdiri dari : *new arrival* (baru datang), *oversized* (terlalu besar), *blouse* (blus), *waffle knit* (rajutan wafel), *grab it fast* (ambil cepat), *ready* (siap), *penny black* (sen hitam), *all size* (semua ukuran), *order via* (pesan melalui), *website* (situs web), *link* (tautan), *happy shopping* (selamat berbelanja)

Menggunakan kata singkatan sebanyak 4 kata terdiri dari : Ld (lingkar dada), cm (centi meter), Rp (rupiah), WA (whatsapp). Dan menggunakan Kalimat yang digunakan adalah kalimat yang logis, tidak ambigu, hemat, padu, serta menggunakan struktur paralel dan memiliki keterangan topik. Dalam laras bahasa media sosial dengan ragam bahasa pergaulan sehingga kalimat yang digunakan mampu dipahami oleh pembaca atau pendengar, analisis kalimat berdasarkan isi kalimat persuasif.

- d. Akun Bisnis “Mahara.id” dalam foto salah satu produk yang diunggah pada tanggal 13 Desember 2021 akun bisnis tersebut mengunggah foto salah satu produk yang dijual berupa Kemeja Panjang yang dengan disertai keterangan sebagai berikut :

-Kemeja Panjang

-NEW MOTIF

Karla adalah kemeja panjang yang berukuran oversized, nyaman banget buat dipakai sehari-hari.. dibuat dari

bahan Flanel yang gak gerah dan gak menerawang
Breastfeeding friendly, Bumil Friendly dan Wudhu Friendly

READY : KARLA SQ PINE ...

LD 150cm (model oversized)

Panjang depan 88cm

Panjang belakang 100cm

Lingkar ketiak +/-60cm

Panjang tangan +/-58cm

Rp 165.000,-

Order Via :

WA : 082117181719

SHOPEE dan WEBSITE : Link ada di bio Mahara

Rekening hanya atas nama M*DA MUL*ANA

Catatan : Kemiripan warna 90-95% karena faktor kamera dan cahaya lampu/matahari.

Saran pencucian : hindari perendaman/mesin cuci

Happy Shopping

- Dalam keterangan diatas, Menggunakan kata asing sebanyak 9 kata terdiri dari : *New motif* (motif baru), *oversized* (terlalu besar), *breastfeeding* (menyusui), *friendly* (ramah), *ready* (siap), *order via* (pesan melalui), *website* (situs web), *link* (tautan), *happy shopping* (selamat berbelanja)
Menggunakan kata singkatan sebanyak 4 kata terdiri dari : Ld (lingkar dada), cm (centi meter), Rp (rupiah), Wa (whatsapp). Dan menggunakan kalimat yang digunakan adalah kalimat yang logis, tidak ambigu, hemat, padu, serta menggunakan struktur paralel dan memiliki keterangan topik. Dalam laras bahasa media sosial dengan ragam bahasa pergaulan sehingga kalimat yang digunakan mampu dipahami oleh pembaca atau pendengar, analisis kalimat berdasarkan isi kalimat persuasif.

- e. Akun Bisnis
“Rabbaniprofesorkerudung” dalam foto salah satu produk yang diunggah pada tanggal 28 Januari 2022 akun bisnis tersebut mengunggah foto salah satu produk yang dijual berupa Kerudung yang dengan disertai keterangan sebagai berikut :

-Kerudung

-Bye-bye ribet

Kini sudah ada kerudung instan masker dan wudhu friendly dari rabbani

Memudahkan kamu untuk beraktivitas seperti memasang masker dan berwudhu.

Hari ini adalah hari terakhir kesempatan kamu untuk dapetin diskon 30% + voucher diskon 80% + gratis ongkir

Gak pake lama, pilih produknya sekarang juga di rabbani(.id)

Untuk informasi lebih lanjut, hubungi : 08112370111

- Dalam keterangan diatas, Menggunakan kata asing sebanyak 2 kata yang terdiri dari:

Bye (selamat tinggal), *friendly* (ramah)

Menggunakan bahasa tidak baku atau bahasa sehari-hari sebanyak 4 kata. Dan menggunakan kalimat yang digunakan adalah kalimat yang logis, tidak ambigu, hemat, padu, serta menggunakan struktur paralel dan memiliki keterangan topik. Dalam laras bahasa media sosial dengan ragam bahasa pergaulan sehingga kalimat yang digunakan mampu dipahami oleh pembaca atau pendengar, analisis kalimat berdasarkan isi kalimat persuasif.

- f. Akun Bisnis
“Rabbaniprofesorkerudung” dalam foto salah satu produk yang diunggah pada tanggal 1 Februari 2022 akun bisnis tersebut mengunggah foto salah satu produk yang dijual berupa Pakaian yang

dengan disertai keterangan sebagai berikut :

-Pakaian

-Seneng banget yaa ngeliat couplean ibu dan anak, bikin makin serasi

Nah biasanya nih ibu muda yang punya anak cewe ngga mau ketinggalan makin kompak bareng anaknya.

So, busana muslim yang satu ini St. De Kharimarab Taleetha, recommend banget deh ngelengkapim koleksi busana muslim untuk ibu dan anak. Busana muslim perpaduan motif dan polos dengan detail bagian bawah seperti rok duyung.

Cek produk lainnya dan nikmati kemudahan belanja online di web resmi rabbani

- <http://bit.ly/rabbanimall>

- wa >> 08112370111

- <http://shopee.co.id/rabbani-official>

<http://www.tokopedia.com/rabbani-official>

- Dalam keterangan diatas, Menggunakan kata asing sebanyak 6 kata terdiri dari : *couple* (pasangan), *so* (begitu), *detail* (rinci), *official* (resmi), *recommend* (sarankan)

Menggunakan kata tidak baku atau bahasa sehari-hari sebanyak 80 kata. Dan menggunakan Kalimat yang digunakan adalah kalimat yang logis, tidak ambigu, hemat, padu, serta menggunakan struktur paralel dan memiliki keterangan topik. Dalam laras bahasa media sosial dengan ragam bahasa pergaulan sehingga kalimat yang digunakan mampu dipahami oleh pembaca atau pendengar, analisis kalimat berdasarkan isi kalimat persuasif.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Analisis karakteristik kata dan kalimat pada akun bisnis di media sosial *instagram* merupakan penelitian yang dihasilkan dengan memanfaatkan kata dan kalimat sebagai unsur dasarnya. Ragam ini berhubungan dengan tata cara penulisan kosa kata yang menuntut adanya kelengkapan unsur kata seperti bentuk kata ataupun susunan kalimat, pilihan kata yang tepat, sesuai, serta kecenderungan kata yang digunakan dalam penulisan keterangan produk akun bisnis media sosial.

Berdasarkan hasil analisis karakteristik kata dan kalimat akun bisnis media sosial *instagram*. Peneliti dapat mengambil simpulan yang menyatakan bahwa karakteristik kata dan kalimat akun bisnis media sosial *instagram* dari segi kata cenderung lebih banyak menggunakan kata dalam bahasa asing seperti kata *ready stock*, *size*, *code*, dan *material*.

Karakteristik kalimat akun bisnis media sosial yang diteliti secara keseluruhan menggunakan kalimat yang disampaikan dengan logis, padu, hemat, tidak ambigu, tepat, menggunakan struktur paralel dan memiliki ketegasan topik sehingga sangat mudah dipahami oleh pembaca atau pendengar.

Saran

Bertitik tolak dari simpulan di atas, penulis mengemukakan saran sebagai berikut.

- a. Hendaknya khalayak khususnya pengguna akun bisnis media sosial *instagram* menggunakan kata yang tepat serta sesuai dengan objek yang dibahas agar pengguna media sosial *instagram* yang lainnya lebih mudah memahami deskripsi dari produk yang dijual dengan jelas tanpa harus banyak mempertanyakan kembali perihal produk kepada pemilik akun bisnis atau biasa disebut sebagai *owner*.
- b. Keefektifan kalimat sangat penting digunakan dalam penulisan keterangan dalam foto atau video yang diunggah di akun bisnis media sosial *instagram*, karena kalimat yang efektif akan menghasilkan pemahaman yang lebih mudah

untuk pengguna media sosial *instagram* lainnya tanpa banyak menggunakan kata-kata yang hanya sekedar memenuhi kolom keterangan saja.

Wresniati Siwi. 1997. Sekilas Tentang Laras Bahasa Media Massa Cetak Media Litbangkes. 03(04):33

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Rangga. 2015. Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi pada Komunitas Fotografi Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa*. 2(2): 2-3.
- Arikunto. 2013. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Badudu, J. S. (1998). *Inilah Bahasa Indonesia yang benar II*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Chaer, Abdul. 2012. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2010. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2004. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Gunawan, Imam. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- http://scele.ui.ac.id/berkas_kolaborasi/konten/mpktb_2014genap/BI.pdf
- <http://aldiunano.com/ragam-bahasa-dan-laras-bahasa-aldi>
- <http://de2-mutz.blogspot.com/2010/10/fungsi-bahasaragam-dan-laras-bahasa.html>
- Keraf, G. (1999). *Diksi dan gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Mahsun. 2017. *Metode Penelitian Bahasa*. Depok: Rajawali Pers.
- Nazir. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Semi Atar 2012. 2012. *Metode Penelitian Sastra*. Bandung: CV Angkasa. Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiono. 2016. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suherli. 2015. *Merancang Karya Tulis Ilmiah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.