

Pemakaian Ejaan dalam Bahasa Indonesia/Melayu pada Iklan *Tempo Doeloe* dan Implikasinya bagi Perkuliahan Bahasa Indonesia

¹Sudaryanto, ¹Hermanto

¹Universitas Ahmad Dahlan, Jalan Kapas No. 9, Semaki, Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia
email: sudaryanto82uad@gmail.com

Abstrak

Ditinjau dari sejarah penyusunannya, bahasa Indonesia pernah menerapkan dua di antara empat ejaan yang ada, yaitu Ejaan van Ophuijsen dan Ejaan Suwandi atau Ejaan Republik. Ejaan van Ophuijsen diciptakan oleh Charles Adriaan van Ophuijsen, sarjana bahasa Melayu berkebangsaan Belanda, yang menyusun buku *Kitab Logat Melajoe* (1901). Setelah merdeka pada tahun 1945, dua tahun berikutnya muncullah Ejaan Suwandi atau Ejaan Republik, berdasarkan Surat Keputusan No. 264/Bhg.A, tanggal 19 Maret 1947, yang ditandatangani oleh Menteri Pengajaran, Pendidikan, dan Kebudayaan, Mr. Soewandi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif-deskriptif. Data yang dianalisis berupa iklan-iklan *tempo doeloe* yang diperoleh dari laman (*website*) www.wajibbaca.com. Iklan-iklan tersebut, setelah dianalisis, banyak menggunakan Ejaan van Ophuijsen dan Ejaan Suwandi atau Ejaan Republik. Hasil penelitian ini ialah Ejaan van Ophuijsen ditandai huruf *oe*, *dj*, dan tanda diakritik. Sementara itu, Ejaan Suwandi ditandai huruf *u* pengganti *oe* dan kata ulang dengan angka 2. Ejaan dalam iklan dapat digunakan dalam perkuliahan Bahasa Indonesia.

Kata Kunci: ejaan, iklan *tempo doeloe*, perkuliahan, bahasa Indonesia

Abstract

In terms of the history of its compilation, the Indonesian language has applied two of the four existing spellings, the Spelling van Ophuijsen and Spelling Suwandi or Spelling Republican. The Spelling of van Ophuijsen was coined by Charles Adriaan van Ophuijsen, a Dutch scholar of Malay, who compiled the book *Kitab Logat Melajoe* (1901). After Independence in 1945, the next two years, the Spelling Suwandi or Republican Spelling, based on Surat Keputusan No. 264/Bhg.A, date 19 March 1947, signed by Menteri Pengajaran, Pendidikan, dan Kebudayaan Mr. Soewandi. This research uses a qualitative-descriptive method. The data analyzed in the form of advertising *tempo doeloe* from the website www.wajibbaca.com. These advertisings, once analyzed, use a lot of Spelling van Ophuijsen and Spelling Suwandi or Spelling Republican. The result of this research is Spelling van Ophuijsen marked font *oe*, *dj*, and diacritic marks. Meanwhile, the Spelling of Suwandi has marked the font *u* substitute *oe* and the repeated word with number 2. Spelling in an advertisement can be used in lecture Indonesian (Bahasa Indonesia).

Keywords: spelling, *tempo doeloe* of advertisement, lecture, Indonesian language

PENDAHULUAN

Salah satu materi di dalam mata kuliah umum (MKU) bahasa Indonesia di Universitas Ahmad Dahlan adalah ejaan bahasa Indonesia. Materi tersebut biasanya disampaikan oleh dosen pengampu pada pertemuan kedua atau ketiga.

Biasanya pula materi ejaan bahasa Indonesia meliputi perkembangan sejarah ejaan bahasa Indonesia disertai contoh-contohnya. Misalnya, Ejaan van Ophuijsen yang pernah diterapkan di Indonesia dengan ciri-ciri penanda lingual, seperti huruf *j* dibaca /y/ dan huruf *oe* dibaca /u/. Berikutnya, Ejaan Soewandi atau Ejaan Republik diterapkan sebagai pengganti Ejaan van Ophuijsen dengan ciri-ciri penanda lingual, seperti huruf *j* diganti *y* dan huruf *oe* diganti *u* (Samuel, 2008, p.122, p.146, p.178, p.181, p.206, p.208; Kridalaksana, 1991, p.253, p.271, p.273, p.274; Panitia Pengembang Bahasa Indonesia, 2016, p.viii).

Namun demikian, dosen pengampu MKU Bahasa Indonesia mengalami kesulitan ketika harus memberikan contoh nyata penggunaan Ejaan van Ophuijsen dan Ejaan Soewandi kepada para mahasiswanya di kelas. Seringkali yang terjadi, dosen pengampu MKU Bahasa Indonesia menuliskan contoh bersifat abstrak untuk menjelaskan kedua ejaan tersebut. Akibatnya, mahasiswa cenderung kurang memahami materi Ejaan van Ophuijsen dan Ejaan Suwandi. Akibatnya pula, saat para mahasiswa menjawab soal ujian tengah semester (UTS) berupa penjelasan ejaan bahasa Indonesia, mereka cenderung susah menjawabnya atau bahkan asal-asalan menjawabnya.

Untuk mengatasi masalah tersebut, peneliti dalam kesempatan ini memberikan usulan berupa iklan-iklan *tempo doeloe* sebagai materi ajar Ejaan van Ophuijsen dan Ejaan Soewandi. Iklan-iklan tersebut pernah tayang pada masanya, yaitu saat Ejaan van Ophuijsen (tahun 1901—1947) dan Ejaan Soewandi berlaku (tahun 1947—1972). Peneliti memperoleh iklan-iklan tersebut melalui laman (*website*) <http://www.wajibbaca.com/2015/11/mari-bernostalgia-lihatlah-iklan-iklan.html?m=1> yang diakses pada 8 Januari 2018 pukul 12.54 WIB. Diharapkan, dengan diperkenalkan iklan-iklan *tempo doeloe* itu, para mahasiswa MKU Bahasa Indonesia menjadi lebih mudah memahami materi ejaan bahasa Indonesia, terutama Ejaan van Ophuijsen dan Ejaan Soewandi.

Sebelum peristiwa Sumpah Pemuda, tanggal 28 Oktober 1928 terjadi, istilah *bahasa Indonesia* belum dikenal (van den Berg, 2014, p.106). Saat itu, istilah yang lebih dikenal adalah *bahasa Melayu*. Hal itu sesuai dengan kenyataan bahwa bahasa Indonesia berasal dari bahasa Melayu dan termasuk ke dalam rumpun bahasa Austronesia (H.P. & Alek, 2016, p.2; Mulyati, 2016, p.8). Bahasa Melayu saat itu telah digunakan sebagai *lingua franca* di Nusantara sejak abad awal penanggalan modern, paling tidak dalam bentuk informalnya. Bentuk bahasa sehari-hari ini sering dinamai dengan istilah "Melayu Pasar". Bahasa Melayu menjadi sarana komunikasi yang memiliki jangkauan sangat luas dan memiliki variasi kebahasaan yang bermacam-macam (Asmara, 2017, p.395). Variasi itu memperlihatkan pola-pola tertentu, yang dipengaruhi pola sosial maupun yang bersifat geografis.

Charles Adriaan van Ophuijsen, sarjana bahasa Melayu berkebangsaan Belanda, mendapatkan tugas dari Pemerintah Belanda untuk menstandarisasikan aksara Latin untuk bahasa Melayu pada tahun 1896 (Kridalaksana, 2011, p.167). Dibantu oleh Engku Nawawi gl. St. Makmur dan M. Taib St. Ibrahim, akhirnya van Ophuijsen berhasil menyusun Kitab Logat Melajoe pada tahun 1901 (Sudaryanto, 2017, p.33). Buku itu menjadi acuan ejaan Latin resmi pertama di Indonesia saat itu. Ada tiga ciri penanda lingual dalam Ejaan van Ophuijsen, yaitu (1) penggunaan huruf *j* dibaca /y/, (2) penggunaan huruf *oe* dibaca /u/, dan (3) penggunaan tanda

diakritik meliputi tanda koma (,), ain ('), dan trema ("). Ejaan van Ophuijsen berlaku dari tahun 1901 sampai dengan tahun 1947.



Gambar 1 Charles Adriaan van Ophuijsen

Berikutnya, Ejaan Soewandi atau Ejaan Republik. Ejaan ini muncul karena dilatarbelakangi adanya keinginan para cendekiawan dan budayawan Indonesia yang hadir dalam Kongres Bahasa Indonesia I di Solo, 25—28 Juni 1938, untuk melepaskan pengaruh kolonial Belanda terhadap bahasa Indonesia. Saat itu, Mr. Soewandi selaku Menteri Pengajaran, Pendidikan, dan Kebudayaan, melalui surat keputusannya No. 264/Bhg. A, 19 Maret 1947, memutuskan untuk mengganti Ejaan van Ophuijsen. Ejaan pengganti itu disebut "Ejaan Soewandi" atau "Ejaan Republik". Disebut "Ejaan Republik" karena ejaan tersebut lahir setelah kemerdekaan Republik Indonesia, 17 Agustus 1945. Ada empat ciri penanda lingual dalam Ejaan Soewandi, yaitu (1) penggantian huruf *oe* menjadi *u*, (2) bunyi sentak ditulis dengan *k*, (3) kata ulang boleh ditulis dengan angka *2*, dan (4) tidak dibedakan antara penulisan *di* sebagai awalan dan *di* sebagai kata depan.



Gambar 2 Mr. Soewandi

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah metode analisis konten (Krippendorff, 1980, p.21). Penelitian tentang ejaan dalam bahasa Indonesia/Melayu dalam iklan *tempo doeloe* merupakan analisis isi pesan yang tercermin dari iklan-iklan tersebut. Oleh karena itu, kajian ini bersifat deskriptif yang memerikan tentang iklan-iklan *tempo doeloe* terkait dengan ejaan dalam bahasa Indonesia/Melayu, khususnya Ejaan van Ophuijsen dan Ejaan Soewandi. Masalah ejaan dalam iklan-iklan itu akan dianalisis dari perspektif linguistik historis yang memadukan faktor sistem bunyi, gramatika, dan kosakata bahasa Indonesia/Melayu.

Desain yang digunakan dalam penelitian ini yang merupakan estimasi terhadap gejala yang terdapat pada data. Pola linguistik historis terhadap Ejaan van Ophuijsen dan Ejaan Soewandi dalam iklan-iklan *tempo doeloe*, yang akan dideskripsikan menyangkut beberapa gejala, maka parameter yang digunakan juga meliputi beberapa parameter sesuai gejala yang dideskripsikan.

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik membaca dan mencatat secara cermat yang dijadikan sebagai contoh melalui kartu data. Penggunaan Ejaan van Ophuijsen dan Ejaan Soewandi dalam iklan-iklan *tempo doeloe* dicatat dari sejumlah referensi pendukung. Kartu data ini dibagi dua kelompok, yaitu (1) kelompok yang mendeskripsikan tentang penggunaan Ejaan van Ophuijsen dalam iklan-iklan *tempo doeloe* dan (2) kelompok yang mendeskripsikan tentang penggunaan Ejaan Soewandi dalam iklan-iklan *tempo doeloe*.

Validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas semantik, jika data yang muncul perihal Ejaan van Ophuijsen dan Ejaan Soewandi beserta perubahan-perubahan jangka pendek dan jangka panjang dalam sistem bunyi, gramatika, dan kosakata bahasa Indonesia, yang tercermin dalam iklan-iklan *tempo doeloe*. Reliabilitas yang digunakan adalah reliabilitas interrater, yaitu mengonsensuskan hasil penelitian dengan pakar linguistik bahasa Indonesia dan/atau pengajar mata kuliah Sejarah dan Politik Bahasa Nasional di Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Ahmad Dahlan.

Data dianalisis dengan teknik analisis konten dengan prosedur (a) pencatatan, (b) reduksi data, (c) pengkategorian, dan (d) inferensi. Pencatatan dilakukan dengan kartu data. Unit data diambil dari unit kata atau kosakata yang mencerminkan penggunaan Ejaan van Ophuijsen dan Ejaan Soewandi dalam iklan-iklan *tempo doeloe*. Proses analisisnya dilakukan dengan alur: (1) pemahaman terhadap Ejaan van Ophuijsen dan Ejaan Soewandi; (2) identifikasi terhadap Ejaan van Ophuijsen dan Ejaan Soewandi berdasarkan sistem bunyi, gramatika, dan kosakata bahasa Indonesia; dan (3) klasifikasi Ejaan van Ophuijsen dan Ejaan Soewandi dalam iklan-iklan *tempo doeloe*. Setelah klasifikasi data yang belum terstruktur, kemudian ditata dan disaring dengan membuang data-data yang kurang relevan dengan tujuan penelitian. Pada tahap inferensi, yaitu menginterpretasikan Ejaan van Ophuijsen dan Ejaan Soewandi dalam iklan-iklan *tempo doeloe* dari sudut pandang linguistik historis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara ringkas, hasil penelitian ini disampaikan sebagai berikut. Pertama, Ejaan van Ophuijsen yang berlaku dari tahun 1901 hingga tahun 1947 digunakan dalam delapan buah iklan meliputi (1) iklan tembakau cap Mataharie Balon Leuw, (2) sabun wangi Lux, (3) toko Mondroguno, (4) sepeda Gazelle, (5) baju cap Orang Haji Duduk, (6) shampo lidah buaya, (7) sandal Macan, dan (8) obat sakit perut cap Kupu-Kupu. Dalam kedelapan iklan tersebut, ditemukan adanya tiga penanda lingual Ejaan van Ophuijsen, yaitu penggunaan huruf *j* dibaca /y/, penggunaan huruf *oe* dibaca /u/, dan penggunaan tanda diakritik meliputi koma (,), ain ('), dan tanda trema (¨).

Kedua, Ejaan Soewandi yang berlaku dari tahun 1947 hingga tahun 1972 digunakan dalam 13 buah iklan meliputi (1) iklan shampo Sunsilk, (2) mesin jahit Singer, (3) radio Galindra, (4) sabun Lifebouy, (5) sabun mandi Lifebouy, (6) krim rambut Erasmic, (7) kacang garing cap Tarzan, (8) Blue Band, (9) bedak bayi Esty, (10) arloji merek Titoni, (11) pasta gigi cap Bintang Tudjuh, (12) pasta gigi Pepsodent, dan (13) jamu cap Djago. Dalam ketiga belas iklan tersebut, ditemukan adanya 10 penanda lingual Ejaan Soewandi, yaitu penggantian huruf *oe* menjadi *u*, *dj* menjadi *j*, *j* menjadi *y*, *nj* menjadi *ny*, *sj* menjadi *sy*, *tj* menjadi *c*, *ch* menjadi *kh*, bunyi sentak ditulis dengan *k*, kata ulang boleh ditulis dengan angka *2*, dan tidak dibedakan antara penulisan *di* sebagai awalan dan *di* sebagai kata depan.

Ketiga, penggunaan Ejaan van Ophuijsen dan Ejaan Soewandi di dalam iklan-iklan *tempo doeloe* dapat berimplikasi terhadap perkuliahan Bahasa Indonesia, yaitu iklan-iklan tersebut sebagai materi ajar yang efektif guna menjelaskan penggunaan dua buah ejaan dalam bahasa Indonesia/Melayu yang pernah berlaku di Indonesia, khususnya pada masa berlakunya masing-masing.

Pembahasan hasil penelitian ini disampaikan dengan cermat dan disertai gambar iklan sebagai pendukung pembahasan. Iklan-iklan *tempo doeloe* yang dibahas sebanyak delapan buah, disertai ulasan penggunaan Ejaan van Ophuijsen dan Ejaan Soewandi di dalam iklan-iklan tersebut.

Saboen Wangi LUX

Ejaan yang digunakan di dalam iklan Sabun Wangi Lux adalah Ejaan van Ophuijsen. Di dalam iklan tersebut terdapat teks berbunyi *Paras jang elok berharga sekali. Saboen wangi LUX membikin koelit haloes seperti bloedroe, maka itoe ini saboen dipakai oleh 9 dari 10 bintang film. Saboen wangi LUX.* Penggunaan huruf *j* pada *jang* /yang/ dan penggunaan huruf *oe* pada *saboen* /sabun/, *koelit* /kulit/, *haloes* /halus/, *bloedroe* /bludru/, dan *itoe* /itu/.



Gambar 3 Iklan Saboen Wangi LUX

Toko Mondrogoeno

Ejaan yang digunakan di dalam iklan Toko Mondrogoeno adalah Ejaan van Ophujisen. Di dalam iklan tersebut terdapat teks yang berbunyi *Toko Mondrogoeno. Eig's B. M. DARSIN. Pasarpon. Solo. Telf. 295. Djoelan Mas, Inten, barang Perak², Loerik, Batik² kloearan Djocja-Solo, Slendang Plangi dan laer². Trima pakerdjaän Mas Inten, Pembikinan die tanggoeng baek.* Penggunaan huruf *oe* pada *Mondrogoeno* /Mondroguno/, *Djoelan* /Jualan/, dan *tanggoeng* /tanggung/. Kemudian penggunaan tanda diakritik berupa ain (') pada kata *Eig's*. Selanjutnya, kata ulang ditulis dengan angka 2 pada *Perak²*, *Batik²*, dan *laer²*.



Gambar 4 Iklan Toko Mondrogoeno

Sepeda Gazelle

Ejaan yang digunakan di dalam iklan sepeda Gazelle adalah Ejaan van Ophuijsen. Di dalam iklan tersebut terdapat teks yang berbunyi *Ringan, Kokoh dan Moerah. Gazelle sepeda telah kesohor. Ringan, ladjoe, kokoh dan moerah. Lagi*

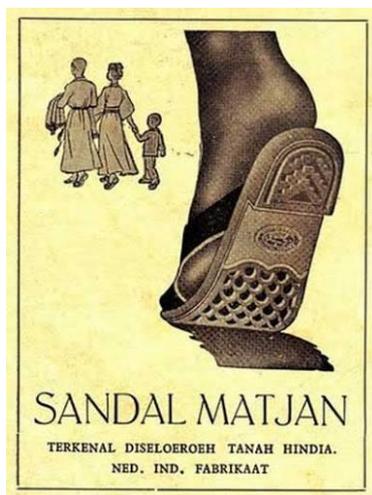
poela bisa dibikin obor. Mentjari oentoeng penambah nafkah. Penggunaan huruf *oe* pada *moerah* /murah/, *ladjoe* /laju/, *poela* /pula/, dan *oentoeng* /untung/. Penggunaan huruf *tj* untuk huruf *c* pada *mentjari* /mencari/.



Gambar 5 Iklan Sepeda Gazelle

Iklan Sandal Matjan

Ejaan yang digunakan di dalam iklan Sandal Matjan adalah Ejaan van Ophuijsen. Di dalam iklan tersebut terdapat teks yang berbunyi *Sandal Matjan. Terkenal Diseloeroeh Tanah Hindia. Ned. Ind. Fabrikaat.* Penggunaan huruf *oe* pada *seloeroeh* /seluruh/. Penggunaan huruf *tj* pada *Matjan* /Macan/. Penggunaan *di* sebagai kata depan dan *di* sebagai imbuhan tidak dibedakan, seperti pada *diseloeroeh* yang seharusnya ditulis *di seloeroeh*.



Gambar 6 Iklan Sandal Matjan

Iklan Mesin Djahit Singer

Ejaan yang digunakan di dalam iklan mesin jahit Singer adalah Ejaan Soewandi. Di dalam iklan tersebut terdapat teks yang berbunyi *Sang Istri djuruterbang, berdjuang di lapangan, perumah-tanggaan seper-, ti suaminja di*

Udara. Sendjatanja jang paling besar, ialah MESIN DJAHIT SINGER. Penggunaan huruf dj dibaca /j/ pada djuruterbang, berdjuang, sendjatanja, dan djahit. Penggunaan huruf j dibaca /y/ pada suaminja dan sendjatanja.



Gambar 7 Iklan Mesin Djahit Singer

Krim Rambut Erasmic Brilliantine

Ejaan yang digunakan di dalam iklan krim rambut Erasmic Brilliantine adalah Ejaan Soewandi. Di dalam iklan tersebut terdapat teks yang berbunyi *Rambut tuan rapi sepanjang hari! Pakailah Erasmic Brilliante diwaktu pagi. Nistjaja sampai malam rambut Tuan tetap rapi dan menarik. Lagi pula Erasmic sedap baunja dan tidak membuat rambut djadi lekat. Erasmic memperindah rambut Tuan.* Penggunaan huruf *dj* dibaca /j/ pada *sepanjang* dan *djadi*. Penggunaan huruf *tj* dibaca /c/ pada *nistjaja*. Penggunaan huruf *j* dibaca /y/ pada *nistjaja* dan *baunja*. Penggunaan *di* sebagai kata depan belum dipisahkan dengan *di* sebagai imbuhan, seperti pada *diwaktu*.



Gambar 8 Krim Rambut Erasmic Brilliantine

Arloji Titoni

Ejaan yang digunakan di dalam iklan arloji Titoni adalah Ejaan Soewandi. Di dalam teks iklan tersebut terdapat teks yang berbunyi *Titoni. Swiss Made 21 Jewels. Ini jang ada dimuka. Ialah djam keluaran Swiss jang terbaru. Veer didjamin tida akan putus selama-lamanja*. Penggunaan huruf *j* dibaca /y/ pada *jang* dan *selama-lamanja*. Penggunaan huruf *dj* dibaca /j/ pada *djam* dan *didjamin*. Penggunaan kata *di* sebagai kata depan dan *di* sebagai imbuhan belum jelas, seperti pada frasa *dimuka* seharusnya ditulis *di muka*.



Gambar 9 Arloji Titoni

Iklan Pasta Gigi Pepsodent

Ejaan yang digunakan di dalam iklan pasta gigi Pepsodent adalah Ejaan Soewandi. Di dalam iklan tersebut terdapat teks yang berbunyi *Pepsodent gives whitest teeth. Hanja Pepsodent mengandung Irium, zat adjaib untuk memberantas selaput gigi dan membikin gigi putih berkilau-kilauan. Pepsodent dengan Irium*. Penggunaan huruf *j* dibaca /y/ pada *hanja*. Penggunaan kata *dj* dibaca /j/ pada *adjaib*.



Gambar 10 Iklan Pepsodent

Iklan-iklan *tempo doeloe* dari gambar 3 hingga 10 dapat menjadi media ajar yang efektif dalam menjelaskan materi ejaan dalam bahasa Indonesia/Melayu bagi peserta mata kuliah umum (MKU) Bahasa Indonesia. Melalui gambar-gambar iklan *tempo doeloe* itu, para dosen MKU Bahasa Indonesia dapat menjelaskan persamaan dan perbedaan penanda lingual antara Ejaan van Ophuijsen dan Ejaan Soewandi. Misalnya, dari segi perbedaan bunyi, dalam iklan-iklan pengguna Ejaan van Ophuijsen huruf *u* ditulis *oe*, sedangkan iklan-iklan pengguna Ejaan Soewandi huruf *u* ditulis *u*. Kemudian dari segi persamaan bunyi, baik Ejaan van Ophuijsen maupun Ejaan Soewandi sama-sama menggunakan huruf *j* dibaca /y/, *dj* dibaca /j/, huruf *tj* dibaca /c/, dan kata ulang ditulis dengan angka 2.

PENUTUP

Ejaan van Ophuijsen pernah digunakan di Indonesia, termasuk di dalam iklan-iklan *tempo doeloe*, khususnya pada tahun 1901 hingga tahun 1947, (2) Ejaan Soewandi atau Ejaan Republik pernah digunakan di Indonesia, termasuk di dalam iklan-iklan *tempo doeloe*, khususnya pada tahun 1947 hingga tahun 1972, dan (3) iklan-iklan *tempo doeloe* dapat menjadi media ajar yang efektif dalam menjelaskan penggunaan dua ejaan dalam bahasa Indonesia di masa lalu, yaitu Ejaan van Ophuijsen (1901—1947) dan Ejaan Soewandi atau Ejaan Republik (1947—1972). Melalui pemanfaatan iklan-iklan *tempo doeloe* itu, kelak para dosen MKU Bahasa Indonesia tidak bingung dalam memberikan contoh ejaan dalam bahasa Indonesia dan tidak pula memberikan contoh abstrak terkait hal tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmara, R. (2017). *Analisis kontrastif kesalahan penulisan bahasa Jawa dalam ortografi latin sebagai wahana konservasi bahasa Jawa*. Prosiding Conference on Language and Language Teaching (CLLT) 2017, Magelang, 395-400.
- H.P., Achmad & Alek. (2016). *Bahasa Indonesia untuk perguruan tinggi: Substansi kajian dan penerapannya*. Jakarta: Erlangga.
- Kridalaksana, Harimurti (ed.). (1991). *Masa lampau bahasa Indonesia: Sebuah bunga rampai*. Yogyakarta: Kanisius.
- Kridalaksana, Harimurti. (2011). *Kamus linguistik edisi keempat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Krippendorff, Klaus. (1980). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Beverly Hills-London: Sage Publications.
- Mulyati. (2016). *Terampil berbahasa Indonesia untuk perguruan tinggi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Panitia Pengembang Pedoman Bahasa Indonesia, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2016). *Pedoman umum ejaan bahasa Indonesia*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.
- Sudaryanto. (2017). *Kamus umum bahasa dan ilmu bahasa*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- van den Berg, René. (2014). Juara satu dan dua: Membandingkan situasi kebahasaan Indonesia dan Papua Nugini. *Linguistik Indonesia*, 32(2), 103—129.