

## KESALAHAN BERBAHASA DALAM KONTEN IKLAN PRODUK KECANTIKAN RYNBEE DI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM

Rasyidah Hartati Harahap <sup>1</sup>, Dike Daria Prima <sup>2</sup>, Nisa Assyifa Ziffara <sup>3</sup>, Mustika Wati Siregar <sup>4</sup>

Fakultas Bahasa dan Seni Program Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia  
Universitas Negeri Medan

[rasyidahhartatiharahap@gmail.com](mailto:rasyidahhartatiharahap@gmail.com) [dariadike63@gmail.com](mailto:dariadike63@gmail.com) [assyifaziffara@gmail.com](mailto:assyifaziffara@gmail.com)  
[mustika@unimed.ac.id](mailto:mustika@unimed.ac.id)

Submitted 24 Mei 2024

Accepted 30 Mei 2024

Published 31 Mei 2024

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pengaruh bahasa dan struktur pada penggunaan iklan di media sosial, khususnya Instagram. Hal ini dikarenakan Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang paling populer digunakan oleh masyarakat umum untuk tujuan bisnis. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif karena data yang digunakan berasal dari kata kunci pada iklan produk yang memiliki tingkat penggunaan bahasa yang tinggi pada caption. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari akun Instagram rynbee\_official. Temuan dari penelitian ini mengungkapkan beberapa permasalahan pada bahasa yang digunakan pada caption yang sulit dipahami.

**Kata Kunci:** Kesalahan Berbahasa, Iklan Produk Kecantikan Rynbee, Media Sosial Instagram

### Abstract

*The purpose of this study is to describe the effects of language and structure on the use of iklan in social media, particularly Instagram. This is due to Instagram being one of the most popular social media platforms used by the general public for business purposes. This research method employs a descriptive qualitative method since the data used is derived from keywords in product advertisements that have a high rate of language usage in the captions. The data used in this study is from the Instagram account rynbeofficial.. The findings of this study reveal a number of issues with the language used in the caption that are difficult to understand.*

*Keywords: Language Errors, Rynbee, Beauty Product Advertisement, Instagram Social Media*

## PENDAHULUAN

Bahasa mempunyai peran dan manfaat penting dalam kehidupan kita. Bahasa dapat menjadi alat komunikasi antarmanusia dalam kehidupan sehari-hari. Bahkan tidak ada aktivitas yang tidak luput dari penggunaan bahasa, baik secara lisan maupun tulisan. Bahasa juga merupakan sebuah sistem yang dibentuk oleh beberapa komponen, lambang bunyi, tanda baca yang berpola tetap yang dirangkai dan membentuk makna tersendiri. (Ningrum, 2021) Kesalahan berbahasa Indonesia merupakan tindakan atau kegiatan berbahasa berupa pemakaian bahasa yang kurang benar dan menyimpang dari kaidah-kaidah yang terdapat dalam bahasa Indonesia. Bahasa Indonesia yang baik dan benar adalah bahasa Indonesia yang digunakan berdasarkan kedua tolok ukur tersebut. Untuk mencapai tujuan tersebut, perlu dilakukan pembelajaran bahasa Indonesia

yang efektif dan komprehensif melalui pendidikan dan yang terpenting adalah media. (Puspitasari, 2022)

Penguasaan suatu bahasa, seperti bahasa Indonesia, berkaitan dengan bunyi bahasa tersebut. Ketika bahasa dijelaskan dengan jelas, orang akan lebih mudah memahaminya. Mayoritas orang Indonesia selalu kesulitan dalam melafalkan kata-kata. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa masyarakat Indonesia telah mengadopsi bahasa Indonesia sebagai bahasa kedua setelah bahasa Ibu, yang berpotensi mengurangi kesulitan dalam berbicara bahasa Indonesia. Kesalahan berbahasa dalam pengucapan tidak hanya terjadi pada acara-acara penting, seperti menyiarkan berita, berpidato, dan lain-lain, tetapi juga dalam sebuah iklan di Instagram.

Kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan dalam masyarakat. Munculnya media sosial telah menyebabkan pergeseran norma, kepercayaan, dan etika masyarakat. Dengan jumlah penduduk yang besar dan bentang alam yang beragam, Indonesia memiliki banyak peluang untuk melakukan perubahan sosial. Dari berbagai latar belakang dan usia, hampir setiap orang Indonesia menggunakan media sosial untuk mengumpulkan dan memberikan informasi kepada orang lain. Kemajuan teknologi dan pertumbuhan informasi telah meningkatkan kesadaran akan isu-isu global di kalangan masyarakat Indonesia.

Media sosial kini telah memudahkan kita untuk berbagi dan menerima informasi. Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan media berperan aktif dalam perubahan cara hidup individu, baik melalui media elektronik, hiburan, maupun sarana lainnya. Media sosial yang menawarkan aplikasi khusus yang dikemas secara menarik telah membantu penggunaannya untuk terus mengikuti perkembangan dunia atau media sosial. Dalam hal ini, media sosial memiliki kelebihan seperti kemudahan akses dan kecepatan. Hal ini menimbulkan kemungkinan terjadinya perubahan sosial yang bersifat positif maupun negatif. (Rosdiana, 2019)

Dengan adanya teknologi dan informasi yang semakin canggih dan berkembang dewasa ini, banyak sekali pilihan media komunikasi antarpribadi, salah satunya yaitu menggunakan media sosial. Dengan menggunakan media sosial, komunikasi dapat terjalin di mana saja dan kapan saja yang dapat dilakukan baik dari kalangan anak-anak, remaja, dewasa bahkan orang tua. Salah satu media sosial yang terpopuler saat ini di kalangan masyarakat adalah instagram (Ningrum dkk, 2021). Para pengguna Instagram dapat mengekspresikan tujuan dan maksud dengan membuat sebuah postingan, memberikan komentar di postingan akun lain atau hanya dengan *scrolling* di beranda instagramnya. Hal inilah yang menjadi peluang bagi pelaku bisnis untuk media memasarkan produk mereka. Pelaku bisnis dalam hal ini dapat mengunggah berbagai produk yang ditawarkan, melakukan promosi, dan menjual produk secara langsung melalui fitur *live video*. Terlebih, saat ini Instagram memiliki fitur akun bisnis di dalamnya yang memudahkan pelaku bisnis untuk menjangkau calon konsumen di media sosial.

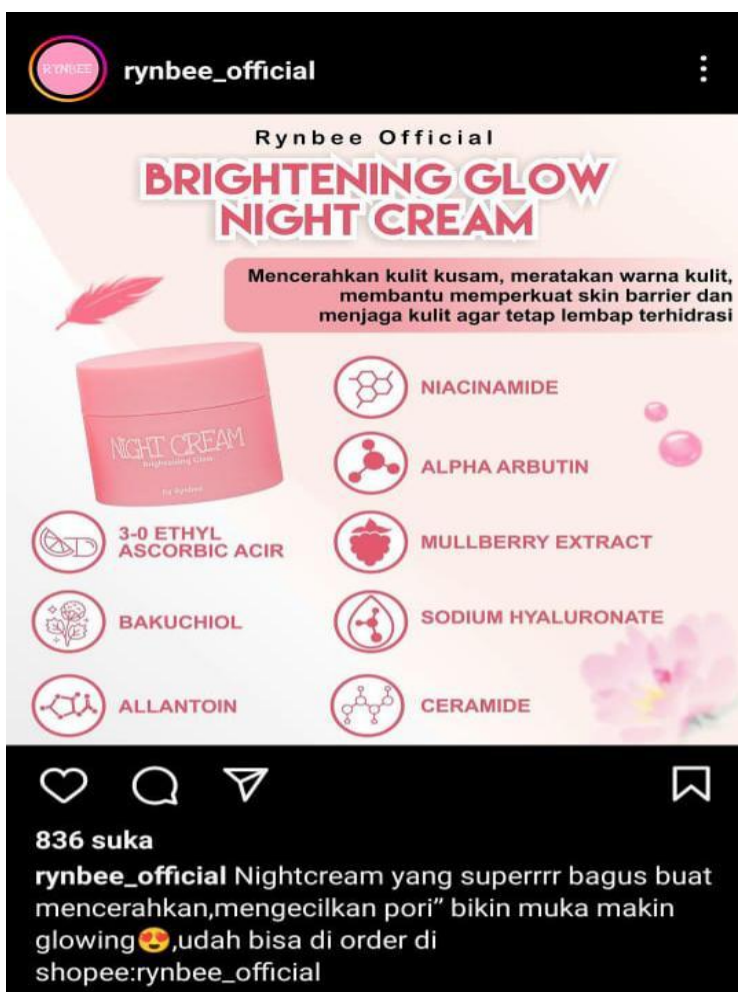
Beragamnya kesalahan didalam kehidupan sehari-hari, khususnya di dalam iklan di media sosial ini disebabkan karena adanya pengaruh bahasa yang terlebih dahulu dipelajarinya sehingga terjadi interferensi bahasa pertama terhadap Bahasa Indonesia. Selain itu, kesalahan berbahasa juga dapat disebabkan oleh pengajaran bahasa Indonesia yang kurang tepat sehingga masyarakat kurang memahami kaidah bahasa Indonesia yang baik dan benar.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis kesalahan berbahasa pada konten iklan di dalam media sosial, khususnya Instagram. Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap dapat menjadi sumber referensi perbaikan konten iklan di instagram bagi para produsen bisnis *online shop*.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan metode penelitian kualitatif deskriptif. Qualitative Research atau biasa dikenal dengan penelitian kualitatif merupakan salah satu dari beberapa metode penelitian yang dapat menghasilkan penemuan-penemuan dan tidak dapat dicapai menggunakan prosedur berupa statistik atau menggunakan metode lain seperti kuantitatif. Pada konteks penelitian, metode deksriptif merupakan cara peneliti untuk memaparkan hasil penemuan dan menggambarkan keadaan suatu objek baik fenomena maupun realitas secara apa adanya, sesuai dengan situasi dan kondisi pada saat penelitian itu dilaksanakan. Objek kajian dalam penelitian ini yaitu konten iklan produk kecantikan Rynbee yang terdapat pada media sosial, khususnya Instagram.

## PEMBAHASAN



Kalimat iklan pada postingan tersebut berbunyi sebagai berikut:

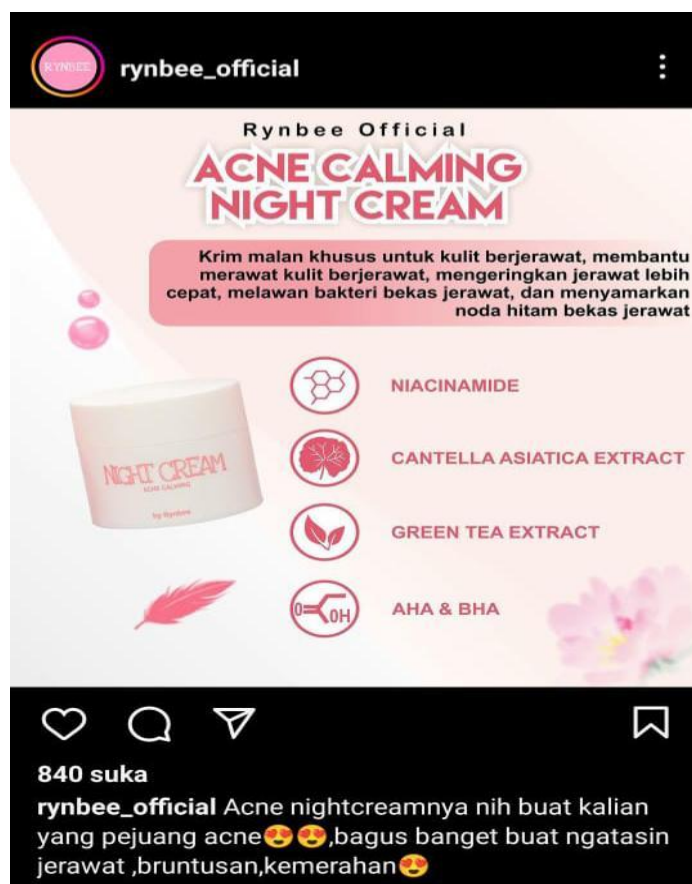
Nightcream yang **superrrr** bagus **buat** mencerahkan, mengecilkan **pori” bikin** muka makin glowing, udah bisa di order di shopee:rynbee\_official

Kesalahan dalam penggunaan bahasa pada iklan tersebut yaitu kurangnya penggunaan tanda baca seperti koma, titik dan lainnya. Selain itu kata yang digunakan pada iklan tersebut kurang baku seperti sesuai kata dalam KBBI. Penulisan **pori”** seharusnya menjadi pori-pori. Penulisan **superrrr** menjadi super. Seharusnya kata yang tidak baku diganti menjadi baku.

1. Buat = Untuk

2. Bikin = Membuat

Kesalahan berikutnya juga ditemukan pada postingan akun ini dengan kalimat iklan sebagai berikut.



Acne **nightcreamnya nih** buat kalian yang pejuang acne, bagus **banget buat ngatasin** jerawat, bruntusan, kemerahan

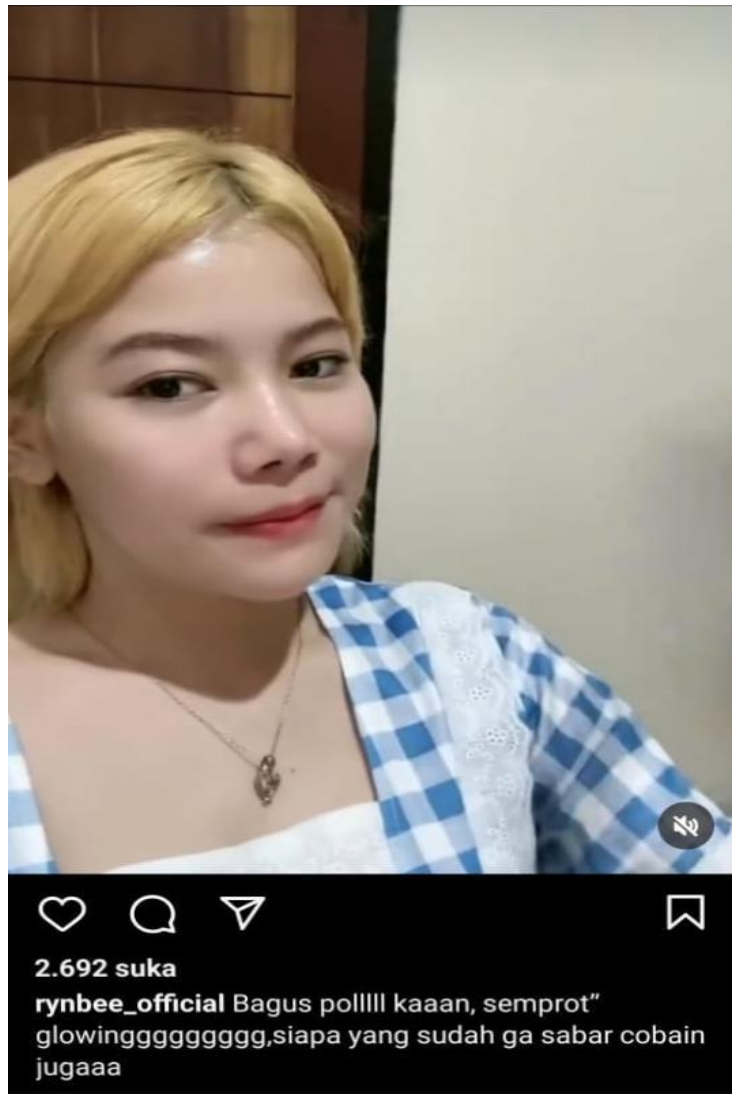
Kesalahan dalam penggunaan bahasa pada iklan tersebut yaitu kurangnya penggunaan tanda baca seperti koma, titik. Selain itu kata yang digunakan pada iklan tersebut kurang baku seperti sesuai kata dalam KBBI. Kata bercetak tebal sebaiknya di ubah menjadi bahasa Indonesia kata baku.

1. Nightcream = krim malam

2. Nih = ini

3. Banget = Sekali

- 4. Buat = Untuk
- 5. Ngatasin = Mengatasi



Kesalahan berikutnya juga ditemukan pada postingan berikut ini, yaitu:

Bagus **polllll kaaan, semprot**" **glowinggggggggg**,siapa yang sudah ga sabar cobain **jugaaa**  
Kalimat tersebut memiliki sedikit kesalahan bahasa seperti penulisan kata yang tidak tepat. Seperti penggunaan kata bagus polllll kaaan diganti menjadi bagus sekali bukan.Semprot" menjadi semprot-semprot. Kata glowinggggggggg diubah menjadi glowing.Kata jugaaa menjadi juga.Semua kata ditulis sesuai kaidahnya.

## PENUTUP

Setelah peneliti melakukan penelitian maka hal ini ditemukan beberapa kesalahan berbahasa yang terdapat pada caption iklan produk kecantikan dari rynbee. Adapun kesalahan berbahasa yaitu yang pertama ditemukan Kesalahan dalam penggunaan bahasa pada iklan tersebut yaitu kurangnya penggunaan tanda baca seperti koma, titik dan lainnya. Selain itu kata yang digunakan pada iklan tersebut kurang baku seperti sesuai kata dalam KBBI. Kesalahan berbahasa pada iklan kedua yaitu penggunaan bahasa pada iklan tersebut yaitu kurangnya penggunaan tanda baca seperti koma, titik dan titik.. Selain itu kata yang digunakan pada iklan tersebut kurang baku seperti sesuai kata dalam KBBI. Kemudian kesalahan pada iklan ketiga adalah adanya penulisan kata yang tidak tepat

Itulah beberapa kesalahan yang penulis temukan berdasarkan sumber dan butki yang penulis peroleh. Kesalahan-kesalahan berbahasa dalam caption iklan produk kecantikan Rynbee di media sosial terjadi karena penulis belum mengetahui pengetahuan yang cukup untuk menulis kalimat yang baik pada iklan tersebut. penggunaan bahasa yang baik dan benar sangat diperjatkan sebagai menarik minat pembeli atau penonton di media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ningrum, I. S. (2021). Analisis Kesalahan Berbahasa Pada Unggahan Pamflet Media Sosial Instagram. *Lingua Rima: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 99.
- Puspitasari, R. C. (2022). Kesalahan Berbahasa pada Berita Daring di Website Malang Posco Media Edisi Februari 2022. *ena Literasi: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 2.
- Rosdiana, dkk. (2019). Ketidakefektifan Kalimat Pada Caption Instagram Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Winaya Mukti. *LITERASI: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia dan Daerah*, 9(2), 67–78