

## **Peran Dan Fungsi Bahasa Sebagai Komponen Utama Dalam Komunikasi Bisnis**

**Sarah Robiatul Adawiyah\*, Dudang Abdul Karim\*\*, Susi Fitria\*\*\***

\*Ekonomi Syariah, STAI Al Ittihad

\*\* Ekonomi Syariah, STAI Al Ittihad

\*\*\* Ekonomi Syariah, STAI Al Ittihad

Email penulis:

Email: [sarahrobiatul@stai-alittihad.ac.id](mailto:sarahrobiatul@stai-alittihad.ac.id)

[dudangakarim@stai-alittihad.ac.id](mailto:dudangakarim@stai-alittihad.ac.id)

[susifitria@stai-alittihad.ac.id](mailto:susifitria@stai-alittihad.ac.id)

### **ABSTRACT**

*Language is used as a communication tool because with language someone can express ideas, ideas and thoughts. Not only in everyday life but in the business world, language is the main thing to pay attention to in order to create a good and successful business. In business activities, communication is an important factor in establishing relationships between business people and consumers. In business activities, the use of language has a very important role and function. Good language will have a positive effect so that business processes run smoothly and as expected. Business is a production, sales, marketing activity carried out by individuals, organizations or groups to gain profit. To run a business well, a person needs a good attitude, creativity, agility and good language skills. Language is a part of business communication ethics that needs to be considered. The method in this research uses a qualitative method with a descriptive approach, the aim is to describe the role and function of language as the main component of communication in business activities. From the results of this research it was found that the importance of using language in business communication includes several things such as the role and function of language as a component of the main tool of business communication, a means to facilitate promotion, a means to facilitate branding, a means to facilitate marketing, and a means to expand networks to the global level.*

**Keywords:** Role, function, language, business communication.

### **ABSTRAK**

Bahasa digunakan sebagai alat komunikasi karena dengan bahasa seseorang dapat menuangkan ide, gagasan, dan pemikiran. Tidak hanya di kehidupan sehari-hari namun dalam dunia bisnis bahasa menjadi hal utama yang diperhatikan guna mewujudkan bisnis yang baik dan berhasil. Pada kegiatan bisnis, komunikasi menjadi salah satu faktor penting untuk terjalinnya hubungan antara pelaku bisnis dan konsumen. Dalam kegiatan bisnis, penggunaan bahasa mempunyai peran dan fungsi yang sangat penting. Bahasa yang baik akan memberikan efek positif sehingga proses bisnis berjalan dengan lancar dan sesuai harapan. Bisnis adalah suatu kegiatan produksi, penjualan, pemasaran yang dilakukan oleh

individu, organisasi, ataupun kelompok untuk mendapatkan keuntungan. Untuk menjalankan suatu bisnis dengan baik, seseorang memerlukan sikap yang baik juga, memiliki kreatifitas, cekatan, dan memiliki kemampuan berbahasa yang baik. Bahasa merupakan bagian dalam etika komunikasi bisnis yang perlu diperhatikan. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, tujuannya untuk mendeskripsikan tentang peran dan fungsi bahasa sebagai komponen utama komunikasi dalam kegiatan bisnis. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa pentingnya penggunaan bahasa dalam komunikasi bisnis mencakup beberapa hal seperti peran dan fungsi bahasa sebagai komponen alat utama komunikasi bisnis, sarana untuk memudahkan promosi, sarana untuk memudahkan branding, sarana untuk memudahkan marketing, dan sarana memperluas jaringan hingga ke tingkat global.

*Kata Kunci: Peran, fungsi, bahasa, komunikasi bisnis*

## **PENDAHULUAN**

Secara sederhana, bahasa dapat diartikan sebagai alat untuk berkomunikasi atau menyampaikan sesuatu yang terlintas di dalam hati. Namun, lebih jauh bahasa adalah untuk berinteraksi, dalam arti alat untuk menyampaikan pikiran, gagasan, konsep, atau perasaan. Bahasa merupakan sebuah sistem lambang, berupa bunyi, bersifat arbitrer, produktif, dinamis, beragam, dan manusiawi (Chaer dan Agustina, 2010:1).

Bahasa adalah salah satu bentuk komunikasi manusia. Manusia merupakan makhluk sosial yang harus berinteraksi dengan sesamanya dalam memenuhi berbagai kebutuhan hidup. Karena itu, manusia tidak mungkin bisa hidup sendiri tanpa berinteraksi dengan orang lain. Penggunaan bahasa yang baik dan benar dalam kegiatan berinteraksi dapat menyampaikan pesan yang sesuai dengan maksud dan tujuan dari pesan tersebut.

Berdasarkan cara penggunaannya, bahasa memiliki dua jenis yaitu bahasa lisan dan bahasa tulisan. Berbahasa secara lisan merupakan kegiatan berbahasa yang utama, namun bukan berarti berbahasa secara tulisan tidak penting bagi kehidupan manusia. Dari suatu bahasa tulisan dapat diketahui maksud dari isi pikiran orang lain sekalipun orang tersebut mengungkapkan gagasannya pada tempat yang berjauhan dan telah lampau di ungkapkan. Bahasa lisan maupun tulisan ini memiliki kelebihan dan

kekurangan masing-masing. Keduanya dapat digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi. Salah satu ciri dari bahasa lisan adalah memerlukan adanya lawan bicara, sedangkan bahasa tulisan tidak. Seperti halnya pada kegiatan usaha atau bisnis. Komunikasi menjadi salah satu faktor penting untuk terjalinnya hubungan antara pelaku bisnis dan konsumen. Dalam kegiatan bisnis, penggunaan bahasa mempunyai peran dan fungsi yang sangat penting. Bahasa yang baik akan memberikan efek positif sehingga proses bisnis berjalan dengan lancar dan sesuai dengan harapan.

Di era globalisasi saat ini, persaingan bisnis semakin ketat, terbukti semakin banyaknya wirausahawan yang membangaun bisnis untuk memenuhi kebutuhan hidup. Bisnis merupakan usaha komersial dalam dunia perdagangan. Bisnis dapat dijalankan oleh siapa saja asal ada kemauan dan kemampuan untuk mengembangkan ide dan kreativitas sehingga dapat menciptakan suatu produk baik barang maupun jasa yang menarik agar dapat diterima dan diminati masyarakat. Dalam hal ini, bahasa menjadi faktor penting yang harus diperhatikan dalam komunikasi antara pelaku bisnis dan konsumen.

Penggunaan bahasa yang efektif dan tepat dapat membantu bisnis dalam membangun citra positif di masyarakat. Selain itu, penggunaan bahasa yang tepat juga dapat membantu menghindari

kesalahpahaman ketika berkomunikasi dengan konsumen. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran dan fungsi bahasa sebagai komponen utama dalam komunikasi bisnis. Hal ini sangat penting untuk membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dan menjaga kepercayaan mereka sehingga membantu dalam mencapai kesuksesan dan keberlanjutan bisnis di masa depan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Bahasa adalah alat komunikasi untuk menyampaikan pikiran, perasaan, dan kemauan dari seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bunyi ujaran yang dihasilkan oleh alat ucap manusia (Tantawi, 2013).

Keraf (2004:1) menerangkan bahwa mengingat pentingnya bahasa sebagai alat komunikasi dan memperhatikan wujud bahasa itu sendiri, kita dapat membatasi pengertian bahasa sebagai alat komunikasi antara masyarakat berupa simbol bunyi yang dihasilkan oleh alat ucap manusia. Pengertian tentang bahasa di atas sejalan dengan yang dikemukakan oleh Kridalaksana (dalam Chaer, 2010:32), mengemukakan definisi tentang bahasa yaitu bahwa bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer yang digunakan oleh para anggota kelompok sosial untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri.

Salah satu sifat bahasa adalah bahwa bahasa itu bervariasi. Anggota masyarakat suatu bahasa biasanya terdiri dari berbagai orang dengan berbagai status sosial dan berbagai latar belakang budaya yang tidak sama. Anggota masyarakat bahasa itu ada yang berpendidikan ada yang tidak; ada yang tinggal di kota ada yang di desa; dan sebagainya. Oleh karena latar belakang dan lingkungannya yang tidak sama, maka bahasa yang mereka gunakan menjadi bervariasi atau beragam, antara

variansi atau ragam yang satu dengan yang lain sering kali mempunyai perbedaan yang besar (Chaer, 2010:55).

## **Peran Bahasa**

Setiap negara memiliki bahasa tersendiri untuk digunakan sebagai alat komunikasi dan interaksi antar masyarakat, begitu juga dengan Indonesia. Banyak ragam suku, daerah dan bahasa yang ada Indonesia. Namun bahasa yang dipilih untuk menjadi bahasa nasional adalah bahasa Indonesia (Ritonga, 2010). Oleh karena itu, Bahasa Indonesia sangat berperan penting sebagai alat komunikasi di Indonesia.

Berikut ini beberapa peran dari bahasa Indonesia:

1. Sebagai alat komunikasi  
Bahasa menjadi hal utama yang dijadikan alat untuk berkomunikasi dengan orang lain baik lisan maupun tulisan. Tanpa bahasa kita akan kesulitan dalam menyampaikan pesan atau maksud dari tujuan yang akan kita sampaikan.
2. Sebagai alat persatuan atau pemersatu bangsa.  
Bahasa khususnya bahasa Indonesia dijadikan bahasa pemersatu bangsa Indonesia. Bahasa pemersatu ini. Hal ini sesuai dan tercantum dalam Sumpah Pemuda, yang berarti bahwa bahasa Indonesia berkedudukan sebagai bahasa nasional Negara.
3. Sebagai alat beradaptasi sosial dalam lingkungan atau situasi tertentu  
Pada saat beradaptasi sosial dalam lingkungan pasti membutuhkan satu bahasa yang dapat dimengerti banyak orang. Di Indonesia memiliki banyak ragam suku dan bahasa, jika tidak ada bahasa nasional maka akan mempersulit kita beradaptasi di luar lingkungan kita sendiri. Dan pada saat berada dalam situasi dan kondisi tertentu kita juga bisa menggunakan bahasa formal atau non formal. Contohnya berbicara menggunakan bahasa formal dengan orang yang

lebih tua atau orang yang sangat kita hormati. Hal ini bergantung bagaimana kondisi yang sedang dihadapi.

4. Sebagai alat untuk mengekspresikan diri.

### **Fungsi Bahasa**

Prima Gusti Yanti dalam bukunya Martinet (1987:22) mengungkapkan bahwa fungsi utama bahasa adalah untuk berkomunikasi. Namun, bahasa mempunyai fungsi lain di samping menjamin saling pengertian. Bahasa dapat dianggap berguna sebagai penunjang pikiran sehingga kita bisa mempertanyakan apakah kegiatan mental yang kurang menggunakan bahasa patut disebut pikiran. Manusia seringkali menggunakan bahasa untuk mengungkapkan diri, mengkaji apa yang dirasakannya tanpa memperhatikan reaksi pendengarnya yang mungkin muncul. Hal tersebut mungkin akan dipertegas dengan pandangan mata atau gestur tubuh agar dapat saling memahami.

Keraf (2004:3) menerangkan bahwa fungsi bahasa dapat diturunkan dari dasar dan motif pertumbuhan bahasa itu sendiri. Dasar dan motif pertumbuhan bahasa itu dalam garis besarnya dapat berupa:

1. untuk menyatakan ekspresi diri;
2. sebagai alat komunikasi;
3. sebagai alat untuk mengadakan integrasi dan adaptasi sosial; dan
4. sebagai alat untuk mengadakan kontrol sosial.

### **Bisnis**

Kata “bisnis” menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI adalah usaha komersial dalam dunia perdagangan. Bisnis adalah serangkaian usaha yang dilakukan individu atau kelompok dengan menawarkan barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan (laba). Arti bisnis juga didefinisikan sebagai menyediakan barang dan jasa

guna untuk kelancaran sistem perekonomian.

Dalam arti luas, bisnis adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Dapat disimpulkan bahwa pengertian bisnis memuat 4 aspek yakni, menghasilkan barang dan jasa, mendapatkan laba, suatu kegiatan usaha dan memenuhi kebutuhan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Ibarat roda yang berputar, kegiatan ekonomipun akan terus berputar, setiap orang berusaha untuk memenuhi kebutuhannya. Selain untuk kegiatan konsumsi juga ada kegiatan distribusi dan kegiatan produksi. Distribusi adalah suatu aktivitas penyaluran barang atau jasa yang dibuat dari produsen kepada konsumen. Setiap kegiatan ekonomi dan bisnis mencakup tahap produksi. Dalam hal ini, produksi merupakan segala aktivitas yang menghasilkan suatu barang dan jasa. Kegiatan produksi bertujuan supaya barang dan jasa tersebut bisa memenuhi kebutuhan konsumen.

Beberapa contoh bisnis yang umumnya dilakukan oleh masyarakat diantaranya seperti bisnis bidang perdagangan, industri, dan jasa. Perdagangan termasuk salah satu kegiatan ekonomi yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat. Apalagi di zaman digital yang kian berkembang, kegiatan ekonomi ini menjadi salah satu bentuk bisnis yang sangat potensial dan menjanjikan. Sebab, sekarang berdagang jadi lebih mudah karena bisa dilakukan selain secara *offline* juga secara *online* sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Bisnis yang bergerak di bidang industri biasanya berupa kegiatan mengolah bahan baku menjadi barang setengah jadi maupun barang jadi untuk memberikan nilai tambah pada barang tersebut. Umumnya bisnis ini dapat dilakukan oleh perorangan atau lembaga tertentu. Jika dilihat berdasarkan jumlah

tenaga kerja, modal, dan teknologi yang digunakan, bisnis bidang industri terbagi ke dalam tiga bagian, yaitu industri kecil, industri menengah, hingga industri besar. Berbeda dengan jenis bisnis sebelumnya, jasa merupakan bisnis yang menjual atau menawarkan produk dalam bentuk pelayanan jasa. Pada dasarnya tujuan dari bisnis bidang jasa sama dengan bisnis yang menghasilkan barang, yaitu sama-sama mencari keuntungan.

Dalam bisnis, dikenal istilah marketing, branding, dan promosi. Marketing merupakan upaya untuk memperluas cakupan pasar dan tentang bagaimana sebuah merek dikomunikasikan kepada masyarakat umum, membuat mereka semakin dikenal oleh pelanggan baru sehingga *income* perusahaan dapat meningkat. Marketing yang hebat melibatkan iklan yang kreatif dan mampu menyentuh alam bawah sadar seseorang atau khalayak, sehingga di benak konsumen bukan hanya tentang apa yang mereka dapatkan, namun jadi apa konsumen setelah mendapatkan produk tersebut.

Branding adalah strategi sementara marketing adalah taktik. Keduanya tidak dapat dipisahkan. Sebuah *brand* mampu mendorong pelanggan untuk membeli produk sehingga secara tidak langsung mendukung aktivitas marketing. Branding yang baik mampu menyampaikan nilai-nilai dan manfaat yang ada di produk tersebut tanpa harus melibatkan proses periklanan yang mengeluarkan biaya yang besar dan mahal.

Sedangkan promosi adalah usaha atau upaya untuk memajukan atau meningkatkan; misalnya untuk meningkatkan perdagangan atau memajukan bidang usaha. Fandy Tjiptono (2008:219) mengemukakan bahwa promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang maksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi,

membujuk, atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian adalah cara untuk mendapatkan sebuah data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu penelitian yang tidak menggunakan alat pengukuran, namun dengan cara mendeskripsikan. Penelitian kualitatif lebih menitikberatkan pada unsur manusia, benda dan lembaga serta hubungan atau interaksi antar unsur tersebut untuk memahami suatu peristiwa, perilaku atau fenomena.

Alasan peneliti mengambil metode kualitatif ini karena penelitian ini berusaha untuk mendeskripsikan tentang peran dan fungsi bahasa sebagai komponen utama komunikasi dalam kegiatan bisnis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bisnis adalah suatu kegiatan produksi, penjualan, pemasaran yang dilakukan oleh individu, organisasi, ataupun kelompok untuk mendapatkan keuntungan. Seseorang menjalankan sebuah bisnis untuk menyediakan barang dan jasa yang diperlukan masyarakat, menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan kemajuan dan pertumbuhan ekonomi. Bisnis merupakan suatu kegiatan yang sangat penting. Sehingga dalam menjalankan suatu bisnis seseorang harus melakukannya dengan baik. Untuk menjalankan suatu bisnis dengan baik tersebut, seseorang memerlukan sikap yang baik juga, memiliki kreatifitas, cekatan, dan memiliki kemampuan berbahasa yang baik.

Bahasa memiliki peranan sebagai alat komunikasi utama dalam bisnis. Bahasa juga memiliki fungsi sebagai sarana dalam menyampaikan tujuan dan pendapat agar dipahami bersama.

Peran bahasa sebagai alat komunikasi utama dalam bisnis menjadi sarana paling penting dalam kegiatan interaksi bisnis. Bahasa bisa memperlancar berjalannya roda bisnis. Penggunaan bahasa nasional juga dapat menghubungkan masing-masing pihak. Sehingga hal tersebut dapat membantu memperluas relasi bisnis ke berbagai daerah. Bahasa juga memiliki fungsi sebagai sarana dalam menyampaikan tujuan, gagasan, dan pendapat.

Dengan bahasa, komunikasi dapat berjalan dengan baik. Dengan bahasa seseorang dapat dengan mudah menyampaikan tujuan, gagasan, dan pendapat. Bahasa membantu seseorang untuk mendapatkan banyak informasi. Hal tersebut dapat mendorong para pelaku bisnis untuk lebih kreatif dalam menciptakan ide-ide baru. Para pelaku bisnis juga dapat memberikan pendapat dengan baik sehingga tidak akan terjadi kesalahpahaman yang dapat memutuskan hubungan dalam berbisnis.

Bahasa merupakan bagian dalam etika komunikasi bisnis yang perlu diperhatikan. Berikut pentingnya penggunaan bahasa dalam komunikasi bisnis.

1. Komponen alat utama komunikasi bisnis  
Bahasa dapat memperlancar perputaran roda bisnis. Bahasa sebagai alat komunikasi memudahkan para pelaku bisnis untuk mengkomunikasikan apa yang menjadi tujuan ataupun penawaran mereka kepada pelanggan maupun target pasar. Hal tersebut merupakan fungsi paling mendasar dari bahasa.
2. Sarana untuk memudahkan promosi  
Kegiatan bisnis tentu akan selalu berhubungan dengan pemasaran dan promosi. Bahasa tentunya akan

memudahkan para pelaku bisnis untuk mempromosikan produk. Pelaku bisnis tentunya perlu memperhatikan juga siapa target pasar mereka sehingga penggunaan bahasa yang tepat bisa membantu penawaran produk dengan lebih baik.

3. Sarana untuk memudahkan branding  
Dalam komunikasi bisnis tentu juga dikenal istilah branding. Branding merupakan proses pendekatan kepada konsumen sehingga suatu produk dapat melekat di hati konsumen. Branding dapat dilakukan dengan memaksimalkan penggunaan fungsi bahasa di dalam komunikasi. Menggunakan bahasa yang tepat pada sasaran konsumen merupakan salah satu strategi yang bisa digunakan untuk pendekatan.
4. Sarana untuk memudahkan marketing  
Marketing juga memiliki peran penting dalam bisnis. Fungsi komunikasi pemasaran tentu saja masuk dalam kriteria ini dalam memasarkan produk ataupun bisnis. Proses komunikasi pemasaran suatu produk menjadi lebih efektif dengan adanya bahasa.
5. Memperluas jaringan hingga tingkat global  
Bahasa juga memungkinkan pebisnis untuk memperluas jaringan bisnisnya hingga di tingkat global. Hal tersebut merupakan peran bahasa sendiri yang mampu membawa brand perusahaan hingga dapat mendunia. Perusahaan yang mungkin belum tentu bisa dikenal oleh orang lain namun dengan adanya bahasa, dapat menjadi sarana memperkenalkan bisnis.

Penggunaan bahasa yang baik dan tepat menjadi salah satu kunci dalam komunikasi bisnis. Setiap pelaku bisnis harus mampu menggunakan bahasa dengan sopan dalam menyampaikan informasi produk dan dapat dipahami dengan mudah oleh konsumen.

## KESIMPULAN

Bahasa merupakan salah satu hal terpenting dalam kehidupan sehari-hari. Jika tidak ada bahasa maka kita pun tidak dapat berkomunikasi dengan orang lain. Sama halnya dengan berbisnis, bahasa memiliki peran dan fungsi penting dalam komunikasi pemasaran antara pelaku bisnis dan konsumen. Peran dan fungsi bahasa dalam komunikasi bisnis, sangat krusial disebabkan bahasa merupakan media yang digunakan manusia dalam berfikir dan komunikasi.

Penggunaan bahasa yang baik dan tepat menjadi salah satu kunci dalam komunikasi bisnis. Setiap pelaku bisnis harus mampu menggunakan bahasa dengan sopan dan dapat dipahami dengan mudah oleh konsumen dalam menyampaikan informasi produk. Dengan bahasa, komunikasi dapat berjalan dengan baik dan dengan bahasa, para pelaku bisnis juga dapat memberikan pendapat dengan baik sehingga tidak akan terjadi kesalahpahaman.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa peran dan fungsi bahasa dalam komunikasi bisnis diantaranya adalah sebagai komponen alat utama komunikasi bisnis, sarana untuk memudahkan promosi, sarana untuk memudahkan branding, sarana untuk memudahkan marketing, dan sarana memperluas jaringan hingga ke tingkat global.

## DAFTAR RUJUKAN

- Arifin, E. Zaenal dan S. Amran Tasai. (2008). *Cermat BerBahasa Indonesia untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta: Akademika Pressindo.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. (2010). *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Febriani, Budi. Novrian L dan Eva Fitria. (2022). *Peran Bahasa Dalam Bisnis Online di Masa Pandemi Covid-19*. *Jurnal Pendidikan Tambusai* 6(2), hal 11933-11938.
- Hanum, F. (2014). *Peran dan Fungsi Bahasa Indonesia dalam Manajemen Pemasaran*, (dalam jaringan), diunduh tanggal 19 Maret 2024.
- KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Kamus versi online/daring (dalam jaringan). di akses pada 19 Maret 2024.
- Keraf, G. (2004). *Komposisi, Sebuah Pengantar Kemahiran Berbahasa*. Flores:Nusa Indah.
- Penggunaan Bahasa Indonesia yang Baik dalam Marketing Halaman 1*. (2022, June 22). (dalam jaringan). Kompasiana.com. diunduh pada 19 Maret 2024.
- Ritonga, P. (2010). *Bahasa Indonesia Praktis*. Bartong Jaya.
- Rukajat, Ajat. (2023). *Teknik Penulisan Karya Ilmiah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. ALFABETA.
- Tantawi, I. (2013). *Terampil Berbahasa Indonesia* (D. Widayati (ed.)). Citapustaka Media Perintis.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran, Ed III*. Yogyakarta: ANDI.
- Yanti, Prima Gusti. (2017). *Bahasa Indonesia, Konsep Dasar dan Penerapan*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.