**ABSTRAK**

**ANALISIS KESALAHAN BERBAHASA REFERENSI PADA BAHASA IKLAN : KAJIAN WACANA**

**WINDA AZIZAH NASUTION**

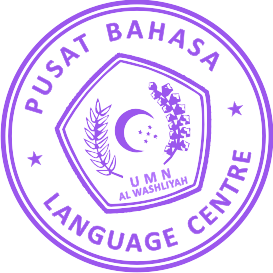
Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya penggunaan kesalahan berbahasa referensi pada Bahasa iklan yang terdapat dalam kajian wacana. Pada penelitian ini, peneliti lebih terfokus pada kesalahan berbahasa yang digunakan dalam referensi Bahasa iklan yang terdapat dalam kajian wacana yang perlu diteliti agar dapat memperbaiki kesalahan berbahasa yang digunakan dalam Bahasa iklan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kesalahan berbahasa referensi pada bahasan iklan dalam kajian wacana. Sumber penelitian ini adalah kesalahan berbahasa referensi yang terdapat dalam iklan yang disajikan peneliti dalam bentuk gambar atau tampilan iklan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknis analisis data yang terdapat pada Bahasa iklan yang digunakan. Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Teknik membaca dan menyimak serta menganalisis data yang diperoleh dalam Bahasa iklan. Temuan hasil penelitian dalam kesalahan berbahasa referensi pada Bahasa iklan lebih memfokuskan pada Bahasa iklan yang digunakan dan dikaji dengan menggunakan analisis kesalahan berbahasa Indonesia yang baik dan benar. Adapun hasil data yang ditemukan dalam penelitian ini ada 10 iklan yang digunakan sebagai sampel dan referensi untuk dikaji dalam kesalahan berbahasa pada iklan. Hasil data yang diperoleh terdapat banyak kesalahan berbahasa yang digunakan dalam Bahasa iklan sehingga dapat menurunkan tingkat kualitas dalam analisis berbahasa Indonesia yang baik dan benar.

Kata kunci : Analisi, Kesalahan Berbahasa dan Iklan

***ABSTRACT***

***LANGUAGE ERROR ANALYSIS OF REFERENCE IN ADVERTISING LANGUAGE: A WACANA STUDY***

***WINDA AZIZAH NASUTION***

*This research is motivated by the use of language errors in reference to advertising language contained in discourse studies. In this study, the researcher is more focused on language errors used in reference to advertising language contained in discourse studies that need to be studied in order to correct language errors used in advertising language. This study aims to describe the language errors of reference in the discussion of advertisements in discourse studies. The source of this research is reference language errors contained in advertisements presented by researchers in the form of pictures or advertisement displays. This research is a descriptive qualitative research using data analysis techniques contained in the advertising language used. The data collection techniques used are reading and listening techniques and analyzing the data obtained in the language of advertisements. The findings of the research results in language errors referring to the language of advertisements are more focused on the language of advertisements used and studied using the analysis of good and correct Indonesian language errors. The results of the data found in this study are 10 advertisements used as samples and references to be studied in language errors in advertisements. The results of the data obtained there are many language errors used in advertising language so that it can reduce the level of quality in the analysis of good and correct Indonesian language.*

*Keywords: Analysis, Language Errors and Advertisements*