

ANALISIS KESALAHAN SINTAKSIS PADA PENULISAN IKLAN BERBAHASA JEPANG

Ari Rahmat Utama Ardipradja dan Asep Achmad Muhlisian

Abstract

This research will discuss about language development in its use as a publication media on ads (advertisements). Ads makers are usually trying to make ads with interesting forms, in order to drive consumer's interest on their products. However, in ads's words (writing) making process, there are often confusions on putting words into sentences, or the words' selection as well. This phenomenon is also emerging in the ads that uses Japanese. Sometimes the Japanese writing rules and norms are often overlooked and only consider its aesthetic point, until many errors occurs both in its writing or in the words' meaning. Researchers formulate two problems that appear in this descriptive research, i.e. what kinds of syntax errors that appear in the ads' writing that use Japanese and what kinds of things that influenced the emergence of these writing mistakes. The results of this research are two mistakes, 12 phrasemistakes and one sentence error. The cause of these mistakes' occurrence is mainly due to errors in typing or misstyping. Other mistakes are caused by human errors in the process of ads making, and mistakes due to technical problems such as damage to ads' media.

Keywords: *mistake, error, syntax, writings, ads (advertisement).*

PENDAHULUAN

Disadari atau tidak, penggunaan kata sering sekali tidak tepat ketika digunakan dalam sebuah iklan. Disamping itu kerancuan pun kerap membingungkan masyarakat. Masyarakat/pelajar sering kali tidak memperhatikan apakah tulisannya sesuai aturan atau tidak, yang terpenting tujuan dan maksud mereka tersampaikan. Selain itu ketidapkahaman penggunaan tanda baca, menyebabkan banyak ditemukannya tulisan-tulisan yang tidak baku di media iklan seperti spanduk, papan nama, selebaran, dan mading. Selain itu, ditemukan juga kesalahan dalam penulisan tanda baca yang tidak sesuai dengan ejaan yang disempurnakan.

Begitu pula pada penulisan bahasa iklan yang menggunakan bahasa Jepang. Dalam penulisan iklan baik restoran, dan tempat hiburan biasanya pemilik tempat akan berusaha mengiklankan tempatnya dengan bahasa Jepang yang lebih menarik, namun terkadang kaidah-kaidah penulisan bahasa Jepang yang baik sering diabaikan

dan hanya melihat faktor estetikanya saja sehingga banyak terjadi kesalahan baik dalam penulisan ataupun dalam maksud yang akan disampaikan oleh iklan tersebut.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, penulis merumuskan dua masalah, yakni (1) kesalahan sintaksis seperti apa saja yang muncul pada penulisan iklan berbahasa Jepang, dan (2) apa yang melatarbelakangi munculnya kesalahan penulisan tersebut. Dengan diadakannya penelitian ini diharapkan penggunaan bahasa Jepang yang tidak sesuai dengan kaidah-kaidah penulisan bahasa Jepang tidak lagi muncul dan menjadi bahan pembelajaran baik bagi pelajar maupun masyarakat pengguna bahasa Jepang agar dapat menggunakan bahasa Jepang yang baik dan benar dalam kehidupan sosial baik dalam bentuk lisan ataupun tulisan seperti iklan.

1. Kesalahan Berbahasa

Istilah kesalahan berbahasa memiliki pengertian beragam. Salah satunya yakni

(1) *lapses*, (2) *error*, dan (3) *mistake*. *Lapses* adalah kesalahan berbahasa akibat dari penutur beralih cara untuk menyatakan sesuatu sebelum seluruh tuturan kalimat selesai dinyatakan selengkapnyanya. Untuk bahasa lisan kesalahan ini diistilahkan sebagai “*slip of tongue*” sedangkan dalam bahasa tulis kesalahan ini diistilahkan sebagai “*slip of pen*”. Kesalahan ini terjadi akibat ketidaksengajaan dan tidak disadari oleh penuturnya. *Error* adalah kesalahan berbahasa akibat penutur melanggar kaidah atau aturan tata bahasa (*branches of code*). Kesalahan ini terjadi akibat penutur sudah memiliki aturan atau kaidah tata bahasa yang berbeda dari tata bahasa yang lain, sehingga itu berdampak pada kekurangsempurnaan atau ketidakmampuan penutur. Hal tersebut berimplikasi terhadap penggunaan bahasa, terjadi kesalahan berbahasa akibat penutur menggunakan kaidah berbahasa yang salah. *Mistake* adalah kesalahan berbahasa akibat penutur tidak tepat memilih kata atau ungkapan untuk situasi tertentu. Kesalahan ini mengacu kepada kesalahan akibat penutur tidak tepat menggunakan kaidah yang diketahui benar, bukan karena kurangnya penguasaan bahasa kedua. Kesalahan terjadi pada produk tuturan yang tidak benar (Corder, 1974).

Dengan demikian kesalahan performansi (*mistakes*) dengan kata lain, kekeliruan terjadi karena adanya faktor luar yang mempengaruhi. Kesalahan ini masih dapat diperbaiki sendiri, sedangkan kesalahan kompetensi (*errors*) disebabkan kurang memahami kaidah-kaidah bahasa yang dipelajarinya. Pendapat lain adalah kesalahan berbahasa yang dikutip dari Tarigan (1995: 143), terdiri atas (1) kesalahan yang di sebabkan oleh faktor-faktor kelelahan, keletihan dan kurangnya perhatian, yang disebut performansi, kesalahan performansi ini yang merupakan kesalahan penampilan, dalam beberapa kepustakaan disebut “*mistakes*”; dan (2) kesalahan yang diakibatkan oleh kurangnya pengetahuan mengenai kaidah-kaidah bahasa, yang disebut sebagai faktor kompetensi, merupakan penyimpangan-penyimpangan

sistematis yang disebabkan oleh pengetahuan pelajar yang sedang berkembang mengenai sistem bahasa kedua disebut “*errors*” (Corder, 1974).

Dalam penelitian ini peneliti lebih tertarik untuk meneliti dalam tataran sintaksis yang berhubungan dengan kesalahan yang muncul pada pembentukan kata dan kalimat. Kesalahan dalam penelitian ini difokuskan pada kesalahan dalam penulisan iklan berbahasa Jepang.

2. Pengertian Sintaksis

Chaer (2003) menjelaskan lebih rinci bahwa ada beberapa hal yang biasa dibicarakan dalam sintaksis yaitu mencakup masalah fungsi, kategori dan peran sintaksis serta alat-alat yang digunakan dalam membangun struktur itu, satuan-satuan sintaksis yang berupa kata, frase, klausa, kalimat dan wacana.

Kata adalah objek kajian sintaksis terkecil yang secara hirarkial menjadi komponen pembentuk sintaksis yang lebih besar yaitu frase. Hal senada diungkapkan oleh Kridalaksana (1993) bahwa kata merupakan satuan terkecil dalam sintaksis yang berasal dari laksem yang telah mengalami proses morfologis. Kata sangat diperlukan sebagai unsur pembentuk frase, klausa, kalimat dan juga wacana.

Frasa adalah gabungan dua kata atau lebih yang bersifat nonpredikatif atau lazim juga disebut gabungan kata yang mengisi salah satu fungsi sintaksis di dalam kalimat (Chaer, 2003:222). Widjono (2007) membedakan frasa berdasarkan kelas katanya yaitu frasa verbal, frasa adjektival, frasa pronominal, frasa adverbial, frasa numeralia, frasa interogativa koordinatif, frasa demonstrativa koordinatif, dan frasa preposisional koordinatif.

Klausa adalah sebuah konstruksi yang di dalamnya terdapat beberapa kata yang mengandung unsur predikatif (Keraf, 1984:138). Klausa berpotensi menjadi kalimat.

Kalimat adalah satuan bahasa terkecil yang merupakan kesatuan pikiran (Widjono, 2007:146). Chaer (2003) mendefinisikan kalimat sebagai susunan kata-kata teratur yang berisi pikiran lengkap. Kalimat dalam bahasa Jepang disebut *bun*. Dengan demikian, maka unsur-unsur yang terkandung dalam tataran sintaksis terdiri dari kata, frase, klausa, kalimat dan wacana.

3. Pengertian Menulis

Menulis merupakan kemampuan menggunakan pola-pola bahasa secara tertulis untuk mengungkapkan suatu gagasan atau pesan, menulis adalah proses menggambarkan suatu bahasa sehingga pesan yang disampaikan penulis dapat di pahami pembaca (Tarigan,1986:21).

Hartig dalam Tarigan (1986: 24-25) merumuskan tujuan menulis menjadi (1) tujuan penugasan, (2) tujuan altruistik, (3) tujuan persuasif, (4) tujuan informasional, (5) tujuan pernyataan diri penulis, (6) tujuan kreatif, dan (7) tujuan pemecahan masalah.

Dengan merujuk pada beberapa teori tersebut, maka pengertian menulis dalam penelitian ini adalah proses penggambaran suatu pesan melalui suatu bahasa dengan tujuan tertentu, di mana iklan memiliki tujuan persuasif, informatif dan kreatif.

4. Pengertian Iklan

Menurut Rachmadi (1993:36) iklan adalah pesan atau penawaran suatu produk atau jasa yang ditujukan kepada khalayak lewat media. Iklan tidak sekedar menyampaikan informasi tentang suatu komoditas (benda atau jasa), tetapi memiliki sifat mendorong dan membujuk agar kita menyukai memilih dan membeli produk yang ditawarkan. Iklan merupakan pesan yang menawarkan produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat media. Penyampaian informasi dalam iklan menggunakan kata-kata persuasive atau bujukan dengan tujuan

agar konsumen tertarik untuk membeli atau mencobanya (Kasali, 1995:9).

Dari definisi para ahli diatas, dapat dipahami bahwa ada karakteristik iklan, yakni (1) pesan bersifat verbal dan dapat didengar ataupun dilihat (visual), (2) sponsor dapat diidentifikasi, (3) diluncurkan melalui satu atau beberapa media, dan (4) sponsor membayar media yang menampilkan iklan tersebut.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis mengambil objek papan iklan yang dipakai oleh restoran, bandara, dan tempat umum lainnya sebagai media informasi iklan berbahasa Jepang yang digunakan oleh tempat tersebut untuk menarik minat masyarakat. Penulis memilih metode penelitian deskriptif yaitu metode yang efektif untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena yang bersifat alamiah maupun fenomena hasil rekayasa. Metode penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan tentang sifat-sifat individu, keadaan, gejala, dari kelompok tertentu yang dapat diamati (Moleong, 2000:6).

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini diberi nama metode simak karena cara yang digunakan untuk memperoleh data dilakukan dengan menyimak penggunaan bahasa. Istilah menyimak disini tidak hanya berkaitan dengan penggunaan bahasa secara lisan tetapi juga penggunaan bahasa secara tertulis. Selanjutnya metode simak ini diikuti dengan teknik yang salah satunya berupa teknik catat. Teknik catat biasanya digunakan pada penggunaan bahasa secara tertulis sebagai lanjutan dari metode simak yang diperoleh dengan menggunakan teknik catat. Dalam penelitian ini, peneliti mencatat kesalahan-kesalahan kalimat bahasa Jepang yang muncul pada data yang sedang diteliti. Selanjutnya untuk menguatkan data yang telah diperoleh maka peneliti melakukan

wawancara terhadap penulis dari objek data yang diteliti. Pada penelitian ini, wawancara yang dilaksanakan untuk memperkuat data yang telah terkumpul adalah dengan menggunakan metode wawancara bebas (*inguided interview*).

Teknik yang digunakan yakni teknik catat dan sadap. Teknik sadap disebut sebagai teknik dasar karena pada hakikatnya penyimakan diwujudkan dengan penyadapan. Dalam penelitian ini, penyadapan dilakukan dengan mengambil foto papan-papan iklan di restoran dan tempat publik lainnya, karena peneliti berhadapan dengan penggunaan bahasa bukan dengan orang yang sedang berbicara tetapi berupa bahasa tertulis, misalnya naskah kuno, teks narasi, bahasa mass media dan lainnya. Dalam penelitian ini teknik sadap digunakan terhadap objek penelitian bahasa secara visual berupa pengambilan foto papan iklan di restoran atau tempat publik lainnya. Dalam praktik selanjutnya teknik sadap diikuti dengan teknik lanjutan yang salah satunya berupa teknik catat. Dalam penelitian ini, peneliti mencatat kesalahan-kesalahan penulisan bahasa Jepang yang muncul pada data papan iklan yang sedang diteliti.

Proses menganalisis hasil data yang diperoleh dilakukan dengan cara (1) mengkaji ada berapa kesalahan-kesalahan yang muncul, (2) mengkategorisasikan hasil data kesalahan yang muncul, (3) mengkaji kesalahan seperti apa saja yang muncul, (4) menentukan apa yang melatarbelakangi kesalahan tersebut muncul berdasarkan wawancara, dan (5) menyimpulkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Data Kesalahan Sintaksis

Data yang diperoleh berupa hasil gambar foto dari beberapa iklan di restoran dan tempat publik lainnya. Data tersebut dianalisis dengan tujuan untuk mendapatkan jawaban atas permasalahan yang muncul pada penelitian ini. Permasalahan tersebut

berupa bentuk dan latar belakang kesalahan penulisan tersebut muncul.

Data yang ditemukan berupa foto iklan, dan terdapat 15 data foto yang semuanya teridentifikasi mengalami kesalahan penulisan. Untuk menjawab permasalahan yang muncul dalam penelitian ini, penulis mengklasifikasikannya sesuai teori dari Chaer (2003) mengenai klasifikasi sintaksis berdasarkan kata, frase, klausa dan kalimat. Kemudian, setiap kesalahan dimasukkan kedalam kriteria kesalahan berupa *lapses*, *error* atau *mistakes* sesuai dengan teori kesalahan Corder (1974).

Pada data penelitian ini ditemukan 2 kesalahan yang muncul pada kata, yakni pada papan iklan restoran dan papan nama produk makanan yang dijual di restoran. Kesalahan yang muncul seperti yang terdapat pada gambar berikut.



Gambar 1

Pada gambar 1 terlihat pada lampion bertuliskan huruf katakana yang mengandung arti *ramen* atau mie ala Jepang. Tulisan di foto tersebut tertulis 「ラーメン」 atau dibaca *ramee*. Pada foto di samping terdapat kesalahan penggunaan huruf katakana yang seharusnya 「ン」 ditulis sebagai akhiran kata menjadi tanda panjang 「ー」 yang dipakai untuk mengakhiri kata sehingga kata *ramen* menjadi *remee*. Penulisan katakana yang tepat untuk gambar di atas adalah 「ラーメン」 atau

dibaca *ramen*. Menurut Corder (1974) kesalahan ini biasanya muncul dikarenakan kesalahan penulisan atau “*slip of pen*” dan dapat diperbaiki sehingga kesalahan ini termasuk kedalam kategori *lapses*.



Gambar 2

Pada gambar 2 terlihat tulisan *magura* pada makanan berupa roti bercampur kacang. Namun pada tulisan bahasa Jepang terdapat kombinasi antara katakana dan kanji yaitu tulisan 「マ小倉」 yang terdiri dari huruf katakana 「マ」 dibaca *ma* dan kanji 「小倉」 dibaca *ogura*. Secara modifikasi tulisan (*magura*) dimaksudkan untuk menyatukan antara kata *green tea* “*macha*” dengan makanan khas Jepang “*ogura*”. Namun pada penulisan 「マ小倉」 tersebut terjadi kesalahan dikarenakan tulisan tersebut dibaca *maogura* bukan *magura*.

Menurut Corder (1974) kesalahan ini muncul karena penulis tidak tepat memilih kata atau ungkapan untuk situasi tertentu. Kesalahan ini mengacu kepada kesalahan akibat penulis tidak tepat menggunakan kaidah yang diketahui benar, bukan karena kurangnya penguasaan bahasa kedua. Kesalahan terjadi pada produk tuturan yang tidak benar yang biasa disebut *mistakes*.

2. Kesalahan Frasa

Terdapat 12 kesalahan frasa yang ditemukan oleh penulis yang hampir semuanya merupakan kesalahan berupa *lapses* dan *mistakes*. Penulis akan mengambil beberapa sampel dari kesalahan frasa tersebut.



Gambar 3

Pada gambar di samping terdapat tulisan *blueberry cheese* pada makanan berupa roti bertopping *blueberry*, *cream* dan *cheese*. Penulisan nama produk tersebut menggunakan huruf katakana yakni 「ビルベリクリンチズ」. Penulisan huruf katakana pada frase tersebut terdapat 3 kesalahan penulisan yakni penulisan kata *blueberry* dengan katakana 「ビルベリ」 yang seharusnya ditulis 「ブルーベリー」, kemudian penulisan kata *cream* dengan katakana 「クリン」 seharusnya ditulis 「クリーム」 dan penulisan kata *cheese* dengan katakana 「チズ」 seharusnya ditulis 「チーズ」, penulisan huruf katakana yang tepat untuk frase *blueberry cream cheese* adalah 「ブルーベリークリームチーズ」. Menurut Corder (1974) kesalahan ini muncul karena penulis tidak tepat memilih kata atau ungkapan untuk situasi tertentu. Kesalahan ini mengacu kepada kesalahan akibat penulis tidak tepat menggunakan kaidah yang diketahui benar, bukan karena kurangnya penguasaan bahasa kedua. Kesalahan terjadi pada produk tuturan yang tidak benar yang biasa disebut *mistakes*.



Gambar 4

Pada gambar 4, terdapat tulisan *Hokahoka Bento* yang merupakan nama salah satu restoran Jepang. Penulisan nama restoran tersebut menggunakan huruf hiragana dan kanji yakni 「ほやほや弁当」. Penulisan huruf hiragana dan kanji pada frase tersebut terdapat kesalahan penulisan yakni penulisan kata *hokahoka* dengan hiragana 「ほやほや」 seharusnya ditulis 「ほかほか」, dan penulisan kanji *bento* terdapat kekurangan coretan pada tulisan *ben* sehingga huruf kanji *bento* menjadi salah.

Penulisan kata *bento* yang tepat adalah 「弁当」, sehingga penulisan huruf yang tepat untuk frase *Hokahoka Bento* adalah 「ほかほか弁当」. Menurut Corder (1974) kesalahan ini biasanya muncul dikarenakan kesalahan penulisan atau “*slip of pen*” dan dapat diperbaiki sehingga kesalahan ini termasuk kedalam kategori *lapses*.



Gambar 5

Pada gambar 5, terdapat tulisan (*Baggage Claim*) yang ditulis dalam bahasa Jepang yakni 「品物損害クレーム」 dibaca *shinamono songai kura-mu*. Terdapat kesalahan penulisan huruf katakana yakni 「クレーム」 yang menggunakan *re* sehingga menjadi 「クレーム」, sehingga penulisan yang tepat adalah 「品物損害クレーム」. Menurut Corder (1974) kesalahan ini biasanya muncul dikarenakan kesalahan penulisan atau “*slip of pen*” dan dapat diperbaiki sehingga kesalahan ini termasuk kedalam kategori *lapses*.

3. Kesalahan Kalimat

Pada kategori ini penulis hanya menemukan satu gambar yang menunjukkan kesalahan kalimat.



Gambar 6

Pada gambar 6, terdapat kalimat 「町中で最高のらーめん!」 terdapat kesalahan baik pada penulisan maupun maksud dari kalimat tersebut yang tidak jelas sehingga maksudnya tidak sampai. Untuk kesalahan kata yakni pada kata 「らーめん」 menggunakan huruf hiragana namun penanda untuk panjang menggunakan penanda untuk huruf katakana. Sebaiknya kata (ramen) ditulis seperti 「ラーメン」 sehingga dapat dimengerti. Selanjutnya untuk maksud dari kalimat tersebut dikarenakan kalimat diakhiri dengan partikel 「の」 sehingga pembaca merasa kalimat tersebut belum selesai masih ada kata lain yang mengikuti kalimat tersebut setelah partikel 「の」 contohnya 「レストラン」 dan kata lainnya, atau partikel 「の」 diakhir tidak digunakan kalimat slogan akan sedikit lebih jelas.

Menurut Corder (1974) kesalahan di atas termasuk *error* yakni kesalahan berbahasa akibat penutur melanggar kaidah atau aturan tata bahasa (*branches of code*). Kesalahan ini terjadi akibat penutur sudah memiliki aturan atau kaidah tata bahasa yang berbeda dari tata bahasa yang lain, sehingga itu berdampak pada kekurangsempurnaan atau ketidakmampuan penutur. Hal tersebut berimplikasi terhadap penggunaan bahasa, terjadi kesalahan berbahasa akibat penutur menggunakan kaidah berbahasa yang salah.

4. Latar Belakang Terjadinya Kesalahan

Penelitian ini menggunakan metode wawancara bebas (*inguided interview*). Hasil dari wawancara ditemukan beberapa penyebab terjadinya kesalahan pada penulisan iklan berbahasa Jepang yang menjadi objek

penelitian. Penyebab yang melatarbelakangi terjadinya kesalahan tersebut, di antaranya sebagai berikut.

Gambar Belum Ada

「町中で最高のらーめんの！」 pada gambar 7 dilatarbelakangi karena pemilik restoran tidak memahami bahasa Jepang dan proses penulisan bahasa Jepang pada lampion dan papan iklan dilakukan oleh orang luar, sehingga pemilik tidak tahu kesalahan yang muncul pada tulisan tersebut, tetapi hanya nilai estetika dan publikasi saja yang diutamakan.

Penulisan kata dan frase 「ビルベリクリンチズ」 pada gambar 3 merupakan kesalahan pada pengetikan. Proses pembuatan dilakukan oleh orang yang pernah ke Jepang namun bukan pembelajar bahasa Jepang melainkan secara otodidak mempelajari huruf Jepang sehingga banyak terjadi kesalahan yang berasal dari kesalahan pengetikan namun tidak terkoreksi.

Penulisan frase 「品物損害クラーム」 pada gambar 3.12 merupakan kesalahan penulisan dari manajemen bandara. Kesalahan tersebut muncul kemungkinan disebabkan oleh kesalahan pengetikan tanpa proses pengecekan ulang oleh orang yang mengerti huruf Jepang.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan dari permasalahan penelitian yang muncul yakni mengenai kesalahan sintaksis seperti apa yang muncul dan penyebab yang melatarbelakangi terjadinya kesalahan pada penulisan iklan berbahasa Jepang disimpulkan sebagai berikut.

Terdapat 2 kesalahan kata, 12 kesalahan frase dan 1 kesalahan kalimat yang ditemukan. Kesalahan tersebut sebagian besar berupa

kesalahan *lapses* dan *mistakes*, namun ada 1 kesalahan berupa *error* yakni kesalahan kalimat dikarenakan kalimat tersebut tidak dimengerti maksudnya.

Penyebab yang melatarbelakangi terjadinya kesalahan tersebut sebagian besar dikarenakan kesalahan pada pengetikan atau keteledoran saat mengetik. Kesalahan lainnya adalah proses pembuatan media iklan yang dilakukan oleh orang yang tidak mengerti bahasa dan huruf Jepang sehingga kata, frase dan kalimat menjadi salah. Penyebab lainnya adalah dikarenakan masalah teknis seperti kerusakan media iklan.

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat menjadi acuan bagi para pemakai bahasa Jepang di dunia sosial sehingga media iklan sebagai sarana informasi umum menjadi lebih baik. Dalam penelitian ini hanya dibahas kesalahan dalam ranah sintaksis saja, alangkah lebih baik untuk penelitian berikutnya pendekatan linguistik lain dijadikan acuan dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaer, A. (2003). *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Corder, P. (1974). *The Significance of Learner's Error*. *International Review Of Applied Linguistics* 5. Pp. 161-170.
- Kasali, R. (1995). *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Keraf, G. (1984). *Tata Bahasa Indonesia*. Flores: Nusa Indah.
- Kridalaksana, H.(1993). *Kamus Linguistik Edisi III*. Jakarta: PT Gramedia.
- Lexy J. M. (2000). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Rwmaja Rosda Karya.
- Rachmadi. (1993). *Public Relation dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Gramedia.
- Tarigan, H. G. (1986). *Menulis sebagai Suatu*

Keterampilan Berbahasa. Bandung: Angkasa.
Tarigan, H. G. dan T. Djago. (1995) .
Pengajaran Analisis Kesalahan Berbahasa. Bandung: Angkasa.
Widjono H.S. (2007). *Bahasa Indonesia:*

Mata Kuliah Pengembangan Kepribadian di Perguruan Tinggi. Jakarta: Grasindo.

Keterangan Penulis:

Ari Rahmat Utama Ardipradja, adalah dosen jurusan bahasa Jepang di STBA Yapari-ABA Bandung untuk mata kuliah *Nichijou Kaiwa* dan *Nihon Bunka*, dan dapat dihubungi melalui email di ari.ardipradja@stba.ac.id

Asep Achmad Muhlisian adalah dosen pada perguruan tinggi yang sama untuk mata kuliah *Kanji* dan *Gengogaku* (Linguistik bahasa Jepang).