



PENTINGNYA LITERASI BAHASA INDONESIA BAGI PENINGKATAN PRODUKTIVITAS EKONOMI

THE IMPORTANCE OF INDONESIAN LANGUAGE LITERACY FOR INCREASING ECONOMIC PRODUCTIVITY

Muhammad Ande Afif Naufal^{1*}, Roni Subhan.²

^{1,2}Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember

Email : muhammadandeafifnaufal@gmail.com¹, ronisubhan@uinkhas.ac.id²

Article history :

Received : 18-12-2024

Revised : 19-12-2024

Accepted: 21-12-2024

Published: 23-12-2024

Abstract

The significance of Indonesian literacy in enhancing economic productivity is paramount in today's competitive landscape. This study examines how proficiency in the Indonesian language fosters effective communication, which is essential for reducing misunderstandings and accelerating collaboration across various sectors. Strong language skills enable individuals and organizations to efficiently access information, share innovative ideas, and engage in constructive negotiations, all of which are critical for achieving sustainable development goals. Furthermore, enhancing literacy levels contributes to the overall quality of education and empowers communities, allowing them to participate actively in the economy. The findings emphasize the urgent need for policies that prioritize the improvement of Indonesian literacy within educational frameworks and workforce development programs. By elevating literacy standards, society can harness the full potential of its human resources, driving economic growth and fostering innovation. This research advocates for a collaborative approach involving government, educational institutions, and community organizations to promote language literacy effectively. Such initiatives will ensure that all citizens are equipped with the necessary skills to thrive in a dynamic economic environment. Ultimately, the study underscores that advancing Indonesian literacy is not simply a personal advantage but a crucial strategy for national development. By investing in literacy, Indonesia can enhance its economic productivity, thus achieving broader socio-economic objectives and improving the quality of life for its citizens.

Keywords : indonesian Language Literac, Economi Productivity, Development

Abstrak

Literasi dalam bahasa Indonesia sangat penting untuk meningkatkan hasil ekonomi Indonesia. Dalam konteks globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, kemampuan berbahasa yang baik tidak hanya memfasilitasi komunikasi yang efektif, tetapi juga menjadi kunci untuk mengakses informasi, berbagi ide, dan melakukan negosiasi yang produktif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara literasi bahasa Indonesia dan peningkatan produktivitas ekonomi, serta mengeksplorasi dampaknya terhadap pembangunan berkelanjutan. Tinjauan pustaka dan analisis kualitatif dari berbagai sumber terkait merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa individu yang memiliki literasi bahasa yang tinggi cenderung lebih berhasil dalam menjangkau peluang ekonomi,



berpartisipasi dalam pasar, dan berinovasi. Selain itu, literasi bahasa juga berfungsi sebagai alat untuk membangun kolaborasi antara berbagai pihak, baik di tingkat lokal maupun global. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan lembaga pendidikan untuk mengimplementasikan program-program yang meningkatkan literasi bahasa Indonesia di masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kebijakan yang mendukung peningkatan literasi sebagai bagian dari strategi untuk mencapai tujuan ekonomi yang lebih baik. Dengan meningkatkan literasi bahasa Indonesia, diharapkan produktivitas ekonomi dapat meningkat, yang pada gilirannya akan mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Kata Kunci : Literasi Bahasa Indonesia, Produktivitas Ekonomi, Pembangunan Berkelanjutan

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi, pentingnya literasi bahasa Indonesia menjadi semakin nyata, terutama dalam konteks manajemen pemasaran dan kolaborasi ekonomi. Bahasa Indonesia bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai jembatan yang menghubungkan berbagai pihak dalam usaha meningkatkan produktivitas ekonomi. Kemampuan berbahasa yang baik dapat memengaruhi efektivitas pemasaran produk, di mana komunikasi yang jelas dan menarik dapat menarik perhatian konsumen. Dalam hal ini, manajemen pemasaran yang efektif sangat bergantung pada penguasaan bahasa, yang memungkinkan pemasar untuk menyampaikan pesan dengan tepat dan persuasif. (Sofiani, Rofi'ah, dan Putriyanti 2023)

Selain itu, penggunaan bahasa Indonesia dalam forum ekonomi dan seminar dapat memperkuat jaringan kolaborasi dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam inisiatif pembangunan berkelanjutan. Bahasa juga berperan penting dalam menciptakan pemahaman yang lebih baik antara pelaku ekonomi, baik di tingkat lokal maupun internasional. Dengan demikian, literasi bahasa Indonesia tidak hanya mendukung komunikasi yang efektif, tetapi juga menjadi kunci untuk mencapai tujuan ekonomi yang lebih luas. Oleh karena itu, pengembangan literasi bahasa Indonesia perlu menjadi fokus utama dalam upaya meningkatkan produktivitas ekonomi di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode tinjauan literatur. Data dikumpulkan melalui analisis literatur meliputi buku, majalah, artikel, dan sumber relevan lainnya terkait keterampilan berbahasa dan produktivitas ekonomi di Indonesia. Proses pengumpulan data dilakukan dengan mengidentifikasi dan merangkum informasi yang relevan untuk menggali peran masyarakat Indonesia dalam konteks perekonomian.

Analisis ini dilakukan dengan menelaah teori yang ada dan mengaitkannya dengan praktik di lapangan, sehingga memberikan gambaran jelas mengenai interaksi antara kemahiran berbahasa dan pertumbuhan produktivitas ekonomi. Berfokus pada penggunaan bahasa Indonesia dalam komunikasi bisnis dan pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang yang ada serta merekomendasikan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan kemahiran berbahasa masyarakat.

Metode kualitatif digunakan dalam pembuatan jurnal ini. Jurnal ini disusun menggunakan proses penulisan tinjauan pustaka. Riset kepustakaan, termasuk evaluasi dan analisis buku, catatan, dan jurnal ilmiah yang diterbitkan, digunakan untuk membuat jurnal. Tujuan dari jurnal ini adalah untuk memperjelas kata-kata. Selain itu, tujuan majalah ini adalah untuk menunjukkan cara berkomunikasi dalam bahasa Indonesia dalam situasi sehari-hari. Metode kualitatif digunakan



untuk menulis jurnal ini. Jurnal ini disusun menggunakan proses penulisan tinjauan pustaka. Riset kepustakaan, termasuk evaluasi dan analisis buku, catatan, dan jurnal ilmiah yang diterbitkan, digunakan untuk membuat jurnal. Tujuan dari jurnal ini adalah untuk memperjelas kata-kata. Selain itu, tujuan blog ini adalah untuk menunjukkan cara berkomunikasi dalam bahasa Indonesia dalam situasi sehari-hari. Metode kualitatif digunakan untuk menulis jurnal ini. Jurnal ini disusun menggunakan proses penulisan tinjauan pustaka. Jurnal ini disusun dengan telaah pustaka, yang meliputi pemeriksaan dan evaluasi buku, dokumen, dan jurnal ilmiah yang diterbitkan. Tujuan jurnal ini adalah untuk mendeskripsikan bahasa. Publikasi ini juga bertujuan untuk menunjukkan bagaimana bahasa Indonesia digunakan oleh masyarakatnya untuk komunikasi sehari-hari.

Untuk menyelidiki hubungan antara investasi pendidikan dan kesejahteraan ekonomi masyarakat, penelitian ini menggabungkan strategi pencarian kualitatif (Creswell, 2017) dengan metodologi telaah pustaka (Booth, Sutton, & Papaioannou, 2016). Tujuan penelitian akan ditetapkan untuk memeriksa bukti empiris yang mendukung hubungan positif antara investasi pendidikan dan pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, peningkatan produktivitas, dan pengurangan kesenjangan pendapatan. Langkah pertama penelitian akan melibatkan identifikasi topik penelitian, yaitu hubungan antara investasi pendidikan dan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Selain itu, pencarian pustaka akan dilakukan dengan menggunakan kata kunci yang relevan seperti "pendidikan sebagai investasi," "kesejahteraan ekonomi," "pertumbuhan ekonomi," "pekerjaan," "produktivitas," dan "kesenjangan pendapatan." Penelusuran akan dilakukan melalui berbagai sumber, termasuk basis data akademis, jurnal ilmiah, buku, dan laporan penelitian. (Hendrizar et al. 2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi bahasa Indonesia memiliki dampak signifikan terhadap produktivitas ekonomi di berbagai sektor. Penguasaan bahasa yang baik memungkinkan individu dan organisasi untuk berkomunikasi secara efektif, yang esensial dalam konteks pemasaran dan manajemen. Dengan kemampuan bahasa yang memadai, pelaku ekonomi dapat memperkenalkan produk dan layanan mereka dengan lebih persuasif, sehingga meningkatkan daya tarik di pasar.

Selanjutnya, penggunaan bahasa Indonesia yang tepat dalam komunikasi bisnis tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan pesan, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun hubungan yang kuat antara pelaku ekonomi. Dalam era globalisasi, kemampuan berbahasa Indonesia akan memungkinkan individu untuk berpartisipasi aktif dalam diskusi dan forum ekonomi, yang pada gilirannya dapat memperluas peluang kolaborasi dan inovasi. (Wati et al. 2024)

Selain itu, tantangan dalam literasi bahasa, seperti perbedaan dialek dan kurangnya pemahaman, perlu diatasi. Dengan meningkatkan literasi bahasa Indonesia, kita dapat memperkecil kesenjangan komunikasi dan memfasilitasi pemahaman yang lebih baik di antara berbagai aktor ekonomi. Hal ini menjadi kunci untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Akhirnya, pentingnya literasi bahasa Indonesia sebagai alat integrasi sosial dan alat kontrol juga harus diperhatikan. Bahasa berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan berbagai budaya dan pemikiran, serta memainkan peran penting dalam menciptakan kesadaran kolektif tentang pentingnya pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.



Pembahasan

Literasi bahasa Indonesia memiliki peran yang sangat penting dalam konteks peningkatan produktivitas ekonomi di Indonesia. Bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai jembatan yang menghubungkan berbagai elemen dalam masyarakat. Dalam dunia bisnis, kemampuan berbahasa yang baik memungkinkan individu untuk berinteraksi secara efektif, menyampaikan ide-ide, dan membangun hubungan yang solid dengan berbagai pemangku kepentingan. (Salsabila 2009)

Penguasaan bahasa Indonesia yang baik dapat meningkatkan partisipasi dalam forum-forum ekonomi, seminar, dan diskusi publik. Hal ini tidak hanya memperluas jaringan kolaborasi, tetapi juga meningkatkan pertukaran informasi yang esensial bagi inovasi dan pengembangan produk. Selain itu, bahasa juga berperan dalam penguatan identitas budaya, yang penting dalam era globalisasi di mana kompetisi sangat ketat. (Hutagalung 2022)

Namun, tantangan dalam literasi bahasa Indonesia tetap ada, seperti perbedaan dialek dan pemahaman yang bervariasi di antara pengguna. Oleh karena itu, penting untuk mengatasi kendala ini agar komunikasi dapat berjalan dengan baik dan produktivitas ekonomi dapat meningkat. Dengan memperkuat penggunaan bahasa Indonesia dalam konteks ekonomi, kita tidak hanya mendukung inisiatif pembangunan berkelanjutan, tetapi juga memastikan bahwa seluruh lapisan masyarakat dapat berkontribusi secara efektif dalam perekonomian.

Peningkatan literasi bahasa Indonesia di berbagai kalangan, terutama di dunia pendidikan dan bisnis, harus menjadi fokus utama. Melalui pelatihan, seminar, dan program literasi, individu akan lebih siap menghadapi tantangan ekonomi dan mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan yang terjadi. Dengan demikian, literasi bahasa Indonesia tidak hanya berkontribusi pada peningkatan komunikasi, tetapi juga menjadi kunci untuk mencapai produktivitas ekonomi yang lebih tinggi. (Hasan et al. 2021)

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan bahasa sebagai sistem lambang bunyi yang digunakan oleh masyarakat dalam suatu masyarakat untuk berkomunikasi, bekerja sama, dan mengidentifikasi diri. Dari pengertian tersebut dapat kita lihat bahwa bahasa merupakan salah satu media yang digunakan oleh masyarakat untuk berkomunikasi satu sama lain. Selain itu, bahasa berperan sebagai alat komunikasi antara penutur dengan lawan bicaranya, dan pada akhirnya mendorong terjadinya kerja sama antara penutur dan lawan bicaranya (instrumental), menurut Pateda (2011: 7). Bahasa merupakan kumpulan bunyi yang diorganisasikan sebagai alat. (Rizky 2012)

Hal ini menunjukkan betapa pentingnya bahasa dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu aspek peradaban manusia adalah bahasa. Keberlangsungan penggunaan bahasa sebagai alat komunikasi dipengaruhi oleh keadaan lingkungan sosial budaya. Interaksi yang berbasis pada bahasa merupakan fondasi budaya. Dalam lingkungan sosial, bahasa dan budaya saling memengaruhi. Dalam komunikasi, bahasa berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan pesan.

Bahasa sebagai alat komunikasi berarti bahasa yang sistematis, simbolis, arbitrer, semantik, konvensional, unik, universal, produktif, beragam, dinamis, dan merupakan pengganti sosial bagi individu ketika berbicara merupakan sarana interaksi fisik. Representasi identitas lawan bicara dan penuturnya dalam kelompok sosial sebagai alat komunikasi. Penggunaan bahasa sangatlah penting sebagai alat komunikasi. Suara merupakan cara yang baik untuk menyampaikan pesan dan informasi kepada penerima pesan. (Mailani et al. 2022)



Kata-kata yang digunakan dalam sebuah iklan sangat penting dalam menjelaskan tujuan iklan tersebut. Anda mungkin melihat iklan multibahasa di media sosial seperti WhatsApp dan Instagram. Fenomena ini sendiri menunjukkan betapa pentingnya bahasa dalam periklanan. Hal ini karena teks iklan mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli produk dan jasa dari produsen. Bahasa digunakan dalam komunikasi, khususnya dalam periklanan. Salah satu masalah dalam menggunakan berbagai bahasa adalah mengetahui elemen periklanan, fotografi, dan ucapan mana yang lebih penting. Faktanya, bahasa periklanan mempengaruhi cara orang bertindak, berpenampilan, dan berpikir. Kata-kata iklan yang terus-menerus kita dengar menembus hati dan jiwa masyarakat. Jadi ketika seseorang mengalami masalah umum, iklan akan ditampilkan secara otomatis. (Wulandari Wangi Ni Kadek 2024)

Saat ini banyak toko kue yang dikelola oleh para seniman, hal ini menjadi fenomena dalam perkembangan bisnis di Indonesia. Kue-kue "modern" ini sangat populer di kalangan konsumen, itulah sebabnya toko ini secara bertahap menggantikan oleh-oleh lokal warisan nenek moyangnya. Ini termasuk tujuh item kue artis yang diselidiki dalam penelitian ini. Bandung Makta, Bandung Kanaya, Kue Putri, Bandung Knafe, Kue Madina, Kue Sieta, Kue Pevo. Semua toko kue dimiliki oleh seniman. Namun menurut beberapa informasi, artis tersebut hanya dijadikan sebagai brand ambassador toko kue modern tersebut. (Kue, Di, dan Bandung, n.d.)

Penggunaan terminologi yang sempurna dan akurat dapat membantu meningkatkan reputasi perusahaan Anda di mata pelanggan. Lebih jauh, menurut 46,4% responden, penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar dalam promosi Shopee sangat penting dari sudut pandang pemasaran, khususnya di situs web e-commerce. Masyarakat menghargai perusahaan besar seperti Shopee dan ingin mereka memberi contoh penggunaan terminologi bahasa Indonesia dalam iklan daring dengan tetap mematuhi peraturan bahasa dan ejaan yang benar, menurut salah satu kesimpulan yang diambil dari hasil survei. Karena dapat menyampaikan profesionalisme dan keyakinan agama perusahaan, penggunaan bahasa Indonesia yang tidak sempurna dalam iklan dapat meningkatkan daya tarik dan citra positif perusahaan di mata konsumen. Penggunaan materi promosi bahasa Indonesia yang tepat dan berkualitas tinggi secara teratur dianggap penting untuk membahas persepsi publik bahwa kebersihan dan kualitas terus dijunjung tinggi. Temuan survei tersebut mengklarifikasi mengapa masyarakat memiliki standar yang relatif tinggi untuk penggunaan bahasa Indonesia oleh perusahaan besar. Hal ini dapat membantu Shopee mencapai harapan konsumen dan meningkatkan kualitas penggunaan bahasa Indonesia dalam kampanye iklannya. (Fadhilah et al. 2024)

KESIMPULAN

Kemahiran berbahasa Indonesia berperan sangat penting dalam meningkatkan produktivitas perekonomian Indonesia. Keterampilan berbahasa yang baik memungkinkan individu dan kelompok berkomunikasi secara efektif sehingga mendukung kolaborasi di berbagai bidang seperti pemasaran dan inovasi. Di era globalisasi, penguasaan bahasa Indonesia tidak hanya memudahkan pertukaran informasi tetapi juga memungkinkan Anda mengintegrasikan berbagai elemen budaya ke dalam konteks bisnis Anda. Oleh karena itu, peningkatan kemahiran berbahasa Indonesia harus menjadi prioritas dalam pendidikan dan pelatihan untuk menciptakan tenaga kerja yang kompetitif dan responsif terhadap perubahan pasar. Oleh karena itu, kemampuan berbahasa Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, namun juga menjadi kunci untuk mencapai tujuan pembangunan ekonomi berkelanjutan. (Wati et al. 2024)



UCAPAN TERIMA KASIH

Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian artikel ini. Ucapan terima kasih khusus saya sampaikan kepada para mentor dan rekan-rekan yang telah memberikan wawasan dan dukungan yang sangat berharga selama proses penelitian. Saya juga menghargai lembaga dan organisasi yang telah menyediakan sumber daya dan data yang diperlukan. Kepada keluarga dan teman-teman, terima kasih atas dorongan dan pengertian Anda selama perjalanan penulisan ini. Keyakinan Anda terhadap karya saya telah menjadi sumber motivasi yang tak ternilai. Akhirnya, saya berterima kasih kepada para pembaca yang telah menunjukkan minat pada topik penting ini. Saya berharap artikel ini dapat menginspirasi diskusi dan tindakan lebih lanjut untuk meningkatkan literasi bahasa Indonesia demi kebaikan masyarakat dan perekonomian kita.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadhilah, Annisa Nur, Nur Fajriyah Alfinatun Nikmah, Arista Salsabila Hermanto, Amalia Balqis, Tsamarah Adilah Re Falda, dan Dewi Puspa Arum. 2024. "Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Pemasaran Digital E-Commerce : Studi Kasus Iklan Shopee." *Jurnal Bahasa Daerah Indonesia* 1 (2): 14. <https://doi.org/10.47134/jbdi.v1i2.2355>.
- Hasan, M, Ir Santoso, Da Syahfitri, dan Say Karoma. 2021. "Literasi Kewirausahaan dan Literasi Bisnis Digital Pada Generasi Milenial Pelaku Usaha: Perspektif Kirzerian Entrepreneur." *Journal of Business Management Education* / 6 (1): 28–39.
- Hendrizar, Muhammad Joni, Kasim Hijrat, Joni Indra Wandu, dan Nora Afnita. 2024. "Investasi Pendidikan dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat." *Jurnal El-Kahfi (Journal of Islamic Economic)* 05 (01): 81–90.
- Hutagalung, Simon Sumanjoyo. 2022. *Buku Ajar: Partisipasi dan Pemberdayaan Sektor Publik*.
- Kue, Pemasaran, Artis Di, dan Kota Bandung. n.d. " , Temmy Widyastuti."
- Mailani, Okarisma, Irna Nuraeni, Sarah Agnia Syakila, dan Jundi Lazuardi. 2022. "Bahasa Sebagai Alat Komunikasi Dalam Kehidupan Manusia" 1 (2): 1–10.
- Rizky, Hamid. 2012. "Bahasa Daerah Dalam Arus Globalisasi." *Bahasa Daerah Dalam Arus Globalisasi*, 6.
- Salsabila, Fadhilah. 2009. "Pengaruh Literasi Ekonomi dan Literasi Digital terhadap Perilaku Berwirausaha Sektor Kuliner yang Terdaftar Pada Aplikasi Go Food di Pasar Segar Kota Makassar." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 10 (2): 93–104.
- Sofiani, Ratna, Siti Rofi'ah, dan Lina Putriyanti. 2023. "Peran Bahasa Indonesia Di Era Globalisasi Saat Ini Untuk Menunjang Prestasi Siswa." *Prosiding Sendika* 4 (1): 150–58.
- Wati, Fidia, Fitrah Maya, Sari Hasugian, Ika Febriana, Maya Wulandari, dan Sarah Bakara. 2024. "Peran Bahasa Indonesia Dalam Mendorong Kolaborasi The Role Of Indonesian Language In Encouraging Economic," 3143–51.
- Wulandari Wangi Ni Kadek, Fridari Diah Ayu I Gusti. 2024. "Jurnal Inovasi Pendidikan." *Jurnal Inovasi Pendidikan* 6 (1): 52–61.



- Viona, V., Yohanes, K., Mega, L. S., Kurniawati, W., Farady Marta, R., & Isnaini, D. M. (2021). Narasi Shopee Dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi E-Commerce Di Era Modern. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi: Vol. I (Issue 2)*. Retrieved from <http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>
- Yantho, V., & Wilis, R. A. (n.d.). Pengaruh Social Media Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli (Studi Kasus: E-Commerce Shopee)
- Marsudi, Siti Zahrok. (2015). Kesetiaan Berbahasa Indonesia Dipertanyakan Di Era Globalisasi. *jsh Jurnal Sosial Humaniora*, Vol 8 No.1, Juni 2015.
- Melander, Linda, 2003. Language Attitudes Evaluational Reactions to Spoken Language. Dalam <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:518098/FULLTEXT01.pdf>
- Nurjanah, Nunuy & Widyastuti, Temmy. (2017). Ungkapan Bahasa Sunda dalam Strategi Pemasaran Kue Artis di Kota Bandung (analisis Pragmatik). *Prosiding Konferensi Internasional Ikatan Dosen Budaya Daerah Indonesia (IKADBUDI 2017): Penguatan Budaya Lokal sebagai Peneguh Multikulturalisme melalui Toleransi Budaya*.
- Redaktur Kompas. (2017). Pemertahanan dan Kontribusi Budaya Ditinggalkan. *Kompas edisi 20 Desember 2017*.
- Fitriani, L., Dkk., “Penggunaan Bahasa Indonesia Dalam Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online” 2 (2023): 11–20. <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/sabda>.
- Andamisari, Dessy. “Penggunaan Status Whatsapp Sebagai Digital Marketing Warga Kecamatan Medan Satria Bekasi Di Era New Normal.” *LUGAS Jurnal Komunikasi* 5, no. 1 (2021): 66–72. <https://doi.org/10.31334/lugas.v5i1.1559>
- Dimas Tutik, Anisa, Nur Fitriani, and Elen Inderasari. “Variasi Dan Fungsi Ragam Bahasa Pada Iklan Dan Slogan Situs Belanja Online Shopee.” *Imajeri: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia* 2, no. 2 (2020): 137–48. <https://doi.org/10.22236/imajeri.v2i2.5089>.
- Fadhilah, Annisa Nur, Nur Fajriyah, Alfinatun Nikmah, Arista Salsabila Hermanto, and Amalia Balqis. “Penggunaan Bahasa Indonesia Dalam Pemasaran Digital E- Commerce : Studi Kasus Iklan Shopee,” no. 2 (2024): 1–14.