



MORPOLOHIYANG PAGSUSURI NG MGA PATALASTAS PANGMEDYA: BATAYAN SA PAGPAPAUNLAD NG KASANAYAN SA GRAMATIKANG FILIPINO

Lansangan, Jean C, Raymund L. Santiago, PhD
La Carlota City College, Negros Occidental, Philippines

Article DOI: <https://doi.org/10.36713/epra20112>
DOI No: 10.36713/epra20112

ABSTRACT

Sa kasalukuyan ang morpolohiya ng wikang ginagamit ng mga patalastas pangmedya ay nakabatay sa iba't ibang proseso ng pagbuo ng salita kaya naman ang pag-aaral na ito ay naglalayong tukuyin ang mga uri ng paraan ng pagbuo ng salita sa mga patalastas pangmedya at suriin kung paano ginagamit ang mga iyon. Ang mga datos ay kinuha sa dalawampung (20) patalastas na mapapanood o maririnig sa Facebook, Youtube, telebisyon at radyo at ibinatay sa Konsepto ng Paraan ng Pagbuo ng Salita ng dalubwika na si Yule. Ang mananaliksik ay gumamit ng pamamaraang deskriptibong kwalitatibo at Frequency Count Method. Natuklasan sa isinagawang pagsusuri, lumalabas na mula sa sampung paraan ng pagbuo ng salita (acronym, backformation, borrowing, blending, clipping, coinage, compounding, conversion, derivation, at multiple processes), borrowing ang nangunguna sa pinakamadalas na gamitin sa dalawampung (20) patalastas na sinuri, pumapangalawa ang multiple processes at pumapangatlo ang compounding, samantalang walang nakitaang backformation at acronym na nakapaloob. Batayan ang resulta ng pag-aaral, iminumungkahi na hikayatin ang mga mag-aaral na maging mapanuri sa mga patalastas na naririnig at napapanood sa iba't ibang social media platform nang sa gayon ay malinang ang kanilang kakayahan at kasanayan sa kritikal na pag-iisip at pag-unawa, ipagpatuloy ang paglinang ng mga kagamitang panturo para sa ikagagaan ng mga gawain pansilid-aralan ng mga guro, at gawing batayan ang resulta ng pag-aaral sa pagbuo ng programang pang-edukasyon.

KEYWORDS: Morpolohiya, Patalastas Pangmedya

PANIMULA

Ang mga patalastas pangmedya sa kasalukuyan ay mabilis ang pagbabago dahil sa teknolohikal na pag-unlad patungo sa digital platform. Ang iba't ibang patalastas ay madaling napapaabot sa mga media audience dahil sa digital marketing na nakikita bilang pinakamahasay at pinaka-epektibong paraan ng pag-promote at nakapagpapataas ng dami ng mga benta (Wuisan at Handra, 2023).

Sa kasalukuyan ang morpolohiya ng wikang ginagamit ng mga patalastas pangmedya ay nakabatay sa iba't ibang paraan ng pagbuo ng salita (Panggabea et al. 2023). Ang kawalan ng sapat na kaalaman sa morpolohiyang ginagamit partikular sa mga paraan ng pagbuo ng salita ay maaring humantong sa maling interpretasyon ng mga mensaheng nais ipabatid ng mga patalastas. Maaari ring makakaapekto ito sa kasanayang gramatika ng mga manonood, lalong lalo na ang mga manonood na kabilang sa larangan ng edukasyon.

Maraming pagbabago o uso sa wika sa kasalukuyan. Isang karaniwang katangian ng wika bilang daynamiko. Isang dahilan ng mananaliksik sa pag-aaral na ito ay ang pagtukoy ng kasalukuyang pagbabago at uso sa wika. Sa pamamagitan ng pag-aaral na ito matutukoy ang bagong trends sa wika at kung paano ito magagamit sa pagpapaabot ng mga kaalamang dapat

matutunan ng mga mag-aaral. Sa konteksto ng layunin ng pag-aaral na ito ay masusuri ang istrukturang morpolohikal partikular sa iba't ibang paraan ng pagbuo ng salita na ginagamit sa iba't ibang patalastas pangmedya tulad ng sa Facebook, Youtube, telebisyon, at radyo na karaniwang medyum kung saan napapanood at naririnig ang mga patalastas. Sa pamamagitan ng malalim na pagsusuri ng istrukturang morpolohikal partikular sa kung paano ang pagbuo ng salita na ginagamit ng mga patalastas magkakaroon ng mga hakbang ang guro bilang batayan sa paglilinang at pagpapaunlad ng kasanayang panggramatika ng mga mag-aaral sa Filipino.

Paglalahad ng Suliranin

Upang mas lalong maintindihan ang pag-aaral na ito, narito ang mga katanungang tatangkahing sasagutin.

1. Ano-ano ang mga patalastas pangmedyang susuriin batay sa paraan ng pagbuo ng mga salita?
2. Ano-ano ang paraan ng pagbuo ng mga salita sa mga patalastas kung susuriin batay sa iba't ibang paraan ng pagbuo ng salita?
3. Paano maaaring gamitin ang resulta ng pag-aaral na ito bilang batayan sa pagpapahusay ng kasanayan sa gramatikang Filipino?



MGA KAUGNAY NA LITERATURA AT PAG-AARAL

Mga Patalastas Pangmedya

Sa kasalukuyan nasisilabasan sa iba't ibang media platforms ang iba't ibang patalastas pangmedya tulad ng Facebook, Youtube, telebisyon at radyo. Ayon kina Panggabean et al., (2023) sa kanyang pananaliksik na Analysis of Word Formation Process in Online Advertisements, ang mga patalastas pangmedya ay gumagamit ng mga salitang nakaaagaw pansin, nagpapaliwanag, naglalarawan ng gamit ng isang produkto.

Pagsusuring Morpolohiya Batay Sa Paraan Ng Pagbuo Ng Salita

Sa patalastas gumagamit ng wika upang maipabatid ang impormasyong nais ipabatid ng prodyuser ng advertiser sa mga mamimili. Karamihan sa mga patalastas pangmedya ay kakitaan ng iba't ibang paraan ng pagbuo ng salita at pinatutunayan ito resulta ng pag-aaral ng iba't ibang mananaliksik.

Unang una ang pag-aaral na Analysis Of Word Formation Process In Online Shop's Terminologies ni Fitria (2022) na sumuri sa uri ng proseso ng pagbubuo ng mga salita sa mga termino sa online shops. Ipinapakita ng resulta ng pagsusuri na may apat (4) na uri ng paraan ng pagbuo ng salita sa online shops, katulad ng derivation, compounding, clipping, at acronym. Halos magkapareho din ang resulta ng pag-aaral na pinamagatang English Word Formation Process Of Advertisement Boards In Padang City nina Fauziyah at Saun (2018) na may layuning suriin ang uri ng proseso ng pagbubuo ng salita na ginagamit sa mga billboard na patalastas. Natuklasan ng mga mananaliksik ang blending (7%), compounding (15%), borrowing (9%), coinage (9%), initialization (11%), acronym (4%), clipping (15%), back formation (5%), inflection (11%), derivation (7%), onomatopoeia (2%), at cliticization (5%). Lumalabas na nangunguna ang compounding at clipping sa mga paraan ng pagbuo ng salita na ginamit sa mga salita para mga patalastas. Compounding at derivation naman ang nangunguna na ginamit na paraan ng pagbuo ng salita sa pag-aaral na Word Formation Processes In Print And Broadcast Advertising nina Akrap at Natali (2023) na may layuning masusing obserbahan ang mga pagbabago at inobasyon na nagaganap sa wika, partikular sa iba't ibang anyo ng patalastas, sa pamamagitan ng iba't ibang proseso ng pagbubuo ng salita. Sa pag-aaral naman na pinamagatang COVID-19 Trending Neologism and Word Formation Processes In English nina Al-Salman at Haider (2021) na may layuning siyasatin ang kalikasan ng mga bagong salitang Ingles at mga ekspresyon na lumitaw, bunga ng krisis sa COVID-19 at ang mga uri ng proseso ng pagbubuo ng salita na nag-ambag sa paglitaw ng mga neolohismong ito sa wikang Ingles lumalabas na nangunguna o may hiwalay na kategorya ang compounding at blending na uri na pagbuo ng salita. Sa isang pag-aaral naman na A Morphological Analysis of Word Formation Process Used in Mobile Application Names ni Indrian (2022) apat (4) na uri ng pagbuo ng salita ang nangunguna, ang compounding, blending, derivation, at multiple processes. Ang nasabing pag-aaral ay may layuning imbestigahan ang proseso ng pagbubuo ng salita na

matatagpuan sa mga pangalan ng mobile application sa Google Play Store sa iba't ibang kategorya. Sa pag-aaral na An Analysis Of Word Formation Processes Of Jargon Word In Online Shop to Improve Vocabulary ni Chulsum (2020) na may layuning talakayin ang uri ng proseso ng pagbubuo ng salita ng mga jargon na ginagamit sa online shop, lumalabas na nangunguna rin ang compounding na ginamit na paraan ng pagbuo ng salita at pumapangalawa ang acronym at ang clipping ang panghuli na paraan ng pagbuo ng salita. Makikita ito sa resulta ng nasabing pag-aaral, kabilang ang compounding 19%, clipping 5%, acronyms 14%, prefixes at suffixes 12%. Samantala ang pag-aaral na Word Formation Process Of Business Term In Antara ni Indrian (2022) nagpapakita na sa isang daan labimpitong (117) datos, mayroong tatlong (3) uri ng paraan ng pagbuo ng salita na natagpuan sa pananaliksik na ito tulad ng compounding (9.40%), acronym (5.98%), at derivation (84.62%). Gayunpaman, sa pananaliksik na ito, hindi natagpuan ng mananaliksik ang paraan ng pagbuo na blending at clipping. Katulad ng mga nabanggit na mga pananaliksik ang Analysis of Word Formation Process in Online Advertisements nina Panggabean et al. (2023) ay nagpapakita rin karamihan sa mga patalastas ang mga paraan ng pagbuo ng salita tulad ng tambalan (compounding), paghiram (borrowing) at derivation ay madalas o mas ginagamit upang makabuo ng mga pang-uri at pangalan ng mga patalastas. Samantala, ang mga salita na nabuo sa pamamagitan ng proseso ng coinage, acronym, at onomatopoeia ay hindi natagpuan. Compounding, borrowing, clipping at affixation na paraan ng pagbuo ng mga salita sa mga salitang gairago sa mga patalastas sa telebisyon sa bansang Hapon. Ang nabanggit na resulta ay makikita sa pananaliksik na Analysis of the Formation of Gairago in Japanese Commercial Advertisements for the 2016 - 2020 Advertising Period (Reviewed from Morphological Studies) nina Yaniar at Masrokhah (2021) na layuning alamin ang pagbubuo ng Gairago sa mga limampung (50) patalastas pangkomersyal ng Hapon na lumabas mula 2016 hanggang 2020, ang mga uri ng Gairago na ginamit sa mga patalastas na iyon, at kung anong uri ng Gairago ang pinakamaraming lumitaw sa mga patalastas sa nasabing panahon. May pagkaiba naman sa resulta ng pag-aaral na An Analysis of Word Formation Processes Found in Instagram nina Faradisa et al. (2021) na isinagawa upang tumuon sa mga proseso ng pagbuo ng salita na matatagpuan sa Instagram. Lumalabas na mayroong tatlumpu't tatlong (38) salita ng acronym, labimpitong (17) salita ng borrowing, labinlimang (15) salita ng abbreviation, limang (5) salita ng blending, dalawang (2) salita ng coinage, at isang (1) salita ng affixation mula sa kabuoang pitumpu't walong (78) datos na natagpuan.

METODOLOHIYA

Disenyo ng Pag-aaral

Ang mananaliksik ay gagamit ng kwalitatibong deskriptibong pamamaraan ng pananaliksik (Hammersly, 2013) upang masuri at matalakay ang mga posibleng paraan ng pagbuo ng mga salita sa mga patalastas pangmedya na mapapanood, makikita, o maririnig sa iba't ibang media platforms tulad ng Facebook, Youtube, telebisyon at radyo. Dagdag pa, ang pananaliksik na ito ay isinasagawa sa pamamagitan ng pangangalap, pag-uuri, pagsusuri



ng mga datos, at pagbibigay ng mga kongklusyon. Gumagamit din ang mananaliksik ng frequency count method ni Singh (2022) upang malaman ang uri ng pagbubuo ng salita na pinaka-karaniwang ginagamit

Paraan ng Pagpili ng mga Patalastas Pangmedya

1. Susuriin ng mananaliksik ang dalawampung patalastas pangmedya na gumagamit ng wikang Filipino at angkop sa mga batang mag-aaral mula sa media platforms na Facebook, Youtube, telebisyon at radyo gamit ang transcribe method.
2. Gagawa ang mananaliksik ng talahanayang gagamitin sa morpolohiyang pagsusuri ng mga patalastas pangmedya gamit ang sampung uri ng pagbuo ng salita ni Yule.
3. Ang talahanayang gagamitin sa morpolohiyang pagsusuri sa mga patalastas ay susuriin ng kwalipikadong inter-rater o tatlong (3) guro na espesyalista sa Filipino na may doktorado o masteral na antas na may lubos na alam sa morpolohiya ng mga salitang ng Wikang Filipino.

4. Gamit ang inaprubahang instrumentong talahanayan, magsasagawa na ng pagsusuri ang mananaliksik sa mga patalastas pangmedya, kung paano nabuo ang mga salita sa mga patalastas pang-medya batay sa morpolohiyang pagsusuri ng Paraan ng Pagbuo ng Salita, ano-anong uri ng word formation processes ang mas ginagamit sa mga patalastas pangmedya at kung ilang word formation processes ang ginagamit sa isang patalastas pangmedya.
5. Panghuli, pagbibigay kahulugan sa mga resulta ng datos ng pagsusuri gamit ang Frequency Count Method.

MGA RESULTA

Mga Talahanayang Pagsusuri ng Dalawampung (20) Patalastas

Makikita sa sumusunod na talahanayan ang kategorya, dalas at rango ng mga estratehiya sa pagbuo ng salita ng isangdaan dalawampu't anim (126) na datos na sinuri mula sa dalawampung (20) patalastas pangmedya.

Talahanayan 1. Pagsusuri sa mga Patalastas Batay sa Paraan ng Pagbuo ng Salitang Acronym

Patalastas Pangmedya	Paraan ng Pagbuo ng Salita	Kadalasan	Ranggo
wala	Acronym	0	0
Kabuoan		0	

Talahanayan 2. Pagsusuri ng mga Patalastas Batay sa Paraan ng Pagbuo ng Salitang Backformation

Patalastas Pangmedya	Paraan ng Pagbuo ng Salita	Kadalasan	Ranggo
wala	backformation	0	0
Kabuoan		0	

Talahanayan 3. Pagsusuri ng mga Patalastas Batay sa Paraan ng Pagbuo ng Salitang Borrowing

Patalatas Pangmedya	Paraan ng Pagbuo ng Salita	Kadalasan	Ranggo
P1	Borrowing	7	3.5
P2	Borrowing	3	10.5
P3	Borrowing	9	2
P5	Borrowing	2	13
P6	Borrowing	3	10.5
P7	Borrowing	3	10.5
P11	Borrowing	5	6.5
P12	Borrowing	4	8
P14	Borrowing	11	1
P15	Borrowing	1	14
P16	Borrowing	3	10.5
P18	Borrowing	7	3.5
P19	Borrowing	5	6.5
P20	Borrowing	6	5
Kabuoan		73	

Talahanayan 4. Pagsusuri ng mga Patalastas Batay sa Paraan ng Pagbuo ng Salitang Blending



Patalastas Pangmedya	Paraan ng Pagbuo ng Salita	Kadalasan	Ranggo
P13	Blending	1	1
Kabuoan		1	1

Talahanayan 5. Pagsusuri ng mga Patalastas Batay sa Paraan ng Pagbuo ng Salitang Clipping

Patalastas Pangmedya	Paraan ng Pagbuo ng Salita	Kadalasan	Ranggo
P1	Clipping	1	2
P8	Clipping	1	2
P9	Clipping	1	2
Kabuoan		3	

Talahanayan 6. Pagsusuri ng mga patalastas batay sa paraan ng pagbuo ng salitang Coinage

Patalastas Pangmedya	Paraan ng Pagbuo ng Salita	Kadalasan	Ranggo
P2	Coinage	2	1.5
P13	Coinage	2	1.5
Kabuoan		4	

Talahanayan 7. Pagsusuri ng mga Patalastas Batay sa Paraan ng Pagbuo ng Salitang Compounding

Patalastas Pangmedya	Paraan ng Pagbuo ng Salita	Kadalasan	Ranggo
P3	Compounding	1	6
P5	Compounding	2	2.5
P7	Compounding	1	6
P10	Compounding	3	1
P12	Compounding	1	6
P13	Compounding	2	2.5
P14	Compounding	1	6
P16	Compounding	1	6
Kabuoan		12	

Talahanayan 8. Pagsusuri ng mga Patalastas Batay sa Paraan ng Pagbuo ng Salitang Conversion

Patalastas Pangmedya	Paraan ng Pagbuo ng Salita	Kadalasan	Ranggo
P12	Conversion	1	1
Kabuoan		1	

Talahanayan 9. Pagsusuri ng mga Patalastas Batay sa Paraan ng Pagbuo ng Salitang Derivation

Patalastas Pangmedya	Paraan ng Pagbuo ng Salita	Kadalasan	Ranggo
P3	Derivation	1	4.5
P5	Derivation	1	4.5
P11	Derivation	1	4.5
P15	Derivation	1	4.5
P18	Derivation	1	4.5
P19	Derivation	2	1
P20	Derivation	1	4.5
Kabuoan		8	



Talahanayan 10. Pagsusuri ng mga Patalastas Batay sa Paraan ng Pagbuo ng Salitang Multiple Processes

Patalastas Pangmedya	Paraan ng Pagbuo ng Salita	Kadalasan	Ranggo
P1	Multiple-Processes	2	5.5
P4	Multiple-Processes	2	5.5
P5	Multiple-Processes	3	1
P6	Multiple-Processes	2	5.5
P7	Multiple-Processes	1	12
P8	Multiple-Processes	2	5.5
P9	Multiple-Processes	2	5.5
P10	Multiple-Processes	2	5.5
P13	Multiple-Processes	1	12
P14	Multiple-Processes	1	12
P15	Multiple-Processes	1	2
P17	Multiple-Processes	2	5.5
P18	Multiple-Processes	2	5.5
P20	Multiple-Processes	1	12
Kabuoan		24	

Talahanayan 11. Buod ng Pagsusuri ng mga Patalastas Pangmedya Batay sa Iba't ibang Paraan ng Pagbuo ng mga Salita Bilang Kasangkapan ng Pagsusuri

Patalastas	Paraan ng Pagbuo ng mga Salita	Kadalasan	Ranggo
wala	Acronym	0	9.5
wala	Backformation	0	9.5
P1(7), P2(3),P3(9), P5(2),P6(3), P7(3), P9(4), P11(5),P12(4), P14(11), P15(1), P16(3), P18(7), P19(5), P20(6)	Borrowing	73	1
P13(1)	Blending	1	7.5
P1(1),P8(1),P9(1)	Clipping	3	6
P2(2),P13(2)	Coinage	4	5
P2(2),P13(2)	Coinage	4	5
P3(1),P5(2),P7(1),P10(3), P12(1), P13(2), P14(1),P16(1)	Compounding	12	3
P12(1)	Conversion	1	7.5
P3(1), P5(1),P11(1),P15(1), P18(1),P19(2),P20(1)	Derivation	8	4
P1(2), P4(2), P5(3), P6(2), P7(1), P8(2), P9(2), P10(2), P13(1), P14(1),P15(1),P17(2), P18(2), P20(1)	Multiple Processes	24	2
Kabuoan		126	10

PAGTATALAKAY

Sa kabuoan, isandaan dalawapu't anim (126) na salita ang naitala batay sa pagsusuri at pinangkat sa sampung (10) paran ng pagbuo ng salita na acronym, backformation, borrowing, blending, clipping, coinage, compounding, conversion, derivation at multiple processes.

Ang acronym at backformation ay walang naitalang kadalasan, maaaring hindi ito praktikal o angkop para sa paraan ng pagbuo ng salita sa paghatid ng mensahe sa mga patalastas sa mga sinuring patalastas pangmedyang sinuri.

Ang borrowing ay may pitumpo't tatlong (73) na kadalasan, indikasyon na paraan ng pagbuo ng salitang ito ang pinakamadalas na ginagamit sa mga patalastas pangmedya. Ipinapakita nito na karaniwang humihiram ng mga salita mula sa ibang wika, lalo na sa Ingles, ang mga patalastas na ito, isang pahiwatig na malaki ang impluwensya ng dayuhang wika sa lokal na komunikasyon sa mga komersyal.

Ang blending ay may isa kadalasang salitang naitala, nangangahulugang napakabihira ang prosesong ito sa mga patalastas na sinuri. Ang paghalong bahagi ng dalawang salita (blending) ay bihirang makita, na maaaring dahil sa pagiging mas



kilala at madaling maunawaan ng ibang proseso ng pagbuo ng salita.

Ang clipping na paraan ng pagbuo ng salita ay nakapagtala ng tatlong kadalasan. Ang nabanggit na resulta ng pagsusuri ay isang mababang bilang na nagpapakita na bihira ang pagpapaikli ng mga salita sa mga patalastas. Sa pagkakataong ito, mas pinipili ng mga patalastas ang buo o mas pormal na anyo ng mga salita kaysa sa pinaikli o colloquial na anyo sa mga sinuring patalastas.

Ang coinage na paraan ng pagbuo ng salita na ang paggamit ay may apat na kadalasan lamang na apat na nangangahulugan na hindi kasing dalas na ginagamit ang mga bagong likhang salita o brand names sa mga patalastas pangmedya. Maaaring mas pinipili ng mga manlilikha ng patalastas ang mga salitang kilala na sa publiko kaysa sa paggamit ng mga ganap na bagong likha.

Ang kadalasang salitang naitala sa compounding ay labindalawa (12). Nangangahulugan ito na mahalaga rin ang pagsasanib ng dalawang salita upang makabuo ng bagong kahulugan. Sa konteksto ng patalastas, ang mga compound words ay epektibong ginagamit upang magbigay ng malinaw at tiyak na mensahe sa mga mamimili.

Napakabihira naman ang paggamit ng conversion o ang pagbabago ng function ng isang salita sa mga patalastas sa mga patalastas pangmedyang sinuri dahil mayroon lamang itong isang kadalasan, maaaring dahil sa pagiging mas kilala at madaling maunawaan ng ibang proseso ng pagbuo ng salita.

Ang derivation na paraan ng pagbuo ng salita ay may hindi kalakihang kontribusyon dahil sa may walong kadalasan lamang ito sa isandaan dalawampu't anim (126) na salitang sinuri, ngunit mahalaga pa rin sa pagbuo ng mga bagong salita mula sa mga umiiral nang salitang ugat. Ang mga patalastas ay gumagamit ng derivation upang magdagdag ng mga affix na nagbibigay ng bagong kahulugan sa mga salitang ginagamit.

Ang multiple processes bilang paraan ng pagbuo ng salita ay may dalawampu't apat (24) na kadalasang naitala. Nagpapakita na marami sa mga salitang ginagamit sa mga patalastas pangmedyang sinuri ay dumaan sa higit sa isang proseso ng pagbuo ng salita, tulad ng kombinasyon ng derivation, compounding at borrowing. Ang ganitong uri ng pagbuo ng salita ay nagpapakita ng pagiging malikhain at pagiging maliksi ng wika sa konteksto ng patalastas upang maging mas madaling matandaan at epektibo sa mga manonood.

KONKLUSYON

Ang mananaliksik ay nakabuo ng mga sumusunod na konklusyon batay sa kanyang natuklasan sa pananaliksik.

1. Ang patalastas na sinuri ay dalawampung (20) patalastas na kinuha o sinipi mula sa Facebook, Youtube, radyo at telebisyon. Ang mga patalastas pangmedya ay may layuning makabuo ng mga salitang epektibo at nakakaagaw pansin sa mga manonood.

2. Samakatwid, batay sa pagsusuring isinagawa sa dalawampung (20) patalastas na ang mga paraan ng pagbuo ng mga salitang nakapaloob ay pinangungunahan ng paraan ng pagbuo ng salitang borrowing, sinundan naman ito ng multiple processes, at compounding. Samantalang ang derivation naman ang pumapang-apat at ang panlima naman ay ang coinage. Ang acronym at backformation naman ay nakitang hindi ginagamit sa dalawampung patalastas na sinuri.

3. Batay sa kinalabasan ng pananaliksik, maliwanag na ang borrowing ay ang nangungunang pinakagamit na paraan ng pagbuo ng salita sa mga patalastas pangmedya. Indikasyon lamang ito na ang wika ay daynamiko at buhay at kailangang patuloy sa pag-angkop sa mga makabago o nauusong trend sa wika. Malaking epekto ang impluwensya ng mga banyagang wika, lalo na ang Ingles sa pagbabago ng ating wika, kaya't mas epektibong gamitin ang borrowing na paraan ng pagbuo ng salita sa paggawa ng mga mga Kagamitang Pampagtuturong Ginagamit sa mga Asignaturang Filipino o di kaya'y pagbuo ng mga supplemental learning resource (SLR) sa pagpapaunlad ng kasanayang panggramatika.

REKOMENDASYON

Batayang sanggunian ang mga resultang natuklasan at konklusyon narito ang mga sumusunod na rekomendasyon na maaaring gawin ng mga gagamit o makikinabang ng resulta ng pag-aaral na ito:

1. Iminumungkahing hikayatin ang mga mag-aaral ay magiging mapanuri sa mga patalastas na naririnig at napapanood sa iba't ibang social media platforms, nang sa gayon ay malinang ang kanilang kakayahan at kasanayan sa kritikal na pag-iisip at pag-unawa.
2. Inirekomenda ang pag-aaral sa impluwensya ng pagsasalang-wika sa patalastas upang tuklasin ang gampanin ng pagsasalang-wika sa mga patalastas pangmedya, lalong lalo na kung paano naaapektuhan ng salin ang kahulugan at epekto ng mga impormasyon sa mga manonood o tagapakinig ng mga patalastas sa iba't ibang medya platforms. Ganoon din pag-aralan kung paano nakakaapekto ang borrowing ng mga salita sa lokal na kultura at wika.
3. Ipagpatuloy ang paglinang ng mga kagamitang panturo para sa ikagagaan ng mga gawaing pansilid-aralan ng mga guro.
4. Gawing batayan ang resulta ng pag-aaral sa pagbuo ng programang pang-edukasyon sa pagpapaunlad ng mga programang pang-edukasyon na nagnanais na palakasin ang kasanayang panggramatika ng mga mag-aaral.

TALAAAN NG MGA SANGGUNIAN

1. Akrap, N. (2023). *Word Formation Processes In Print And Broadcast Advertising* (Doctoral dissertation, University of Split. Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Split. Department of English Language and Literature).
2. Aronoff, M., Fudeman, K. (2022). *What is Morphology?*. United Kingdom: Wiley. Bauer, L. (2006). *Word Formation*. In K. Brown (Ed.), *Encyclopedia of Language & Linguistics* (Second Edition) (pp. 632-633). Elsevier.



3. Chulsum, I. P. H. (2020). *An Analysis Of Word Formation Processes Of Jargon Word In Online Shopto Improve Vocabulary* (Doctoral dissertation, State Islamic University).
4. Faradisa, A., Aziz, Z. A., & Yasin, B. (2019). *An analysis of word formation processes found in Instagram*. *Research in English and Education Journal*, 4(2), 52-64.
5. Fauziyah, F., & Saun, S. (2018). *English Word Formation Process of Advertisement Boards in Padang City*. *English Language and Literature*, 7(1).
6. Fitria, T. N. (2022). *Analysis of Word Formation Process in Online Shop's Terminologies*. *Kajian Linguistik Dan Sastra*, 7(2), 176-189.
7. Hammersly, M. (2013). *What is Qualitative Research?* Bloomsbury Academic, London
8. Indrian, R. D. (2022). *A morphological analysis of word formation process used in mobile application names*. *Indonesian Journal of English Language Studies (IJELS)*, 8(2), 52-61.
9. Panggabean, F. O., Deliana, D., & Nasution, E. H. (2023). *Analysis Of Word Formation Process in Online Advertisements*. *RADIANT: Journal of Applied, Social, and Education Studies*, 4(1), 53-63.
10. Saleh, A. S. (2021). *COVID-19 trending neologisms and word formation processes in English*. *Russian Journal of Linguistics*, 25(1), 24-42.
11. Sari, W. (2021). *Word Formation Process of Business Term in Antara News Website Website* (Doctoral dissertation, Universitas Pasir pengaraian).
12. Wuisan, D. S., & Handra, T. (2023). *Maximizing online marketing strategy with digital advertising*. *Startuppreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 2(1), 22-30.
13. Yaniar, E. S., & Masrokhah, Y. (2021, May). *Analysis of the formation of Gairaigo in Japanese commercial advertisements for the 2016-2020 advertising period (reviewed from morphological studies)*. In *1st Annual International Conference on Natural and Social Science Education (ICNSSE 2020)* (pp. 90-96). Atlantis Press.
14. Yule, G. (2010). *The Study of Language 4th Edition*. Cambridge University Press.