



INTISARI

Fake news yang menyebar di media sosial mengenai Covid-19 menyumbang cukup banyak istilah neologisme dalam bahasa Prancis. Kebebasan beropini dan berekspresi membuat masyarakat menjadi lebih kreatif dalam mengutarakan maksudnya. Hal ini semakin menyebar dan masif penggunaannya sebab pengaruh media sosial yang, di masa ini, sangat berperan penting dalam kehidupan sehari-hari. Fenomena ini menarik untuk dikaji mengingat perbendaharaan kosa kata bahasa Prancis meningkat dengan adanya kejadian tersebut. Karya tulis ini bermaksud untuk menganalisis jenis-jenis neologisme bahasa Prancis dalam *fake news* yang beredar di media sosial mengenai Covid-19 serta proses pelibatan kata tersebut secara morfologi. Lalu, penulis memformulasikan dua pertanyaan penelitian. Pertama adalah jenis-jenis neologisme bahasa Prancis yang terdapat dalam fake news Covid-19 dalam media sosial di Prancis. Kedua adalah proses pembentukan serta makna neologismenya. Data penelitian ini diambil dari *posting-an* dan *cuitan* online masyarakat melalui beberapa sosial media, seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan Telegram selama masa pandemi di awal tahun 2019. Data yang terkumpul adalah dua puluh istilah neologisme. Setelah itu, data tersebut dianalisis dan dikategorikan sesuai dengan hasilnya. Penulis memakai teori neologisme dan morfologi untuk mengkaji pertanyaan penelitian. Hasilnya, riset ini menunjukkan bahwa ada tiga jenis neologisme dalam data tersebut dan telah melalui enam proses morfologi. Jenis neologisme yang mendominasi adalah La Néologie Syntaxique. Proses morfologi yang memimpin adalah La Composition. Imbasnya, beberapa kata mengalami pergeseran makna dari makna sebelumnya.

Kata kunci: Fake news, kata, istilah, neologisme, morfologi

ABSTRACT

Fake news that spread on social media about Covid-19 contributed to quite a few neologisms in French. The freedom of opinion and expression has made people more creative in expressing their intentions. This is increasingly spreading and massively used because of the influence of social media which, at this time, plays a very important role in everyday life. This phenomenon is interesting to study since the vocabulary of the French language increases with these occurrences. This paper aims to analyze the types of French neologisms in fake news circulating on social media regarding Covid-19 as well as the morphological involvement process of the word. Then, the author formulates two research questions. First, the types of French neologisms found in Covid-19 fake news on social media in France. Second, the formation process and the meaning of the neologisms. The data for this study were taken from online postings and tweets through several social media, such as Facebook, Twitter, Instagram, and Telegram during the pandemic in early 2019. The data collected were twenty neologism terms. After that, the data was analyzed and categorized according to the results. The author uses neologism and morphology theories to examine the research questions. As a result, this research shows that there are three types of neologisms in the data, and they have gone through six morphological processes. The dominating type of neologism is La Néologie Syntaxique. The leading morphological process is La Composition. As a result, some words experience a shift in meaning from their previous meaning.

Keywords: Fake news, words, terms, neologisms, morphology

EXTRAIT

Les fake news qui se sont diffusées sur les médias sociaux à propos de Covid-19 ont contribué à la création d'un certain nombre de néologismes en français. La liberté d'opinion et d'expression a permis aux gens d'exprimer leurs pensées de manière plus créative. Celle-ci se développe de plus en plus et est massivement utilisée en raison de l'influence des médias sociaux qui, à présent, jouent un rôle très important dans la vie de tous les jours. Ce phénomène est intéressant à étudier car le vocabulaire de la langue française augmente avec ces occurrences. Cet article vise à analyser les types de néologismes français dans les fake news circulant sur les médias sociaux concernant Covid-19 ainsi que le processus d'implication morphologique du mot. L'auteur pose ensuite deux questions de recherche. Premièrement, les types de néologismes français trouvés dans les fake news Covid-19 sur les médias sociaux en France. Deuxièmement, le processus de formation et la signification des néologismes. Les données de cette étude ont été tirées de publicités en ligne et de tweets par le canal de plusieurs médias sociaux, tels que Facebook, Twitter, Instagram et Telegram pendant la pandémie au début de l'année 2019. Les données collectées étaient vingt termes de néologismes. Les données ont ensuite été analysées et classées en fonction des résultats. L'auteur utilise les théories du néologisme et de la morphologie pour examiner les questions de recherche. En conséquence, cette recherche montre qu'il existe trois types de néologismes dans les données et qu'ils ont connu six processus morphologiques. Le type de néologisme dominant est La Néologie Syntaxique. Le processus morphologique le plus important est La Composition. En résultat, certains mots changent de sens par rapport à leur sens antérieur.

Mots-clés : Fake news, mots, termes, néologismes, morphologie