

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Setiap daerah memiliki ciri khas dalam penggunaan bahasa, terutama bahasa nasional yaitu bahasa Indonesia. Bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional diwajibkan diketahui dan digunakan oleh seluruh penduduk Indonesia namun, tidak semua orang dapat menguasainya dengan baik. Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi penggunaan bahasa di suatu wilayah, antara lain faktor pariwisata. Misalnya, daerah yang sering dikunjungi wisatawan asing akan mempengaruhi penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa daerah oleh pengaruh bahasa asing yang dibawa oleh para wisatawan tersebut. Faktor lainnya adalah tingginya penggunaan media sosial, di mana banyak daerah yang awalnya hanya menggunakan satu bahasa kemudian terpengaruh oleh bahasa-bahasa slang yang populer di media sosial. Selain itu, faktor lingkungan seperti tingkat pendidikan masyarakat, jenis pekerjaan, dan faktor lainnya juga dapat mempengaruhi penggunaan bahasa.

Tanda-tanda bahasa yang terlihat di ruang publik, seperti papan iklan, spanduk, merek dagang, nama jalan, dan sejenisnya, dapat mencerminkan keadaan penggunaan bahasa oleh masyarakat dalam suatu wilayah. Bahasa yang digunakan di ruang publik biasanya mengikuti kondisi bahasa yang umum digunakan di wilayah tersebut secara alami. Dalam Kabupaten Langkat, penggunaan bahasa dalam ruang publik semakin beragam seiring dengan meningkatnya pariwisata di daerah tersebut. Hal ini terjadi karena sistem ekonomi yang terkait dengan sektor

pariwisata, yang mengharuskan adaptasi bahasa yang digunakan di ruang publik untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Beberapa peneliti telah mengkonfirmasi bahwa alasan ekonomi menjadi faktor yang dominan dalam penggunaan bahasa asing, terutama bahasa Inggris, dibandingkan dengan bahasa Indonesia atau bahasa daerah (Wulansari, 2019: 421).

Berdasarkan observasi yang ditemukan di lapangan (kabupaten Langkat), bahasa yang digunakan pada merek dagang mendominasi bahasa yang digunakan di ruang publik selain nama jalan, papan iklan dan sepanduk. Selain bahasa yang digunakan beragam, kaidah penulisannya juga bervariasi. Beberapa data yang ditemukan di lapangan seperti berikut :

1. Menggunakan bahasa Indonesia namun dengan kaidah bahasa Inggris.

Contoh : Agam Ponsel

Kata “Agam” yang berarti nama seseorang (manusia/pemilik toko) dan kata “ponsel” berarti telepon seluler atau gawai. Sehingga maksud dari nama merek dagang tersebut adalah toko telepon seluler Agam. Berdasarkan kaidah bahasa Indonesia nama merek dagang tersebut seharusnya “ Ponsel Agam”

2. Menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris namun dengan kaidah bahasa Indonesia

Contoh : Taman Selfie

“taman” berarti tempat/kebun yang ditanami dengan bunga-bunga dan sebagainya. sementara “selfie” merupakan bahasa Inggris yang berarti mengambil foto wajah sendiri melalui kamera gawai. Jika menggunakan

bahas Indonesia yang baik dan benar dapat mengubah merek dagang tersebut menjadi “ Taman berfoto”

3. Menggunakan bahasa Daerah dan bahasa Inggris namun menggunakan kaidah bahasa Inggris.

Contoh : Mejuah-juah Coffee

Kata “mejuah-juah” merupakan bahasa daerah suku Karo yang berarti salam, sementara “caffee” merupakan bahasa Inggris yang berarti tempat minum kopi/minuman lainnya. Jika diubah kedalam bahasa Indonesia yang baik dan benar maka nama merek dagang tersebut menjadi “ kafe mejuah-juah”

Contoh-contoh di atas merupakan sebagian dari fakta yang ada di kabupaten Langkat khususnya di daerah pariwisata . Penggunaan bahasa asing atau kaidah bahasa asing yang bercampur dengan bahasa Indonesia atau bahasa daerah pada merek dagang merefleksikan kondisi bahasa yang digunakan oleh masyarakat di kabupaten Langkat. Sementara itu di daerah non pariwisata masih banyak merek dagang yang menggunakan bahasa daerah saja atau bahasa Indonesia saja. Beberapa contoh yang ditemukan di lapangan di antaranya sebagai berikut :

1. Menggunakan bahasa daerah

Contoh : Kede Kopi kanam-kanam (bahasa Karo)

2. Menggunakan bahasa Indonesia

Contoh : warung makan sederhana

Sikap masyarakat terhadap bahasa Indonesia di daerah pariwisata dengan daerah non pariwisata memiliki perbedaan. Tidak hanya faktor wisata, seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa faktor lingkungan dan media sosial juga sangat mempengaruhi sikap bahasa sebuah kelompok masyarakat.

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia mengatur penggunaan bahasa Indonesia di ranah publik di Indonesia. Pasal 33 ayat 1 menyatakan, "Bahasa Indonesia wajib digunakan pada nama bangunan atau gedung, apartemen atau permukiman, perkantoran, dan kompleks perdagangan yang didirikan atau dimiliki oleh warga negara Indonesia atau badan hukum Indonesia." Selanjutnya, pada pasal 33 ayat 2 disebutkan, "Bangunan atau gedung, apartemen atau permukiman, perkantoran, dan kompleks perdagangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi: perhotelan; penginapan; bandar udara; pelabuhan; terminal; stasiun; pabrik; menara; monumen; waduk; bendungan; bendung; terowongan; tempat usaha; tempat pertemuan umum; tempat hiburan; tempat pertunjukan; kompleks olahraga; stadion olahraga; rumah sakit; perumahan; rumah susun; kompleks permakaman; dan/atau bangunan atau gedung lain".

Sebagaimana yang telah ditentukan dalam peraturan presiden tersebut, "bahasa Indonesia wajib digunakan di ranah publik." Namun, terdapat pengecualian atau pembolehan penggunaan bahasa lain, seperti "bahasa daerah" dan "bahasa asing," sebagaimana diatur dalam pasal 33 ayat 3 yang berbunyi, "Dalam hal bangunan atau gedung, apartemen atau permukiman, perkantoran, dan kompleks perdagangan memiliki nilai sejarah, budaya, adat istiadat, dan/atau

keagamaan, maka nama geografi dapat menggunakan 'Bahasa Daerah' atau 'Bahasa Asing' ".

Kabupaten Langkat, yang menjadi subjek penelitian ini, terletak di provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Berdasarkan informasi yang terdapat di laman resmi pemerintahan kabupaten Langkat, populasi penduduknya pada tahun 2020 mencapai 1.030.202 jiwa. Kabupaten ini terdiri dari 23 kecamatan dan memiliki luas wilayah sebesar 6.273,29 km<sup>2</sup>. Saat ini, beberapa wilayah di kabupaten Langkat telah menjadi tujuan pariwisata yang populer bagi wisatawan lokal maupun internasional. Beberapa contoh wilayah dengan objek wisata di kabupaten Langkat termasuk desa Telagah, desa Rumah Galuh, desa Namu Ukur, Tangkahan, Bukit Lawang dan Kuala. Namun, terdapat juga wilayah-wilayah di kabupaten Langkat yang belum memiliki objek wisata sehingga bahasa yang digunakan di wilayah-wilayah tersebut belum terpengaruh oleh bahasa-bahasa yang dibawa oleh wisatawan, terutama di wilayah-wilayah dengan tingkat kunjungan wisata yang tinggi.

Penelitian ini akan menginvestigasi bagaimana bahasa digunakan di "ruang publik" antara daerah wisata dan daerah biasa, serta akan menganalisis penggunaan bahasa Indonesia di wilayah tersebut. Dengan pemahaman ini, akan terbentuk wawasan yang lebih komprehensif mengenai kondisi bahasa yang digunakan oleh "masyarakat setempat". Untuk mencapai hal ini, penelitian ini akan mengadopsi kerangka teoritis "lanskap linguistik" berdasarkan model Landry & Bourhis (1997). Meskipun sebelumnya telah dilakukan beberapa penelitian yang menggunakan teori Landry & Bourhis (1997) dalam konteks lanskap

linguistik, penelitian ini memiliki objek dan tujuan yang berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya.

Salah satu penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah studi yang dilakukan oleh Zaman (2021) dengan judul "Lanskap Linguistik Kawasan Kota Tua Jakarta: Kajian Sikap Bahasa". Penelitian ini mengungkapkan bahwa sikap bahasa di kawasan Kota Tua Jakarta telah menunjukkan sikap yang positif terhadap bahasa Indonesia, terutama dalam hal penamaan museum-museum di kawasan tersebut yang semuanya menggunakan bahasa Indonesia. Namun, terdapat sikap yang kurang positif terlihat dari penggunaan bahasa pada papan petunjuk/fasilitas umum dan papan informasi yang masih menggunakan bahasa asing. Penelitian ini memberikan pemahaman tentang bagaimana sikap bahasa di wilayah tersebut melalui tulisan-tulisan yang digunakan di Kota Tua Jakarta. Meskipun penelitian tersebut menggunakan objek kajian wisata sejarah dan hanya fokus pada sikap bahasa di wilayah tersebut, penelitian ini memiliki objek kajian yang lebih luas, meliputi tempat umum lainnya yang akan dibandingkan untuk melihat perbedaannya. Selain itu, penelitian ini juga melihat kondisi bahasa, fungsi bahasa, dan kaidah bahasa di wilayah tersebut, tidak hanya sebatas sikap bahasa.

Salah satu penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Wulansari (2019) berjudul "Linguistik Lanskap Di Bali: Tanda Multilingual Dalam Papan Nama Ruang Publik". Menurut data hasil penelitian tersebut, Bahasa Inggris merupakan bahasa yang paling umum digunakan dalam papan nama di pulau Bali, diikuti oleh Bahasa Indonesia, aksara

Bali, dan aksara Cina. Meskipun objek kajian penelitian Wulansari berbeda dengan penelitian ini, yaitu fokus pada tanda multilingual dalam papan nama ruang publik di Bali, penelitian ini juga memiliki perbedaan dalam tujuan penelitian. Penelitian ini tidak hanya mempelajari kondisi bahasa di suatu wilayah, tetapi juga melibatkan aspek-aspek lain seperti fungsi bahasa dan kaidah bahasa.

Penelitian terkait yang dilakukan oleh Astutik (2022) berjudul "Penggunaan Bahasa Di Ruang Publik Kota Lamongan Sebagai Kota Adipura (Kajian Linguistik Lanskap)" menyajikan temuan data yang menarik. Dalam penelitian tersebut, ditemukan beberapa pola penggunaan bahasa, antara lain: (1) Penggunaan bahasa dalam penamaan warung makan, spanduk, gedung, bangunan, dan kelompok masyarakat dengan menggunakan unsur kata "kota adipura" yang menggambarkan kebersihan dan keindahan; (2) Penggunaan bahasa Indonesia dalam memberikan informasi kepada masyarakat umum; (3) Penggunaan bahasa daerah dalam memberikan informasi kepada masyarakat umum; (4) Penggunaan bahasa asing dalam memberikan informasi kepada masyarakat umum; (5) Penggunaan bahasa dalam memberikan perintah kepada masyarakat umum untuk menjaga kebersihan lingkungan sekitar; dan (6) Penggunaan badan secara simbolik dalam penamaan tempat. Penelitian ini menekankan analisis terhadap fungsi simbolik dan fungsi informasi dalam kerangka teori kajian lanskap linguistik.

Penelitian terkait yang dilakukan oleh Sari (2021) berjudul "Penamaan Toko Di Sidoarjo Kota: Kajian Lanskap Linguistik" menyajikan beberapa temuan

data penting. Dalam penelitian tersebut, dijelaskan deskripsi mengenai lanskap linguistik dalam penamaan toko di Sidoarjo Kota, termasuk pola monolingual, bilingual, dan multilingual yang digunakan. Selain itu, juga diungkap deskripsi mengenai pola sintaksis frasa dalam penamaan toko serta fungsi lanskap linguistik dalam penamaan toko di Sidoarjo Kota. Meskipun penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian ini dalam hal objek kajian yang sama, yaitu toko atau merek dagang, terdapat perbedaan pada lokasi geografis wilayah penelitian dan bahasa daerah yang digunakan.

Penelitian terkait yang dilakukan oleh Sahril dkk. (2019) berjudul "Lanskap Linguistik Kota Medan: Kajian Onomastika, Semiotika, Dan Spasial" menggambarkan fenomena lanskap linguistik di Kota Medan melalui kategori onomastika, semiotika, dan spasial. Temuan data dalam penelitian ini mengindikasikan dominasi penggunaan bahasa asing dalam lanskap di Kota Medan, dengan Bahasa Indonesia tidak lagi menjadi penguasa tunggal dalam wilayah tersebut. Penelitian ini juga menemukan variasi dalam aspek onomastika, semiotika, dan spasial dalam lanskap linguistik Kota Medan. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Sahril dkk. terletak pada lokasi geografis wilayah penelitian, serta penelitian ini juga melibatkan penelitian tentang fungsi bahasa yang tidak dilakukan dalam penelitian Sahril dkk.

Penelitian ini menarik dilakukan di Kabupaten Langkat karena berbagai faktor seperti kunjungan wisatawan, pengaruh media sosial, dan lainnya telah mempengaruhi bahasa di daerah tersebut. Kabupaten Langkat juga memiliki keberagaman bahasa daerah, termasuk Bahasa Batak Karo, Bahasa Jawa, dan

Bahasa Melayu. Dengan melakukan penelitian ini, kita dapat memahami kondisi bahasa Indonesia dan kaidah tata bahasanya di Kabupaten Langkat. Hal ini juga memberikan wawasan tentang perkembangan bahasa Indonesia di masa depan. Penelitian ini akan memfokuskan pada merek dagang yang terdapat di beberapa kecamatan di Kabupaten Langkat. Hal ini disebabkan oleh keberagaman jenis toko dan warung yang ada di daerah tersebut, baik di area wisata maupun di luar area wisata. Oleh karena itu, judul yang sesuai untuk penelitian ini adalah "Kajian Lanskap Linguistik Merek Dagang di Kabupaten Langkat".

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penggunaan bahasa asing pada merek dagang di kabupaten Langkat
2. Penggunaan bahasa Indonesia dengan kaidah bahasa asing pada merek dagang di kabupaten Langkat
3. Pencampuran bahasa daerah dengan bahasa asing menggunakan kaidah bahasa Indonesia pada merek dagang di kabupaten Langkat
4. Pencampuran bahasa daerah dengan bahasa asing menggunakan kaidah bahasa asing pada merek dagang di kabupaten Langkat
5. Perbedaan sikap masyarakat terhadap bahasa Indonesia berdasarkan kondisi daerahnya.

### **1.3 Batasan Masalah**

Penelitian ini dibatasi hanya pada merek dagang yang ada di beberapa kecamatan di kabupaten Langkat, yakni merek dagang di wilayah perkotaan, desa dan pariwisata.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana penggunaan lanskap linguistik pada merek dagang di kabupaten Langkat?
2. Bagaimana gramatika pada penamaan merek dagang di kabupaten Langkat?
3. Bagaimana fungsi lanskap linguistik yang ada pada merek dagang di kabupaten Langkat?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis penggunaan lanskap linguistik pada merek dagang di kabupaten Langkat
2. Menganalisis gramatika pada penamaan merek dagang di kabupaten Langkat
3. Menganalisis fungsi lanskap linguistik yang ada pada merek dagang di kabupaten Langkat.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah kekayaan ilmu bahasa khususnya bagi linguistik lanskap yang terbilang sebagai ilmu linguistik yang masih baru.

### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Mahasiswa, penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang bahasa Indonesia, untuk dapat mempraktikkannya dalam kegiatan sehari-hari.
- b. Bagi Masyarakat, penelitian ini diharapkan mampu menyadarkan masyarakat untuk tetap menjaga bahasa Indonesia khususnya bahasa Indonesia yang digunakan di tempat umum demi melestarikan bahasa Indonesia yang baik dan benar.