

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi membawa banyak pengaruh bagi kehidupan masyarakat, mulai dari gaya hidup, preferensi konsumen, hingga pengaruhnya bagi budaya dan bahasa lokal. Budaya asing yang masuk ke Indonesia menjadikan budaya lokal dan budaya asing bercampur. Adanya interaksi antara budaya lokal dan budaya asing menjadikan elemen budaya asing disesuaikan dengan budaya lokal. Seperti penamaan pada usaha kuliner yang menggunakan bahasa asing, hingga menu-menu mereka yang disesuaikan dengan ciri khas budaya lokal. Penamaan usaha kuliner, maupun penamaan pada menu yang bercampur dengan bahasa asing tersebut sudah sangat banyak, sehingga bisa ditemukan pada rumah makan di ruang publik terbuka, seperti di sepanjang jalan, maupun ruang publik tertutup, seperti di dalam mal.

Kuliner menjadi peranan penting untuk mewakili budaya dan identitas seseorang atau sekelompok individu, selain perannya sebagai kebutuhan manusia. Menurut Sumarlam, dkk. (2020), kuliner memiliki karakteristik tertentu dan merupakan sebuah objek budaya. Segala bentuk, rasa, cara pengolahan dan penyajiannya, kekhasan sebuah produk makanan bisa terlihat dari bahasa yang digunakan untuk penamaan produk tersebut. Masyarakat cenderung menilai bahwa budaya suatu bahasa dapat dibawa melalui kuliner. Bahasa yang digunakan di ruang publik, terutama sebagai nama usaha kuliner merepresentasikan budaya yang lebih kuat dari komunitas tertentu (Sumarlam, dkk., 2020). Semakin populer produk

kuliner tersebut, akan menunjukkan keberhasilan persepsi terhadap produk dan budaya yang dibangun. Oleh sebab itu, penting untuk menunjukkan kepada masyarakat umum bahwa bahasa juga berperan dalam memengaruhi pilihan terhadap produk kuliner tertentu. Pada masyarakat multietnis, seperti Indonesia, produk kuliner seringkali diadaptasi agar sesuai dengan selera pasar.

Penggunaan bahasa telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009, pada pasal 36 ayat 3 dan 4 menyebutkan bahwa bahasa Indonesia wajib digunakan untuk nama bangunan atau gedung, jalan, apartemen atau permukiman, perkantoran, kompleks perdagangan, merek dagang, lembaga usaha, lembaga pendidikan, organisasi yang didirikan atau dimiliki oleh warga negara Indonesia atau badan hukum Indonesia, penamaan sebagaimana dimaksud dapat menggunakan bahasa daerah atau bahasa asing apabila memiliki nilai sejarah, budaya, adat istiadat, dan/atau keagamaan. Sejalan dengan hal tersebut, aturan penggunaan bahasa tersebut dijelaskan lebih rinci pada Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia. Peraturan tersebut tertuang dalam pasal 33 dan 35 yang membahas mengenai penggunaan dan penulisan bahasa Indonesia, bahasa asing, dan bahasa daerah di ruang publik, termasuk di dalamnya peraturan untuk sebuah merek dagang. Adapun pada praktiknya, pada sektor kuliner urban, di kawasan-kawasan komersial modern seperti Sedayu City, Kelapa Gading, terjadi pergeseran orientasi. Penggunaan monolingual bahasa asing lebih dominan penggunaannya.

Penelitian Lanskap linguistik yang ditulis oleh Sari & Savitri (2021) yang membahas mengenai deskripsi Lanskap Linguistik penamaan toko di Sidoarjo Kota dan artikel berjudul Multilingualisme dan Kesetiaan Berbahasa Indonesia: Studi

Lanskap Linguistik di Ruang Publik Pamekasan, Madura, yang ditulis oleh Putikadyanto, dkk., (2024) berfokus pada kawasan kota secara umum. Adapun pada penelitian ini berfokus pada kawasan kuliner semi privat modern. Di Sedayu City, Kelapa Gading, penamaan nama usaha tidak hanya dipasang sebagai penanda, tetapi merupakan bagian dari rancangan tematik, seperti kawasan Old Shanghai. Oleh karena itu, pilihan bahasa di kawasan ini bukan sekadar alat komunikasi, melainkan strategi yang direncanakan untuk menciptakan nuansa budaya tertentu.

Landry dan Bourhis (dalam Sumarlam, dkk., 2020a) menyebutkan bahwa penelitian Lanskap Linguistik (selanjutnya disingkat LL) dapat dilakukan pada tiga jenis lokasi, yaitu teritorial, kawasan, dan daerah urban. Lokasi teritorial yang dimaksud ialah suatu bagian wilayah yang memiliki daerah hukum di suatu negara, seperti provinsi, kota atau kabupaten, kecamatan, kelurahan, hingga rukun warga. Selanjutnya, kawasan mengacu pada lokasi yang memiliki ciri tertentu, seperti kawasan industri, kawasan tempat tinggal, kawasan pertokoan, kawasan pendidikan, kawasan pendidikan, dan sebagainya. Adapun daerah urban merujuk pada hal-hal terkait dengan kota.

Kelapa Gading, Jakarta Utara merupakan sebuah wilayah strategis yang sebagian besar dihuni oleh masyarakat keturunan Tionghoa (Tania, 2023). Terletak di perbatasan Jakarta Utara dan Jakarta Timur, kawasan tersebut terdiri dari sejumlah tempat usaha kuliner, pusat perbelanjaan, dan tempat wisata lainnya yang dipadati pengunjung sekitar maupun pengunjung dari luar Jakarta Utara, maka kawasan tersebut dikenal sebagai kawasan yang tidak pernah mati (Tania, 2023).

Sedayu City, Kelapa Gading merupakan kawasan di Jakarta Timur yang berlokasi strategis, serta lingkungan berkelanjutan yang mendukung pertumbuhan

ekonomi (Josephine, 2025). Menurut Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Pemerintah Provinsi DKI Jakarta Timur tahun 2023, Jakarta Timur dikenal dengan wilayahnya yang luas, kota perbatasan, serta keberagaman penduduknya, kawasan tersebut menghadirkan dinamika sosial, ekonomi, dan budaya yang kompleks. Hal itu menjadikan LL sebagai salah satu aspek yang tepat untuk merepresentasikan dinamika tersebut. Penggunaan berbagai bahasa pada papan nama toko, spanduk iklan, rambu-rambu jalan, dan penunjuk arah berfungsi sebagai media komunikasi, cerminan identitas, kekuasaan, dan ideologi yang berlaku di kawasan tersebut.

Penelitian LL pada Sedayu City, Kelapa Gading sebagai kawasan komersial dan hunian modern di Jakarta Timur dengan penduduk, pengunjung, maupun pemilik usaha yang mempunyai latar belakang beragam akan menghasilkan orientasi bahasa yang digunakan. Sedayu City, Kelapa Gading menghadirkan destinasi wisata kuliner, budaya, dan rekreasi bergaya negeri Tiongkok, selain itu Sedayu City, Kelapa Gading menawarkan berbagai makanan khas, mulai dari Korea, Vietnam, Thailand, maupun makanan khas lokal, yaitu Indonesia dan makanan daerah Indonesia (Jannah, 2025). Berbagai macam usaha kuliner yang ditawarkan akan mengungkapkan penggunaan bahasa yang dipilih, serta pola bahasa yang diterapkan pada berbagai bentuk LL pada kawasan tersebut.

Kawasan kuliner di Sedayu City terdiri dari rumah kantor (rukan) berjajar sepanjang Jalan Sedayu Boulevard Raya, kawasan Old Shanghai, dan kawasan Gading Festival. Rukan-rukan tersebut terdiri dari usaha makanan, minuman, busana dewasa dan anak-anak, hingga pusat kebugaran. Sementara kawasan Old Shanghai dan Gading Festival terdiri dari *tenant* dari beragam usaha kuliner. Berbagai macam penggunaan bahasa pada papan nama kulinernya yang beragam di

kawasan komersial tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti penggunaan dan pola bahasa yang digunakan pada penamaan toko yang tertulis pada papan nama dan kain rentang.



Gambar 1 1 Penamaan Usaha Kuliner di Sedayu City, Kelapa Gading
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Sebagai contoh, pada gambar 1.1 merupakan penamaan usaha kuliner dengan papan nama “Dcrepes” berasal dari bahasa Inggris, “The Crepes”, maka “Dcrepes” merupakan bentuk monolingual. Penggunaan The mengalami perubahan penulisan menjadi D karena mempunyai kesamaan pelafalan. Penamaan usaha kuliner “Dcrepes” memiliki fungsi informasi mengenai jenis menu yang tersedia, berupa “Crepes”. Adapun fungsi simbolik dari penamaan tersebut ialah crepes merupakan sebuah makanan ringan khas Prancis yang memiliki tekstur renyah. Penggunaan bahasa Inggris dalam penamaannya sebagai representasi citra global, modern, dan bergaya kekinian, sehingga akan meningkatkan nilai jual.



Gambar 1 2 Penamaan Usaha Kuliner di Sedayu City, Kelapa Gading
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Contoh selanjutnya pada gambar 1.2 merupakan usaha kuliner dengan papan nama “Ikan Tude Manado” merupakan kata yang tersusun dari bahasa Indonesia dan bahasa Manado, maka termasuk bilingual. Penamaan “Ikan Tude

Manado” memiliki fungsi informasi mengenai jenis menu pada usaha kuliner Manado tersebut, yaitu Ikan Tude, yang biasa dikenal dengan ikan kembung. Adapun fungsi simboliknya ialah merepresentasikan kuliner budaya Manado dan keautentikan budaya Manado. Penggunaan bilingualnya menyimbolkan pelestarian identitas budaya lokal dan pengenalan budaya lokal ke masyarakat umum, sehingga terciptanya keautentikan budaya yang menambah nilai jual, serta terbentuknya segmentasi konsumen dari usaha kuliner tersebut.



Gambar 1.3 Penamaan Usaha Kuliner di Sedayu City, Kelapa Gading

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Berikutnya terdapat contoh pada gambar 1.3 yang berupa penamaan papan nama Gula-Gula Bakery. Toko kue tersebut menggunakan bilingual dengan mencampurkan bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris. Maka penggunaan pola bahasa pada penamaan usaha kuliner tersebut ialah bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Penamaan usaha kuliner “Gula-Gula Bakery” memiliki fungsi informasi mengenai jenis usaha kuliner, berupa toko roti, selain menyajikan olahan roti dan kue, juga menyajikan makanan manis lainnya, seperti aneka jenis permen dan agar-agar. Adapun fungsi simbolik dari penamaan tersebut ialah berupa toko roti. Penggunaan kata “Gula-Gula” sebagai representasi hidangan yang dijual pada toko roti tersebut, yang menjual berbagai makanan manis, seperti berbagai makanan penutup yang manis. Penggunaan reduplikasi bahasa Indonesia pada “Gula-Gula” memberikan kesan informalitas dan tidak kaku. Penggunaan bahasa Inggris pada

“Bakery” digunakan untuk efektivitas terminologi dalam kuliner global, juga memberikan kesan modern.

Kesenjangan antara regulasi penggunaan bahasa negara dengan kebutuhan komersial di lapangan menunjukkan adanya dinamika sosiolinguistik yang kompleks. Oleh karena itu, membedah bagaimana negosiasi identitas lokal-global tersebut diwujudkan melalui pemilihan dan pola penggunaan bahasa pada penamaan usaha kuliner di Sedayu City, Kelapa Gading, serta komodifikasi bahasa yang diwujudkan dari fungsi informasi dan fungsi simbolik penamaan usaha kuliner di Sedayu City, Kelapa Gading.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, rumusan masalah pada penelitian skripsi ini, yaitu:

- a. Bagaimana Lanskap Linguistik merefleksikan negosiasi identitas lokal-global dalam kawasan komersial melalui pemilihan dan pola penggunaan bahasa pada penamaan usaha kuliner di Sedayu City, Kelapa Gading?
- b. Bagaimana komodifikasi bahasa melalui fungsi informasi dan fungsi simbolik penamaan usaha kuliner di Sedayu City, Kelapa Gading?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengkaji secara mendalam terkait penggunaan bahasa dalam ruang publik Sedayu City, Kelapa Gading melalui pendekatan LL. Fokus dari penelitian ini diarahkan untuk melihat: (1) Lanskap Linguistik merefleksikan negosiasi identitas lokal-global dalam kawasan komersial

melalui pemilihan dan pola penggunaan bahasa pada penamaan usaha kuliner di Sedayu City, Kelapa Gading; (2) Komodifikasi bahasa melalui fungsi informasi dan fungsi simbolik penamaan usaha kuliner di Sedayu City, Kelapa Gading. Hasil yang diharapkan dari penelitian skripsi ini ialah LL merefleksikan negosiasi identitas lokal-global dalam kawasan komersial Sedayu City, Kelapa Gading, melalui fenomena kebahasaan dan pola bahasa yang digunakan, serta komodifikasi bahasa melalui fungsi informasi dan fungsi simbolik penamaan usaha kuliner di Sedayu City, Kelapa Gading, sehingga dapat disimpulkan peran bahasa bukan hanya sekadar alat komunikasi, tetapi juga menyimbolkan suatu identitas.

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka pembatasan masalah pada penelitian ini berfokus pada kajian LL di ruang publik Sedayu City, Kelapa Gading, yang akan melihat cara LL merefleksikan negosiasi identitas lokal-global dalam kawasan komersial dengan mengategorikan dan mengidentifikasi penggunaan monolingual, bilingual, dan multilingual di ruang publik Sedayu City, Kelapa Gading, serta pola penggunaan bahasa tersebut. Selanjutnya ialah komodifikasi bahasa melalui fungsi informasi dan fungsi simbolik dari penamaan usaha kuliner di Sedayu City, Kelapa Gading. Adapun objek yang diteliti adalah penamaan usaha kuliner yang tertulis pada papan nama dan kain rentang di Sedayu City, Kelapa Gading. Karena dibatasi pada penamaan usaha kuliner di luar ruang, maka penelitian tidak akan membahas mengenai tanda visual LL pada usaha kuliner di Sedayu City, Kelapa Gading.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dimiliki dari penelitian ini, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah:

- a. Menambahkan khazanah kajian linguistik, khususnya dalam teori LL.
- b. Memberikan tambahan wawasan baru terkait penggunaan bahasa di ruang publik.
- c. Memberikan informasi terbaru mengenai penggunaan LL pada kawasan komersial di Jakarta.

Adapun manfaat praktis dari penelitian ini adalah:

- a. Menambah referensi bagi peneliti, maupun untuk penelitian selanjutnya.
- b. Memberikan informasi bagi masyarakat untuk perencanaan dan pengelolaan berbagai bahasa di ruang publik sehingga terciptanya lingkungan yang inklusif.
- c. Memberikan kesadaran masyarakat akan pengaruh yang diberikan atas adanya globalisasi, serta ketertarikan masyarakat akan penggunaan bahasa asing.

1.6 Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian ini terdapat pada lokasi penelitian, objek penelitian, dan pendekatan dinamika globalisasi bahasa pada kawasan komersial. Lokasi penelitian yang digunakan ialah Sedayu City, Kelapa Gading, belum pernah dijadikan sebagai lokasi penelitian dalam kajian LL. Sebagai kawasan komersial modern di perbatasan Jakarta Timur dan Jakarta Utara yang dipenuhi usaha kuliner, Sedayu

City menjadi representasi atas keberagaman bahasa yang juga hadir pada kompleks komersial tertentu, bukan hanya pada pusat kota-kota besar.

Objek penelitian berupa usaha kuliner merupakan ruang interaksi sosial yang besar dan sangat dipengaruhi oleh strategi pemasaran dan identitas budaya. Usaha kuliner menyajikan teks yang lebih kreatif dan berinovasi, seperti nama usaha kuliner, hingga informasi yang tertera pada kain rentang yang ditampilkan pada toko. Keaslian penelitian juga terlihat dari analisis fungsi LL yang dilihat melalui komodifikasi bahasa. Banyak studi LL yang menganalisis melalui makrolinguistik, berupa kajian identitas dan kebijakan bahasa. Dalam penelitian ini, fokus penelitian pada negosiasi identitas lokal-global dalam kawasan komersial Sedayu City, Kelapa Gading.

