

PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PENGUNAAN BAHASA ASING DI RUANG PUBLIK

Nuny Sulistiany Idris¹, Undang Sudana²

Universitas Pendidikan Indonesia^{1,2}

nuny@upi.edu¹, undangsudana@upi.edu²

ABSTRAK

Penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris sering bercampur. Hal ini terekam dan terlihat jelas dalam bahasa tulis seperti pada papan informasi/reklame yang terpasang di ruang publik, misalnya spanduk, baligo, pamflet, dan papan nama. Penelitian ini mendeskripsikan penggunaan bahasa asing di ruang publik yang terdapat pada papan informasi/reklame dalam berbagai ranah di wilayah Bandung dan sekitarnya serta persepsi masyarakatnya. Data diperoleh melalui observasi dan wawancara kepada masyarakat mengenai penggunaan bahasa asing di ruang publik. Data tersebut dianalisis dengan menggunakan teori Sosiolinguistik. Hasil penelitian ini adalah (1) terdapat lima pola penggunaan bahasa yaitu: pola bahasa Indonesia-asing, asing-Indonesia, asing seluruhnya, campuran (asing-Indonesia-asing), dan bahasa Indonesia berstruktur asing; (2) pencampuran penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa asing terdapat pada ranah ekonomi (perdagangan dan promosi), transportasi, pariwisata, budaya, dan seni; (3) penggunaan bahasa Indonesia secara menyeluruh terdapat pada ranah sosial, politik, hukum, dan agama; (4) persepsi masyarakat adalah senang dan setuju sepanjang penggunaan bahasa asing itu tidak menyulitkan pembacanya.

Kata Kunci: Persepsi; Bahasa Asing; Ruang Publik; Pola Penggunaan; Ranah.

PENDAHULUAN

Bahasa sebagai alat komunikasi mempunyai fungsi sebagai media pemersatu bangsa. Bahasa suatu bangsa dapat dijadikan alat pemersatu jika semua masyarakatnya dapat menggunakan bahasa secara baik dan benar sehingga terjadi hubungan komunikasi yang dinamis, efektif, dan efisien. Penggunaan bahasa dalam suatu bangsa tidaklah mudah apalagi kalau bangsanya multibudaya dengan berbagai perbedaan, beda suku, beda budaya, beda adat, beda agama, tentunya beda pula bahasanya, seperti bangsa Indonesia. Apalagi kalau bahasa itu dijadikan bahasa internasional seperti bahasa Inggris, tentunya bahasa ini mempunyai kedudukan yang lebih tinggi dalam pergaulan internasional karena digunakan sebagai alat komunikasi antarbangsa.

Seiring dengan dinamika peradaban yang terus bergerak menuju arus globalisasi, bahasa Indonesia dihadapkan pada persoalan yang semakin rumit dan kompleks. *Pertama*, dalam hakikatnya sebagai bahasa komunikasi, bahasa Indonesia dituntut untuk bersikap luwes dan terbuka terhadap pengaruh asing. Hal ini cukup beralasan, sebab kondisi zaman yang semakin kosmopolit dalam satu pusran global dan mondial, bahasa Indonesia harus mampu menjalankan peran interaksi yang praktis antara komunikator dan komunikan. Artinya, setiap peristiwa komunikasi yang menggunakan media bahasa Indonesia harus bisa menciptakan suasana interaktif dan kondusif, sehingga mudah dipahami dan terhindar dari kemungkinan salah tafsir.

Kedua, dalam kedudukannya sebagai bahasa resmi, bahasa Indonesia harus tetap mampu menunjukkan jatidirinya sebagai milik bangsa yang beradab dan berbudaya di tengah-tengah pergaulan antarbangsa di dunia. Hal ini sangat penting disadari, sebab modernisasi yang demikian gencar merasuki sendi-sendi kehidupan bangsa dikhawatirkan akan menggerus jatidiri bangsa yang selama ini kita banggakan dan kita agung-agungkan. "Ruh" heroisme, patriotisme, dan nasionalisme yang dulu gencar digelorakan oleh para pendahulu negeri harus tetap menjadi basis moral yang kukuh dan kuat dalam menyikapi berbagai macam bentuk modernisasi di segenap sektor kehidupan. Dengan kata lain, bahasa Indonesia sebagai bagian jatidiri bangsa harus tetap menampakkan kesejatian dan wujud hakikinya di tengah-tengah kuatnya arus modernisasi.

Ketiga, bahasa Indonesia dituntut untuk mampu menjadi bahasa pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (Iptek) seiring dengan pesatnya laju perkembangan industri dan Iptek. Ini artinya, bahasa Indonesia harus mampu menerjemahkan dan diterjemahkan oleh bahasa lain yang lebih dahulu menyentuh aspek industri dan Iptek. Persoalannya seka-rang, mampukah bahasa Indonesia berdiri tegas di tengah-tengah tuntutan modernisasi, tetapi tetap sanggup mempertahankan jatidirinya sebagai milik bangsa yang beradab dan berbudaya? Sanggupkah bahasa Indonesia menjadi bahasa pengembangan Iptek yang wibawa dan terhormat, sejajar dengan bahasa-bahasa lain di dunia? masih setia dan banggakah para penuturnya untuk tetap menggunakan bahasa Indonesia secara baik dan benar dalam berbagai wacana komunikasi?

Bahasa yang begitu penting dalam kehidupan ini, perlu kita perhatikan dengan saksama, mulai dari asal-usul (sejarah)nya, penggunaannya, manusia penggunanya, sampai pada perkembangan dari masa ke masa, dari dahulu sampai sekarang ini. Bahasa dari waktu ke waktu terus mengalami perkembangan seiring dengan kemajuan manusia dan zaman. Bahasa dapat menggambarkan kehidupan manusia pada setiap zaman, bahkan dapat memberikan gambaran penting terhadap manusia sebagai penggunanya, sehingga bahasa mempunyai kaitan yang sangat erat antara zaman dengan manusia yang menggunakannya. Seperti apa yang dijelaskan Samsuri berikut ini.

Bahasa tidak terpisahkan dari manusia dan mengikuti di dalam setiap pekerjaannya. Mulai saat bangun pagi-pagi sampai jauh malam waktu ia beristirahat, manusia tidak lepas-nya memakai bahasa, malahan pada waktu tidurpun tidak jarang ia "memakai bahasanya". Pada waktu manusia kelihatan tidak berbicara, pada hakekatnya ia masih juga memakai bahasa, karena bahasa ialah alat yang dipakainya untuk membentuk pikiran dan perasaannya, keinginan dan perbuatan-perbuatan; alat yang dipakainya untuk mempengaruhi dan dipengaruhi, dan bahasa adalah dasar pertama-tama dan paling berurat-berakar dari masyarakat manusia. Bahasa adalah tanda yang jelas dari kepribadian, yang baik maupun yang buruk; tanda yang jelas dari keluarga dan bangsa; tanda yang jelas dari budi kemanusiaan. Dari pembicaraan seseorang kita dapat menangkap tidak saja keinginannya, tetapi juga motif keinginannya, latar belakang pendidikannya, pergaulannya, adat istiadatnya, dan lain sebagainya (Samsuri, 1994: 4-5).

Kondisi kebahasaan dewasa ini setidaknya dilatarbelakangi oleh dua sebab yang cukup mendasar. *Pertama*, masih kuatnya opini di tengah-tengah masyarakat bahwa dalam berbahasa yang penting bisa dipahami. Imbasnya, ketaatasasan terhadap kaidah bahasa

yang berlaku menjadi nihil. Kaidah-kaidah kebahasaan yang telah diluncurkan oleh Pusat Bahasa, Seperti Pedoman Umum Ejaan yang Disempurnakan (EYD), Pedoman Umum Pembentukan Istilah Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia, atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang diharapkan menjadi acuan normatif masyarakat dalam berbahasa, tampaknya tidak pernah “laku”. Persoalan kebahasaan seolah-olah hanya menjadi urusan para pakar, pemerhati, dan peminat masalah kebahasaan saja. Yang lebih parah, masyarakat menganggap bahwa kaidah bahasa hanya akan membuat suasana komunikasi menjadi kaku dan tidak komunikatif.

Kedua, kurang gencarnya pemerintah –dalam hal ini Badan Bahasa sebagai “kepanjangan tangannya— melakukan upaya sosialisasi kaidah bahasa kepada masyarakat luas, bahkan bisa dikatakan nyaris tanpa sosialisasi. Pemerintah sekadar menyosialisasikan slogan dan “jargon” kebahasaan dengan memanfaatkan momentum seremonial tertentu dalam Bulan Bahasa. Dengan kata lain, slogan “Gunakanlah Bahasa yang Baik dan Benar” yang sering kita baca lewat berbagai media (cetak/elektronik) terkesan hanya sekadar retorika untuk menutupi sikap masa bodoh dan ketidakpedulian dalam menangani masalah-masalah kebahasaan.

Kaidah bahasa yang diluncurkan itu pada dasarnya bertujuan untuk menjaga kesamaan persepsi dalam pemakaian bahasa, sehingga terjadi kesepahaman makna antara komunikator dan komunikan. Dengan demikian, kebijakan para pakar atau perencana bahasa dalam meng-“kodifikasi” kaidah mestinya harus tetap mengacu pada kecenderungan-kecenderungan yang berlangsung di tengah-tengah masyarakat sehingga kaidah yang diluncurkan tidak kaku dan dipaksakan. Kecenderungan masyarakat yang sering menggunakan istilah asing, baik dalam ragam lisan maupun tulis, harus diserap dan diakomodasi oleh para perencana bahasa sebagai masukan berharga dalam merumuskan konsep kebahasaan pada masa yang akan datang. Artinya, kecenderungan modernisasi bahasa yang kini mulai marak di tengah-tengah masyarakat dalam berbagai ragam mesti disikapi secara arif. Dengan kata lain, modernisasi sangat diperlukan dalam menghadapi pusaran arus global dan mondial sehingga bahasa kita benar-benar mampu menjadi bahasa komunikasi yang praktis, efektif, luwes, dan terbuka. Namun demikian, kita jangan sampai dalam modernisasi bahasa yang berlebihan sehingga melunturkan kesetiaan, kecintaan, dan kebanggaan kita terhadap bahasa nasional dan bahasa negara.

Tidaklah heran, sekarang ini penggunaan bahasa di masyarakat sangatlah tidak teratur. Apalagi dengan gencarnya arus globalisasi yang sangat memengaruhi penggunaan bahasa di masyarakat, mudahnya memperoleh informasi melalui media massa, baik elektronik maupun cetak, menjadikan semakin berkembangnya penggunaan bahasa di masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, pada penelitian ini akan dideskripsikan:

- 1) Bagaimana penggunaan bahasa asing yang ada di ruang publik, terutama dalam papan-papan informasi/reklame yang terdapat di wilayah Bandung dalam berbagai ranah/bidang kehidupan?
- 2) Bagaimana persepsi masyarakat terhadap penggunaan bahasa asing di ruang publik, terutama penggunaan bahasa dalam papan-papan informasi/reklame yang terdapat di wilayah Bandung?

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah mengetahui persepsi masyarakat terhadap penggunaan bahasa asing di ruang publik sebagai pengembangan ilmu bahasa, khususnya sikap bahasa masyarakat dewasa ini.

Selain manfaat di atas, hasil penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat baik bagi peneliti sendiri maupun bagi seluruh masyarakat yang membaca serta memahami hasil dari penelitian ini. Terutama hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai alat untuk mengetahui sikap bahasa masyarakat terhadap penggunaan bahasa asing di ruang publik dan alat untuk memupuk kecintaan masyarakat terhadap bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional;

Studi Kebahasaan

Bahasa sebagai alat komunikasi. Berdasarkan cara penyampaiannya, bahasa dapat dibagi menjadi tiga macam. *Satu*, bahasa lisan, yaitu bahasa yang disampaikan secara lisan, langsung dari mulut ke mulut. Si penyampai atau pembicara menyampaikan gagasannya menggunakan mulut, sementara audiensnya menggunakan telinga untuk menangkap ide-ide dari si penyampai. Bahasa lisan ini dapat dilakukan dengan secara langsung tatap muka atau dapat dilakukan melalui pelantara telepon. *Dua*, bahasa tulis, yaitu bahasa yang disampaikan melalui lambang-lambang bahasa berupa simbol yang disebut huruf atau aksara, yang dituliskan dalam sebuah media untuk disampaikan kepada audiensnya. Bahasa seperti ini dapat kita lihat berupa tulisan-tulisan di dalam buku, surat, bahkan sekarang dengan semakin majunya perkembangan alat komunikasi bahasa tulis dapat sampai dengan cepat, seperti dalam internet dan SMS (pesan surat singkat) yang tidak mengenal batas ruang dan waktu. *Dan tiga*, bahasa isyarat, yaitu bahasa yang disampaikan melalui gerak-gerak isyarat atau simbol-simbol tertentu yang dapat dimengerti oleh pengguna bahasa tersebut. Bahasa ini biasanya hanya berlaku bagi orang-orang tertentu saja, misalnya, huruf *broille* untuk orang yang tunanetra, isyarat tangan untuk orang yang tunarungu, dan sebagainya.

Bahasa merupakan aspek budaya yang dijadikan sebagai media komunikasi dan informasi antarbudaya. Dengan bahasa (salah satu faktor) perkembangan budaya akan semakin cepat berkembang terjadi di masyarakat pemilik budaya, budaya-budaya yang berasal dari luar masuk mempengaruhi budaya (setempat) yang ada dengan media bahasa. Selain itu, dengan bahasa juga dapat memperluas pergaulan di kalangan masyarakat, tidak ada batas ruang dan waktu dalam berkomunikasi dan memberikan informasi di antara sesama manusia sebagai individu dan masyarakat.

Dalam bahasa ada empat tataran yang harus diperhatikan. *Pertama*, fonologi yaitu tataran bahasa yang membicarakan fonem sebagai unsur bahasa terkecil yang mempunyai fungsi membedakan arti. *Kedua*, morfologi yaitu tataran bahasa yang membicarakan morfem dan kata. *Ketiga*, sintaksis yaitu tataran bahasa yang membicarakan seputar frasa, klausa, dan kalimat. *Dan empat*, semantik yaitu tataran bahasa yang membicarakan makna atau arti. Dua tataran bahasa yaitu morfologi dan sintaksis merupakan tataran bahasa yang berada pada tataran struktur, sedangkan fonologi dan semantik berada di luar struktur bahasa.

Sikap Bahasa

Masyarakat Indonesia adalah masyarakat yang hidup dalam keanekaragaman, keanekaragaman budaya, agama, suku bangsa, adat istiadat, dan keanekaragaman bahasa. Dalam keanekaragaman bahasa, masyarakat Indonesia merupakan masyarakat yang multilingual, kurang lebih 450 bahasa hidup di masyarakat Nusantara yang disatukan dengan satu bahasa persatuan yaitu bahasa Indonesia. Selain itu, masyarakat Indonesia juga merupakan masyarakat yang dwibahasawan, selain menguasai bahasa daerahnya sebagai bahasa ibu, mereka juga menguasai bahasa persatuan, bahasa Indonesia sebagai bahasa yang digunakan dalam komunikasi antarsuku bangsa.

Sama halnya dengan kebudayaan, bahwa setiap suku atau suku bangsa itu memiliki dan mendukung kebudayaannya masing-masing yang disebut kebudayaan daerah, maka setiap suku atau suku bangsa juga memiliki dan menggunakan bahasanya masing-masing yang kita sebut sebagai bahasa daerah. Karena itu bangsa Indonesia yang merupakan masyarakat majemuk, terdiri dari berbagai suku bangsa yang mendukung kebudayaan daerahnya masing-masing, serta bahasa daerahnya masing-masing, menunjukkan keanekaragaman namun juga menunjukkan kekayaan budaya dan bahasa bangsa Indonesia. Di samping bahasa daerah yang digunakan dalam lingkungan-lingkungan yang terbatas yakni di lingkungan suku bangsa masing-masing, maka dalam pergaulan yang lebih luas antara orang-orang yang berasal dari suku bangsa yang berlain-lainan, digunakan bahasa Indonesia. Atas dasar tersebut di atas, maka bahasa yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari di antara orang-orang Indonesia adalah, (1) Bahasa daerah, yaitu bahasa yang digunakan dalam lingkungan suku bangsa, sehingga dapat dimengerti dalam lingkungan yang terbatas, dan (2) Bahasa Indonesia sebagai bahasa persatuan serta bahasa nasional yang digunakan dalam lingkungan yang lebih luas (Suhandi, 1988: 169-170).

Fasold (1984: 8) mengatakan multilingualisme dapat dipandang paling tidak sebagai solusi sementara terhadap konflik nasionalis-nationalis dalam kebijakan bahasa (*language policy*). Misalnya, dalam pendidikan terdapat konflik antara pemakaian bahasa daerah sebagai bahasa pengantar karena alasan-alasan efisiensi kebangsaan dengan pemakaian bahasa nasional karena alasan-alasan persatuan. Hal ini dapat diselesaikan dengan menggunakan bahasa daerah untuk pendidikan awal, kemudian diganti dengan bahasa nasional untuk pendidikan yang lebih tinggi.

Fasold (1984: 8) juga menambahkan pada level individu, multilingualisme berfungsi sebagai sumber interaksi bagi para penutur multilingual. Misalnya, suatu bahasa biasanya digunakan sebagai bahasa pada lingkungan rumah dan untuk berbicara dengan teman akrab, sedangkan bahasa lainnya digunakan untuk melakukan bisnis dengan lembaga-lembaga pemerintahan. Hal ini bisa terjadi pada masyarakat lingual yang cenderung menggunakan bahasa-bahasa atau ragam-ragam bahasa berbeda dalam kesehariannya.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif karena penelitian ini mendeskripsikan penggunaan bahasa asing yang ada di ruang publik, terutama dalam papan-papan informasi/reklame yang terdapat di wilayah Bandung dalam berbagai ranah/bidang kehidupan dan persepsi masyarakat terhadap penggunaan bahasa asing di ruang publik, terutama penggunaan

bahasa dalam papan-papan informasi/reklame yang terdapat di wilayah Bandung melalui pendeskripsian hasil observasi berbagai penggunaan bahasa asing di ruang publik dan wawancara kepada para penutur bahasa Indonesia.

Sumber data penelitian ini adalah data bahasa berupa tulisan-tulisan berbahasa asing yang terdapat di tempat-tempat umum (ruang publik) seperti yang terdapat dalam spanduk, nama makanan, nama gedung, nama tempat, dan data berupa hasil wawancara mengenai sikap bahasa masyarakat kota Bandung terhadap penggunaan bahasa asing di ruang publik.

Teknik atau langkah yang ditempuh dalam prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Observasi atau studi lapangan, yaitu melakukan penelitian lapangan dengan mendatangi tempat-tempat umum yang diperkirakan terdapat papan-papan informasi yang menggunakan bahasa daerah, Indonesia, maupun asing;
- b. Wawancara, yaitu bertanya kepada masyarakat yang berada di wilayah Bandung mengenai penggunaan bahasa dalam papan-papan informasi yang terdapat di wilayah Bandung. Wawancara digunakan untuk mengetahui tanggapan, pendapat, dan sikap masyarakat terhadap penggunaan bahasa tersebut. Wawancara dilakukan dengan dua cara, yaitu bertanya langsung dan menggunakan angket. Angket berupa daftar tanya seputar tanggapan, pendapat, dan sikap bahasa masyarakat (Angket/daftar tanya terlampir).

Adapun prosedur pengolahan data dilakukan dengan cara menganalisis secara mendalam terhadap data bahasa yang terdapat pada papan-papan informasi yang sudah ditemukan pada saat studi lapangan. Penggunaan bahasa asing yang terdapat di ruang publik dalam berbagai ranah kebahasaan, yaitu ranah ekonomi-perdagangan, politik, sosial, pariwisata, budaya, pendidikan, dan sebagainya. Selain itu, data juga dilakukan analisis hasil wawancara dan angket dari para penutur bahasa Indonesia yang menjadi responden penelitian ini.

Pengolahan data bahasa yang berupa penggunaan bahasa asing di ruang publik yang terdapat pada papan-papan informasi atau reklame di wilayah Bandung dilakukan dengan cara sebagai berikut.

- a. Identifikasi, yaitu mengidentifikasi papan-papan informasi yang memuat informasi kebahasaan dalam berbagai ranah kehidupan;
- b. Deskripsi, yaitu memaparkan atau mendeskripsikan penggunaan bahasa yang terdapat dalam papan-papan informasi atau reklame yang terdapat di tempat-tempat umum dengan melihat struktur penggunaan bahasa, baik daerah, Indonesia, maupun asing;
- c. Klasifikasi, yaitu mengelompokkan penggunaan bahasa dalam papan-papan informasi yang berada di tempat-tempat umum dilihat dari segi ranah, struktur, dan pendapat atau tanggapan masyarakat terhadap penggunaan bahasa tersebut;
- d. Presentase tanggapan, pendapat, dan sikap bahasa masyarakat, yaitu mempresentasikan hasil analisis terhadap jawaban berupa tanggapan, pendapat, dan sikap masyarakat sesuai dengan daftar tanya dalam angket dan wawancara langsung.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Penggunaan Bahasa dalam Media Informasi

Berupa Papan Reklame di Ruang Publik

Penggunaan bahasa dalam media informasi berupa papan-papan informasi/reklame memiliki pola bahasa yang berbeda-beda. Pola bahasa tersebut meliputi: (1) Indonesia-Asing, (2) Asing-Indonesia, (3) Semua Asing, (4) Campuran (Indonesia-Asing-Indonesia-Asing), dan (5) Pola bahasa Indonesia yang berstruktur bahasa asing. Kelima pola bahasa dalam papan-papan informasi tersebut ditemukan dalam berbagai ranah/bidang, yaitu ranah agama, ekonomi, kesehatan, pendidikan, keamanan dan pertahanan, politik dan hukum, seni dan budaya, sosial, dan transportasi.

Pola penggunaan bahasa dalam papan-papan informasi pada berbagai ranah/bidang tersebut, dijelaskan sebagai berikut.

(1) Penggunaan Bahasa yang Berpola Indonesia-Asing

Pola bahasa seperti ini ditemukan dalam berbagai ranah/bidang kehidupan. Bahasa Indonesia ditempatkan di atas, sedangkan bahasa asing ditempatkan di bawah setelah bahasa Indonesia. Pola bahasa seperti ini lebih mengutamakan bahasa Indonesia daripada bahasa asing. Pola bahasa ini lebih dipahami oleh masyarakat Indonesia. Penggunaan papan informasi ini diperuntukkan bagi orang Indonesia, pada umumnya. Seperti nampak pada contoh berikut.



Gambar 5.1. Contoh Papan Informasi yang Berpola Indonesia-Asing

Contoh tersebut ditemukan dalam bidang sosial, transportasi, dan kesehatan. Gambar 5.1 sering ditemukan di tempat umum untuk mengingatkan masyarakat yang membawa barang bawaan agar tidak ketinggalan, papan informasi ini termasuk dalam penggunaan bahasa dalam ranah sosial.

(2) Penggunaan Bahasa yang Berpola Asing-Indonesia

Pola penggunaan bahasa tersebut dapat ditemukan pada berbagai ranah/bidang. Pola penggunaan bahasa tersebut adalah bahasa asing berada di atas, sedangkan bahasa Indonesia berada di bawah. Pola bahasa seperti ini lebih mengutamakan bahasa asing daripada bahasa Indonesia. Ini dikarenakan penggunaannya lebih diutamakan untuk

orang asing yang berada di Indonesia. Contohnya dalam ranah sosial, kesehatan, dan sebagainya. Contoh penggunaan bahasa dengan pola bahasa seperti ini adalah sebagai berikut.



Gambar 5.3. Contoh Papan Informasi yang Berpola Asing-Indonesia

Contoh tersebut banyak ditemukan di ruang publik, terutama dalam ranah/bidang sosial dan kesehatan. Gambar 5.3 sering kita temukan di tempat-tempat umum, terutama ruangan-ruangan untuk publik yang tidak diperbolehkan untuk merokok di dalamnya.

(3) Penggunaan Bahasa yang Berpola Asing Seluruhnya

Pola penggunaan bahasa seperti ini adalah penggunaan bahasa asing secara keseluruhan. Papan-papan informasi yang berpola bahasa asing seluruhnya banyak ditemukan dalam ranah pariwisata, seperti papan-papan informasi berupa nama-nama hotel, mall, dan sebagainya. Selain dalam ranah pariwisata ditemukan pula dalam ranah seni, budaya, dan ekonomi, kadang-kadang ditemukan juga dalam ranah pendidikan. Papan-papan informasi yang menggunakan pola bahasa asing semua digunakan untuk orang asing yang datang ke Indonesia agar mudah dibaca dan diketahui secara mendalam. Sementara untuk orang Indonesia yang tidak paham dengan bahasa asing kadang-kadang tidak mengetahui isi informasi dalam papan-papan informasi tersebut.

Pola penggunaan bahasa asing semua dalam papan-papan informasi sebaiknya dihindari karena yang membaca bukan orang asing saja tetapi akan banyak dibaca oleh orang Indonesia sendiri. Dengan demikian, orang Indonesia yang membaca papan-papan informasi tersebut bisa memahami isi informasinya. Berikut adalah contoh papan-papan informasi yang berpola bahasa asing seluruhnya.



Gambar 5.5. Contoh Papan Informasi yang Berpola Asing Keseluruhan

Contoh tersebut merupakan papan-papan informasi yang berpola bahasa asing semua. Sering ditemukan dalam ranah/bidang pariwisata, seni, dan budaya. Gambar 5. 5 adalah gambar dalam ranah ekonomi pemasaran, papan informasi yang menunjukkan tempat pemesanan. Papan informasi yang berpola bahasa asing semua, tidak hanya menyulitkan masyarakat Indonesia untuk membacanya tetapi akan tidak ada gunanya bila ditempatkan pada tempat-tempat yang minim atau tidak ada orang asing. Papan-papan informasi seperti ini hanya sebagai penghias atau penutup ruang publik saja.

(4) Penggunaan Bahasa Indonesia yang Berpola Campuran (Asing-Indonesia-Asing-Indonesia)

Pola bahasa campuran adalah pola bahasa yang digunakan dalam papan-papan informasi dengan mencampurkan struktur bahasa Indonesia dan bahasa asing secara tidak beraturan. Pola bahasa dalam papan-papan informasi seperti ini banyak ditemukan pada ranah/bidang ekonomi, pariwisata, dan transportasi. Pola bahasa ini digunakan untuk menarik perhatian pembaca agar mau membaca dan tidak membuat bosan. Penggunaan bahasa dengan pola campuran ini terlihat dalam contoh seperti berikut.



Gambar 5.6. Contoh Papan Informasi yang Berpola Campuran

Contoh tersebut merupakan papan informasi yang berpola bahasa campuran yang ditemukan dalam ranah/bidang pariwisata dan transportasi. Gambar 5.6 merupakan pola campuran yang mencampurkan bahasa asing berupa bahasa Arab dan Inggris, serta disatukan dengan bahasa Indonesia. Gambar ini menunjukkan papan informasi dengan pola bahasa campuran dalam ranah pariwisata untuk umroh.

(5) Penggunaan Bahasa yang Berpola Struktur Bahasa Asing

Pola penggunaan bahasa dalam papan-papan informasi dengan pola seperti ini adalah pola penggunaan bahasa Indonesia yang menggunakan struktur bahasa asing. Pola penggunaan bahasa Indonesia dalam papan-papan informasi seperti ini banyak ditemukan pada ranah pariwisata dan transportasi. Pola bahasa Indonesia dengan struktur bahasa asing ini terjadi pada tataran morfologi dan sintaksis. Contoh penggunaan bahasa yang berpola bahasa Indonesia berstruktur asing adalah sebagai berikut.



Gambar 5.7. Contoh Papan Informasi yang Berpola Struktur Bahasa Asing

Contoh tersebut adalah papan informasi yang penggunaan bahasanya dengan pola bahasa Indonesia berstruktur bahasa asing. Gambar 5.7 adalah papan informasi dalam ranah pariwisata yang merupakan papan nama hotel di kawasan Kota Bandung. Pola yang digunakan adalah bahasa Indonesia dengan struktur morfologi bahasa Inggris.

Tanggapan dan Sikap Masyarakat terhadap Media Informasi Berupa Papan Reklame

Hasil penyebaran angket dan wawancara menunjukkan bahwa secara garis besar, masyarakat Bandung sering melihat papan-papan informasi berupa reklame yang berbahasa asing.

Tanggapan, pendapat, dan sikap bahasa masyarakat di sekitar wilayah Bandung yang menanggapi fenomena papan-papan informasi/reklame tersebut sangatlah beragam. Tanggapan dan pendapat mereka merupakan suatu sikap bahasa yang mereka tuangkan dalam angket yang peneliti sediakan. Tanggapan dan pendapat masyarakat terhadap penggunaan bahasa dalam papan-papan informasi di ruang publik, terutama di sekitar wilayah Bandung dalam berbagai ranah kehidupan adalah sebagai berikut.

- 1. Pertanyaan 1:** *Bagaimana perasaan Anda ketika membaca papan informasi tersebut?*
Masyarakat Bandung mengekspresikan perasaan yang beragam ketika melihat papan informasi yang menggunakan tulisan berbahasa asing secara keseluruhan dan tulisan berbahasa campuran asing-Indonesia. Adapun uraiannya meliputi 27 orang atau sebanyak 27% menyatakan 'Tidak senang', 36 orang atau sebanyak 36% menyatakan 'Senang', 4 orang atau sebanyak 4% menyatakan 'Sangat senang', dan 33 orang atau sebanyak 33% menyatakan 'Lain-lain' atau pendapat lain yang tidak tercantum dalam pilihan. Perasaan tersebut terdiri atas biasa saja, merasa aneh karena tidak konsisten, tidak terlalu senang, lebih baik tidak menggunakan bahasa asing, kurang senang, kosakatanya tidak menarik, dan senang-tidak senang.
- 2. Pertanyaan 2:** *Bagaimana tanggapan Anda mengenai papan informasi tersebut?*
Masyarakat Bandung memberikan tanggapan yang beragam ketika melihat papan informasi yang menggunakan tulisan berbahasa asing secara keseluruhan dan tulisan berbahasa campuran asing-Indonesia. Adapun uraiannya meliputi 30 orang atau sebanyak 30% menyatakan 'Tidak setuju', 37 orang atau sebanyak 37% menyatakan 'Setuju', 4 orang atau sebanyak 4% menyatakan 'Sangat setuju', dan 13 orang atau

sebanyak 13% menyatakan *lain-lain* atau pendapat lain yang tidak tercantum dalam pilihan. Pilihan tersebut terdiri atas kurang setuju, biasa saja, tidak menarik, netral, setuju-tidak setuju, dan acuh.

3. Pertanyaan 3: *Bagaimana tindakan Anda ketika melihat papan informasi tersebut?*
Masyarakat Bandung memilih tindakan yang beragam ketika melihat papan informasi yang menggunakan tulisan berbahasa asing secara keseluruhan dan tulisan berbahasa campuran asing-Indonesia. Adapun uraiannya meliputi 5 orang atau sebanyak 5% mengusulkan untuk 'Diganti', 53 orang atau sebanyak 53% mengusulkan untuk 'Diperbaiki', 29 orang atau sebanyak 29% mengusulkan untuk 'Dipertahankan', dan 13 orang atau sebanyak 13% mengusulkan 'Lain-lain' atau tindakan lain yang tidak tercantum dalam pilihan. Tindakan tersebut adalah diam saja karena tidak berkuasa, dibiarkan, dan menegur pemilik papan informasi tersebut.

4. Pertanyaan 4: *Bagaimana tanggapan Anda ketika melihat papan informasi berbahasa Inggris?*

Tanggapan masyarakat untuk nomor 4 terdiri atas "Tidak Setuju", "Setuju", dan "Sangat Setuju". Sebanyak 73 responden menyatakan "Tidak Setuju" dengan beberapa alasan yaitu, menyulitkan orang yang tidak terlalu mengerti Bahasa Inggris, kurang mengutamakan bahasa nasional dan daerah, tidak enak dibaca, dan ada beberapa responden yang tidak menyertakan alasannya. Selanjutnya, 25 responden menyatakan "Setuju" dengan beberapa alasan yaitu, memudahkan orang asing dalam mencari bantuan hukum, agar kantor hukum tersebut bisa lebih dikenal dunia, supaya terlihat lebih keren, asal para pejalan kaki tahu arti papan informasi tersebut, dan ada responden yang tidak menyertakan alasan. Terakhir, 2 responden menyatakan "Sangat Setuju" dengan alasan dapat membuat kantor hukum tersebut lebih dikenal oleh masyarakat global.

5. Pertanyaan 5: *Bagaimana tanggapan Anda ketika melihat papan informasi yang menggunakan campuran bahasa Indonesia dan bahasa asing?*

Tanggapan masyarakat untuk nomor 4 terdiri atas "Tidak Setuju", "Setuju", dan "Sangat Setuju". Sebanyak 46 responden menyatakan "Tidak Setuju" dengan beberapa alasan, yaitu harus mengutamakan Bahasa Indonesia, kurang konsisten dalam menggunakan bahasa, hanya ditujukan untuk menarik minat anak-anak muda, tidak enak dibaca, sulit dimengerti, kurang setuju, dan tanpa alasan. Selanjutnya, 25 responden menyatakan "Setuju" dengan alasan, yaitu mudah dipahami meskipun agak membingungkan, lebih menarik, populer, kreatif, modern, sesuai target pasar, dan tanpa alasan. Terakhir, 7 responden menyatakan "Sangat Setuju" dengan beberapa alasan, yaitu kreatif, menarik, bergaya anak muda, dan mampu memperluas pasar.

SIMPULAN

Penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa asing dalam media informasi berupa papan-papan reklame yang terdapat di wilayah Bandung pada berbagai ranah/bidang, terdiri atas lima pola penggunaan Bahasa, yaitu (1) penggunaan bahasa berpola Indonesia-Asing, (2) penggunaan bahasa berpola Asing-Indonesia, (3) penggunaan bahasa berpola asing seluruhnya, (4) penggunaan bahasa berpola campuran (Asing-Indonesia-Asing), dan (5) penggunaan bahasa dengan pola bahasa Indonesia berstruktur bahasa asing.

Kelima pola penggunaan bahasa ini dibuat dengan tujuan untuk menarik perhatian para pembacanya. Pola-pola yang sering terdapat dalam papan-papan informasi yang berbahasa asing, paling banyak ditemukan pada ranah ekonomi, terutama untuk pemasaran dan promosi. Selain itu, ranah yang lainnya adalah ranah pariwisata, budaya, seni, dan transportasi. Sementara itu, ranah yang lebih banyak menggunakan bahasa Indonesia atau Indonesia-Asing terdapat dalam ranah pendidikan, sosial, pertahanan dan keamanan, dan agama.

Pada dasarnya masyarakat Bandung senang dan setuju terhadap penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa asing dalam papan-papan informasi/reklame tersebut. Namun, masyarakat Bandung menyarankan agar bahasa dalam papan reklame tersebut diperbaiki karena penggunaan bahasa asing secara menyeluruh dianggap menyulitkan. Penggunaan bahasa campuran antara bahasa Indonesia dan bahasa asing banyak disetujui oleh kalangan anak muda karena dianggap lebih menarik. Penggunaan bahasa Indonesia yang mendahului bahasa asing disetujui oleh sebagian besar masyarakat Bandung karena mudah dipahami. Selanjutnya, penggunaan bahasa Indonesia berstruktur asing secara mengejutkan disetujui oleh sebagian besar masyarakat Bandung karena tidak memahami perbedaan struktur bahasa Indonesia dan bahasa asing (Inggris). Hal ini dibuktikan dengan tanggapan masyarakat yang menyatakan setuju pada penggunaan bahasa berpola Asing-Indonesia.

Kurangnya pemahaman masyarakat Bandung terhadap struktur bahasa Indonesia yang baik dan benar disebabkan oleh ketidaktahuan tentang adanya Undang-Undang Kebahasaan di Indonesia. Responden beralasan Undang-Undang Kebahasaan tidak pernah diajarkan dan tidak dibahas secara umum atau lebih lanjut di ruang publik sehingga mengusulkan hukuman bagi pelanggar Undang-Undang Kebahasaan berupa denda.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, H. (2003). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi III. Jakarta: PN. Balai Pustaka.
- Arifin, E.Z. dan Tasai, S.A. (2008). *Cermat Berbahasa Indonesia Untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta: Akademika Pressindo.
- Chaer, A. dan Agustina, L. (2004). *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chidambaram, K. (2000). *A Socio-Linguistic Study of Code Switching Among the Cochin Tamils*. [Daring]. Tersedia di: www.languageinindia.com/jan2006/cochintamils1.html. [Diakses 9 Agustus 2013]
- Departemen Pendidikan Nasional (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa (Edisi Keempat)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Fasold, R. (1984). *The Sociolinguistics of Society*. Oxford: Basil Blackwell Inc.
- Giglioli, P.P. (Penyunting), (1972), *Language and Social Context*. Inggris: Cox & Wyman Ltd.
- Halim, A. 1983. *Sikap Bahasa dan Pelaksanaan Kebijakan Bahasa Nasional*. Jakarta: Depdikbud. *Metalingua*, Vol. 13 No. 1, Juni 2015:77—86
- Hudson, R. A. (1996). *Sociolinguistics*. Edisi kedua. Cambridge: Cambridge University Press.
- Jauhari, E. (2008). "Makna Pemakaian Bahasa Asing di Kalangan Pelaku Bisnis Lokal di Surabaya: Sebuah Kajian dalam Rangka Menyongsong Undang-Undang Kebahasaan". *Makalah dalam Kongres IX Bahasa Indonesia*, 28 Oktober – 1 November 2008. Jakarta: Pusat Bahasa.

- Kridalaksana, H. (2001). *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lambert, W.E. 1976. "A Social Psychology of Bilingualism". Dalam *Journal of Social Issues*.
- Mahsun. (2007). *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rahardi, K. (2010). *Kajian Sociolinguistik*. Yogyakarta: Ghalia Indonesia.
- Ridwan, H.T.A. (2006). *Bahasa dan Linguistik*. Jakarta: Mestika.
- Rostika, E. (2009). *Sikap Bahasa dan Perilaku Bahasa Mahasiswa Suku Sunda di Kota Bandung: Satu Kajian Sociopragmatik*. (Tesis). Sekolah Pascasarjana, Universitas Padjadjaran, Jatinangor.
- Secord, P. F dan Backman, C. W. (1964). *Social Psychology*. New York: Mc Graw-Hill.
- Sudjana. (1989). *Metoda Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sumarsono, dan Partana P. (2004). *Sociolinguistik*. Yogyakarta: SABDA
- Suwito. (1983). *Pengantar Awal Sociolinguistik: Teori dan Problema*. Sala: Haenary Offset.

