

LINGUISTIK LANSKAP DI MALIOBORO: UNSUR BAHASA PADA PAPAN NAMA RUANG PUBLIK DI DAERAH PARIWISATA DALAM ZONA OTORITA BADAN PELAKSANA OTORITAS BOROBUDUR (BPOB)

Asep Achmad Muhlisian, Senja F. Borgin
Sekolah Tinggi Bahasa Asing Yapari
asepachmad@stba.ac.id

Abstract

This research examines the linguistic landscape at the Malioboro road area, which is one of the areas in the Otorita Zone by the Borobudur Authority Implementing Agency (BPOB). This research uses a qualitative descriptive research method. A qualitative research approach was used, because this research describes and understands language phenomena in the form of linguistic landscape (LL) including language dominance and the function of LL in the Malioboro area. The data results found 58 data consisting of 19 data dominated by foreign language elements, 28 Indonesian language elements and 11 Javanese regional language elements. Of the three elements of language dominance, LL language in the form of bilingual language appears to be the most dominant, especially using elements of Indonesian and foreign language. There are fewer regional language elements because the Malioboro area's market share is focused on foreign tourists.

Keywords: BPOB, landscape linguistics, language elements, Malioboro.

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian yang mengkaji linguistik lanskap di daerah jalan Malioboro yang merupakan salah satu wilayah dalam zona otorita oleh Badan Pelaksana Otoritas Borobudur (BPOB). Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Digunakan pendekatan penelitian kualitatif, karena penelitian ini mendeskripsikan dan memahami fenomena bahasa berupa lanskap linguistik (LL) meliputi dominasi bahasa, dan fungsi LL yang ada di wilayah Malioboro. Hasil data ditemukan 58 data terdiri dari 19 data dominasi unsur bahasa asing, 28 unsur bahasa Indonesia dan 11 unsur bahasa daerah Jawa. Dari ketiga unsur dominasi bahasa tersebut LL bahasa berupa bilingual bahasa menjadi paling dominan muncul terutama menggunakan unsur bahasa asing dan bahasa Indonesia. Unsur bahasa daerah menjadi lebih sedikit dikarenakan pangsa pasar daerah Malioboro sudah tertuju pada wisatawan mancanegara.

Kata kunci: BPOB, linguistik lanskap, unsur bahasa, Malioboro.

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang sangat kaya dengan keindahan alam dan keanekaragaman budayanya. Hal ini menjadi daya tarik yang sangat luar biasa terutama di

bidang pariwisata Indonesia. Kondisi ini menurut Prabhawati (2019) yang menempatkan pemerintah, dan para praktisi pariwisata dalam posisi yang tepat untuk memaksimalkan usahanya dalam meningkatkan mutu dan daya tarik di industri pariwisata yang ada di Indonesia. Perhatian pemerintah sangat besar dalam pengembangan industri pariwisata terutama dalam hal pembentukan dan pemeliharaan destinasi-destinasi wisata yang tidak hanya bertaraf nasional namun sudah sampai taraf internasional salah satunya destinasi wisata di Yogyakarta.

Yogyakarta merupakan salah satu wilayah wisata yang masuk dalam Zona Otorita Badan Otoritas Borobudur (BPOB). BPOB merupakan Badan Pelaksana Otoritas yang diberikan kekuasaan yang kepada para pejabatnya untuk menjalankan fungsinya, seperti halnya dibentuknya Badan Otorita Borobudur melalui Perpres Nomor 46 Tahun 2017 yang merupakan satuan kerja di bawah naungan Kementerian Pariwisata, institusi tersebut berdiri untuk mengoptimalkan pengelolaan, pengembangan dan pembangunan Kawasan Pariwisata Borobudur.

Sejak diresmikan Badan Otorita Borobudur pada tahun 2018, hingga saat ini telah berhasil melakukan beberapa tugasnya, mengingat kembali bahwa tugas Badan Otorita Borobudur memiliki dua tugas, yakni otoritatif dan koordinatif. Penugasan otoritatif, mencakup pengelolaan lahan seluas 309 hektar di perbukitan Menoreh, Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah, sedangkan tugas koordinatif, wilayah yang diemban Badan Otorita Borobudur lebih luas, yakni meliputi tiga kawasan Destinasi Pariwisata Nasional (DPN), antara lain Kawasan Borobudur-Yogyakarta dan sekitarnya, Solo-Sangiran dan sekitarnya, Semarang– Karimun Jawa dan sekitarnya, agar pembangunan pariwisata di kawasan tersebut tidak tumpang tindih maka perlu adanya koordinasi yang tepat dan memberikan kontribusi bagi kesejahteraan warga sekitar.

Yogyakarta sebagai salah satu wilayah pariwisata yang berada dalam zona otorita BPOB telah menjadi salah satu destinasi wisata andalan di Indonesia. Tidak hanya karena nuansa tradisional yang masih melekat pada sebagian besar masyarakat Yogyakarta yang diperkenalkan pada tempat-tempat wisata yang menjadi daya tarik destinasi wisata di Yogyakarta saja namun juga kuliner dan oleh-oleh khas daerah Yogyakarta yang terkenal enak dan murah pun tidak kalah menarik dan bahkan menjadi daya tarik yang memanjakan wisatawan yang datang ke Yogyakarta. Di satu wilayah wisata atau destinasi wisata sangat mungkin muncul beberapa variasi bahasa terutama pada papan nama yang dipakai untuk menarik pengunjung atau wisatawan yang datang berkunjung. Salah satu objek wisata di Yogyakarta yang menjadi tujuan para wisatawan yaitu Malioboro. Malioboro merupakan salah

satu tempat wisata belanja yang terkenal di Yogyakarta. Tempat ini dikenal dengan pedagang kaki lima yang menjual berbagai macam cinderamata yang berjejeran di sepanjang jalan Malioboro. Malioboro merupakan salah satu tempat wisata yang paling banyak dikunjungi wisatawan baik lokal maupun mancanegara karena banyak terdapat toko-toko khas Yogyakarta juga terkenal sebagai tempat membeli cinderamata yang murah harganya. Hal ini yang mendorong pemerintah memajukan daerah Malioboro dan merapikan Malioboro menjadi destinasi wisata yang baik untuk dikunjungi.

Dalam konteks pariwisata, bahasa sangat penting untuk memberikan informasi kepada wisatawan lokal dan asing tentang berbagai aspek destinasi (Salim, Ibrahim, & Hassan, 2012). Bahasa menjadi media untuk membujuk wisatawan baik lokal maupun mancanegara untuk mengunjungi destinasi tertentu dan berbagi cerita serta laporan tentang tempat-tempat tersebut. Bahasa pun berfungsi sebagai pemandu selama kunjungan mereka, khususnya untuk menunjukkan tempat-tempat yang belum pernah mereka kunjungi sebelumnya. Ini termasuk mencari arah yang benar, menemukan jalan menuju hotel, restoran, dan tempat-tempat lainnya.

Da Silva et al (2021) mengungkapkan bahwa bahasa sangat penting bagi pariwisata sehingga Organisasi Pariwisata Dunia pada tahun 2001 telah menciptakan sistem informasi yang mencakup, antara lain, simbol untuk penyandang disabilitas, rute, aktivitas luar ruangan, peringatan, dan langkah-langkah keselamatan. Pembuatan seperangkat rambu publik yang terstandarisasi bertujuan untuk meningkatkan rasa aman dan kepuasan di kalangan wisatawan. Meskipun demikian, tanggung jawab untuk menyediakan rambu dan simbol yang jelas dan informatif juga dipikul oleh otoritas di setiap destinasi wisata (Arianto, Saptadi, & Rifai, 2022; Ikuta, 2010). Penggunaan bahasa di kawasan pariwisata telah menjadi minat para peneliti di bidang Lanskap Linguistik (selanjutnya disebut LL).

Linguistik lanskap merupakan cabang baru dalam sosiolinguistik. Linguistik lanskap muncul untuk menghasilkan data mengenai multibahasa di daerah urban atau perkotaan dengan cara meneliti keberadaan bahasa di ruang publik seperti di rambu-rambu reklame, rambu jalan untuk keselamatan, penanda pariwisata dan penanda lainnya di ruang publik (Darmawan, 2019; Wulansari, 2020). Penelitian mengenai Linguistik Lanskap (LL) biasanya dilakukan di daerah perkotaan dengan keberagaman multibahasa yang tinggi atau di tempat-tempat pariwisata yang memungkinkan orang dari berbagai bahasa berkunjung ke tempat tersebut situasi dan fakta kebahasaan tertulis yang ada dalam sebuah kawasan, tempat, ataupun ruang sosial. Artinya, terdapat juga bahas lanskap linguistik seperti papan reklame/toko, penunjuk arah, ataupun poster yang ditempelkan di ruang publik menggunakan bahasa.

Pemakaian bahasa di ruang publik ini merupakan bagian dari kajian lanskap linguistik. Sebuah kajian yang membahas bagaimana penggunaan bahasa antar ruang dan tempat membagi fungsi LL menjadi dua, yaitu fungsi informasi yang berurusan dengan perbedaan luas wilayah geografis populasi yang membentuk bahasa untuk penamaan tempat. Suatu bahasa memiliki kemampuan untuk menandai dan membedakan sebagian masyarakat penuturnya dengan wilayah lain yang dihuni oleh bahasa lain dan menghasilkan bentuk dari Lanskap Linguistik berupa monolingual, bilingual dan multilingual (Landry & Bourhis, 1997). Selanjutnya, Gorter (2013) menyatakan bahwa LL penting dijadikan landasan sebuah kajian untuk mengungkapkan tidak hanya keberagaman bahasa atau kemampuan penutur, tetapi juga representasi simbolik situasi suatu bahasa dalam ruang publik.

Beberapa penelitian terkait linguistik lanskap di ruang publik diantaranya yakni penelitian oleh Wulansari (2020) dengan tema “Linguistik Lanskap di Bali: Tanda Multilingual dalam Papan Nama Ruang Publik”. Pada penelitian ini terlihat bahwa Bahasa Inggris paling banyak digunakan dalam papan nama di pulau Bali, dilanjutkan dengan Bahasa Indonesia, aksara Bali, dan aksara Cina. Hal ini lumrah terjadi mengingat banyak turis yang datang untuk berlibur di pulau Bali, oleh karena itu Bahasa Inggris sangat dominan digunakan, namun masyarakat Bali juga menggunakan Aksara Bali dalam papan nama jalan, guna untuk mempertahankan aksara tersebut agar tidak punah. Selanjutnya adalah penelitian dari Sahril dkk (2019) dengan tema “Lanskap Linguistik Kota Medan: Kajian Onomastika, Semiotika, dan Spasial”. Penelitian ini menemukan bahwa penggunaan bahasa asing yang mendominasi lanskap di Kota Medan. Bahasa Indonesia sudah tidak bisa menjadi penguasa tunggal dalam suatu wilayah. Ditemukan adanya aspek onomastika, semiotika, dan spasial pada lanskap linguistik di Kota Medan.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Sari (2021) dengan tema “Penamaan Toko di Sidoarjo Kota: Kajian Lanskap Linguistik”. Penelitian ini menjelaskan lanskap linguistik penamaan toko di Sidoarjo Kota memiliki 6 pola, yaitu pola JT+P+N, JT+N, JT+P, P+N, N, dan P. Pola yang cenderung digunakan adalah pola JT+N dan pola P+N, (2) pada lanskap linguistik toko monolingual, pola frasanya cenderung mengikuti bahasa yang digunakan dalam penamaan; pada lanskap linguistik toko bilingual, pola frasa pada lanskap linguistik toko berbahasa selain Indonesia-Inggris, khususnya yang berbahasa Indonesia-Jawa, pola frasanya cenderung berpola DM; pada lanskap linguistik monolingual, bilingual, dan multilingual, ditemukan kontestasi antara Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris.

Ketiga penelitian di atas terlihat bahwa linguistik lanskap di ruang terbuka atau di tempat umum banyak menunjukkan multilingualisme bahasa terutama bahasa daerah dan bahasa

Asing terutama dari pola kata dan kalimat yang dibuat dan dijadikan media promosi oleh pelaku pariwisata di daerah tersebut. Penelitian ini pun melihat *core* linguistik lanskap yang serupa yakni mencari bentuk monolingual, bilingual dan multilingual bahasa yang dipakai pada papan nama di ruang publik, namun yang berbeda adalah letak ruang publik dalam penelitian ini dan kuasa wilayah yang mengatur pengelolaan, pengawasan dan pengembangan wilayah pariwisata yang memungkinkan terjadinya pengaturan terhadap bentuk bahasa yang muncul di daerah wisata tersebut.

Banyak aspek yang dapat dijelajahi terkait dengan penggunaan bahasa dalam ruang publik. Studi Linguistik Lahan (LL) menyelidiki penggunaan bahasa di lokasi-lokasi yang melibatkan kontak bahasa, seperti daerah perkotaan, tempat wisata, pusat perbelanjaan, dan sebagainya. Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan pada LL di suatu kawasan wisata di Malioboro Yogyakarta. Pemilihan Malioboro Yogyakarta sebagai lokasi penelitian dipilih karena destinasi wisata memiliki tingkat penggunaan LL yang tinggi dan dinamis, terbukti dengan keberagaman bentuk bahasa yang muncul di ruang publiknya. Ragam bentuk bahasa tersebut membawa fungsi, makna, dan nilai-nilai budaya. Sebagai sebuah fenomena, penelitian mengenai penggunaan bahasa dalam perspektif LL di destinasi wisata di Indonesia sebelumnya belum pernah dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki signifikansi ganda. Pertama, Malioboro, sebagai destinasi wisata terkenal, menawarkan pengalaman wisata budaya dan sejarah. Selain itu, Badan Otoritas Borobudur (Santosa), yang saat ini giat mempromosikan Malioboro Yogyakarta dengan geotourism, menjadikan penelitian ini relevan dengan daya tarik aktivitas kebumihane seperti gunung berapi, budaya, sejarah, alam, dan sosial masyarakat.

2. Metodologi

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Digunakan pendekatan penelitian kualitatif, karena penelitian ini mendeskripsikan dan memahami fenomena bahasa berupa lanskap linguistik (LL) meliputi kontestasi bahasa, pelaku, dan fungsi LL yang ada di wilayah Yogyakarta dengan membatasi hanya di wilayah yang sering dikunjungi oleh wisatawan, yakni wilayah Malioboro yang merupakan wilayah pengawasan langsung dari Badan Pelaksana Otoritas Borobudur (BPOB).

Data dalam penelitian ini berupa gambar visual hasil potretan fotografi tanda bahasa yang tampak pada sumber data lanskap. Sumber data penelitian ini berupa 1) papan nama (bangunan, ruangan, dan alat/mesin); 2) media petunjuk informasi (papan tiang, gantung, berdiri, tempel, videotron, dan spanduk); 3) media larangan dan peringatan (papan berdiri,

almari pakaian darurat, stiker); dan 4) media iklan (poster, spanduk, stiker *branding*, spot foto, dan videotron).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi, fotografi, dan dokumentasi dan wawancara dengan penduduk lokal untuk mengonfirmasi hasil data yang diperoleh dari lapangan.

Observasi dilakukan sebagai teknik awal untuk mengamati fenomena lanskap linguistik yang terdapat pada objek penelitian. Kemudian, sebagai salah satu ciri pembeda studi LL dengan menggunakan bahan fotografi dengan maksud untuk menganalisis tanda bahasa di ruang publik, dalam hal ini bisa dilakukan dengan mengambil foto tanda sebagai bagian dari proses pengumpulan data (Artawa, 2023). Pengambilan data fotografi diambil dari sumber lanskap pada tanggal 19 Februari 2024. Data tersebut kemudian didokumentasikan, dilakukan pencatatan, serta klasifikasi data berdasarkan sumber lanskap.

Teknik Analisis Data

Metode analisis data dilakukan dengan teknik koleksi data, reduksi data, *display data* (penyajian data) menggunakan teori mengenai Landry & Bouhis (1997) mengenai Lanskap Linguistik berupa monolingual, bilingual dan multilingual dan teori Gorter (2013) mengenai LL dapat mengungkap representasi simbolik situasi suatu bahasa dalam ruang publik dan selanjutnya melakukan penarikan kesimpulan.

3. Hasil dan Pembahasan

Data yang diperoleh dari wilayah Malioboro terdapat 58 data yang terdokumentasikan. Dari 58 data tersebut peneliti menganalisis semua data berdasarkan bahasa dominan yang mengikutinya, yakni: Dominasi unsur bahasa asing, Dominasi unsur bahasa Indonesia dan Dominasi unsur bahasa daerah (Khusna, 2021; Sari & Savitri, 2021), dilanjutkan dengan analisis lanskap linguistik berupa monolingual, bilingual dan multilingual (Landry & Bourhis, 1997) dan juga juga representasi simbolik dari bahasa tersebut (Gorter, 2013)

3.1 Dominasi Unsur Bahasa Asing

Data yang terkumpul dari papan nama yang didominasi oleh unsur bahasa asing yakni terdapat 19 data. Data tersebut didominasi oleh bahasa Inggris sebagai dasar penamaan di papan nama toko di daerah malioboro sebanyak 11 papan nama yang ditemukan berunsur bahasa Inggris, dengan sampel seperti pada nama toko pada gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Toko Oleh-oleh Kick Starter
Sumber: Dokumentasi pribadi

Toko di atas adalah nama toko berbahasa Inggris *Kick Starter* yang mengandung arti tendangan awal. Toko ini berisi oleh-oleh kerajinan dan makanan khas kota Yogyakarta. Unsur bahasa asing menjadi dominan pada papan nama toko tersebut karena hampir seluruh papan nama menggunakan bahasa Inggris saja. Namun, penulisan alamat di bawah tulisan *Kick Starter* menggunakan bahasa Indonesia yang menunjukkan bilingual bahasa muncul pada papan nama tersebut. Menurut salah satu petugas di toko, arti dari nama toko tersebut adalah pijakan awal menuju kesuksesan yang disamakan dengan pertama kali menginjak pedal stater untuk menghidupkan mesin motor. Hal ini merepresentasikan keinginan pemilik toko untuk memajukan tokonya dengan memberi nama *Kick Starter*.

Data lainnya yang didominasi oleh bahasa Inggris terlihat pada gambar 2 berikut ini.



Gambar 2. Toko Fancy Leather Art
Sumber: Dokumentasi pribadi

Gambar 2 di atas menunjukkan satu toko yang terletak di sepanjang jalan Malioboro dengan nama *Fancy Leather Art*. Penamaan papan nama toko tersebut menunjukkan dominasi bahasa Inggris dan sangat jelas menunjukkan unsur monolingual bahasa Inggris karena tidak terlihat unsur bahasa lain dalam penamaan toko tersebut. Nama toko tersebut mengandung arti Seni Kulit Mewah yang menunjukkan bahwa barang yang dijual di toko tersebut didominasi dengan bahan terbuat dari kulit dan menjadikan kata *Fancy* yang berarti mewah sebagai branding toko tersebut. Hal ini terlihat pada logo toko dengan tulisan F dan dihias seakan-akan logo tersebut bercahaya. Fuji (karya bintang abadi.id, 2022) mengulas toko ini dengan memperkenalkan toko sebagai toko untuk para pecinta tas kulit. Hal ini menunjukkan representasi nama toko *Fancy Leather Art* merujuk kepada produk aksesoris yang berbahan dasar kulit yang diperkenalkan toko tersebut terutama tas sebagai produk andalan.

Unsur bahasa asing lain yang mendominasi penulisan papan nama toko di sepanjang jalan Malioboro adalah bahasa Cina sebanyak 2 papan nama toko. Unsur bahasa Cina sangat terlihat pada penamaan toko seperti pada gambar 3 berikut ini:



Gambar 3. Toko Ong Pusat Barang Lucu
Sumber: Dokumentasi pribadi

Toko ONG seperti terlihat pada gambar 3 di atas didominasi oleh bahasa Cina dari nama toko yang berasal dari bahasa Cina yaitu ONG. Namun meskipun dominasi utama berasal dari bahasa Cina dengan tulisan dan gambar pemilik toko di huruf O yang begitu besar, terdapat tiga unsur bahasa lain yang mengikuti papan nama toko tersebut, yakni bahasa daerah yang terdapat di bagian atas papan toko bertuliskan *Sugeng Rawuh* yang artinya Selamat Datang; tulisan Pusat Barang Lucu yang merujuk pada produk-produk yang dijual di toko tersebut; dan tulisan *Since 1937* yang merujuk pada awal berdirinya toko tersebut. Penamaan papan toko tersebut menggambarkan multilingual bahasa karena terdiri semua unsur bahasa baik itu bahasa asing, bahasa Indonesia dan bahasa daerah yang mengisi penamaan papan nama toko tersebut. Tulisan *Since 1937* merepresentasikan konsistensi dari penjual toko ONG untuk menjual barang barang lucu sampai dengan sekarang.

Data lainnya yang menunjukkan dominasi bahasa Cina pada papan nama toko di jalan Malioboro terdapat pada gambar 4 berikut ini.



Gambar 4. Toko Obat Sinar Husodo Tek An Tong
Sumber: Dokumentasi pribadi

Penamaan papan nama toko di atas terlihat didominasi bahasa Cina Tek An Tong yang merujuk pada penamaan toko tersebut. Nama Tek An Tong terlihat lebih besar dari tulisan lainnya sehingga dominasi bahasa Cina terlihat sangat jelas pada papan nama toko tersebut. Namun, unsur bahasa dalam penamaan papan nama toko di atas tidak hanya dalam bahasa cina saja namun juga dalam bahasa Indonesia dan bahasa daerah, yakni unsur bahasa indonesia pada tulisan Toko Obat merujuk pada produk yang dijual di toko tersebut dan penamaan Sinar dan Husodo yang diambil dari bahasa Jawa yang mengandung arti kesehatan. Toko ini merupakan bentuk dari representasi etnis Tionghoa yang mendominasi penjual obat di daerah jalan Malioboro karena dalam sejarahnya etnis Tionghoa mempunyai keahlian khusus dan menjadi sangat terkenal dan dominan di Indonesia (Setyautama, 2008).

Unsur bahasa asing lainnya yang mendominasi penamaan papan toko di jalan Malioboro adalah bahasa Italia sebanyak 2 nama papan nama toko. Unsur bahasa ini terlihat jelas pada penamaan papan nama toko seperti terlihat pada gambar 5 berikut ini.



Gambar 5. Toko Malio Gelato
Sumber: Dokumentasi pribadi

Pada gambar 5 di atas terlihat nama toko *ice cream* dengan nama *Malio Gelato*. Nama toko tersebut didominasi seluruhnya oleh bahasa Italia karena nama produk *ice cream* tersebut berasal dari negara Italia. Penamaan papan nama toko tersebut menggambarkan monolingual bahasa asing yakni bahasa Italia dari penamaan Gelato dan nuansa bahasa Italia juga dari penamaan Malio dan tidak terlihat bahasa lain yang dipakai untuk membantu menggambarkan produk di toko tersebut. Jenis produk di toko tersebut diperkenalkan dengan menggambarkan simbol *ice cream* pada sisi kiri penamaan toko. Penamaan *Gelato* ini berasal dari bahasa Italia yang mengandung arti beku dan merupakan barang dagangan berbentuk *franchise* berasal dari Italia dalam penjualan *ice cream*. Nama Malio Gelato ini merupakan representasi bahasa Italia yang terlihat dari penamaan toko yang bernuansa Italia dan kondisi juga suasana toko Malio Gelato yang betul-betul menggambarkan kondisi toko *ice cream* di Italia.

Data lain yang menggambarkan unsur dominasi bahasa Italia pada penamaan papan nama toko terlihat pada gambar 6 di bawah ini.



Gambar 6. Toko My Gelato
Sumber: Dokumentasi pribadi

Pada gambar di atas terlihat bahwa nama My Gelato yang diambil dari bahasa Italia, nama *Gelato* dibuat dengan tulisan yang besar dan mendominasi seluruh papan nama toko. Namun, muncul kata berbahasa Inggris yaitu kata *My* menandakan unsur bilingual bahasa asing yang didominasi oleh bahasa Italia dan bahasa Inggris. Seperti halnya gambar 5, penamaan papan nama toko My Gelato, nama *Gelato* merupakan representasi dari kondisi juga suasana toko Malio Gelato yang betul-betul menggambarkan kondisi toko *ice cream* di Italia.

Data lain yang mengandung unsur bahasa asing yakni papan nama dengan unsur bahasa asing bahasa Arab. Unsur bahasa asing yang didominasi bahasa Arab terdapat 2 data. Data penamaan toko yang didominasi bahasa Arab seperti terlihat pada gambar 7 berikut ini.



Gambar 7. Toko Al-Fath
Sumber: Dokumentasi pribadi

Pada gambar 7 di atas terlihat papan nama toko Al-Fath mengandung unsur bahasa Arab yang mengandung arti Penakluk. Penamaan toko ini didominasi dengan bahasa Arab karena nama Al-Fath ditulis dengan tulisan yang besar. Namun, tidak hanya bahasa Arab dalam penamaan toko saja namun terdapat tulisan *Muslim Lifestyle* yang menggunakan bahasa Inggris yang mengandung arti Gaya Hidup Muslim. Hal itu menunjukkan bahwa muncul biligual bahasa pada penulisan papan nama Toko Al-fath. Penamaan toko berbahasa Arab sangat merepresentasikan produk yang dijual oleh toko tersebut yakni produk pakaian muslim.

Data lain yang menggunakan bahasa Arab dalam pembuatan papan nama tokonya di jalan Malioboro terdapat pada toko seperti pada gambar 8 di bawah ini.



Gambar 8. Toko Batik Rafif
Sumber: Dokumentasi pribadi

Data di atas terlihat bahwa terdapat nama yang mengandung unsur bahasa Arab yakni nama Rafif. Nama Rafif pada penamaan toko di gambar 8 menunjukkan dominasi bahasa Asing yakni bahasa Arab yang mengandung arti berkilau. Namun, pada penulisan papan nama toko di atas juga terlihat unsur bahasa Indonesia yakni kata Batik yang merujuk pada produk khas Jawa. Hal tersebut menunjukkan bilingual unsur bahasa karena terdiri dari dua unsur bahasa yang muncul pada papan nama toko Batik Rafif di atas. Selain itu papan nama tersebut pun merepresentasikan produk jualan khas Jawa yakni Batik.

Data terakhir yang mengandung unsur bahasa asing yakni papan nama toko dengan unsur bahasa Jepang terdapat 2 data. Data unsur bahasa Jepang terdapat pada gambar di bawah ini.



Gambar 9. Toko Lawson
Sumber: Dokumentasi pribadi

Data gambar 9 di atas menunjukkan nama *convenience store* di sekitar jalan Malioboro dengan nama Lawson. Kata Lawson (ローソン) dalam bahasa Jepang, menunjukkan monolingual bahasa Jepang karena tidak ada bahasa lain yang ada di papan nama toko tersebut. Lawson awalnya didirikan pemilik pabrik susu bernama James "J.J." Lawson di negara bagian Ohio, Amerika Serikat pada tahun 1939. Namun Lawson sekarang adalah perusahaan jaringan waralaba toko kelontong (*convenience store*) Jepang. Lawson adalah jaringan toko kelontong terbesar nomor dua di Jepang setelah 7-Eleven. Kantor pusat Lawson di East Tower, Gate City Ohsaki di Ōsaki, Shinagawa, Tokyo (Huuhka, Shimizu, & Laaksonen, 2010). Sehingga, saat melihat Lawson representasi perusahaan Jepang terlihat jelas meskipun nuansa bahasa yang dipakai berasal dari bahasa Inggris.

Data lain yang berasal dari bahasa Jepang terlihat dari papan nama toko seperti pada gambar 10 di bawah ini.



Gambar 10. Toko Mirota
Sumber: Dokumentasi pribadi

Pada gambar 10 di atas terlihat papan nama toko tertulis Mirota merupakan sebuah toko dengan nama bernuansa bahasa Jepang. Papan nama toko tersebut didominasi bahasa Jepang karena tulisan Mirota ditulis dengan huruf yang besar dan berwarna mencolok. Namun, bilingual bahasa terlihat pada papan nama toko di atas, karena selain muncul nama toko Mirota terdapat tulisan di bawah tulisan Mirota yakni kata *Gallery* berbahasa Inggris yang berarti Galeri. Pada awalnya, Mirota terlihat merepresentasikan toko yang bergaya Jepang dari nama toko Mirota, namun isi dari toko Mirota ternyata lebih banyak menjual produk *furniture* bergaya khas Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa Nama toko Mirota lebih merujuk pada *branding* toko saja.

3.2 Dominasi Unsur Bahasa Indonesia

Data yang terkumpul dari papan nama yang didominasi oleh unsur bahasa Indonesia yakni terdapat 28 data dengan sampel seperti pada nama toko pada gambar 11 di bawah ini.



Gambar 11. Toko Malioboro Batik dan Toko Oblong Khas Jogja
Sumber: Dokumentasi pribadi

Pada gambar 11 di atas terlihat dua papan nama toko bernama Toko Malioboro Batik dan Toko Oblong Khas Jogja. Kedua nama toko tersebut terlihat didominasi oleh unsur bahasa Indonesia meskipun unsur nuansa bahasa Jawa sangat kental terlihat dari penamaan Jalan malioboro dan Kota Yogyakarta yang merujuk pada bilingual bahasa yang muncul pada penamaan papan nama toko tersebut. Papan nama toko merepresentasikan kekhasan dari barang produk Yogyakarta terutama di jalan Malioboro karena jalan tersebut terkenal dengan dagangan khas Batik dan kaos oblong.

Data selanjutnya terlihat pada gambar 12 di bawah ini.



Gambar 12. Toko Tas dan Koper Dewata
Sumber . Dokumentasi Pribadi

Data pada gambar 12 di atas terlihat nama toko yaitu Toko Tas dan Koper Dewata. Penulisan papan nama toko tersebut didominasi oleh bahasa Indonesia dan tidak terlihat kekhasan bahasa daerah ataupun asing di dalam papan nama toko tersebut. Monolingual bahasa awalnya terlihat dominan pada penamaan toko, namun di bawah tulisan toko tersebut terdapat tulisan alamat tempat toko yakni di Jalan Malioboro 77 Yogyakarta sehingga unsur bilingual bahasa menjadi lebih terlihat terutama penulisan alamat menjadi unsur penunjang munculnya bilingual bahasa daerah Jawa pada penamaan papan nama toko tersebut.

3.3 Dominasi Unsur Bahasa Daerah.

Data yang terkumpul dari papan nama yang didominasi oleh unsur bahasa daerah yakni terdapat 11 data dengan sampel seperti pada nama toko pada gambar 13 di bawah ini.



Gambar 13. Toko Roro
Sumber: Dokumentasi pribadi

Pada gambar 13 di atas, nama Toko Roro merupakan nama toko yang merupakan dominasi unsur bahasa daerah yakni unsur bahasa Jawa. Nama toko ini pun ditulis dengan menggunakan bahasa Jawa kuno sehingga menegaskan unsur daerah yang sangat dominan dan kental. Penamaan toko ini menandakan monolingual bahasa daerah Jawa yang cukup besar karena kedua nama Roro dan tulisan aksara Jawa menandakan kedaerahan bahasa yang begitu kental.

Pada nama toko tersebut terlihat representasi dari produk yang toko tersebut *jua* yakni batik dan aksesoris khas Yogyakarta yang dijual dengan memakai *branding* bahasa daerah.

Data lain yang menunjukkan dominasi unsur bahasa daerah terlihat pada gambar 14 berikut ini.



Gambar 14. Toko Batik Janoko
Sumber: Dokumentasi pribadi

Pada gambar 14 di atas, terlihat dominasi unsur bahasa daerah pada papan nama toko bernama Batok Janoko. Dominasi bahasa daerah terlihat dari kata batik yang merupakan nama kain khas Jawa dan juga kata Janoko yang mengandung arti Jenaka. Toko batik ini pun menambahkan unsur simbolis yakni wayang kulit yang dipasang di sebelah kanan nama toko. Hal itu menunjukkan monolingual bahasa yang dominan pada nama toko tersebut. Representasi nama produk khas daerah Jawa juga terlihat pada nama toko tersebut. Ditambah lagi dengan unsur simbolis wayang kulit yang semakin menegaskan dominasi monolingual bahasa Jawa.

Data lainnya yang menunjukkan dominasi bahasa Jawa pada papan nama toko seperti pada gambar 15 di bawah ini.



Gambar 15. Misteri Omah Roro
Sumber. Dokumentasi Pribadi

Pada gambar 15 di atas terdapat nama pada plang papan nama Misteri Omah Roro menggunakan Bahasa Jawa yang artinya Rumah Roro. Dominasi unsur bahasa Jawa terlihat domina terutama pada penamaan Omah yang berarti rumah dan Roro yang merupakan legenda tokoh perempuan Jawa yang sering muncul dalam dongeng. Unsur dominasi bahasa yang terlihat berupa bilingual bahasa karena terjadi penyatuan bahasa daerah Jawa dan bahasa Indonesia pada kata Misteri. Nama toko ini benar-benar merepresentasikan tujuan dari toko tersebut dibuat yakni sebagai gedung atau rumah hantu dengan menggambarkan misteri rumah putri Roro.

4. Simpulan

Dari analisis data di bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa terdapat dominasi unsur-unsur bahasa dari 58 data yang ditemukan, terdapat 19 dominasi unsur bahasa asing, 28 dominasi unsur bahasa Indonesia dan 11 dominasi unsur bahasa daerah. Dari ketiga dominasi tersebut bilingual bahasa asing dan bahasa Indonesia menjadi unsur utama penamaan papan nama toko terutama terkait bahasa asing menjadi sangat dominan. Hal ini bukan tanpa alasan, tetapi dengan semakin berkembangnya daerah Malioboro, target pangsa pasarnya pun menjadi mengarah tidak hanya pada wisatawan lokal namun juga wisatawan mancanegara yang menjadikan unsur bahasa asing dan bahasa Indonesia menjadi lebih dominan. Bahkan unsur

bahasa daerah menjadi unsur paling sedikit dan lebih banyak didominasi oleh monolingual bahasa daerah Jawa saja.

Unsur unsur penamaan pada papan toko di daerah Malioboro menjadi representasi produk yang dijualnya. Bahkan simbol-simbol toko yang menjadi ciri kekhasan toko tersebut menjadi lebih mudah diidentifikasi karena simbol tersebut menunjukkan *branding* dari produk yang dijual di dalam toko tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa *branding* pada nama toko di Malioboro tidak hanya didominasi oleh tulisan yang dibuat bilingual atau bahkan multilingual, namun unsur simbol atau logo khas toko tersebut menjadi bentuk *branding* lain yang tak kalah menarik dari penamaan toko saja.

Daftar Pustaka

- Arianto, M. E., Saptadi, J. D., & Rifai, M. (2022). Studi Sarana Prasarana Keselamatan dan Keamanan Wisatawan pada Destinasi Wisata Pantai Parangtritis dan Pantai Baron Tahun 2021. Paper Presented at the *Jurnal Formil (Forum Ilmiah) Kesmas Respati*. 7(2), 132-147. <https://doi.org/10.35842/formil.v7i2.428>.
- Artawa, K. (2023). *Lanskap Linguistik Pengenalan, Pemaparan, dan Aplikasi*: Deepublish.
- Da Silva, A. M., Tjung, Y. N., Wijayanti, S. H., & Suwartono, C. (2021). Language Use and Tourism in Yogyakarta; The Linguistic Landscape of Malioboro. *Wacana: Journal of the Humanities of Indonesia*, 22(2), 295-318. <https://doi.org/10.17510/wacana.v22i2.721>
- Darmawan, R. (2019). *Lanskap Linguistik di Destinasi Wisata Danau Toba*. Medan: USU.
- Gorter, D. (2013). Linguistic Landscapes in a Multilingual World. *Annual Review of Applied Linguistics*, 33, 190-212. <https://doi.org/10.1017/S0267190513000020>
- Huuhka, A., Shimizu, N., & Laaksonen, M. (2010). Strategic Differentiation in the Japanese Convenience Store Business. the Example of Lawson's format variation. In: Schnedlitz, P., Morschett, D., Rudolph, T., Schramm-Klein, H., Swoboda, B. *European Retail Research*, 149-172. https://doi.org/10.1007/978-3-8349-8938-3_7
- Ikuta, A. (2010). *Visitor Sign-Comparison of Visitor Signs in Helsinki and Kyoto*. Faculty Business Economics and Tourism. Vaasa University of Applied Sciences. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/15576/Ikuta_Aya.pdf;jsessionid=B82BD6F71D9F4B7E229A70C7B75A368C?sequence=1
- Khusna, W. L. (2021). *Lanskap Linguistik Pada Restoran Di Jalan Alternatif Cibubur, Depok, Jawa Barat*. Prosiding Kongres Internasional Masyarakat Linguistik Indonesia, 410-415. <https://doi.org/10.51817/kimli.vi.88>
- Landry, R., & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 23-49. <https://doi.org/10.1177/0261927X970161>

- Prabhawati, A. (2019). Upaya Indonesia dalam Meningkatkan Kualitas Pariwisata Budaya Melalui Diplomasi Kebudayaan. *Journal of Tourism and Creativity*, 2(2). <https://doi.org/10.19184/jtc.v2i2.13847>
- Sahril, S., Harahap, S. Z., & Hermanto, A. B. (2019). Lanskap Linguistik Kota Medan: Kajian Onomastika, Semiotika, dan Spasial. *MEDAN MAKNA: Jurnal Ilmu Kebahasaan dan Kesastraan*, 17(2), 195-208. <https://doi.org/10.26499/mm.v17i2.2141>
- Salim, M. A. B., Ibrahim, N. A. B., & Hassan, H. (2012). Language for Tourism: A Review of Literature. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 66, 136-143. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.255>
- Santosa, O. B. P. (2018). *Representasi Perempuan dalam Budaya Patriarki di Jepang: Analisis Tekstual Pada Film Osaka Elegy*. Skripsi. Meminatan Komunikasi Massa, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya. <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/163350/1/Oke%20Bobby%20Putra%20Santosa.pdf>
- Sari, R. N., & Savitri, A. D. (2021). *Penamaan Toko di Sidoarjo Kota: Kajian Lanskap Linguistik*. BAPALA. 8(4). 47-64. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/bapala/article/view/40715>
- Setyautama, S. (2008). *Tokoh-tokoh etnis Tionghoa di Indonesia*: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Wulansari, D. W. (2020). Linguistik Lanskap di Bali: Tanda Multilingual dalam Papan Nama Ruang Publik. *KREDO: Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 3(2), 420-429. <https://doi.org/10.24176/kredo.v3i2.4600>