PENGUNAAN BAHASA INDONESIA PADA MEDIA RUANG PUBLIK DI KOTA PEKANBARU

(The Use of Indonesian Language in Public Area in Pekanbaru City)

Fatmahwati A

Balai Bahasa Riau

Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Kampus Binawidya Unri, Panam, Simpang Baru, Tampan,
Kota Pekanbaru, Riau 28292, Indonesia

Pos-el: fatmaadnan@yahoo.com

(Naskah Diterima Tanggal 22 Mei—Direvisi Tanggal 13 Desember—Disetujui Tanggal 28 Desember)

Abstract

This paper discusses use of Indonesian at public places in Kota Pekanbaru and this study aims to describe use of the language at public places and influencing actors. By using the descriptive analytic method and interpretative technique, data were analyzed with reference to literature review. The data of this study are words, phrases, and sentences used at public places media such as billboards, banners, and posters. The data are collected through observation and interview. The research findings reveal the most dominant phenomenon is the use of foreign languages and the use of Indonesian language that does not meet rules of Indonesian. The reasons for using foreign languages are: (1) respondents do not know that there is a regulation stipulating the use of Indonesian at public places, (2) they assume foreign languages have higher prestige, (3) they believe people like foreign languages better than Indonesian, and (4) they assume foreign terms are more commonly used. The reasons for misuse of Indonesian rules are: (1) respondents do not know Indonesian rules, (2) they assume Indonesian rules are not important, and (3) they believe that people do not concern with the language rules. In addition, they tend to ignore rules of Indonesian. The linguistic landscape of the language of public spaces in Pekanbaru City informationally and symbolically shows that the existence of Indonesian is increasingly fading with the rise of the use of foreign languages.

Keywords: *language use, public places, Pekanbaru City*

Abstrak

Tulisan ini membahas penggunaan bahasa di ruang publik di Kota Pekanbaru dan bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena penggunaan bahasa di ruang publik dan faktor-faktor yang memengaruhi. Dengan menggunakan metode deskriptif analitik dan teknik interpretatif, data dianalisis dengan mengacu pada kajian literatur. Data dalam penelitian ini adalah bahasa yang terdapat pada media ruang publik di Kota Pekanbaru berupa papan iklan, kain rentang, baliho, dan poster. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara. Ternyata, fenomena yang paling dominan adalah penggunaan bahasa asing dan penggunaan bahasa Indonesia yang tidak sesuai kaidah. Alasan responden menggunakan bahasa asing adalah: (1) tidak mengetahui adanya landasan hukum (undang-undang) penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik, (2) menganggap bahasa asing memiliki prestise yang lebih tinggi, (3) menilai masyarakat lebih tertarik dan menyukai bahasa asing, dan (4) menganggap istilah asing lebih umum dipakai. Penyebab kesalahan penggunaan bahasa Indonesia adalah: (1) tidak mengetahui kaidah bahasa Indonesia yang baik dan benar, (2) menganggap kaidah bahasa Indonesia tidak penting dipelajari, dan (3) menilai masyarakat tidak mempermasalahkan kaidah. Mengacu pada jawaban tersebut, jika dilihat dari faktor pengetahuan dapat dikatakan bahwa pengetahuan tentang kaidah bahasa Indonesia responden kurang positif. Dilihat dari faktor sikap, responden bersikap tidak menyadari adanya norma penggunaan bahasa Indonesia. Lanskap linguistik bahasa ruang publik di Kota Pekanbaru secara informasional dan simbolis

menunjukkan bahwa eksistensi bahasa Indonesia semakin memudar dengan maraknya penggunaan bahasa asing.

Kata-kata kunci: penggunaan bahasa, ruang publik, Kota Pekanbaru

PENDAHULUAN

Ruang publik, menurut Carmona (2008, hlm. 24), dapat diakses oleh siapa pun dan menjamin kebebasan beraktivitas. Ruang publik juga harus tanggap atau mampu memenuhi kebutuhan warga yang terwujud dalam desain fisik dan pengelolaannya. Lebih lanjut ia menambahkan bahwa ruang publik harus meningkatkan manusia sebagai pengguna ruang untuk membuat hubungan (koneksi) yang kuat antara ruang dengan kehidupan mereka dan dunia yang lebih luas.

Artinya, terdapat pemerolehan informasi dan sistem pemaknaan di ruang publik. Masyarakat pengguna ruang publik akan menyerap informasi dan memaknainya. Lebih jauh lagi, informasi yang diserap dan dimaknai tersebut akan memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat.

Penyampaian informasi di ruang publik menggunakan bahasa. Jika informasi disampaikan dalam bahasa Indonesia, disinyalir informasi tersebut diserap, dimaknai, dan diingat dalam bahasa Indonesia juga. Secara psikologis telah terjadi pemerolehan bahasa Indonesia dalam pengalaman intelektual seseorang. Secara sosial bahasa Indonesia akan digunakan dalam membangun hubungan atau koneksi antara ruang dan masyarakat.

Bahasa Indonesia berfungsi sebagai bahasa nasional dan bahasa negara. Seharusnya, bahasa Indonesia memiliki eksistensi yang kuat di ruang publik di seluruh kota dan daerah di wilayah Indonesia.

Ketentuan tentang penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor

24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan. Pasal 26 ayat 3 berbunyi: “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”. Pasal 37 ayat 1 berbunyi: “Bahasa Indonesia wajib digunakan dalam informasi tentang produk barang atau jasa produksi dalam negeri atau luar negeri yang beredar di Indonesia”. Pasal 38 ayat 1 berbunyi: “Bahasa Indonesia wajib digunakan dalam rambu umum, penunjuk jalan, fasilitas umum, spanduk, dan alat informasi lain yang merupakan pelayanan umum”.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2009 semestinya menjadi dasar penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik. Akan tetapi, kenyataannya bahasa asing “menyerbu” ruang publik Indonesia. Disinyalir, ada anggapan yang menyatakan bahwa penggunaan bahasa asing mampu mendongkrak prestise. Benarkah demikian? Tidakkah sebaliknya, ketika kita melemahkan bahasa nasional justru prestise itu turun karena tidak disertai sikap dan kepribadian yang kuat sebagai anak bangsa? Bukankah sikap yang terus menerus mengagungkan “sesuatu yang asing” justru memudarkan warna asli diri sendiri?

Tindakan seharusnya yang dilakukan adalah meningkatkan kuantitas dan kualitas penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik. Peningkatan kuantitas berarti memperbanyak penggunaan bahasa

Indonesia di ruang publik, sedangkan peningkatan kualitas atau mutu berarti menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar.

Penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik diatur dalam Pasal 36, 37, dan 38 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan. Sebelum Undang-Undang tersebut, landasan hukum penggunaan bahasa Indonesia adalah Undang-Undang Dasar 1945, bab XV, pasal 36 tentang Bahasa Negara; Ketetapan MPR No. II, tahun 1993, tentang Garis-Garis Besar Haluan Negara; Undang-Undang No. 5, tahun 1974, tentang Pokok-Pokok Pemerintahan di Daerah; Keputusan Presiden Nomor 57, tahun 1972, tentang Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan; Instruksi Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20, tanggal 28 Oktober 1991, tentang Pemasyarakatan Bahasa Indonesia dalam Rangka Pemantapan Persatuan dan Kesatuan Bangsa; dan Surat Menteri Dalam Negeri kepada Gubernur, Bupati, dan Wali Kotamadya Nomor 434/1021/SJ, tanggal 16 Maret 1965, tentang Penertiban Penggunaan Bahasa Asing (Sukmawati, Nurhayati, dan Ery Iswari, tt, hlm. 2).

“Alat” untuk mengatur penggunaan bahasa Indonesia adalah kaidah bahasa Indonesia, kaidah tersebut dirangkum dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI). PUEBI memuat kaidah penggunaan bahasa Indonesia yang mencakup penulisan huruf, penulisan kata, penulisan tanda baca, dan penulisan unsur serapan. Kaidah bahasa Indonesia dapat dijadikan sebagai pedoman dalam penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik.

Mengenai peningkatan penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik, Warung (2015, hlm. 172) mengatakan bahwa perlu

adanya upaya kuat untuk menata dan membangun kembali karakter bangsa dalam hal berbahasa Indonesia. Selain itu, perlu adanya peraturan keras dalam hal penggunaan bahasa Indonesia yang sebenarnya sudah jelas diatur dalam konstitusi dan undang-undang bahasa. Upaya peningkatan penggunaan bahasa di ruang publik melibatkan pemerintah dan masyarakat.

Bahasa ruang publik menarik perhatian karena menggambarkan keadaan suatu bahasa dan perilaku masyarakat terhadap bahasa tersebut. Artinya, bahasa ruang publik tidak sekadar bahasa yang terpajang dan dipertontonkan kepada khalayak, tetapi juga mengandung informasi tentang wilayah tersebut.

Penelitian terkait dilakukan oleh Dasuki (2015, hlm. 265) tentang “Pemakaian Bahasa Indonesia dalam Ruang Publik di Kota Surakarta”. Simpulan hasil penelitian tersebut adalah penggunaan bahasa Indonesia yang sesuai dengan kaidah dalam penamaan toko atau tempat usaha merupakan salah satu bentuk sikap penghargaan dan sekaligus penghormatan terhadap bahasa yang lebih bermartabat. Para pengusaha di Kota Surakarta yang masih menggunakan bahasa asing atau bahasa daerah atau menggunakan bahasa Indonesia yang tidak sesuai dengan kaidah sebaiknya segera mempertimbangkan untuk melakukan perubahan atau memperbaiki nama toko atau tempat usahanya.

Khasanah, dkk (2015, hlm. 1) meneliti tentang fenomena penggunaan bahasa asing dalam penamaan bisnis kuliner di kawasan Soekarno Hatta Kota Malang. Simpulan penelitian tersebut adalah penggunaan bahasa asing dalam penamaan bisnis kuliner di kota Malang saat ini menunjukkan tren yang meningkat dari tahun ke tahun. Pemilik bisnis kuliner merasa lebih nyaman menggunakan bahasa asing dibandingkan bahasa Indonesia.

Penelitian terkait lainnya dilakukan oleh Susanti dan Agustini (2016, hlm. 46). Mereka menyimpulkan bahwa kesalahan berbahasa Indonesia pada penulisan media iklan luar ruang di Kota Surakarta masih banyak dijumpai yang belum/tidak sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia yang baik dan benar. Bentuk-bentuk kesalahan penulisan pada media iklan luar ruang di Kota Surakarta meliputi kesalahan penulisan tanda baca, kesalahan penulisan singkatan, kesalahan penggunaan huruf kapital, kesalahan pemilihan diksi, dan kesalahan penulisan ejaan.

Permasalahan yang diangkat dalam tulisan ini adalah (1) fenomena penggunaan bahasa di ruang publik, (2) faktor-faktor yang memengaruhi, dan (3) lanskap linguistik bahasa di ruang publik. Sejalan dengan permasalahan tersebut, tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan penggunaan bahasa, faktor-faktor yang memengaruhi, lanskap linguistik bahasa ruang publik, dan upaya peningkatan penggunaan bahasa Indonesia.

Urgensi penelitian ini adalah mengetahui fenomena penggunaan bahasa Indonesia pada ruang publik di Kota Pekanbaru, faktor-faktor yang memengaruhinya, lanskap linguistik, dan upaya-upaya yang dilakukan untuk meningkatkan penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik. Berbeda dengan ketiga penelitian tersebut, kajian ini tidak sebatas mengetahui situasi kebahasaan di ruang publik, faktor-faktor yang memengaruhinya, dan upaya-upaya yang dilakukan untuk meningkatkan penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik. Akan tetapi, bahasa ruang publik yang ditemukan juga dianalisis dengan menggunakan teori lanskap linguistik.

Lanskap linguistik (LL) mengkaji kehadiran bahasa di antara ruang dan tempat. LL disinyalir bersinggungan dengan konsep sosiolinguistik, multi-lingualisme, kebijakan

bahasa, geografi budaya, semiotik, sastra, pendidikan, dan psikologi sosial (Puzey, 2016). Istilah LL pertama kali digunakan oleh Landry and Bourhis (1997), yang membatasinya sebagai bahasa untuk tanda jalan umum, papan reklame, nama jalan dan tempat, nama kedai, nama bangunan pemerintah dalam sebuah kelompok daerah, wilayah, atau kota.

Menurut Ben-Rafael, Shohamy, Amara and Trumper-Hecht (2006), LL dianggap bersifat sosio-ekonomis karena mencari korelasi antara pemakaian bahasa tertentu di sebagian wilayah perkotaan dan standar hidup di suatu wilayah. Pemakaian bahasa dalam LL terangkum ke dalam dua kategori, yakni pemakaian bahasa secara atas-bawah (top-down) dan pemakaian bahasa secara bawah-atas (bottom-up). Kategori atas-bawah mencakupi pemakaian bahasa pada papan tanda umum yang dibuat oleh badan atau lembaga pemerintah, lembaga publik yang mengurus persoalan agama, pemerintahan, kesehatan, pendidikan dan kebudayaan, papan tanda nama jalan, dan maklumat umum; sedangkan kategori bawah-atas meliputi pemakaian bahasa oleh pemilik kedai/toko (pakaian, makanan, perhiasan), kantor/pabrik/agen swasta, maklumat pribadi (sewa/jual mobil/ rumah) termasuk iklan lowongan kerja. Rentang diagonal dari kategori pertama hingga kategori kedua itu menunjukkan derajat seberapa resmi dan tak resmi dipakainya sebuah bahasa

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menjelaskan objek yang diteliti secara terperinci dan mendalam. Data dalam penelitian ini adalah media di ruang publik berupa papan iklan, kain rentang, baliho, dan poster di Kota Pekanbaru.

Data dikumpulkan dengan cara pengamatan ke lapangan dan wawancara. Analisis data dilakukan dengan metode

deskriptif analitik dan teknik interpretatif dengan mengacu pada kajian literatur. Tahap-tahap yang dilakukan sebagai langkah kerja penelitian ini adalah (1) mengklasifikasikan data berdasarkan karakteristik dan kategori; (2) menentukan bentuk kesalahan; (3) mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi; (4) merumuskan upaya-upaya yang dilakukan untuk meningkatkan penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik secara kuantitatif dan kualitatif.

PEMBAHASAN

Secara umum, teks (pesan) yang terdapat di ruang publik dapat dibedakan dalam beberapa kategori, yaitu iklan, pengumuman, imbauan, peringatan, pernyataan, penamaan, dan informasi. Pembahasan ini mengacu pada hasil pengamatan dan wawancara yang ditemukan di lapangan.

Fenomena Penggunaan Bahasa pada Ruang Publik di Kota Pekanbaru

Berdasarkan hasil penelitian tentang penggunaan bahasa pada ruang publik di Kota Pekanbaru dapat dikemukakan bahwa fenomena yang paling dominan adalah penggunaan bahasa asing dan penggunaan bahasa Indonesia yang tidak sesuai kaidah.

Penggunaan Bahasa Asing

Fenomena bahasa ruang publik di Kota Pekanbaru yang marak terjadi dewasa ini adalah penggunaan bahasa asing. Bahasa asing yang mendominasi di ruang publik adalah bahasa Inggris. Dengan frekuensi yang tidak terlalu tinggi ditemukan juga penggunaan bahasa Jepang, Cina, Perancis, dan Korea. Pendataan bahasa asing hanya sebatas untuk mengetahui bahasa asing apa saja yang ditemukan pada ruang publik di Kota Pekanbaru.

Bahasa Inggris “menyerbu” ruang publik di Kota Pekanbaru pada nama badan

usaha, iklan, fasilitas publik, nama makanan, nama kegiatan, papan iklan, istilah-istilah, kalimat populer, informasi, dan lainnya. Penggunaan bahasa Inggris ini cenderung “merajai” ruang publik di Kota Pekanbaru, bahkan mengalahkan penggunaan bahasa Indonesia.

Bahasa asing di ruang publik terutama ditemui di tempat-tempat umum yang ditujukan untuk golongan menengah ke atas, seperti hotel, restoran, café, mal, tempat hiburan, tempat wisata, bandar udara, dan lainnya. Meskipun demikian, bahasa asing juga ditemui di tempat-tempat umum yang ditujukan untuk khalayak ramai, seperti toilet umum, terminal bus, pasar, dan lainnya. Bahkan, di instansi pemerintah dan pendidikan juga ditemukan penggunaan bahasa Inggris yang cukup tinggi.

Bahkan, di ruang yang dinilai sebaiknya menggunakan bahasa Indonesia juga ditemukan penggunaan bahasa Inggris. Fenomena ini tidak otomatis menunjukkan kemampuan masyarakat dalam berbahasa asing, tetapi lebih pada keinginan untuk meningkatkan prestise. Pendapat ini dapat dibuktikan dengan ditemukannya penggunaan bahasa Inggris yang salah dalam penulisannya.

Beberapa contoh penggunaan bahasa asing di ruang publik Kota Pekanbaru dapat dilihat pada foto berikut

Sumber Foto: dokumentasi pribadi

Ketiga foto tersebut merupakan contoh betapa maraknya penggunaan bahasa asing di Kota Pekanbaru. Secara garis besar dapat dikatakan bahwa bahasa asing menyerbu ruang publik secara masif yang memperlihatkan sikap atau pandangan masyarakat terhadap bahasa asing, bahasa Indonesia, dan bahasa daerah.

Selain itu, terdapat indikasi bahwa masyarakat lebih mengenal dan mengetahui istilah asing dibandingkan istilah dalam bahasa Indonesia. Sebagai contoh, masyarakat lebih mengenal istilah *car free day* dibandingkan Hari Tanpa Kendaraan Bermotor, lebih sering menggunakan kata *online* daripada daring, serta cukup akrab dengan kata *square* tetapi tidak pernah mendengar istilah anggana. Artinya, istilah-istilah berbahasa Inggris tersebut lebih dikenal, diketahui, dan lebih sering digunakan dibandingkan bahasa Indonesia.

Berikut ini bahasa asing yang dinilai tinggi frekuensi penggunaannya di ruang publik di Kota Pekanbaru, meskipun telah memiliki padanan istilah dalam bahasa Indonesia.

Tabel 1
Bahasa Asing di Ruang Publik di Kota Pekanbaru

Bahasa Asing	Bahasa Indonesia	Bahasa Asing	Bahasa Indonesia
<i>Car free day</i>	Hari Tanpa Kendaraan Bermotor	<i>Multilevel marketing</i>	Pemasaran berjenjang
<i>Gadget</i>	Gawai	<i>Network marketing</i>	Pemasaran berjejaring
<i>Launching</i>	Peluncuran	<i>Branding</i>	Penjenamaan
<i>Downline</i>	Lini bawah	<i>Soft launching</i>	Peluncuran awal
<i>Upline</i>	Lini atas	<i>Grand launching</i>	Peluncuran resmi
<i>Smart city</i>	Kota pintar, kota cerdas	<i>Press conference</i>	Konferensi pers
<i>Square</i>	Anggana	<i>Press release</i>	Siaran pers, edaran pers
<i>Fly over</i>	Jalan layang	<i>Underpass</i>	Lintas bawah
<i>Drive thru</i>	Layanan tanpa turun	<i>Install</i>	Pasang
<i>Link</i>	Tautan	<i>Scan</i>	Pindai
<i>Wireless</i>	Nirkabel	<i>Database</i>	Pangkalan data
<i>Device</i>	Peranti	<i>Preview</i>	Pratinjau
<i>Hacker</i>	Peretas	<i>Update</i>	Pemutakhiran
<i>Software</i>	Perangkat lunak	<i>Netizen</i>	Warganet

<i>Hardware</i>	Perangkat keras	<i>Selfie</i>	Swafoto
<i>Online</i>	Daring (dalam jaringan)	<i>Server</i>	Peladen
<i>Offline</i>	Luring (luar jaringan)	<i>Baby sitter</i>	Pramusiwi
<i>Contact person</i>	Narahubung	<i>Porter</i>	Pramubarang
<i>Download</i>	Unduh	<i>Salesman, salesgirl</i>	Pramuniaga
<i>Upload</i>	Unggah	<i>Roomboy</i>	Pramukamar
<i>Office boy</i>	Pramukantor	<i>Tax free</i>	Bebas pajak
<i>Guide</i>	Pramuwisata	<i>No smoking</i>	Dilarang merokok
<i>Rest area</i>	Kawasan rehat	<i>Silent please</i>	Harap tenang

Bahasa asing (Inggris) yang dicantumkan sebagai contoh pada tabel tersebut lebih tinggi penggunaannya dan juga lebih dikenali oleh masyarakat luas dibandingkan terjemahan atau padanan-nya dalam bahasa Indonesia. Artinya, diperlukan upaya keras melalui edukasi dan publikasi untuk menyosialisasikan padanan bahasa asing dalam bahasa Indonesia. Pada akhirnya diharapkan masyarakat mengenal istilah-istilah tersebut dan menggunakannya dalam berbagai aktivitas berbahasa, termasuk di ruang publik.

Bahasa Indonesia yang Digunakan Menyalahi Kaidah

Selain maraknya penggunaan bahasa asing, fenomena kebahasaan di ruang publik Kota Pekanbaru lainnya adalah penggunaan bahasa Indonesia yang tidak sesuai kaidah. Artinya, bahasa Indonesia yang digunakan mengandung kesalahan atau kekeliruan. Kesalahan tersebut meliputi ejaan, pilihan kata, dan kalimat.

Penilaian ejaan mengacu pada PUEBI yang memuat kaidah penulisan huruf, penulisan kata, penggunaan tanda baca, penulisan unsur serapan bahasa asing. Penulisan huruf mengatur tentang huruf abjad, huruf vokal, huruf konsonan, huruf diftong, gabungan huruf konsonan, huruf kapital, huruf miring, dan huruf tebal. Penulisan kata mencakup kata dasar, kata berimbuhan, bentuk ulang, gabungan kata, pemenggalan kata, kata depan, partikel, singkatan dan akronim, angka dan bilangan, kata ganti, dan kata sandang. Penulisan

tanda baca meliputi tanda titik, tanda koma, tanda titik koma, tanda hubung, tanda pisah, tanda tanya, tanda seru, tanda elipsis, tanda petik, tanda petik tunggal, tanda kurung, tanda kurung siku, tanda garis miring, dan tanda penyingkatan atau apostrof. Penulisan unsur serapan membahas kata atau frasa yang diserap dari bahasa daerah atau asing.

Kesalahan penulisan huruf terutama pada ketentuan penulisan huruf kapital. Penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik ditemukan kata-kata yang seharusnya menggunakan huruf kapital, tetapi ditulis dengan huruf kecil. Misalnya, huruf pertama unsur nama orang, agama, kitab suci, Tuhan, bahasa, suku bangsa, bangsa, nama geografi, negara, lembaga, badan, organisasi, dokumen, dan peristiwa, gelar kehormatan, keturunan, keagamaan, atau akademik yang diikuti nama orang.

Sebaliknya, ketentuan penulisan huruf lainnya yang sering dilanggar adalah kata tugas, seperti *di*, *ke*, *dari*, *dan*, *yang*, dan *untuk*. Seharusnya kata tugas tersebut ditulis dengan huruf kecil, kenyataannya banyak sekali kata tugas yang ditulis dengan menggunakan huruf kapital.

Kesalahan penulisan kata yang paling banyak ditemukan adalah penulisan kata depan *di* dan *ke* yang sering disatukan dengan kata yang mengikutinya, seharusnya ditulis terpisah. Contoh, *ditaman* dan *kekota*, seharusnya *di taman* dan *ke kota*. Sebaliknya, awalah *di-* ditulis terpisah, seharusnya serangkai dengan kata yang mengikutinya. Contoh, *di jual* seharusnya *dijual*. Kesalahan penulisan kata juga terjadi

pada penulisan kata berimbuhan, misalnya dikontrakan, menunjukan, mempesona, membalikan, dan menterjemahkan. Seharusnya ditulis dikontrakkan, menunjukkan, memesona, membalikkan, dan menerjemahkan.

Kesalahan penulisan tanda baca yang ditemukan di ruang publik, antara lain penulisan PT. dan RS., seharusnya tidak menggunakan tanda titik. Contoh lain, penulisan kata dan tanda baca **hubungi :**, kata **hubungi** dan **titik dua {:}** dipisahkan, seharusnya **hubungi:**, kata **hubungi** dan **titik dua {:}** tidak diberi spasi.

Kesalahan penulisan unsur serapan dinilai mendominasi bentuk-bentuk kesalahan berbahasa di ruang publik. PUEBI memuat kaidah ejaan yang diberlakukan pada unsur bahasa asing dan daerah yang diserap ke bahasa Indonesia. Contoh: '*ain* (ع Arab) di akhir suku kata menjadi *k*, misalnya *ruku'* menjadi *rukuk*. Huruf *c* di depan *a*, *u*, *o*, dan konsonan menjadi *k*, misalnya *capital* menjadi *kapital*. Gabungan huruf *ph* dalam bahasa Inggris menjadi *f*, misalnya *phrase* menjadi frase, *paragraph* menjadi *paragraf*.

Contoh kesalahan penulisan unsur serapan pada media ruang publik di Kota Pekanbaru adalah kata aktifitas, tehnik, taxi, kwalitas, photokopi, restaurant, special, propinsi, dan lainnya. Seharusnya unsur serapan tersebut ditulis sesuai dengan ketentuan ejaan bahasa Indonesia, yaitu aktivitas, teknik, taksi, kualitas, fotokopi, restoran, spesial, dan provinsi.

Selain masalah penulisan kata yang tidak tepat, penamaan yang menggunakan unsur serapan bahasa asing cenderung memakai hukum MD (menerangkan diterangkan). Bahasa Indonesia menggunakan hukum DM (diterangkan menerangkan). Cukup banyak ditemukan di ruang publik penulisan unsur serapan yang sudah disesuaikan dengan bahasa Indonesia tetapi masih menggunakan hukum MD.

Contohnya frasa sosial media, seharusnya diindonesiakan menjadi media sosial; Selera Kampung Restoran seharusnya Restoran Selera Kampung; Kedai Berkah Fotokopi seharusnya Kedai Fotokopi Berkah; Adiba Burger seharusnya Burger Adiba; dan lainnya.

Pilihan kata atau diksi mempertimbangkan ketepatan, kecermatan, dan keserasian kata yang digunakan. Pada umumnya pilihan kata dimaksudkan untuk “menjaga” informasi yang disampaikan agar terkesan lebih tepat, santun, dan sesuai. Misalnya, frasa *warga kurang mampu* terdengar lebih santun dibandingkan frasa *warga miskin*; tunanetra terdengar lebih santun dibandingkan *orang buta*; frasa *suku asli* terdengar lebih santun dibandingkan frasa *suku terasing*.

Kesalahan kalimat pada bahasa di ruang publik yang ditemukan adalah penggunaan kalimat tidak efektif sehingga menimbulkan kerancuan (ambiguitas). Contoh, kalimat “Tumbuh tuh ke atas, bukan ke samping”, iklan ini dimaknai dengan berbagai interpretasi karena kalimat tersebut dapat menimbulkan keraguan. Maksud iklan ini sebenarnya adalah pertumbuhan tubuh itu hendaknya bertambah tinggi, bukan bertambah gemuk.

Ruang publik dijadikan sebagai wadah untuk menyampaikan pesan, informasi, atau petunjuk kepada khalayak. Alangkah indahnya jika bahasa yang digunakan untuk penyampaian pesan, informasi, atau petunjuk tersebut mempertimbangkan “aturan” yang berlaku. Sesuai ketentuan yang ditetapkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2009, informasi di ruang publik hendaknya menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penggunaan Bahasa di Ruang Publik

Menyimak fenomena penggunaan bahasa di ruang publik dapat disimpulkan bahwa terdapat dua permasalahan utama, yaitu dominasi bahasa asing dan bahasa Indonesia yang tidak memenuhi kaidah.

Faktor yang Memengaruhi Dominasi Bahasa Asing

Bahasa asing “merajai” ruang publik di Indonesia. *Apakah hal ini disebabkan karena masyarakat lebih mengenal bahasa asing maka digunakan bahasa asing di ruang publik atau karena ruang publik lebih sering menggunakan bahasa asing maka masyarakat lebih mengenal bahasa asing?* Jika ditilik hubungan kausalitas kedua pernyataan tersebut dapat dikemukakan bahwa masyarakat lebih mengenal bahasa asing karena ruang publik lebih sering menggunakan bahasa asing.

Lalu, mengapa para “pembuat teks” di ruang publik memilih menggunakan bahasa asing? Berdasarkan jawaban responden tentang penyebab penggunaan bahasa asing diperoleh informasi sebagai berikut.

1. Responden tidak mengetahui adanya landasan hukum (undang-undang) penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik.
2. Responden menganggap bahasa asing memiliki prestise yang lebih tinggi dibandingkan bahasa Indonesia.
3. Responden menilai masyarakat lebih tertarik dan menyukai bahasa asing
4. Responden beranggapan istilah asing lebih umum dipakai.

Berdasarkan jawaban tersebut, jika dilihat dari faktor pengetahuan dapat dikatakan bahwa responden tidak memiliki *pengetahuan* tentang aturan penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik. Dilihat dari faktor sikap, responden bersikap negatif terhadap bahasa Indonesia dengan tidak

adanya kebanggaan dan kesetiaan menggunakan bahasa Indonesia di ruang publik.

Sikap dan perilaku berbahasa yang diperlihatkan adalah kecenderungan untuk lebih “membanggakan” bahasa asing dibandingkan bahasa Indonesia. Jika situasi ini dibiarkan dalam jangka waktu yang lama dan berkembang dalam skala yang luas, seiring perjalanan waktu disinyalir bahwa penggunaan bahasa asing di ruang publik semakin marak. Diperkirakan ruang publik di daerah-daerah terpencil juga akan terimbas dengan “kegemaran” menggunakan bahasa asing.

Frekuensi penggunaan bahasa asing di ruang publik yang sangat tinggi memengaruhi sikap dan perilaku berbahasa masyarakat. Dikhawatirkan keadaan ini akan memperlemah eksistensi bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional

Faktor yang Memengaruhi Penggunaan Bahasa Indonesia yang Tidak Sesuai Kaidah

Mengacu pada penjelasan tentang kesalahan penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik, dapat dikatakan bahwa kaidah bahasa Indonesia tidak diperhatikan oleh para “pembuat teks” di ruang publik. Berdasarkan jawaban responden atas pertanyaan tentang penyebab kesalahan penggunaan bahasa Indonesia diperoleh informasi sebagai berikut.

1. Responden tidak mengetahui kaidah bahasa Indonesia yang baik dan benar.
2. Responden menganggap kaidah bahasa Indonesia tidak penting dipelajari.
3. Responden menilai masyarakat tidak mempermasalahkan kaidah, yang penting pesan tersampaikan kepada masyarakat pembacanya.

Berdasarkan jawaban tersebut, jika dilihat dari faktor pengetahuan dapat dikatakan bahwa responden tidak memiliki *pengetahuan* tentang kaidah bahasa

Indonesia di ruang publik. Dilihat dari faktor sikap, responden bersikap tidak menyadari adanya norma penggunaan bahasa Indonesia.

Sikap dan perilaku berbahasa yang diperlihatkan adalah kecenderungan “mengabaikan” penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Sikap pengabaian ini dapat berdampak pada kualitas dan wibawa bahasa Indonesia sebagai bahasa negara yang telah memiliki kaidah baku.

Pengaruh buruk yang muncul dari penggunaan bahasa yang tidak tepat dan tidak sesuai di ruang publik adalah munculnya sikap negatif masyarakat dan orang asing terhadap bahasa Indonesia. Bahasa Indonesia dinilai tidak bermutu dan belum memiliki kaidah yang mengatur penggunaannya, tentu saja penilaian ini akan menurunkan prestise bahasa Indonesia.

Berdasarkan jawaban responden tentang penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik dapat dikemukakan bahwa fenomena penggunaan bahasa yang terjadi adalah dominasi bahasa asing dan bahasa Indonesia yang tidak memenuhi kaidah. Penyebab utama terjadinya kondisi tersebut adalah pengetahuan dan sikap “pembuat teks” pada nama badan usaha, iklan, fasilitas publik, nama makanan, nama kegiatan, papan iklan, istilah-istilah, kalimat populer, informasi, dan lainnya di ruang publik

Lanskap Linguistik Bahasa Ruang Publik

Lanskap linguistik berkaitan dengan situasi dan fakta kebahasaan tertulis yang ada dalam sebuah kawasan, tempat, ataupun ruang sosial (Landry dan Bourhis (1997, hlm.25). Lebih lanjut Landry dan Bourhis mengemukakan bahwa LL memiliki dua fungsi, yaitu fungsi informasional dan fungsi simbolis.

Fungsi informasional memberi makna penanda yang membedakan wilayah geografis penduduk yang memberikan bahasa pada nama tempat itu. Sebuah papan

nama, meskipun hanya memuat informasi yang sederhana, keberadaannya dapat menimbulkan dampak yang berkaitan dengan eksistensi bahasa. Artinya, bahasa berfungsi sebagai penanda wilayah masyarakat penuturnya dan pembeda dari wilayah penduduk lain yang berbeda bahasanya.

Ketika wilayah tersebut dikuasai oleh bahasa yang bukan bahasa daerah atau bahasa nasionalnya, berarti masyarakat penuturnya secara tidak langsung telah menanamkan penanda yang bukan milik mereka. Dalam hal ini telah terjadi pembiaran yang perlahan namun pasti mengikis penanda lokal yang seharusnya menjadi identitas etnik atau penanda nasional yang menunjukkan identitas bangsa.

Fungsi simbolis berdampak pada perasaan sebagai bagian kelompok itu. Artinya, kehadiran atau ketidakhadiran bahasa sebuah kelompok pada papan jalan memengaruhi kedekatan dan kebanggaan seseorang pada bangsanya. Fungsi simbolis juga erat kaitannya dengan keterwakilan identitas sebuah etnis dalam suatu bangsa.

Persaingan bahasa nasional dengan bahasa asing dan berkurangnya loyalitas masyarakat pada bahasa nasional berdampak pada menurunnya fungsi simbolis bahasa Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian yang memperlihatkan bahwa ruang publik di Kota Pekanbaru dewasa ini marak dengan bahasa asing, fungsi informasional lanskap linguistiknya adalah penggunaan bahasa asing memudahkan penanda nasional. Fungsi simbolis bahasa ruang publik di Kota Pekanbaru menunjukkan menurunnya nasionalisme masyarakat terhadap bahasa Negara.

Upaya Peningkatan Bahasa Indonesia di Ruang Publik

Pemilihan bahasa yang digunakan di ruang publik dipengaruhi oleh pengetahuan kebahasaan bahasa (Susanti dan Agustini, 2016) dan sikap (Syarfina, 2015). Menurut Reber (2010), pengetahuan dalam makna kolektif merupakan kumpulan informasi yang dimiliki oleh seseorang, kelompok, atau budaya tertentu; secara umum pengetahuan merupakan komponen-komponen mental yang dihasilkan dari semua proses apa pun, bawaan lahir ataupun dicapai melalui pengalaman.

Sikap bahasa, menurut Garvin dan Matthiot (Fishman, 1972), dapat dirumuskan dalam tiga ciri sikap, yaitu kesetiaan bahasa, kebanggaan bahasa, dan kesadaran adanya norma bahasa. Lambert (1967) menyatakan bahwa sikap itu terdiri dari tiga komponen, yaitu komponen kognitif, komponen afektif, dan komponen konatif.

Mengacu pada pendapat Lambert (1967), berarti upaya untuk “memperbaiki” kondisi tersebut harus “menyentuh” komponen kognitif, komponen afektif, dan komponen konatif. Komponen kognitif berhubungan dengan pengetahuan kebahasaan dan informasi yang berkaitan; komponen afektif menyangkut masalah penilaian baik, suka atau tidak suka, terhadap bahasa Indonesia; dan komponen konatif menyangkut perilaku atau perbuatan sebagai “putusan akhir” kesiapan reaktif terhadap suatu keadaan.

Dengan demikian, upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan komponen kognitif adalah (1) penyebarluasan informasi kebahasaan dan peraturan yang berlaku secara terbuka dan menyeluruh dan (2) penyuluhan bahasa yang bersifat kontinu dan luas, dilaksanakan secara berkesinambungan dan “menyentuh” berbagai kalangan. Penyebarluasan informasi dan penyuluhan dapat dilakukan dengan berbagai cara dan media, mulai dari kegiatan tatap muka

sampai pada pemanfaatan media sosial dan ruang publik. Bentuk pesan yang disampaikan juga dapat divariasikan sesuai dengan sasaran dan isi pesan, bisa menggunakan teks tertulis, gambar, audio visual, dan lainnya.

Upaya meningkatkan komponen afektif disesuaikan dengan situasi yang terjadi dalam penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik. Menyimak kasus penggunaan bahasa publik di atas dapat dikatakan bahwa responden bersikap negatif terhadap bahasa Indonesia dan bersikap positif terhadap bahasa asing. Berarti, secara sederhana dapat dikatakan bahwa upaya yang harus dilakukan adalah menanamkan sikap positif.

Menurut Kridalaksana (2001, hlm. 197), sikap bahasa adalah posisi mental atau perasaan terhadap bahasa sendiri atau bahasa orang lain. Sikap responden terhadap bahasa diwujudkan dalam bentuk perilaku positif atau negatif yang diperlihatkan secara jelas. Sikap bahasa itu dapat dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu sikap terhadap bahasa dan sikap berbahasa. Sikap terhadap bahasa penekanannya tertuju pada tanggung jawab dan penghargaan terhadap bahasa, sedangkan sikap berbahasa ditekankan pada kesadaran diri dalam menggunakan bahasa secara tertib (Pateda, 1987, hlm. 30).

Dominasi bahasa asing dan bahasa Indonesia yang tidak mematuhi kaidah di ruang publik menunjukkan kurangnya tanggung jawab dan penghargaan “masyarakat” terhadap bahasa nasional. Selain itu, kondisi ini juga mencerminkan kurangnya kesadaran menggunakan bahasa secara tertib.

Dikaitkan dengan ciri sikap bahasa dapat dikatakan bahwa masyarakat pengguna bahasa di ruang publik tidak memiliki kesetiaan bahasa (*language loyalty*), kebanggaan bahasa (*language pride*), dan kesadaran adanya norma bahasa (*awareness of the norm*). Kesetiaan bahasa

mendorong masyarakat suatu bahasa mempertahankan bahasanya dan apabila perlu mencegah adanya pengaruh bahasa lain; kebanggaan bahasa mendorong orang mengembangkan bahasanya dan menggunakannya sebagai lambang identitas dan kesatuan masyarakat; dan kesadaran adanya norma bahasa mendorong orang menggunakan bahasanya dengan cermat dan santun.

Berdasarkan penjelasan tersebut dipandang perlu untuk meningkatkan nasionalisme masyarakat yang disinyalir semakin menurun di era global ini. Nasionalisme didefinisikan sebagai paham (ajaran) untuk mencintai bangsa dan negara sendiri. Definisi lain dari nasionalisme adalah kesadaran keanggotaan dalam suatu bangsa yang secara potensial atau aktual bersama-sama mencapai, mempertahankan, dan mengabadikan identitas, integritas, kemakmuran, dan kekuatan bangsa itu. Nasionalisme juga berarti semangat kebangsaan (KBBI, 2016). Nasionalisme di Indonesia lahir dan mulai tumbuh pada awal abad ke-20, seiring dengan lahir dan tumbuhnya berbagai bentuk

organisasi pergerakan nasional yang menuntut kemerdekaan dan sistem pemerintahan negara bangsa yang demokratis. Hal ini menyiratkan bahwa nasionalisme di Indonesia merupakan sesuatu yang hidup, yang bergerak terus secara dinamis seiring dengan perkembangan masyarakat, bahkan sampai sekarang Makna nasionalisme sendiri tidak statis, tetapi dinamis mengikuti bergulirnya masyarakat dalam waktu.

Nasionalisme sangat penting terhadap kehidupan berbangsa dan bernegara karena merupakan wujud kecintaan dan kehormatan terhadap bangsa sendiri. Dikaitkan dengan penggunaan bahasa di ruang publik hendaknya masyarakat mencintai dan menghormati bahasa Indonesia. Dengan demikian eksistensi dan prestise bahasa Indonesia terawat dan terjaga dalam kehidupan masyarakat. Secara sederhana sketsa penggunaan bahasa Indonesia pada ruang publik di Kota Pekanbaru dapat digambarkan sebagai berikut.

Sketsa 1 Penggunaan Bahasa di Ruang Publik di Kota Pekanbaru

Nasionalisme adalah rasa cinta pada tanah air, ras, bahasa, atau budaya bangsa sendiri. Dalam “kasus” penggunaan bahasa di ruang publik yang harus ditumbuhkan adalah rasa cinta bahasa Indonesia.

Penumbuhan rasa cinta pada bahasa Indonesia diawali dengan meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang bahasa Indonesia, menjelaskan pentingnya bahasa negara bagi suatu bangsa, dan menanamkan pemahaman urgensi bahasa nasional bagi bangsa multikultural. Pengetahuan tadi diwujudkan dalam bentuk tindakanyaitu menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar di ruang publik.

Tindakan yang dilakukan terus menerus akan menjadi kebiasaan sehingga menumbuhkan kebanggaan, kesetiaan, dan kesadaran akan norma bahasa. Jika ini sudah terjadi, berarti sikap negatif terhadap bahasa Indonesia mulai memudar. Upaya yang terus menerus dan berkesinambungan akan menumbuhkan nasionalisme.

Nasionalisme masyarakat terhadap bahasa Indonesia harus ditumbuhkan dengan meningkatkan kebanggaan dan kesetiaan menggunakan bahasa Indonesia, serta menumbuhkan kesadaran adanya norma bahasa. Penerapan ketiga aspek tersebut akan berpengaruh pada prestise bahasa Indonesia.

Jika masyarakat bangga, setia, dan benar dalam berbahasa; maka prestise bahasa Indonesia akan meningkat. Prestise adalah sebuah kehormatan, wibawa, dan kemampuan yang dimiliki seseorang atau sesuatu yang membuatnya menjadi berbeda. Sikap dan perilaku berbahasa masyarakat di ruang publik yang mengedepankan bahasa Indonesia akan menaikkan prestise bahasa Indonesia sebagai bahasa negara dan bahasa nasional di negeri sendiri.

PENUTUP

Fenomena penggunaan bahasa pada ruang publik di Kota Pekanbaru didominasi oleh penggunaan bahasa asing dan bahasa Indonesia yang tidak sesuai kaidah. Kesalahan penulisan bahasa Indonesia yang ditemukan mencakup kesalahan ejaan, kata, tanda baca, unsur serapan, pilihan kata, dan kalimat.

Faktor-faktor yang memengaruhi kedua kondisi tersebut adalah responden tidak mengetahui adanya landasan hukum (undang-undang) penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik dan tidak mengetahui kaidah bahasa Indonesia yang baik dan benar. Selain itu, responden bersikap positif terhadap bahasa asing dan cenderung bersikap negatif terhadap bahasa Indonesia

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2016). *Kamus besar bahasa Indonesia*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kemendikbud.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2016). *Pedoman umum ejaan bahasa Indonesia*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kemendikbud.
- Ben-Rafael, Eliezer, Elana Shohamy, Muhammad Hasan Amara, dan Nira Trumper-Hecht. 2006. Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: The Case of Israel. *International Journal of Multilingualism* 3, no. 1 (April): 7–30.
- Carmona, M. etc. (2003). *Public space, urban space: The dimensions of urban design*. Oxford: Architectura Press
- Dasuki, S. (2015). Pemakaian bahasa Indonesia dalam ruang publik di Kota Surakarta. *Seminar Nasional*

- Pendidikan Bahasa Indonesia* 2015, 255-266.
- Erika, F. (2018). Konsep Lanskap Linguistik pada Papan Nama Jalan Kerajaan (Rajamarga): Studi Kasus Kota Yogyakarta. *Paradigma Jurnal Kajian Budaya* 8 (1). 38–52
- Fishman, J.A. (1972). *Reading in the Sociology of language*. Mouton: The Haque.
- Khasanah, I. dkk (2015). Fenomena penggunaan bahasa asing dalam penamaan bisnis kuliner di Kawasan Soekarno Hatta Kota Malang. *Jurnal Lingkar Widyaishwara* 2 (1), 1-11.
- Kridalaksana, H. (2001). *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lambert, W.E. (1967). A Social Psychology of Bilingualism. *Journal of Social Issues* 23 (2): 91-109. Online 14 April 2010
- Landry, R. dan Richard Y. Bourhis. 1997. Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study. *Journal of Language and Social Psychology* 16, no. 1: 23–49.
- Pateda, M. (1987). *Sosiolinguistik*. Bandung: Angkasa.
- Puzey, Guy. 2016. Linguistic Landscapes. Dalam *The Oxford of Handbook of Names and Naming*, ed. Carole Hough, 476–496. Oxford: Oxford University Press
- Reber, S.A. (2010). *Kamus Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sukmawati, Nurhayati, dan Iswary. (tt). Penggunaan bahasa Indonesia pada informasi layanan umum dan layanan niaga di Kota Kendari. *Makalah*.
- Susanti, R. dan Agustini, D. (2016). Analisis kesalahan berbahasa pada penulisan iklan luar ruang di Kota Surakarta. *Jurnal Sainstech Politeknik Indonusa Surakarta* 2 (5), 46-68.
- Syarfina, T. (2015). Sikap masyarakat Medan terhadap penggunaan bahasa asing di ruang publik. *Jurnal Metalingua* 13 (1), Juni 2015 (77-86).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2004 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan.
- Warung, Y.E. (2015). Menjaga integritas bahasa Indonesia di ruang publik. *Makalah Konferensi Nasional Bahasa dan Sastra Indonesia III, 2015 Semarang*.