



Perilaku Berbahasa Pengembang Perumahan, Pengelola Hotel, dan Pengelola Toko

Rio Anugrah Rizkiansyah[✉] dan Rustono

Prodi Pendidikan Bahasa Indonesia, Pascasarjana, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima:
Desember 2016
Disetujui:
Januari 2017
Dipublikasikan:
April 2017

Keywords:
sikap bahasa,
ranah publik,
pengusaha

Abstrak

Wujud perilaku berbahasa dan faktor yang melatarbelakangi sikap bahasa mencerminkan sikap bahasa. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan (1) menganalisis perilaku berbahasa pengembang perumahan, pengelola hotel, dan pengelola toko dan (2) mengevaluasi kecenderungan sikap bahasa pengusaha ke arah tertentu. Penelitian ini menggunakan teori sosiolinguistik, sikap bahasa, bahasa bisnis, pedoman pengindonesiaan kata dan istilah asing, dan cara penggunaan istilah asing. Hasil penelitian ialah (1) wujud perilaku berbahasa pengembang perumahan, pengelola hotel, dan pengelola toko dikonstruksi tiga komponen, yaitu komponen kognitif, komponen afektif, dan komponen konatif dan (2) kecenderungan sikap bahasa dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal berupa identitas dan prestise, sementara itu, faktor eksternal berupa kebutuhan penamaan menyesuaikan lokasi. Temuan penting dari penelitian ini ialah wujud perilaku berbahasa dan faktor yang melatarbelakangi sikap bahasa mempengaruhi sikap bahasa pengembang perumahan, pengelola hotel, dan pengelola toko. Hasil penelitian bermanfaat untuk menambah khazanah ilmu sosiolinguistik terutama yang berkaitan dengan sikap bahasa.

Abstract

Form of language behavior and factor of language attitude reflect language attitude of entrepreneur. The purpose of this study is (1) analyze instances of entrepreneur's language act and (2) evaluate factors of language attitude that inclined to one side. This study used sociolinguistic theory, language attitude theory, language business theory, word and technical foreign word reserving orientation, and foreign word used method. The results of the study are (1) the instance of language attitude which were found in the entrepreneur writing and spoken speech are 1) cognitive component, 2) affective component, and 3) conative component and (2) the factors that influenced the language attitude are internal and external factor. Internal factors are identity and prestige. Furthermore, the external factor are name based location. The invention of this research are form of language behavior and factor of language attitude that reflect language attitude of entrepreneur. The results of this research have benefit to increase knowledge of sociolinguistic.

© 2017 Universitas Negeri Semarang

[✉] Alamat korespondensi:
Kampus Unnes Kelud Utara III, Semarang, 50237
E-mail: riorizkiansyah@gmail.com

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat berkomunikasi yang digunakan manusia sehingga bahasa menjadi unsur terpenting dalam kehidupan manusia. Komunikasi yang terjalin juga tidak terlepas dari hubungan bahasa dan kebudayaan. Sumarsono (2004) menyatakan bahwa bahasa dalam hubungannya dengan masyarakat dianggap sebagai tingkah laku sosial (*social behavior*) yang dipakai dalam berkomunikasi. Bahasa juga dianggap sebagai produk sosial atau produk budaya, bahkan merupakan bagian tak terpisahkan dari kebudayaan itu.

Bahasa sebagai produk sosial budaya mengantarkan kita pada pemahaman mengenai makna bahasa ditinjau dari sudut pandang masyarakat sebagai pemakai bahasa (Zulaeha, 2016). Fungsi bahasa sebagai media bekerja sama melalui komunikasi juga merupakan sebuah pemahaman mengenai bahasa itu sendiri. Chaer (2007) menyatakan bahwa bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer yang digunakan oleh para anggota kelompok sosial untuk bekerjasama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri. Jadi, bahasa dalam masyarakat digunakan untuk menciptakan sebuah hubungan berlandaskan suatu asas.

Berdasarkan sudut pandang produksinya, bahasa terdiri atas bahasa lisan dan tulis. Ciri yang paling menonjol pada bahasa lisan, yaitu digunakannya isyarat paralinguistik atau bahasa nonverbal seperti ekspresi wajah dan *gesture*. Sementara itu, bahasa tulis memiliki kelebihan untuk lebih mudah dianalisis. Bahasa lisan perlu diubah ke bahasa tulis untuk kepentingan analisis. Produksi bahasa oleh penuturnya sering menampilkan fenomena-fenomena yang menarik untuk diteliti, salah satunya sikap bahasa.

Sikap merupakan perilaku yang terlihat dari gerakan manusia. Chaer dan Leoni (1995) menyatakan bahwa sikap merupakan fenomena kejiwaan. Hal tersebut biasanya termanifestasi dalam bentuk tindakan atau perilaku. Manifestasi tersebut berkaitan erat dengan posisi mental penutur. Posisi mental tersebut menentukan kelangsungan bahasa yang digunakan oleh

penutur. Makin positif sikap bahasa seorang penutur, makin terjaga kelestarian bahasa penutur. Sebaliknya, makin negatif sikap bahasa penutur, makin terancam kelangsungan bahasa penutur. Rizkiansyah (2016) menyatakan sikap bahasa adalah tata keyakinan yang relatif berjangka panjang terhadap bahasa dan objek bahasa tertentu yang memberikan kecenderungan kepada seseorang untuk bereaksi dengan cara tertentu yang dianggapnya benar.

Sikap bahasa masyarakat mencerminkan loyalitas penggunaan bahasa masyarakat. Hubungan antara kebudayaan dengan bahasa ialah budaya memengaruhi perilaku berbahasa. Jadi, budaya juga mencakup sifat dan sikap yang dimiliki oleh masyarakat. Bila suatu masyarakat ingin meningkatkan kemampuan berbahasa, masyarakat tersebut harus mampu menghilangkan semua sifat-sifat negatif yang ada. Koentjaraningrat (1990) membagi beberapa sifat negatif masyarakat Indonesia yang tercermin saat berbahasa, yaitu (1) meremehkan mutu, (2) mentalitas menerabas, (3) tuna harga diri, (4) menjauhi disiplin, (5) enggan bertanggung jawab, dan (6) suka latah atau ikut-ikutan.

Perilaku berbahasa erat kaitannya dengan sikap maka sifat negatif tampak saat berbahasa. Sifat meremehkan mutu tercermin dalam perilaku kebahasaan “pokoknya mengerti.” Perilaku tersebut menyebabkan bahasa yang digunakan merupakan bahasa yang asal tanpa mempedulikan bahasa yang digunakan benar atau salah. Sifat mentalitas menerabas berbahasa tersebut tercermin dalam perilaku kebahasaan berupa adanya keinginan berbahasa Indonesia dengan baik tanpa melalui proses belajar. Mayoritas masyarakat Indonesia menganggap bahwa Bahasa Indonesia adalah bahasa yang dapat dikuasai tanpa harus dipelajari. Sifat tuna harga diri tercermin dalam pandangan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia diduga tidak menghargai bahasa Indonesia, tetapi sangat menghargai bahasa asing. Perilaku mengagungkan bahasa asing dan selalu menghargai orang asing hingga menomorduakan bahasa sendiri merupakan bukti pandangan tersebut.

Aturan mengenai pemakaian bahasa Indonesia pada nama bangunan dan nama gedung, jalan, apartemen atau pemukiman, merek dagang, lembaga usaha, lembaga pendidikan, organisasi yang didirikan atau dimiliki oleh Indonesia atau badan hukum Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 pasal 36 ayat (3). Pasal 36 ayat (4) memberikan pengecualian dengan membolehkan penggunaan bahasa daerah atau bahasa asing, tetapi bagi penamaan bangunan atau gedung, jalan, apartemen atau permukiman, perkantoran, kompleks perdagangan, merek dagang, lembaga usaha, lembaga pendidikan, organisasi apabila memiliki nilai sejarah, budaya, adat istiadat, dan/atau kebudayaan.

Paparan tersebut jelas menunjukkan bahwa pemakaian bahasa Inggris dibolehkan, tetapi dengan persyaratan memiliki nilai sejarah, budaya, adat istiadat, dan/atau kebudayaan. Sebuah bangunan yang tidak memiliki nilai sejarah, budaya, adat istiadat, dan/atau kebudayaan harus tetap mengikuti aturan penamaan yang berlaku di Indonesia.

Selain itu, pemerintah melalui Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa meluncurkan aturan dalam Buku Pedoman Pengindonesiaan Kata dan Ungkapan Asing (Chaer, 1993; Tim Penyusun, 2007) yang salah satu butirnya mengatur penggunaan bahasa Indonesia di tempat umum terutama pada papan nama. Aturan tersebut menyatakan bahwa papan nama menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Penggunaan kata dalam papan nama dapat menggunakan bahasa asing yang dituliskan di bawah bahasa Indonesia dengan huruf latin yang lebih kecil. Garis Besar Haluan Negara (GBHN) tahun 1993 juga mengatur cara penggunaan istilah asing. Istilah asing harus dihindari penggunaannya bila sudah ada padanan dalam bahasa Indonesia.

Indonesia memiliki masyarakat majemuk atau multikultur, yaitu masyarakat yang di dalamnya berkembang banyak kebudayaan. Zulaeha (2008) menyatakan bahwa masyarakat Indonesia terdiri atas beberapa etnis yang memiliki budaya, bahasa, dan agama atau keyakinan yang berbeda-beda. Bahasa sebagai

sarana komunikasi telah berkembang seiring dengan dinamika budaya dan arus komunikasi yang memiliki pola lintas dalam wilayah Indonesia. Kontak antarbahasa etnik juga dapat memunculkan kasus-kasus berbahasa yang unik, seperti campur kode, alih, kode, dan interferensi. Adyana & Rokhman (2016) menyatakan penutur harus mampu memilih kode bahasa secara tepat agar komunikasi dapat berlangsung dengan lancar dan wajar. Pemilihan tersebut tidak berlangsung secara acak, tetapi ditentukan oleh faktor sosial, budaya, dan situasional.

Penggunaan bahasa asing terlihat pada penamaan bangunan menggunakan kata atau frasa bahasa Inggris yang tercermin dalam papan nama bangunan atau alat informasi lain bersifat informasi umum. Penggunaan bahasa asing tersebut tidak dapat terelakkan. Mardikantoro (2007) menyatakan bahasa Inggris, Mandarin, atau mungkin bahasa lainnya berpotensi menggeser bahasa Indonesia maupun bahasa daerah. Hasil observasi awal penulis menemukan nama dalam bahasa asing pada papan nama perumahan, hotel, dan toko di Kota Solo dan Kota Semarang. Penyebab dugaan tersebut berkaitan dengan sikap bahasa pengusaha pada ranah publik terutama penamaan properti yang dimiliki atau dikelola. Penelitian mengenai sikap bahasa dan faktor penentu sikap bahasa masyarakat pengusaha pada ranah publik di Kota Solo dan Kota Semarang oleh penulis perlu dilakukan sebagai upaya mengembalikan perilaku berbahasa yang benar dan baik. Dari paparan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai wujud perilaku berbahasa dan faktor yang melatarbelakangi sikap bahasa pengembang perumahan, pengelola hotel, dan pengelola toko pada ranah publik.

Masalah dalam penelitian ini adalah wujud perilaku berbahasa pengembang perumahan, pengelola hotel, dan pengelola toko pada ranah publik. Selain itu, faktor kecenderungan sikap bahasa pengembang perumahan, pengelola hotel, dan pengelola toko. Kedua masalah penelitian tersebut dibahas pada hasil dan pembahasan.

Penelitian sikap bahasa pernah dilakukan oleh Dornyei dan Kata (2002) berjudul "*Some*

Dynamic of Language Attitudes and Motivation: Result of a Longitudinal Nationwide Survey.” Hasil penelitian menunjukkan bahasa Inggris sebagai bahasa yang paling populer di Hungaria. Bahasa Inggris merupakan bahasa paling populer karena didukung oleh faktor *integrativeness, instrumentality, direct contact to L2 speakers, vitality to L2 community, cultural interest, dan language choice*. Penelitian wujud perilaku dan faktor kecenderungan sikap bahasa pengembang perumahan, pengelola hotel, dan pengelola toko belum pernah dilakukan. Manfaat penelitian ini adalah mengetahui wujud perilaku berbahasa pengembang perumahan, pengelola hotel, dan pengelola toko serta faktor yang melatarbelakangi sikap bahasa.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Pendekatan teoretis yang digunakan ialah sosiolinguistik dan pendekatan metodologis yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Instrumen sikap bahasa digunakan untuk mengukur aspek kognitif, afektif, dan konatif responden berdasarkan indikator kesetiaan, kebanggaan, dan kesadaran norma berbahasa. Analisis hasil catatan lapangan yang didapat ketika mengobservasi perumahan, hotel, dan toko juga digunakan oleh penulis sebagai data. Butir yang diobservasi ialah nama bangunan, penggunaan bahasa penutur, penggunaan bahasa antara penutur dan mitra tutur (rekan kerja), media informasi lain yang bersifat pelayanan umum, dan bahasa yang digunakan dalam berbagai petunjuk informasi.

Data dalam penelitian ini adalah kata maupun frasa nama perumahan, hotel, dan toko serta penggalan tuturan pengembang perumahan, pengelola hotel, dan pengelola toko pada ranah publik. Sumber data penelitian adalah nama perumahan, hotel, dan toko serta tuturan pengembang perumahan, pengelola hotel, dan pengelola toko pada ranah publik. Teknik pengumpulan data penelitian ini dengan menggunakan metode simak. Metode simak yang digunakan terdiri atas teknik dokumentasi, teknik Simak Bebas Libat Cakap (SBLC), teknik

wawancara, teknik rekam & teknik catat, dan teknik cakap tansemuka.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik normatif. Teknik ini membandingkan atau memadankan data primer yang ada dengan norma atau kaidah yang seharusnya. Data berupa foto nama perumahan, nama hotel, dan nama toko dipadankan dengan kaidah penamaan bangunan berdasarkan Pedoman Pengindonesiaan Kata dan Ungkapan Asing, dan Cara Penggunaan Istilah Asing yang diatur dalam GBHN 1993.

Metode padan digunakan dalam penelitian ini. Metode ini merupakan metode yang menganalisis data dengan alat penentu yang berasal dari luar bahasa dan terlepas dari bahasa yang bersangkutan. Teknik dasar dan teknik lanjutan juga digunakan dalam penelitian ini. Teknik dasar yang digunakan ialah teknik pilah unsur penentu. Teknik ini merupakan teknik yang alat penentu adalah daya pilah yang bersifat mental yang dimiliki oleh peneliti.

Daya pilah sebagai pembeda organ wicara digunakan untuk mentranskripsikan penggalan tuturan responden agar diketahui kata atau frasa dalam komponen kognitif, afektif, konatif, dan bahasa bisnis yang mencerminkan wujud sikap bahasa. Teori tersebut digunakan untuk menjawab rumusan masalah pertama dan kedua dalam penelitian ini. Teknik dasar tersebut juga digunakan untuk mengetahui kata atau frasa dalam penggalan tuturan yang mencerminkan ciri sikap bahasa. Teori tersebut untuk menjawab rumusan masalah kedua dalam penelitian ini.

Sudaryanto (2015) menyatakan teknik lanjutan baru dapat diwujudkan bila didasarkan pada penggunaan teknik dasar sehingga penulis menggunakan teknik dasar terlebih dulu. Teknik lanjutan digunakan setelah teknik dasar telah digunakan. Teknik lanjutan yang digunakan dalam penelitian ini ada dua. Kedua teknik lanjutan tersebut ialah teknik hubung banding menyamakan (HBS) dan teknik hubung banding memperbedakan (HBB).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wujud perilaku berbahasa pengembang perumahan, pengelola hotel, dan pengelola toko ditemukan dalam penggalan interaksi percakapan dengan mitra tutur. Wujud tersebut berbentuk komponen kognitif, komponen afektif, komponen konatif, dan pemakaian bahasa bisnis. Komponen kognitif ialah komponen pengetahuan mengenai kaidah bahasa Indonesia yang tercermin dari pemakaian satuan lingual. Pemakaian satuan lingual tersebut dapat diamati melalui tuturan pengusaha.

Konteks : Pengembang perumahan *Green Tower Residences* (P1) sedang berkomunikasi dengan calon pembeli rumah (P2) mengenai langkah sukses menjual unit proyek perumahan.

P2 : Berarti banyak strategi yang dilakukan untuk menyukseskan satu perumahan ya, Pak?

P1 : Iya, Mas. Prasarvei sudah kami lakukan lalu kami buat promo atau iklan. Langkah selanjutnya buat rumah contoh kemudian **enam bulan setelahnya kami adakan evaluasi untuk menentukan langkah berikutnya.**

Penggalan tuturan itu terjadi di Kantor Pengembang Perumahan *Green Tower Residences*. Penggalan tuturan tersebut antara pengembang perumahan (P1) dengan calon pembeli rumah (P2). P1 berbicara dengan P2 mengenai strategi yang dilakukan oleh pengembang perumahan tempat P1 bekerja. Strategi yang dimaksud P1 ialah strategi untuk menjual proyek perumahan. Ada evaluasi yang dilakukan oleh pengembang perumahan sebagai langkah menentukan strategi selanjutnya. Terdapat komponen kognitif yang termanifestasi melalui komponen konatif dalam penggalan tuturan itu. Komponen kognitif yang termanifestasi melalui komponen konatif dapat diamati dari tuturan P1. Komponen tersebut tercermin dalam tuturan P1 yang digunakan untuk berkomunikasi dengan P2.

Komponen kognitif yang termanifestasi melalui komponen konatif dapat diamati dari penggunaan klausa dalam tuturan P1. Terdapat klausa 'enam bulan setelahnya kami adakan evaluasi untuk menentukan langkah berikutnya'

dalam tuturan 'langkah selanjutnya buat rumah contoh kemudian enam bulan setelahnya kami adakan evaluasi untuk menentukan langkah berikutnya'. Klausa tersebut memiliki fungsi keterangan waktu-subjek-predikat-objek keterangan tujuan. Penggunaan fungsi klausa tersebut sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia yang benar dan baik. Hal tersebut menunjukkan P1 menguasai komponen kognitif yang termanifestasi melalui komponen konatif. Hal tersebut terbukti dari penggunaan klausa P1 saat bertutur dengan P2. Dengan demikian, komponen kognitif yang termanifestasi melalui komponen konatif tercermin dari tuturan P1. Komponen afektif terlihat dari sikap pengusaha. Komponen tersebut merupakan komponen reaksi emosional yang dapat diamati saat proses pemilihan tindakan. Komponen tersebut tercermin melalui sikap lisan maupun sikap tulis publik pengusaha. Pengusaha bersikap permisif terhadap penggunaan kata bahasa asing sebagai langkah memperlancar komunikasi. Wujud komponen afektif yang termanifestasi melalui komponen konatif pengembang perumahan yang tercermin melalui sikap lisan dapat diidentifikasi dari penggalan tuturan berikut.

Konteks : Karyawan pengembang perumahan *Green Tower Residences* (P1) menceritakan upaya menyukseskan penjualan proyek perumahan dengan calon pembeli rumah (P2).

P1 : Apakah hal-hal tersebut sudah cukup untuk menyukseskan penjualan?
[apakah hal hal tersebut sudah cukup untu? Menyukseskan penjualan]

P2 : Iya, kami ada strategi iklan, kemudian media cetak. Selain itu ada *marketing* yang terjun mencari konsumen dan pameran di pusat perbelanjaan sebagai sarana pemasaran juga.
[iya, kami ada strategi iklan, kemudian media ceta? selain itu ada ma?etinj yan tərjun məncaři konsumen dan pameran di pusat pərbelanjaan səbagai sarana pəmasaran juga]

Penggalan tuturan tersebut terjadi antara antara karyawan pengembang perumahan *Green Tower Residences* (P1) dengan calon pembeli rumah. (P2). Tuturan tersebut terjadi di Kantor Pengembang Perumahan. Terdapat komponen

afektif yang termanifestasi melalui komponen konatif pada tuturan tersebut. Wujud komponen afektif yang termanifestasi melalui komponen konatif dapat diidentifikasi dari penggunaan kata bahasa Inggris. Penggunaan kata bahasa Inggris terdapat pada tuturan P1. Kata bahasa asing diidentifikasi sebagai wujud komponen afektif yang termanifestasi melalui komponen konatif dalam penggalan tuturan tersebut.

Tuturan P1 yang mengandung kata bahasa Inggris terdapat pada kalimat 'iya, kami ada strategi iklan, kemudian media cetak. Selain itu ada *marketing* yang terjun mencari konsumen dan pameran di pusat perbelanjaan sebagai sarana pemasaran juga'. Kata *marketing* terdapat pada kalimat tersebut. Kata tersebut merupakan kata bahasa Inggris. Makna kata tersebut adalah pemasaran. Dari penjelasan tersebut, komponen afektif yang termanifestasi melalui komponen konatif dalam bentuk sikap permisif terhadap penggunaan kata asing terdapat pada penggalan tuturan itu.

Komponen konatif dapat diamati dari perilaku lisan pengusaha. Penggunaan bahasa pengusaha yang menyangkut komponen konatif dikelompokkan menjadi dua hal, yaitu penyisipan kata bahasa Inggris dan penyisipan frasa bahasa Inggris. Penyisipan kata bahasa Inggris sebagai wujud komponen konatif pengembang perumahan ditemukan. Penggunaan tersebut dapat diamati dari perilaku tutur pengembang perumahan saat melakukan tindak tutur dengan calon pembeli rumah. Pengembang perumahan menggunakan bahasa Indonesia dalam berkomunikasi, namun penyisipan kata bahasa Inggris teramati di sela tuturan. Wujud penyisipan kata bahasa Inggris dapat dilihat dalam penggalan tuturan berikut.

Konteks : karyawan pengembang perumahan Ngaliyan *Residences* (P1) sedang berkomunikasi dengan calon pembeli rumah (P2) tentang bahasa yang digunakan.

P1 : Sangat perlu dan penting karena hampir sebagian besar orang dalam berkomunikasi atau berinteraksi misalnya bawahan dengan atasan maupun dengan *klien*. Biasanya dalam bisnis properti yang saya jalankan dengan

costumer menggunakan bahasa Indonesia. Penggunaan bahasa dipahami oleh semua orang dan sudah familier. Interaksi antar pegawai di kantor menggunakan bahasa Indonesia, namun beberapa kali dapat menggunakan bahasa daerah misalnya bahasa Jawa bila interaksi antar dua teman yang sudah akrab.

[sangat perlu dan penting karena hampir sebagian besar orang dalam berkomunikasi atau berinteraksi misalnya bawahan dengan atasan maupun dengan klayen biasanya dalam bisnis properti yang saya jalankan dengan *costumer* menggunakan bahasa Indonesia penggunaan bahasa dipahami oleh semua orang dan sudah familier interaksi antar pegawai di kantor menggunakan bahasa Indonesia namun beberapa kali dapat menggunakan bahasa daerah misalnya bahasa Jawa bila interaksi antar dua teman yang sudah akrab]

P2 : Iya, Pak.

[iya pa?]

Penggalan tuturan tersebut antara karyawan pengembang perumahan Ngaliyan *Residences* (P1) dengan calon pembeli rumah (P2). Penggalan tuturan terjadi di kantor pemasaran Ngaliyan *Residences*. P1 berkata kepada P2 mengenai perlunya penggunaan bahasa Indonesia saat berkomunikasi. P1 mencontohkan penggunaan bahasa Indonesia ia gunakan saat bertemu calon pembeli rumah. Terdapat penyisipan kata bahasa asing dalam tuturan tersebut. Penyisipan tersebut dapat diamati pada tuturan P1. Kata bahasa asing yang disisipkan P1 digunakan untuk berkomunikasi dengan P2.

Terdapat kata '*klien*' dan '*customer*' dalam tuturan 'sangat perlu dan penting karena hampir sebagian besar orang dalam berkomunikasi atau berinteraksi misalnya bawahan dengan atasan maupun dengan *klien*. Biasanya dalam bisnis properti yang saya jalankan dengan *costumer* menggunakan bahasa Indonesia. Penggunaan bahasa dipahami oleh semua orang dan sudah familier. Interaksi antarpegawai di kantor menggunakan bahasa Indonesia, namun beberapa kali dapat menggunakan bahasa daerah misalnya bahasa Jawa bila interaksi antar dua teman yang sudah akrab'. Kedua kata tersebut

merupakan kata bahasa Inggris. Dalam tuturan tersebut terdapat dua bahasa, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Bahasa Inggris diwakili oleh kata 'klien' dan 'customer'. Kedua kata tersebut merupakan kata dari bahasa berbeda dari kata-kata lainnya. Selain itu, kedua kata itu memiliki makna yang berbeda dengan kata-kata lainnya. Dengan demikian, penyisipan kata bahasa asing terdapat dalam penggalan tuturan tersebut.

Bahasa bisnis ialah bahasa yang digunakan anggota suatu masyarakat dalam dunia perdagangan, bidang usaha, maupun usaha dagang. Bahasa tersebut digunakan bukan hanya untuk berkomunikasi, tetapi juga bahasa promosi suatu tempat atau suatu produk. Indikator suatu bahasa merupakan sebuah bahasa bisnis terbagi atas dua hal, yaitu (1) bahasa bisnis mengesampingkan ketentuan bahasa Indonesia tataran sintaktis dan (2) bahasa bisnis digunakan untuk kepentingan bisnis, promotif, atau pariwisata.

Faktor kecenderungan sikap bahasa dipengaruhi dua faktor. Kedua faktor tersebut ialah faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berasal dari aspirasi pengusaha dan gengsi yang mencakup identitas pengusaha dan prestise. Fenomena faktor identitas sebagai faktor kecenderungan sikap bahasa dapat dilihat dalam penggalan tuturan berikut.

Konteks : Pengembang perumahan *Green Tower Residences* (P1) menjelaskan mengenai filosofi pemberian nama proyek perumahan kepada tamu (P2).

P2 : Berarti penggunaan bahasa asing ada dalam proyek perumahan yang dibangun perusahaan Bapak?

[berarti penggunaan bahasa asing ada dalam proyek perumahan yang dibangun perusahaan bapak?]

P1 : Ada *Green Tower Residences*.

[ada grin towə risidən]

P2 : Filosofi pemberian nama *Green Tower Residences*?

[filosofi pəmbərian nama grin towə risidən]

P1 : Gini, mas. Filosofi nama dari Perusahaan kami. Nama perusahaan kami memakai nama menara. Menara itu filosofi agar perusahaan

kami semakin meninggi. Nama juga sebagai bentuk harapan kami agar semakin meninggi sebagai sebuah pengembang.

[gini mas filosofi nama dari perusahaan kami memakai nama menara menara itu filosofi agar perusahaan kami semakin meninggi. Nama juga sebagai bentuk harapan kami agar semakin meninggi sebagai sebuah pengembang]

Penggalan tuturan tersebut terjadi di kantor Pengembang Perumahan *Green Tower Residences*. Penggalan tuturan tersebut terjadi antara *Pengembang Perumahan Green Tower Residences* (P1) dengan tamu (P2). P1 menjelaskan mengenai filosofi pemberian nama proyek perumahan dengan nama *Green Tower Residences*. Faktor identitas dapat diidentifikasi dari tuturan P1 dalam penggalan tuturan tersebut. Kalimat yang menyatakan nama proyek merupakan identitas pengusaha terdapat dalam kalimat P1. Dalam penggalan tersebut, kalimat yang menyatakan nama proyek perumahan merupakan identitas pengusaha diidentifikasi melalui makna kalimat yang diucapkan P1.

Kalimat yang menyatakan pemberian nama proyek perumahan merupakan identitas terdapat dalam kalimat 'gini, mas. Filosofi nama dari Perusahaan kami. Nama perusahaan kami memakai nama menara. Menara itu filosofi agar perusahaan kami semakin meninggi. Nama juga sebagai bentuk harapan kami agar semakin meninggi sebagai sebuah pengembang'. Kalimat tersebut mengisyaratkan penutur memberikan nama proyek perumahan dengan dasar nama perusahaan. Nama perusahaan tersebut adalah *PT Menara Hijau Jaya* sehingga nama menara tetap menjadi identitas proyek perumahan yang dibangun. Atas dasar tersebut, pengusaha memberikan nama proyek perumahan dengan mencantumkan kata 'tower' yang bermakna menara. Dengan demikian, faktor kecenderungan sikap bahasa terdapat dalam penggalan tuturan tersebut.

Faktor eksternal berkaitan dengan kebutuhan penamaan proyek atau bangunan dengan menyesuaikan lokasi. Kedua faktor tersebut dipandang sebagai gejala dalam penggunaan bahasa asing di kalangan

pengusaha. Faktor-faktor kecenderungan sikap bahasa diketahui dengan menganalisis hasil wawancara dengan responden kemudian hasil tersebut dibandingkan dengan teori faktor pemilihan sikap bahasa. Faktor penamaan proyek berdasarkan penyesuaian lokasi dapat dilihat dalam penggalan tuturan berikut.

Konteks : Tamu (P2) bertanya mengenai pemilihan nama perumahan kepada pengembang perumahan Ngaliyan *Residences* (P1) saat berada di kantor pengembang perumahan Ngaliyan *Residences*.

P2 : Mengapa Bapak dan tim manajemen memilih nama Ngaliyan *Residences* bukan Perumahan Ngaliyan misalnya?

[mənəpa bəpə? dan tim manəjəməni məmilih nənəliən rəsiden bəkən pərumahan nənəliən misəlñə]

P1 : Untuk faktor lain, sebenarnya penamaan Ngaliyan *Residences* adalah upaya untuk lebih memudahkan masyarakat mengenal perumahan kami. Selain itu, kami mempertimbangkan faktor identitas. Bila kami menggunakan nama Perumahan Ngaliyan, masyarakat akan kebingungan karena Ngaliyan itu luas dan terdiri atas beberapa kelurahan. Hal tersebut guna membedakan kami dengan perumahan lain di sekitar. Setelah kami survei, nama Ngaliyan *Residences* belum pernah dipakai oleh perumahan di sekitar lokasi kami.

[untək fəktər ləin səbənəñə pənəməən nənəliən rəsiden ədələh upəyə untək ləbih məmudəhəkən məsəyəək mənənəl pərumahan kəmi sələin itu kəmi məmperətimbəngkən fəktər idənətəs. bilə kəmi mənənənəngkən nənə pərumahan nənəliən məsəyəək əkən kəbənənən kərənə nənəliən itu luəs dan tərdiri ətəs bəbərəpə kəlurəhən həl tərsebut guna məmbedəkən kəmi deñən pərumahan ləin di səkitər. sətələh kəmi survey nənə nənəliən rəsiden bəlum pənəh dipəkəi oleh pərumahan di səkitər ləkəsi kəmi]

Penggalan tuturan itu terjadi di kantor Pengembang Perumahan Ngaliyan Residence. Penggalan tuturan tersebut antara pengembang perumahan (P1) dengan tamu (P2). Data penggalan tuturan tersebut diambil saat P2 berkunjung ke kantor pemasaran tempat P1

bekerja. P2 kemudian melakukan percakapan dengan P1. Pada saat data penggalan tuturan tersebut diambil, jam kerja P1 masih berlangsung. Faktor penyesuaian lokasi terdapat dalam penggalan tuturan tersebut. Faktor tersebut dapat diidentifikasi melalui kalimat P1. Secara eksplisit, P1 menuturkan faktor pengambilan nama proyek perumahan Ngaliyan *Residences*.

Faktor penyesuaian lokasi terdapat dalam kalimat '*Untuk faktor lain, sebenarnya penamaan Ngaliyan Residences adalah upaya untuk lebih memudahkan masyarakat mengenal perumahan kami. Selain itu, kami mempertimbangkan faktor identitas. Bila kami menggunakan nama Perumahan Ngaliyan, masyarakat akan kebingungan karena Ngaliyan itu luas dan terdiri atas beberapa kelurahan. Hal tersebut guna membedakan kami dengan perumahan lain di sekitar. Setelah kami survei, nama Ngaliyan Residences belum pernah dipakai oleh perumahan di sekitar lokasi kami*'. Kalimat tersebut bermakna bahwa pengambilan nama perumahan mempertimbangkan faktor identitas. Identitas yang dimaksud P1 ialah identitas lokasi tempat perumahan berada.

Kecamatan Ngaliyan yang berada di bagian barat kota Semarang merupakan daerah yang sudah dikenal oleh hampir seluruh warga Kota Semarang. Pemberian nama dengan menggunakan nama salah satu kecamatan memberikan tanda bagi calon pembeli rumah bahwa perumahan tersebut berada di Kecamatan Ngaliyan. Selain itu, kata bahasa asing '*residences*' digunakan untuk memberikan tanda pengenal karena banyak perumahan yang telah berdiri di sekitar Kecamatan Ngaliyan. Dengan demikian, faktor penamaan proyek berdasarkan penyesuaian lokasi terdapat dalam penggalan tersebut.

SIMPULAN

Sikap bahasa dapat diamati dalam masyarakat bilingual maupun multilingual. Wujud perilaku berbahasa dan faktor kecenderungan sikap bahasa merupakan cerminan sikap bahasa penutur. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan

sebelumnya, berikut ini dikemukakan simpulan penelitian.

Wujud perilaku berbahasa pengembang perumahan, pengelola hotel, dan pengelola toko pada ranah publik dikonstruksi oleh tiga komponen, yaitu (1) komponen kognitif, (2) komponen afektif, dan (3) komponen konatif. Komponen kognitif, afektif, dan konatif digunakan untuk berkomunikasi lisan ranah publik. Selain itu, komponen afektif sikap tulis dan bahasa bisnis digunakan untuk berkomunikasi tulis ranah publik. Sikap bahasa mencakup aspek lisan dan tulis. Oleh karena itu, wujud perilaku berbahasa pengusaha pada ranah publik dapat diamati dari aspek lisan dan tulis.

Kecenderungan sikap bahasa pengusaha pada ranah publik dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi aspirasi pengusaha dan gengsi yang mencakup identitas pengusaha dan prestise. Sementara itu, faktor eksternal mencakup penamaan bangunan dengan melihat faktor penyesuaian lokasi. Faktor-faktor tersebut mempengaruhi penamaan bangunan sebagai gejala penggunaan bahasa asing oleh pengusaha pada ranah publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adyana, Sulis & Fathur Rokhman. 2016. Akomodasi Bahasa Pada Masyarakat Kota Pekalongan Etnis Jawa-Tionghoa-Arab dalam Ranah Perdagangan. *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*. Vol. 5, No. 1.
- Chaer, Abdul. 1993. *Pembakuan Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 1995. *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul. 2007. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul. 2008. *Morfologi Bahasa Indonesia: Pendekatan Proses*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dornyei, Zoltan dan Kata Csizer. 2002. *Some Dynamics of Language Attitudes and Motivation: Result of a Longitudinal Nationwide Survey*. *Applied Linguistics*. Vol. 23, No. 4. Pp. 421-462.
- Koentjaraningrat. 1990. *Kebudayaan Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mardikantoro, Hari Bakti. 2007. Pergeseran Bahasa Jawa dalam Ranah Keluarga pada Masyarakat Multibahasa di Wilayah Kabupaten Brebes. *Humaniora* tahun 2007 jilid 19 nomor 1.
- Rizkiansyah, Rio Anugrah. 2016. Sikap Bahasa Pengembang Perumahan, Pengelola Hotel, dan Pengelola Toko pada Ranah Publik. *Tesis*. Jurusan Pendidikan Bahasa Indonesia, Universitas Negeri Semarang.
- Sudaryanto. 2015. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Sumarsono. 2002. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Tim Penyusun. 1995. *Pengindonesiaan Nama dan Kata Asing*. Jakarta: Pusat Bahasa, Depdiknas.
- Tim Penyusun. 2007. *Pengindonesiaan Kata dan Ungkapan Asing*. Jakarta: Pusat Bahasa, Depdiknas.
- Zulaeha, Ida. 2008. *Kebutuhan Guru, Siswa, Materi Ajar, dan Strategi dalam Pengembangan Pembelajaran Menulis Kreatif Konteks Multikultur*. *Lembaran Ilmu Kependidikan*, jilid 37 nomor 2. <http://web.journal.unnes.ac.id/>
- Zulaeha, Ida. 2016. *Teori Dialektologi, Dialek Sosial dan Regional*. Semarang: UNNES Press.