



Penerapan Bahasa Indonesia Pada Ruang Publik : Gion Market, Marvell City Mall, Dan Grand City Mall

Hanafi Moeslim¹, Hilal Alfi Firdaus², Royyan Surya Arlanda³, Dian
Ayuning Puspa Dewi⁴, Afiqah Tarishah Amrullah⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa timur

Abstract

Received: 11 Juni 2023

Revised: 12 Juli 2023

Accepted: 23 Juli 2023

Jurnal ini mengkaji mengenai fenomena penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik Gion Market, Marvell City Mall dan Grand City Mall. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode observasi kualitatif. Bahasa Indonesia sebagai bahasa resmi dan bahasa persatuan, memiliki peran penting dalam mempertahankan identitas nasional. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, telah terjadi pergeseran dalam penggunaan bahasa di tempat-tempat umum, di mana penggunaan bahasa asing semakin mendominasi, terutama di Mall maupun pusat kuliner. Berdasarkan hal tersebut, jurnal ini bertujuan memahami dan menganalisis fenomena penggunaan Bahasa Indonesia di tempat umum serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan bahasa asing di ruang publik masih mendominasi terutama pada Grand City Mall. Namun dari ketiga tempat objek penelitian, Marvell City Mall penggunaan bahasa indonesianya mendominasi dan untuk Gion Market sebagai pusat kuliner penggunaan bahasa asing dan bahasa indonesianya seimbang.

Keywords: Penerapan bahasa Indonesia, ruang publik

21052010043@student.upnjatim.ac.id

(*) Corresponding Author:

2105201010044@student.upnjatim.ac.id

21052010176@student.upnjatim.ac.id

22033010070@student.upnjatim.ac.id

22033010096@student.upnjatim.ac.id

How to Cite: Moeslim, H, Firdaus, H. A, Arlanda, R. S, Dewi, D. A. P, & Amrullah, A. T. (2023). Penerapan Bahasa Indonesia Pada Ruang Publik : Gion Market, Marvell City Mall, Dan Grand City Mall. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8207070>

PENDAHULUAN

Bahasa Indonesia merupakan bahasa resmi dan bahasa persatuan RI, artinya penggunaan bahasa Indonesia sebagai bahasa utama yang umumnya digunakan pada kehidupan sehari-hari maupun di berbagai aspek kehidupan berbangsa dan bernegara lainnya. Penggunaan Bahasa Indonesia di tempat umum merupakan fenomena yang menarik untuk diteliti dalam konteks keberagaman budaya dan linguistik yang terjadi di Indonesia. Bahasa Indonesia, sebagai bahasa resmi dan bahasa persatuan, memiliki peran penting dalam mempertahankan identitas nasional dan memperkuat hubungan sosial antarwarga negara. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, telah terjadi pergeseran dalam penggunaan bahasa di tempat-tempat umum, di mana penggunaan bahasa asing semakin mendominasi, terutama di kota-kota besar dan pusat-pusat wisata. Yang seharusnya Bahasa Indonesia berfungsi sebagai bahasa nasional dan bahasa negara, seharusnya bahasa Indonesia memiliki eksistensi yang kuat di ruang publik di seluruh wilayah Indonesia (Fatmahwati A, 2018).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami dan menganalisis fenomena penggunaan Bahasa Indonesia di tempat umum serta faktor-faktor yang

mempengaruhinya. Dalam konteks globalisasi dan kemajuan teknologi, pengaruh budaya asing telah semakin meluas, termasuk dalam bahasa yang digunakan sehari-hari. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih baik tentang dampak penggunaan bahasa asing di tempat umum terhadap penggunaan dan perkembangan Bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional.

Salah satu masalah yang menjadi perhatian utama adalah meningkatnya penggunaan bahasa asing di tempat-tempat umum di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dalam berbagai situasi, seperti pusat perbelanjaan, restoran, hotel, dan tempat wisata, di mana penggunaan bahasa Inggris atau bahasa asing lainnya sering kali lebih dominan daripada penggunaan Bahasa Indonesia. Fenomena ini mencerminkan adanya pergeseran preferensi bahasa di kalangan masyarakat, yang dapat berdampak pada pelestarian dan penggunaan Bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional.

Ruang publik di berbagai tempat mencakup lingkungan sosial tempat interaksi antarindividu dan antarkelompok terjadi., salah satunya adalah mall dan tempat makan , yaitu Gion market, marvell city mall, dan grand city mall yang berada di kota Surabaya .Di ruang-ruang ini, penggunaan bahasa menjadi aspek penting dalam komunikasi sehari-hari. Namun, dalam beberapa kasus, penggunaan bahasa asing menjadi lebih dominan dibandingkan Bahasa Indonesia, sehingga menyebabkan pergeseran dalam preferensi bahasa di antara pengguna tempat umum.

Dengan demikian, penelitian ini akan menggali lebih dalam fenomena penggunaan Bahasa Indonesia di tempat umum, dengan fokus pada penjelasan mengenai banyaknya penggunaan bahasa asing serta deskripsi ruang publik di berbagai tempat. Melalui pemahaman yang lebih baik

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode observasi kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu melakukan pengamatan secara langsung dilapangan. Langkah pertama dimulai dengan memahami kata atau kalimat yang terdapat pada papan petunjuk arah, nama toko, papan informasi, dll. di ruang publik yang dijadikan sebagai objek penelitian.

PEMBAHASAN

Surabaya sudah dikenal sejak lama sebagai kota niaga dan salah satu penggerak utama perekonomiannya tentu saja mall. Maka dari itu perkembangan mall disini berkembang cukup pesat sehingga bagi masyarakat surabaya mall sudah termasuk tempat hiburan yang paling banyak diminati warganya, contohnya Marvell City Mall dan Grand City Mall. Selain mall, pusat kuliner di surabaya juga cukup banyak dan tentunya sangat diminati oleh warganya, seperti Gion Creative Market. Pada ruang publik tersebut tentunya penggunaan bahasa indonesia untuk petunjuk arah, nama toko, papan informasi dan lain - lain sangat di perhatikan untuk kemudahan dan kenyamanan pengunjung. Namun berdasarkan hasil observasi yang dilakukan nyatanya penggunaan bahasa asing lebih banyak digunakan sebagai petunjuk arah, nama toko, papan informasi dll daripada bahasa indonesia. Hal ini sesuai dengan pendapat Mutia dkk (2016) bahwa dampak penggunaan bahasa asing saat ini merambah dari skala kecil menjadi skala yang cukup besar. Contohnya

seperti penggunaan kata laundry, bakery, service, electronic, dsb. menggunakan bahasa Inggris yang sebenarnya bila menggunakan bahasa Indonesia dalam penamaan papan namanya tidak mengurangi nilai estetika dari penamaan tersebut. Tidak dipungkiri penguasaan bahasa asing juga diperlukan untuk akses internasional, tetapi tidak perlu menjadikannya sebagai bahasa utama dalam penamaan papan nama maupun merek dagang. Menurut Fatmawati (2018) Penyampaian informasi di ruang publik disampaikan menggunakan dalam bahasa Indonesia disinyalir informasi tersebut dapat 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.

Penggunaan bahasa di ruang publik Marvell City Mall

Seperti dinyatakan langsung pada hasil penelitian kami secara langsung dilapangan dengan berbagai variasi yang ada dan penggunaan bahasa Indonesia maupun bahasa asing di ruang publik dengan tingkat perbandingannya. Pada hasil penelitian observasi pertama yang kami datangi adalah *Marvell City Mall*. Lokasi ini cukup banyak dalam penggunaan bahasa asing yaitu bahasa Inggris yang dimana bahasa Inggris ini sendiri pun sangat asing bagi kami saat berkunjung dan saat diartikan dalam bentuk bahasa Indonesia tidak sepadan dengan apa yang sudah tertera pada petanda tempat tersebut. Contoh penggunaan petanda bahasa asing di lokasi ini seperti *shoplifters, concierge*, dsb.



Gambar 1. penggunaan petanda bahasa asing *concierge*.

Tidak sedikit juga saat kami berkunjung ke supermarket *Marvell city Mall*, disana terdapat penggunaan bahasa asing tetapi juga diselingi dengan penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Hal ini membuat para pengunjung lokal tentunya maupun pengunjung internasional memahami arti kedua bahasa tersebut. Tingkat penggunaan bahasa Indonesia maupun bahasa asing di *Marvell City Mall* ini cukup baik dan sepadan bagi masyarakat yang berkunjung, akan tetapi satu hal atau alasan mengapa ada beberapa petanda-petanda penggunaan bahasa asing di ruang publik ini sedikit kompleks atau asing bagi orang awam adalah karena di *Mall* ini juga tersedia sekolah berbasis bahasa Inggris yang bernama *Mawar Sharon Christian School* yang berdekatan atau satu gedung dengan *Mall* tersebut.

Penggunaan bahasa di ruang publik Grand City Mall

Tempat modern satu ini ketika dikunjungi untuk penelitian petanda penggunaan bahasa di ruang publik, terdapat banyak sekali dikelilingi oleh petanda penggunaan bahasa asing yaitu bahasa Inggris. Dengan bangunan yang begitu modern, *Mall* ini dapat dilihat mengapa alasan mereka lebih menggunakan

penggunaan bahasa asing. Berdasarkan pengamatan kami saat berkunjung, terdapat penulisan beberapa informasi terkait sampah di papan tempat pembuangan sampah yang seluruh bahasanya menggunakan bahasa inggris. Bagi pihak Mall itu adalah sebuah penggunaan yang memberikan kesan estetika dan juga memberikan informasi seputar edukasi dengan tata bahasa yang tepat sesuai dengan pengunjung yang memiliki tingkat yang sama dalam berbahasa asing.



Gambar 2. Informasi dengan penggunaan bahasa asing di papan tempat pembuangan sampah.

Selain penggunaan bahasa asing di tempat pembuangan sampah, terdapat pula petanda arah tempat yang menggunakan seluruh bahasanya dengan bahasa inggris seperti contoh *servive lift, restroom, last lobby, department store* dsb. Hal ini dapat saja menjadikan masyarakat yang berkunjung memiliki pengembangan dalam berbahasa asing. Namun di lain sisi mereka juga secara tidak disengaja memiliki kemunduran dalam berbahasa indonesia yang dimana bahasa inti milik setiap warga indonesia.

Penggunaan bahasa di ruang publik Gion Market

Gion Market merupakan pusat kuliner baru yang sedang di gandrungi anak muda karena tempatnya yang nyaman dan banyak pilihan *street food* dan gerai-gerai kuliner yang cukup terkenal. Suasana tempat foodcourt yang modern dan banyak menghadirkan cafe-cafe kecil dengan pilihan indoor maupun outdoor. berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, ruang publik ini untuk penggunaan bahasa indonesia dan bahasa asingnya cukup seimbang. Bahasa asing yang digunakan pada ada bahasa inggris dan bahasa korea. Bisa dikatakan seimbang karena informasi setelah kata bahasa asing dibawahnya terdapat terjemahan kata bahasa indonesianya. Selain itu toko - toko disana cukup banyak yang nama tokonya bahasa indonesia tanpa tambahan kata bahasa asing didalamnya.



Gambar 3. penggunaan bahasa asing di Gion Market

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik pada ketiga tempat objek penelitian yaitu pada Gion Market, Marvell City Mall dan Grand City Mall kurang mendominasi daripada bahasa asing. Salah satu faktor alasannya yaitu untuk nilai kesan estetika dari konsep ruang publik tersebut. Berdasarkan observasi yang dilakukan menunjukkan bahwa penggunaan bahasa asing di ruang publik masih mendominasi terutama pada Grand City Mall. Namun dari ketiga tempat objek penelitian, Marvell City Mall penggunaan bahasa indonesianya mendominasi dan untuk Gion Market sebagai pusat kuliner penggunaan bahasa asing dan bahasa indonesianya seimbang.

DAFTAR PUSTAKA

Adnan, F. (2018). Penggunaan Bahasa Indonesia pada Media Ruang Publik di Kota Pekanbaru. *Suar Betang*, 13(2), 131-144.

Muqri, M., Sugono, D., & Khairah, M. (2016). Penggunaan bahasa pada papan nama di ruang publik jalan protokol Jakarta. *Arkhaiis-Jurnal Ilmu Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 7(2), 57-64.

Dasuki, S. (2015). Pemakaian bahasa Indonesia dalam ruang publik di Kota Surakarta.