

KONTESTASI BAHASA PADA PAPAN NAMA USAHA DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Renita Sekar Lupito*¹, Suhandano²

^{1,2}Universitas Gadjah Mada; Bulaksumur, Yogyakarta 55281, Fax : (0274) 6491936

³Magister Linguistik, Fakultas Ilmu Budaya, Kota Yogyakarta

Surel: *renitasekarlupito@mail.ugm.ac.id, ²Suhandano@ugm.ac.id

Abstrak

Penggunaan bahasa Indonesia, bahasa daerah, dan bahasa asing pada papan nama usaha di Bandar Lampung menunjukkan adanya kontestasi bahasa. Kontestasi bahasa ini melibatkan 14 bahasa, dari 14 bahasa tersebut terdapat bahasa yang dominan dan yang tidak. Penelitian ini bertujuan untuk memetakan dan menganalisis distribusi bahasa serta mendeskripsikan kontestasi bahasa melalui pola penggunaan bahasa yang muncul pada papan nama usaha. Metode observasi dengan teknik fotografi dilakukan untuk mengumpulkan data. Sebanyak 300 foto papan nama usaha di sepanjang jalan utama pada 4 kecamatan (Teluk Betung Selatan, Teluk Betung Timur, Teluk Betung Utara, dan Teluk Betung Barat) diambil sebagai objek penelitian. Pertama data dikelompokkan berdasarkan polanya (monolingual, bilingual, dan multilingual) kemudian pola yang sudah dikelompokkan dianalisis berdasarkan jenis usaha. Selanjutnya dilihat penggunaan bahasa Lampung terhadap jenis usaha. Temuan penelitian menunjukkan bahwa bahasa Indonesia lebih dominan dari bahasa lain pada pola monolingual maupun bilingual, sedangkan pada pola multilingual posisi bahasa Indonesia diutamakan daripada bahasa Inggris. Untuk bahasa Lampung meskipun hanya muncul pada segelintir papan usaha tetapi identitas kelokalan tetap dimunculkan terutama pada usaha makanan dan pakaian khas serta pada nama tempat wisata. Implikasi sosial dari penelitian ini adalah masyarakat Lampung masih memiliki kesadaran untuk melestarikan dan mencerminkan identitas budaya Lampung lewat usaha yang dibangun.

Kata kunci: bahasa, bandar lampung, kontestasi, papan usaha

Abstract

The use of Indonesian, regional languages and foreign languages on business signs in Bandar Lampung shows language contestation. This language contest involves 14 languages, of these 14 languages there are languages that are dominant and those that are not. This research aims to map and analyze language distribution and describe language contestation through language use patterns that appear on business signboards. The observation method using photography techniques was used to collect data. A total of 300 photos of business nameplates along the main roads in 4 sub-districts (Teluk Betung Selatan, Teluk Betung Timur, Teluk Betung Utara, and Teluk Betung Barat) were taken as research objects. First, the data is grouped based on the pattern (monolingual, bilingual, and multilingual) then the grouped patterns are analyzed based on the type of business. Second, we look at the use of Lampung language for types of business. Research findings show that Indonesian is more dominant than other languages in monolingual and bilingual patterns, while in multilingual patterns Indonesian takes precedence over English. For the Lampung language, although it only appears on a handful of business boards, local identity still appears, especially in typical food and clothing businesses and in the names of tourist attractions. The social implication of this research is that the people of Lampung still have the awareness to preserve and reflect Lampung's cultural identity through the businesses they build.

Keywords: language, bandar Lampung, contestation, business boards

A. PENDAHULUAN

Bandar Lampung merupakan salah satu kota yang heterogen, selain heterogen dari segi agamanya, kota ini juga merupakan wilayah yang multikultur. Keragaman masyarakat ini tidak terlepas dari peran Kota Bandar Lampung sebagai Ibukota Provinsi Lampung. Sebagai ibukota dan pusat pemerintahan Provinsi Lampung, kota ini menjadi sangat padat dan pesat pertumbuhannya daripada daerah-daerah lain. Hal ini dapat dilihat dari berbagai fasilitas yang tersedia di wilayah ini, seperti kondisi jalan umum dan transportasi yang memadai, adanya sekolah dari jenjang rendah hingga perguruan tinggi, bahkan pusat belanja yang besar dan modern serta pelayanan kesehatan yang cukup

mumpuni. Tak heran kota ini dijuluki sebagai kota metropolitan yang hangat dengan hingar bingar wilayah urban. Faktor lain yang melatarbelakangi multietnisnya Kota Bandar Lampung adalah pengaruh transmigrasi yang dilakukan pemerintah pada era kolonial. Program transmigrasi ini terus dilakukan hingga awal kemerdekaan Indonesia, saat itu kepadatan penduduk selalu berkaitan dengan masalah sosial seperti kemiskinan, tingginya tingkat kriminalitas yang akhirnya berdampak pada terhambatnya proses pembangunan daerah. Wilayah yang sedikit persebaran penduduknya dianggap sulit maju dan memerlukan bantuan, sehingga pemerintah melakukan pembentukan panitia transmigrasi untuk menunjang pembangunan dengan meratakan jumlah penduduk. Pada waktu itu daerah Lampung menjadi salah satu daerah eksperimen program transmigrasi dengan alasan yang sederhana, yakni wilayah tersebut sudah terbiasa menerima pendatang dari sejak masa pemerintahan kolonial Belanda (Budianto, 2020).

Etnis yang dipindahkan ke Lampung pada waktu itu tidak hanya masyarakat dari Pulau Jawa saja, tetapi juga dari Pulau Bali, Kalimantan, dan Sulawesi yang akhirnya turut mengisi beberapa wilayah di Lampung. Seiring berkembangnya zaman, etnis-etnis tersebut kemudian membaur dan menghasilkan keturunan yang mengakibatkan makin padatnya Kota Bandar Lampung. Hal tersebut menunjukkan sikap keterbukaan masyarakat pada pendatang baru yang mencerminkan falsafah hidup orang Lampung. Falsafah tersebut adalah Piil Pesenggiri yang berkaitan dengan martabat orang Lampung. Dalam buku *Konsepsi Piil Pesenggiri Menurut Masyarakat Adat Lampung Waykanan di Kabupaten Waykanan* karya Ariyani, dkk (2015) dijelaskan bahwa orang Lampung memiliki tanda piil pesenggiri yang artinya berjiwa besar, memiliki rasa malu, dan menghargai diri sendiri maupun orang lain. Dengan kata lain, orang Lampung memiliki tanggung jawab atas nama besar dan gelar yang dimilikinya, sehingga harus menjaga nama baik, suka menjalin persaudaraan, suka memberi, dan pandai bergaul (membaur), serta memiliki sifat tolong menolong dalam bergotong royong.

Keragaman masyarakat Lampung tidak hanya dapat dijumpai pada etnis masyarakatnya, tetapi juga pada tanda di ruang publik yang meliputinya, seperti pada papan nama usaha. Papan nama ini dibuat oleh masyarakat secara bebas dan tidak terikat oleh aturan. Pada Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 02 Tahun 2019 Tentang Pelestarian Adat Istiadat dan Seni Budaya Lampung Bagian Ketiga Pasal 13B hanya mengatur tentang penggunaan bahasa dan aksara Lampung pada nama bangunan/gedung, jalan/penunjuk jalan, iklan, nama kompleks permukiman, perkantoran, papan nama instansi/lembaga/badan usaha/ badan sosial dan sejenisnya. Hal itu menyebabkan masyarakat bebas memberi merek dagang untuk usahanya masing-masing. Seperti penamaan nama usaha di Bandar Lampung yang memiliki nama tidak hanya menggunakan bahasa Lampung tetapi bahasa-bahasa daerah lain di Indonesia serta bahasa asing. Contohnya Pindang Nuwo, Ikan Bakar Daeng Sabbara, Warung Makan Sadayana, La Cuisine Resto, dan lain sebagainya.

Dari beberapa contoh di atas dapat dilihat terdapat beberapa bahasa yang ada di Kota Bandar Lampung. Pemakaian bahasa-bahasa ini secara tidak langsung menimbulkan kontestasi bahasa yang cukup kompleks mengingat tidak hanya bahasa daerah saja yang bersaing tetapi juga terdapat bahasa asing yang mewarnai papan nama usaha tersebut. Kontestasi ini lumrah terjadi di suatu daerah dengan tingkat multikultural dan mobilitas yang tinggi, serta merupakan hal yang mutlak terjadi pada lanskap linguistik di suatu daerah. Kontestasi bahasa ini bisa muncul sebab bahasa yang berbeda tidak dapat menduduki posisi yang sama persis pada suatu lingkungan sosial (Paramarta, 2022).

Penelitian mengenai kontestasi bahasa pada ruang publik khususnya pada daerah-daerah di Indonesia pernah dilakukan oleh Paramarta (2022) di Candidasa, sebuah objek wisata pantai di sebelah timur Bali memperoleh hasil bahwa penggunaan bahasa di daerah tersebut dipengaruhi oleh dua ideologi yakni nasionalisme dan komersialisme sehingga bahasa Indonesia menempati top tier penting di atas bahasa Bali tetapi masih di bawah bahasa Inggris dalam ideologi komersial, serta terdapat empat pola yang ditemukan pada penggunaan bahasa di Candidasa menurut teori Bakhtin yakni daya sentripetal murni, gabungan antar sentripetal dan sentrifugal, daya sentrifugal murni, dan asimilasi antara keduanya. Penelitian Fitria & Mulyono (2023) pada Mall Royal Plaza Surabaya dengan hasil bahwa bahasa Indonesia masih mendominasi tetapi terdapat penggunaan bahasa Inggris, Korea, Jepang, Thailand, dan Jawa sebagai upaya berinteraksi dengan pengunjung asing yang multibahasa. Penelitian Rahmawati (2023) di kawasan Pulau Indah Kapuk (PIK) 2 Jakarta menemukan hasil bahwa terdapat tiga bahasa yang berkontestasi yakni Inggris, Indonesia, dan Tionghoa, ketiga bahasa ini hadir untuk memberikan impresi masyarakat yang melek akan globalisasi dan kemajuan teknologi. Penelitian lainnya juga dilakukan oleh Djuwarijah & Sudarmanto (2023) dengan hasil bahwa terdapat dua bahasa lain yang berkontestasi, yakni Indonesia dan Inggris. Pola yang ditemukan juga hanya dua, yakni bilingual dan monolingual serta hanya ada satu papan tanda yang berkategori top down, tujuh lainnya berkategori bottom up, data pada penelitian ini terbatas pada baliho, kain rentang, dan papan nama berbahasa Sasak saja.

Pada daerah lain bahasa lokal terkadang memang tidak terlalu menonjol terutama pada papan tanda tertentu seperti penelitian Astutik & Mulyono (2022) di Kota Lamongan yang menggunakan bahasa Indonesia sebagai papan petunjuk untuk menjaga kelestarian lingkungan guna menjaga gelar Kota Lamongan sebagai Kota Adipura. Begitu juga dengan penelitian Purwanto & Filia (2020) yang cenderung menggunakan bahasa Indonesia pada papan nama restoran dan iklan yang menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kesadaran yang tinggi untuk menggunakan bahasa Indonesia pada papan tanda di ruang publik di Pontianak. Walaupun tidak dapat dipungkiri bahasa asing memberikan impresi yang lebih positif hal ini dikarenakan beberapa istilah asing dan bahasa daerah tidak ada padanannya dalam bahasa Indonesia.

Pada beberapa penelitian juga disebutkan bahwa penggunaan bahasa yang beragam tidak melulu menjadikan bahasa tersebut berkontestasi, contohnya seperti penggunaan bahasa di fasilitas publik seperti museum yang dilakukan oleh Widiyanto (2019), Hasan & Kaharuddin (2021), Suari (2021), dan Rohman & Romadlani (2023) yang menggunakan berbagai macam bahasa guna mengatasi keterbacaan oleh wisatawan.

Penelitian mengenai dampak positif dari kebijakan bahasa nasional dilakukan oleh Cahyania & Renanggalih (2023) menemui hasil yang berbeda di mana penggunaan bahasa nasional ternyata tidak selalu memiliki dampak positif seperti kebijakan penggunaan bahasa nasional yang mewajibkan penggunaan bahasa Indonesia sebagai akses memperoleh pekerjaan sebab menjadi syarat pencari kerja. Penelitian Rahmawati (2022) juga menunjukkan bahwa dari kebijakan pemerintah tentang penggunaan bahasa nasional belum menampilkan indikator yang positif sejak diimplementasikan Perpres Nomor 63 Tahun 2019 sebab bahasa nasional, asing, dan daerah masih berkontestasi di Bandara Internasional Yogyakarta, padahal harusnya bandara dapat merepresentasikan sikap positif berbahasa di ruang publik.

Sedikit berbeda dengan penelitian-penelitian di atas penelitian Dadan (2019) berusaha mengeksplorasi kontestasi budaya pada bahasa ngapak (Banyumas) pada media

fashion atau pakaian khususnya kaus oblong. Hasilnya masyarakat menggunakan bahasa ngapak untuk menunjukkan identitas diri ‘*sapa wong ngapak*’ melalui teks-teks yang humoris dengan bahasa ngapak. Penelitian yang berbeda juga dilakukan oleh Wildan et al. (2023) yang mencoba memaparkan kontestasi dari ideologi bahasa di media sosial selama masa Pilpres 2019. Ideologi ini terpolarisasi ke dalam netizen secara vertikal, horizontal dan individual, ketiga pola ini juga menjadi penguatan ideologi bahasa pada Pilpres tersebut. Penelitian mengenai kontestasi juga dilakukan oleh Firman (2019) dengan fokus pada kesalahan bentuk semantik, sintaksis, dan morfem pada papan tanda di Bogor yang menggunakan bahasa asing agar menjadi lebih tertib.

Penelitian di atas menunjukkan bahwa kontestasi bahasa tidak dapat dihindari pada daerah yang heterogen, untuk itu peneliti mencoba mengisi celah yang muncul dengan mengadakan penelitian kontestasi bahasa pada papan nama jalan di Kota Bandar Lampung yang terdiri dari bahasa nasional, asing, dan daerah menggunakan bantuan teori Lanskap Linguistik.

Penelitian LL merupakan gabungan dari beberapa disiplin ilmu yakni linguistik terapan, linguistik sosial, antropologi, sosiologi, psikologi dan geografi kultural (Sahril et al., 2019) sehingga fokus utama penelitian LL ini dapat bersinggungan atau dikaitkan dengan isu-isu sosial, seperti LL dalam aspek ekonomi, pemertahanan, wisata, kebijakan pemerintah, sekaligus sebagai bentuk solidaritas dan kekuatan serta kontestasi bahasa. Untuk itu perlu dilakukan penelitian mengenai kontestasi bahasa melalui kacamata Lanskap Linguistik, terutama di Kota Bandar Lampung. Kota Bandar Lampung dipilih sebagai lokus penelitian mengingat kota ini merupakan Ibukota Provinsi Lampung dihuni oleh beragam etnis.

Keragaman ini juga ditunjukkan pada beragam bahasa yang digunakan pada papan nama usaha. Hal tersebut menunjukkan terjadinya kontestasi bahasa yang menyebabkan salah satu bahasa menjadi dominan dan yang lain menjadi termarginalkan. Termarginalnya suatu bahasa dapat menyebabkan bahasa tersebut terancam punah keberadaannya. Untuk itu penelitian kontestasi bahasa dari kacamata LL ini penting dilakukan guna melihat bahasa yang dominan dan marginal. Permasalahan yang akan menjadi fokus pada penelitian ini adalah: a. Bagaimanakah kontestasi bahasa pada papan nama usaha di Kota Bandar Lampung? b. Bagaimanakah pola pemakaian bahasa Lampung dalam kaitannya dengan jenis usaha di Kota Bandar Lampung?. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan kontestasi bahasa yang terjadi di Bandar Lampung dan menganalisis penggunaan bahasa Lampung berdasarkan pola yang muncul dari hasil kontestasi.

B. KAJIAN TEORI

Lanskap Linguistik

Penelitian Lanskap Linguistik (selanjutnya disebut LL) merupakan penelitian yang memiliki fokus utama pada aspek minor dan mayor bahasa pada ruang publik. Ruang publik yang dimaksud adalah wilayah perkotaan dengan tingkat mobilitas yang tinggi. Kota merupakan tempat paling umum terjadinya kontak bahasa (Peter Backhaus 2007; Zabrodska, 2007). Kontak bahasa ini dapat dilihat pada rambu-rambu di ruang publiknya yang secara tidak langsung memberikan informasi di mana kaki ini berpijak dan bahasa apa yang harus dikuasai untuk berkomunikasi, tetapi bahasa yang saling berinteraksi ini juga sering memberikan perspektif lain yakni tentang persaingan antar bahasa. Menurut (Landry & Bourhis, 1997) LL merupakan informasi penting sebagai

markah kekuatan dan status komunitas bahasa pada suatu wilayah. LL di sini dapat tercermin pada bahasa atau tanda luar ruang yang dapat diakses oleh masyarakat luas seperti fasilitas umum, papan informasi, papan usaha yang menampilkan merek dagang, bangunan-bangunan pemerintah dan lain sebagainya. Dalam lingkup penelitian LL menurut Landry dan Bourhis juga disebutkan bahwa terdapat dua fungsi yakni fungsi simbolik dan fungsi informasi. Fungsi informasi ini merupakan penanda atau markah khas yang digunakan kelompok tutur tertentu pada suatu wilayah juga sebagai penanda bagi masyarakat pendatang bahwa mereka sudah memasuki daerah lain (K. Artawa & Sartini, 2020). Tanda LL berfungsi untuk menginformasikan kepada anggota kelompok dalam dan kelompok luar tentang ciri-ciri kebahasaan, batas wilayah, dan batas bahasa daerah yang dimasukinya, biasanya teks-teks LL yang mengandung fungsi informasi merupakan papan nama jalan, arah, gedung pemerintahan, dan lain sebagainya yang dibuat oleh pemerintah *Top Down*. Fungsi simbolik merupakan suatu fungsi yang menunjukkan suatu prestise atau mereresentasikan suatu etnis dalam sebuah masyarakat tutur. Fungsi ini erat kaitannya dengan identitas sosial dan komersialisasi seperti contoh penggunaan bahasa Inggris yang melambangkan modernisasi biasanya tanda ini dikategorikan sebagai *Bottom Up* sebab dibuat oleh masyarakat swasta.

Pada kajian LL ini juga tak terlepas dari pola-pola seperti monolingual, bilingual, dan multilingual yang tercermin pada ruang publik di suatu wilayah. Pola-pola ini dapat memiliki bahasa yang beragam disebabkan beberapa hal seperti penyuguhan bahasa untuk wisatawan asing, pemertahanan bahasa lokal, dan kepatuhan terhadap kebijakan bahasa nasionalis. Akibat dari pola di atas timbullah kontestasi bahasa di mana tidak ada bahasa yang memiliki posisi seimbang dalam kehidupan sosial masyarakat, selalu ada bahasa yang diutamakan karena faktor kebijakan bahasa, komersialisme, dan faktor keeratn suatu bahasa dengan masyarakat tertentu (Lotheringt on, 2013: 619) via (Paramarta, 2022).

Kontestasi bahasa dalam konteks LL merupakan suatu kondisi di mana dalam suatu daerah terdapat beberapa bahasa yang terlibat dalam penataan ruang publik. Bahasa-bahasa tersebut hadir sebagai bukti dari masyarakat yang multikultur. Menghan Zhang dan Tao Gong mengatakan bahwa kontestasi bahasa terjadi saat bahasa penduduk lokal mulai tergantikan oleh bahasa hegemoni yakni bahasa yang pada akhirnya memimpin atau unggul (Rodiah, 2023). Bahasa yang memimpin ini bisa saja didominasi oleh bahasa asing, daerah, ataupun bahasa nasional tergantung dari kepentingan dan kebutuhan masyarakat. Misalnya pada bahasa asing sangat dominan kemungkinan besar disebabkan oleh semangat internasionalisasi yang tinggi atau gengsi dan pamor dari suatu bahasa. seperti yang sudah diterangkan di atas bahwa sebenarnya kontestasi bahasa pasti terjadi sebab tidak ada bahasa yang memiliki posisi yang sama satu sama lain dalam suatu masyarakat sosial, selalu ada bahasa yang menduduki urutan satu, dua, dan seterusnya.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan subjek penelitian berupa tanda di ruang publik Kota Bandar Lampung khususnya pada merek dagang seperti nama usaha restoran, klinik kecantikan, serta usaha barang dan jasa yang ada di sepanjang jalan utama. Data- data tersebut dibatasi pada permanen tidaknya teks sehingga dalam penelitian ini dipilih teks yang permanen saja seperti pada papan nama usaha yang memiliki bangunan tetap. Metode pengumpulan data dilakukan dengan melakukan survei

secara langsung ke empat kecamatan yang ada di Bandar Lampung, yakni Kecamatan Teluk Betung Selatan, Teluk Betung Timur, Teluk Betung Utara, dan Teluk Betung Barat pada rentang waktu 25 Juli-15 Agustus 2024, selain itu teknik pengumpulan data yang dipakai adalah fotografi sebab dinyatakan pada (Y. & K. Artawa, 2020) bahwa fotografi merupakan teknik penelitian yang menjadi karakteristik penelitian LL. Data yang diambil berupa 300 papan nama usaha atau merek dagang yang ada disekitar jalan utama pada empat kecamatan tersebut, kemudian data dari hasil survei dipotret menggunakan gawai pintar, selanjutnya data dipilah-pilah sesuai kategorinya. Kategori data yang diambil dibedakan berdasarkan aspek monolingual, bilingual, dan multilingual. Pada tahap analisis data dilakukan menggunakan teori LL dari Landry dan Bourhis (1997). Pertama data yang sudah terkumpul diklasifikasikan berdasarkan kategori monolingual, bilingual, dan multilingual. Validasi data dilakukan dengan cara melihat arti dari teks menggunakan kamus bahasa yang bersangkutan dan mencocokkan dengan kategori barang atau jasa yang diujakan untuk memperkuat temuan bahwa bahasa yang diartikan sebagai suatu bahasa tertentu memiliki arti yang sesuai dengan yang terpampang di papan nama usahanya. Kemudian dilihat bahasa yang paling menonjol di antara yang lain (*salience*) berdasarkan frekuensi yang muncul dari kategori tersebut sehingga dapat ditentukan mana bahasa yang paling dominan dan yang tidak. Hasil dari klasifikasi itu akan menunjukkan bahasa apa saja yang berkontestasi. Kedua, dari hasil kontestasi bahasa tersebut dilihat bagaimana pola-pola penggunaan bahasanya.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kontestasi Bahasa pada Papan Nama Usaha di Kota Bandar Lampung

Dari hasil klasifikasi dan analisis yang dilakukan ditemukan bahwa dalam kontestasi bahasa pada papan merek usaha di ruang publik Kota Bandar Lampung melibatkan sejumlah bahasa diantaranya; bahasa Indonesia, Inggris, Yunani, Hawaii, Prancis, Jepang, Jawa, Lampung, Makassar, Sansekerta, Sunda, Padang, China, dan Arab. Dari 300 data yang berhasil dikumpulkan dari empat kecamatan di Bandar Lampung terdapat 218 tanda monolingual (72%), 79 tanda bilingual (27%), dan 3 tanda multilingual (1%). Dari keseluruhan data yang didapat, semua papan nama di atas merupakan papan tanda luar ruang yang dibuat oleh masyarakat secara konvensional untuk kebutuhan komersil serta pembuat tanda merupakan masyarakat swasta yang tidak terikat dengan institusi pemerintah sehingga dapat dikategorikan sebagai papan nama *bottom up*. Uraian tentang bahasa yang berkontestasi dapat dilihat dari pola monolingual (pada tabel 1), bilingual (pada tabel 2), dan multilingual (pada tabel 3) di bawah ini.

Tabel 1. Papan Nama Usaha Monolingual

Tipe	IND	ENG	HWI	FRN	JPN	LPG	JW
Restoran / Tempat Makan / Café	61	25	1	1	1	-	1
Salon/ Klinik Kecantikan	2	4	-	-	-	-	-
Toko Pakaian/ kain	2	6	-	-	-	2	-
Tempat Wisata / Hiburan	6	4	-	-	-	1	-

Minimarket / Frozen food/ sembako /pasar	16	4	-	-	-	-	-
Toko Perlengkapan Hobi	-	2	-	-	-	-	-
Hotel / Penginapan	2	9	-	-	-	-	-
Laundry / Penatu	-	2	-	-	-	-	-
Peralatan Elektronik/ bangunan / furnitur	8	2	-	-	-	-	-
Jasa, Les, Pengembangan diri	20	20	-	-	-	-	-
Toko Parfum	-	1	-	-	-	-	-
Toko hewan peliharaan	-	2	-	-	-	-	-
Toko Perhiasan	5	1	-	-	-	-	-
Toko pernak pernik	1	-	-	-	-	-	-
Toko alat kesehatan	6	-	-	-	-	-	-
JUMLAH	133	82	1	1	1	3	1
Persentase	60%	37%	0,4%	0,4%	0,4%	1,3%	0,4%
TOTAL	218						

Keterangan :

IND = Indonesia	ENG = Inggris	HWI=Hawai	FRN = Prancis	JPN = Jepang	LPG = Lampung	JW = Jawa
-----------------	---------------	-----------	---------------	--------------	---------------	-----------

Data pada tabel 1 terlihat bahwa pada pola monolingual papan tanda di Bandar Lampung terdapat dua bahasa yang berkontestasi yakni bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Bahasa Indonesia menempati posisi pertama dengan jumlah 133 papan tanda (60%) dan bahasa Inggris sebanyak 82 papan tanda (37%). Di sini juga dapat terlihat bahwa penggunaan bahasa di Kota Bandar Lampung sangat heterogen khususnya pada penggunaan bahasa asing yang walaupun hanya terdapat masing-masing 1 papan tanda dan merupakan tempat makan atau restoran tetapi hal mencerminkan bahwa masyarakat Lampung siap menghadapi globalisasi dan dapat mengatasi keterbacaan oleh turis mancanegara serta merupakan cara untuk memperkenalkan kuliner asing pada masyarakat luas. Pada tabel di atas juga dapat dilihat bahwa penggunaan bahasa Lampung secara monolingual menempati posisi lebih tinggi di atas bahasa Jawa dengan 3 papan nama tanda. Pada papan tanda berbahasa Indonesia merupakan salah satu bentuk kompetensi bahasa dasar untuk berkomunikasi dengan masyarakat dari berbagai suku di Indonesia. Dari papan nama usaha berbahasa Lampung juga berkenaan dengan budaya Lampung seperti toko pakaian khas Lampung (*Kaway* dan *Waleu*), dan tempat wisata yang menampilkan keindahan Lampung (*Lamban Andanan*).

Tabel 2. Papan Nama Usaha Bilingual

Type	IND ENG	IND MKS	IND SND	IND LPG	IND JPN	ENG SAN S	YNN EN G	JW EN G	IND AR B	IND JW	IND PD G	JPN ENG	IND CHN
Restoran / Tempat Makan / Café	9	2	4	12	1	-	-	1	1	2	5	1	1

Salon/ Klinik Kecantikan	1	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-
Toko Pakaian/ kain	2	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-
Tempat Wisata / Hiburan	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Minimarket / Frozen food/ sembako /pasar	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-
Toko Perlengkap an Hobi	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hotel / Penginapan	6	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-
Peralatan Elektroni k/ furnitur	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Jasa, Les, Pengemban g an diri	10	-	-	-	-	-	1	1	-	1	-	1	-
Toko hewan peliharaan	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Toko pernak pernik	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Toko alat kesehatan	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
JUMLAH	38	2	5	12	1	1	2	2	2	5	6	2	1
Persentase	47,5 %	2,5 %	6,2 %	15%	1,2 %	1,2%	2,5 %	2,5 %	2,5 %	6,2 %	7,5 %	2,5 %	1,2 %
TOTAL	79												

Keterangan :

IND	ENG	=	IND	MKS	=	IND	SND	=	IND	LPG	=
Indonesia	Inggris		Indonesia	Makassar		Indonesia	Sunda		Indonesia	Lampung	
IND JPN	=	Indonesia	ENG SANS	=	Inggris	YNN ENG	=	Yunani	JW ENG	=	Jawa

Jepang	Sansekerta	Inggris	Inggris
IND ARB = Indonesia Arab	IND JW = Indonesia Jawa	IND PDG = Indonesia Padang	JPN ENG = Jepang Inggris
IND CHN = Indonesia China			

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa penggunaan kombinasi bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional sangat dominan dengan rasio 9/13 kategori papan tanda, 5 di antaranya merupakan gabungan bahasa Indonesia dengan bahasa daerah, sedangkan 4 sisanya gabungan dari bahasa Indonesia dan bahasa asing. Papan nama berbahasa Inggris menduduki posisi kedua di bawah bahasa Indonesia dengan rasio 5/13 kategori papan tanda, satu di antaranya berkombinasi dengan bahasa Indonesia, tiga kombinasi dengan bahasa asing (Yunani, Sansekerta, dan Jepang), dan satu kombinasi dengan bahasa daerah (Jawa). Pada pola bilingual ini terdapat 5 bahasa daerah dan 5 bahasa asing yang muncul. Pada bahasa daerah terdapat bahasa Makassar, Jawa, Sunda, Padang, dan Lampung sedangkan pada bahasa asing terdapat bahasa Inggris, Yunani, Jepang, Arab dan China. Sehingga pada pola bilingual ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan bahasa daerah dan bahasa asing sama-sama beragam. Kemunculan bahasa daerah pada ranah usaha ini merupakan salah satu cara penjual lebih dekat dengan konsumen melalui penggunaan bahasa daerah, selain itu juga sebagai indikator keautentikan barang dan jasa yang ditawarkan. Sedangkan munculnya bahasa asing pada papan usaha ini mencerminkan semangat masyarakat akan internasionalisasi, juga upaya menyambut globalisasi, walaupun tak jarang bahasa asing juga berkombinasi dengan bahasa daerah sebagai bagian dari glokalisasi. Pada tingkat bahasa daerah, kombinasi bahasa Lampung + bahasa Indonesia sangat dominan, kemudian pada tingkat bahasa asing, kombinasi bahasa Inggris+bahasa Indonesia mendominasi diantara bahasa-bahasa asing lainnya. Pada tataran kontestasi dengan pola bilingual baik bahasa daerah dan bahasa asing terdapat bahasa yang lebih dominan, yakni gabungan bahasa Indonesia+Lampung dan Indonesia+Inggris. Namun, secara keseluruhan pada pola bilingual ini bahasa Indonesia tetap menjadi bahasa yang paling dominan.

Tabel 3. Papan Nama Usaha Multilingual

Tipe	ARB IND ENG	SANS IND ENG
Restoran	1	1
Jasa/Les/Pengembangan diri	-	1
Jumlah	1	2
Persentase	33%	66%
Total	3	

Keterangan :

ARB IND ENG = Arab Indonesia Inggris	SANS IND ENG =Sansekerta Indonesia Inggris
--------------------------------------	---

Dari data di atas ditemukan bahwa pola paling jarang muncul adalah pola multilingual. Hal ini dikarenakan nama yang terlalu asing yang belum terlalu familiar di masyarakat sekitar sehingga perlu bantuan dari bahasa lain sebagai pendukung penamaan papan tanda tersebut. Contohnya gabungan bahasa Arab+Indonesia+Inggris pada papan nama usaha '*Beit Balquisse Makanan Arab By Fairouz*'. Bahasa Indonesia digunakan sebagai penjelas barang yang dijual, yakni makanan arab. Bahasa Inggris

digunakan untuk mendukung si pembuat makanan, yakni *by Fairouz* untuk menjamin keautentikan masakan tersebut yang dibuat oleh orang Arab asli. Bahasa-bahasa tadi digunakan sebagai upaya dasar berinteraksi dengan masyarakat sekitar sebab nama ‘*Beit Balquisse*’ masih kurang familiar apabila hanya ditulis begitu saja tanpa ada sandingan bahasa lain. Pada pola multilingual ini pola yang dominan adalah Sansekerta Indonesia Inggris. Pada kedua pola baik gabungan bahasa Arab+Indonesia+Inggris maupun Sansekerta+Indonesia+Inggris sama-sama memiliki urutan bahasa pendamping yang sama, yakni Indonesia+Inggris. Di sini dapat terlihat bahwa penggunaan bahasa Indonesia lebih diutamakan dan didahulukan dibanding bahasa Inggris sebagai pendukung papan nama usaha. Hal ini berarti walaupun sama-sama dominan tetapi penggunaan bahasa Indonesia tetap didahulukan sebelum bahasa Inggris yang menyebabkan bahasa Indonesia menempati posisi atas lagi secara keseluruhan pola tanda baik monolingual, bilingual, maupun multilingual.

Penggunaan Bahasa Pada Pola Monolingual, Bilingual, dan Multilingual

Analisis pola penggunaan bahasa bahasa yang tertampil pada papan nama usaha di Bandar Lampung telah menjelaskan tentang bahasa apa saja yang dipakai. Distribusi bahasa pada ketiga kategori pola menunjukkan kemunculan total empat belas bahasa. Bahasa-bahasa tersebut terdiri dari bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional, lima bahasa daerah (Lampung, Jawa, Padang, Sunda, dan Makassar), serta tujuh bahasa asing (Inggris, Arab, Yunani, Hawai, Prancis, Jepang, dan China). Bahasa yang paling dominan adalah bahasa Indonesia kemudian disusul dengan bahasa Inggris. Pada pola monolingual ditemukan sebanyak 7 pola, satu bahasa nasional (IND), dua bahasa daerah (JW dan LPG), serta empat bahasa asing (FRN, ING, JPN, HWI). Berikut merupakan contoh pola monolingual yang digunakan pada papan nama usaha di Bandar Lampung.



Gambar 1 Monolingual bahasa Indonesia



Gambar 2 Monolingual bahasa Inggris

Pada gambar 1 terlihat papan nama usaha dengan teks “Sate Pikul Diponegoro” yang termasuk dalam pola monolingual sebab hanya menggunakan satu bahasa saja, yakni bahasa Indonesia. Papan nama usaha ini menunjukkan bahwa pemilik menjual macam berbagai sate seperti sate ayam, kambing, ampela, sop ayam, dan sop kambing. Kata-kata yang dipaparkan di atas ditulis dengan ukuran yang lebih kecil sebab merupakan menu yang disediakan, sedangkan kata ‘pikul’ merupakan histori dari usaha tersebut. Sebelum memiliki tempat yang tetap seperti sekarang sate tersebut dijajakan dengan cara dipikul atau diangkat menggunakan tumpuan bahu (KBBI). Kata ‘Diponegoro’ yang terakhir merupakan nama jalan tempat usaha tersebut didirikan yang terinspirasi dari nama Pangeran Diponegoro. Pada gambar 2 terlihat papan nama usaha dengan teks “The Angry Crab” yang berarti kepiting marah, hal ini selaras dengan logo yang dipakai, yakni kepiting yang sedang marah. Nama ‘crab’ dipilih sebab kepiting merupakan komoditi utama walaupun usaha ini tidak hanya menyajikan masakan

dengan bahan dasar kepiting tetapi juga aneka seafood lain seperti lobster, udang, kerang, cumi, dan gurita. Pada pola monolingual bahasa Indonesia juga ditemukan bahasa Indonesia dengan ejaan Ophuijsen sebanyak 5 tanda. Ejaan ini merupakan ejaan lama sebelum akhirnya menjadi EYD Edisi V (Kantor Bahasa Maluku, 2024). Penulisan huruf “u” merupakan ejaan Van Ophuijsen yang pertama yang ditulis dengan “oe” pada contoh kata “*kampung*” yang dahulu ditulis “*kampoeng*” (Sucipta & Yuliantini, 2023) sehingga penggunaan ejaan Van Ophuijsen merupakan cara masyarakat mengomersialisasikan produknya dengan menunjukkan kelestarian tempat wisata (*Kampoeng Tabek Indah*), serta menunjukkan prestise tentang terjaminnya rasa yang tidak berubah sejak dulu (*Radja Kebab dan Kopi Ketje*).

Pada pola dwibahasa atau bilingual terdapat 13 pola gabungan bahasa. dari 13 pola tersebut bahasa Indonesia paling dominan sebab menyertai lebih dari sebagian pola yang ada, yakni 9 pola gabungan. Kombinasi bahasa Indonesia dengan bahasa daerah terdapat 5 pola (IND+MKS, IND+SND, IND+LPG, IND+PDG, IND+JW). Bahasa Indonesia dengan bahasa asing terdapat 4 pola (IND+JPN, IND+ARB, IND+CHN, IND+ENG). Kombinasi bahasa asing dengan bahasa asing sebanyak 3 pola (ENG+SANS, YNN+ENG, JPN+ENG). Terakhir kombinasi bahasa daerah dengan bahasa asing sebanyak 1 pola (JW+ENG). Contoh pola bilingual yang digunakan pada papan nama usaha dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 3 Bilingual Indonesia x Inggris



Gambar 4 Bilingual Indonesia x Lampung

Pada gambar 3 terlihat papan nama usaha dengan teks berbahasa Indonesia diikuti dengan bahasa Inggris yang tertulis “Rumah Cantik Kirana Beauty From Head to Toe”. Merek dagang ditulis dengan proporsi huruf yang paling besar (Kirana) untuk menekankan nama utama sehingga mudah diingat oleh masyarakat. Kata “Rumah Cantik” dan “Beauty From Head to Toe” menunjukkan jasa atau layanan yang diberikan usaha tersebut yang berkenaan dengan kecantikan seperti perawatan tubuh, mulai dari rambut hingga kaki. Gambar 4 menunjukkan papan nama usaha dengan bahasa Indonesia dan Lampung dengan tulisan “Pindang Atu Putri”. Kata ‘pindang’ di sini memiliki arti makanan yang berasal dari ikan, namun berbeda dengan pindang yang ada pulau Jawa. Pindang di pulau Jawa berupa ikan yang diawetkan dengan cara direbus dan digaramkan, sedangkan pindang pada teks di atas merupakan masakan berkuah kuning tanpa santan dan bercitarasa asam sebab diberikan potongan nenas serta tomat. Perbedaan lainnya juga dari segi bahan dasar ikan yang digunakan, biasanya pindang Lampung berbahan dasar ikan patin. Kata Atu di bahasa Lampung merupakan panggilan untuk kakak perempuan (Sunarti et al., 2019), kemudian kata Putri merupakan nama orang yang memiliki usaha tersebut.

Pada pola multilingual hanya terdapat dua pola, yakni (ARB+IND+ENG) dan (SANS+IND+ENG). Frekuensi bahasa Arab hanya satu kali dan bahasa Sansekerta

sebanyak dua kali. Contoh pola multilingual yang digunakan pada papan nama usaha dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 5 Multilingual Arab Indonesia Inggris



Gambar 6 Multilingual Sansekerta Indonesia Inggris

Pada gambar 5 terlihat nama usaha dengan campuran 3 bahasa sekaligus yakni Arab+Indonesia+Inggris. Frasa 'Beit Balquisse' adalah nama seorang ratu dari Timur Tengah sedangkan Beit berarti 'rumah' yang berasal dari bahasa Arab, kemudian teks bahasa Indonesia 'makanan arab' ditulis lebih kecil dari nama utama sebagai penjelas barang yang dijual, dan yang terakhir kata 'by Fairouz' berarti 'oleh Fairouz' (nama orang) menjelaskan siapa orang dibalik usaha tersebut. Pada gambar 6 terlihat nama usaha dengan campuran bahasa Sansekerta+Indonesia+Inggris. Kata Amerta memiliki arti air kehidupan (Purwadi & Purnomo, 2008), kata 'suci' memiliki arti bersih dalam arti keagamaan, bebas dari dosa, dan murni (KBBI) sedangkan tour and travel ditulis dengan font lebih kecil sebagai penjelas jasa yang ditawarkan berkaitan dengan layanan perjalanan.

Pola Pemakaian Bahasa Lampung dengan Jenis Usaha

Pada pola baik monolingual, bilingual, dan multilingual jenis usaha yang paling banyak muncul adalah usaha yang berkaitan dengan makanan seperti restoran, café, dan lain-lain kemudian disusul dengan pasar, layanan jasa, hotel, dan seterusnya. Bahkan pada pola multilingual hanya ditemukan dua jenis usaha, yakni restoran dan layanan jasa perjalanan.

Penggunaan bahasa Lampung pada papan nama usaha di Bandar Lampung hanya ditemukan pada dua pola yakni monolingual dan bilingual. Pada pola monolingual ditemukan dua jenis usaha yang menggunakan bahasa Lampung sebagai papan nama usahanya, yakni toko pakaian (*Waleu* dan *Kaway*) serta satu tempat wisata (*Lamban Andanan*). Penamaan pada pola ini menggunakan bahasa Lampung sebab usaha ini berusaha menonjolkan karakteristik atau identitas masyarakat Lampung. Pada usaha toko pakaian *Waleu* yang berarti angka delapan dalam bahasa Lampung berusaha membawa unsur budaya Lampung ke arah budaya pop yang lebih modern. Unsur ini dapat dilihat pada penggunaan bahasa dan aksara Lampung serta turut menampilkan motif pada kain Tapis khas Lampung. Hal serupa juga berusaha diusung oleh toko pakaian *Kaway* yang berarti pakaian atau baju dalam bahasa Lampung (Ariyani, Sopari, et al., 2015), keduanya berusaha membawa budaya Lampung ke ranah yang lebih luas lagi. Kemudian pada tempat wisata *Lamban Andanan* terlihat bahwa tempat wisata air sekaligus restoran dengan tema alam dan mengangkat konsep Lampung pada ornamen-ornamen interior serta makanan khasnya. Jadi selain bisa menikmati makanan dan ruangan dengan corak kebudayaan Lampung pada interiornya, pengunjung juga bisa menikmati kesejukan alam dan bermain air pada sungai kecil yang asri. Pada penelitian (Fadillah & Cholsy, 2023) juga ditemukan bahwa pola bilingual paling banyak

ditemukan di Kota Bandar Lampung. Pada artikel ini pola bilingual bahasa Lampung dengan bahasa Indonesia digunakan sebanyak 12 papan nama usaha yang berkaitan dengan makanan. Tujuh diantaranya menggunakan aksara Lampung dan bahasa Indonesia sebagai penamaan, dan lima lainnya menggunakan bahasa Lampung dan bahasa Indonesia. Pada tujuh papan nama usaha yang menggunakan aksara Lampung tidak menjual makanan khas Lampung tetapi menjadikan aksara Lampung sebagai transliterasi menu yang dijual dan nama usahanya, selain itu terdapat motif kain tapis sebagai hiasan papan nama tersebut. Selanjutnya lima lainnya menggunakan bahasa Lampung sebagai nama usaha dengan kata sapaan kekerabatan (Uwo dan Atu – lihat gambar 4.), kata benda sebanyak dua papan nama jalan (Nuwo) dan kata ajakan (Singgah Pay). Kata Uwo memiliki pengertian sama seperti kata Atu dalam bahasa Lampung, kata nuwo memiliki arti rumah dalam bahasa Lampung (Ariyani, Sopari, et al., 2015), sedangkan *Singgah Pay* memiliki arti ‘mampir dulu’ atau mampir yuk. Penggunaan bahasa Lampung oleh masyarakat Lampung merupakan salah satu cara mencitrakan identitas diri melalui makanan khas dan produk pakaian yang dijual seperti pada penelitian (Dadan, 2019) yang menonjolkan bahasa Ngapak melalui teks-teks humoris dari produk fashion yang dipasarkan. Tujuannya sama yakni untuk mengenalkan secara luas dan tetap mempertahankan bahasa daerah dalam upaya komersialsime.

Sedangkan pada ranah bahasa asing, bahasa yang paling banyak muncul dan berkombinasi dengan bahasa lain adalah bahasa Inggris. Bahasa Inggris digunakan sebanyak 82 papan tanda di pola monolingual, berkombinasi dengan 5 bahasa lain seperti bahasa Indonesia, Sansekerta, Yunani, Jawa, dan Jepang pada pola bilingual, dan pada pola multilingual bahasa Inggris berkombinasi dengan bahasa Arab, Indonesia, dan Sansekerta.

Hal menarik ditemukan di ranah bahasa daerah yang mana pada ranah ini tidak temukan bahasa daerah pada pola multilingual. Bahasa daerah yang terlibat meliputi bahasa Lampung itu sendiri, Jawa, Padang, Sunda, dan Makassar. Bahasa Lampung paling banyak ditemukan di papan nama usaha mewakili bahasa daerah terutama pada pola bilingual.

E. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan kontestasi bahasa melibatkan sejumlah bahasa yakni nasional, daerah, dan asing. Bahasa Indonesia menjadi *top tier* penggunaan bahasa pada pola monolingual, bilingual, dan multilingual, di sini bahasa Lampung sebagai bahasa daerah tidak terlalu menonjol penggunaannya dan hanya ditemukan pada dua pola yakni monolingual dan bilingual. Penggunaan bahasa asing khususnya bahasa Inggris memiliki kecenderungan yang hampir sama seperti penggunaan bahasa Indonesia. Penggunaan bahasa Indonesia dapat disimpulkan sebagai cara pembuat tanda berinteraksi dengan pembaca dengan latar belakang suku yang berbeda-beda. Setelah bahasa Indonesia posisi kedua diduduki oleh bahasa asing (Inggris). Penggunaan bahasa Inggris dimaksudkan untuk menarik perhatian konsumen dengan daya beli yang tinggi, berinteraksi dengan masyarakat modern, serta upaya menyambut globalisasi. Untuk pola penggunaan bahasa, bahasa Lampung dominan digunakan pada usaha makanan, walaupun terdapat pula usaha pakaian atau fashion. Jenis usaha tersebut berusaha menonjolkan identitas Lampung, mulai dari penggunaan bahasa, aksara, sapaan, bahkan

menu kuliner yang disajikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada papan usaha di Kota Bandar Lampung memang melibatkan sejumlah bahasa seperti nasional, asing, dan daerah, tetapi pada wilayah Lampung ini masyarakat Lampung masih memiliki kesadaran untuk menggunakan bahasa Lampung pada beberapa papan usaha sebagai upaya menonjolkan identitas lokal.

F. SARAN

Artikel ini dapat menjadi referensi bagi penelitian yang akan datang untuk menggali lebih jauh tentang LL di Kota Bandar Lampung, sebab masih banyak aspek LL yang belum diteliti seperti pada penamaan jalan, bangunan, dan gedung pemerintahan. Selain itu data dalam artikel ini juga masih terbatas pada nama-nama usaha di empat kecamatan yang ada di Bandar Lampung, hasil penelitian ini dapat saja berbeda atau sama di kecamatan-kecamatan lain di Bandar Lampung, mengingat Bandar Lampung memiliki 20 kecamatan. Untuk itu penelitian lanjutan di tempat atau kecamatan lain perlu dilakukan untuk mendukung penyimpulan LL pada papan nama usaha di Bandar Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyani, F., Sopari, S., Mulya, G. A., Murdani, D., & Bahtiyar. (2015). *Kamus Dwibahasa Indonesia-Lampung Dialek Way Kanan* (Revisi). Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Way Kanan.
- Ariyani, F., Yufrizal, H., Agustina, E. S., & Mustofa, A. (2015). *Konsepsi Piil Pesenggiri Menurut Masyarakat Adat Lampung Waykanan di Kabupaten Waykanan (Sebuah Pendekatan Discourse Analysis)* (Edisi Pert). Aura Printing & Publishing.
- Artawa, K., Paramarta, I. M. S., Mulyanah, A., & Atmawati, D. (2023). Centripetal and Centrifugal Interconnection on Hotel and Restaurant Linguistic Landscape of Bali, Indonesia. *Cogent Arts and Humanities*, 10(1).
<https://doi.org/10.1080/23311983.2023.2218189>
- Artawa, K., & Sartini, N. W. (2020). Linguistic Landscapes: A Study of Human Mobility and Identity Change. *Urban Studies: Border and Mobility*, 165–172.
<https://doi.org/10.1201/9780429507410-26>
- Artawa, Y. & K. (2020). *Lanskap Linguistik Pengenalan, Pemaparan, dan Aplikasi* (1st ed.). Deepublish Publisher.
- Astutik, M., & Mulyono. (2022). Penggunaan Bahasa Di Ruang Publik Kota Lamongan Sebagai Kota Adipura (Kajian Linguistik Lanskap). *BAPALA: E-Journal UNESA*, 9(8), 223–236.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/bapala/article/view/47932/40030>
- Budianto, A. (2020). Ketegangan Sosial di Lampung Akibat Program Transmigrasi di Era 1950an. *Jurnal Candi*, 20(1), 18–31.
<https://jurnal.uns.ac.id/candi/article/view/41327%0Ahttps://jurnal.uns.ac.id/candi/article/viewFile/41327/27062>
- Cahyania, N., & Renanggalih, R. (2023). Bahasa Nasional dan Bahasa Lokal: Persaingan Identitas Budaya dalam Konteks Kontestasi Linguistik. *Kertagama Humanus: Journal of Humanities and Social Sciences*, 1(1).
- Dadan, S. (2019). Ekspresi Bahasa Banyumasan Dalam Kaus Oblong Sebagai Arena Kontestasi Budaya. *Seminar Internasional Riksa Bahasa*, 2053–2062.
<http://proceedings2.upi.edu/index.php/riksabahasa/article/view/1107>

- Djuwarijah, S., & Sudarmanto, B. A. (2023). *Kontestasi Bahasa Sasak Pada Area Publik Di Kota Mataram Dan Kabupaten Lombok Barat : Kajian Lanskap Linguistik*. 1(1), 48–56.
- Firman, M. (2019). ... Bahasa Indonesia Ragam Tulis Pada Ruang Publik: Sebagai Kontestasi Pasar Dan Penegakkan Peraturan Penggunaan Bahasa. *Seminar Internasional Riksa Bahasa*, 1381–1390.
<http://proceedings2.upi.edu/index.php/riksabahasa/article/view/1022>
- Fitria, S. L., & Mulyono. (2023). Kontestasi Bahasa di Mal Royal Plaza Surabaya : Kajian Lanskap Linguistik. *Bapala*, 10(4), 1–14.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/bapala/article/view/54731>
- Hasan, H., & Kaharuddin. (2021). Multilingual Lanskap Linguistik di Museum La Galigo Fort Rotterdam (Studi Kajian Sociolinguistik). *I-Win Library*, 1.
<https://www.waqafilmunusantara.com>
- 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/10.1177/0261927X970161002>
- Paramarta, I. M. S. (2022). Kontestasi Bahasa Pada Tanda Luar Ruang di daerah Pariwisata. *Sawergading*, 28(1), 63–79.
- Purwadi, & Purnomo, E. P. (2008). Kamus Sansekerta Indonesia. In *Budaya Jawa*.
<https://kalamkopi.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/04/purwadi-kamus-bahasa-sansakerta.pdf>
- Purwanto, D., & Filia, F. (2020). Fungsi Strategis Bahasa Dalam Kegiatan Ekonomi: Sebuah Kajian Linguistik Lanskap Iklan Restoran Di Kota Pontianak. *Literatus*, 2(2), 123–132. <https://doi.org/10.37010/lit.v2i2.82>
- Rahmawati, A. (2022). Kontestasi Bahasa Indonesia Dan Bahasa Asing Di Bandara Internasional Yogyakarta: Kajian Lanskap Linguistik. *Prosiding Seminar Nasional Linguistik Dan Sastra (SEMANTIKS)*, 4, 75–83.
<https://jurnal.uns.ac.id/prosidingsemantiks>
- Rahmawati, A. (2023). Identity Contestation in the Linguistic Landscape of Pantai Indah Kapuk 2, Jakarta (Kontestasi Identitas dalam Lanskap Linguistik Kawasan Pantai Indah Kapuk 2, Jakarta). *Gramatika STKIP PGRI Sumatera Barat*, 9(2), 331–343. <https://doi.org/10.22202/jg.2023.v9i2.6929>
- Rodiah, S. (2023). *Kontestasi Bahasa Indonesia Dan Bahasa Asing*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rohman, M. S., & Romadlani, M. M. I. (2023). Lanskap Linguistik Museum di Madura: Studi Kasus Museum Mandhilaras Pamekasan Madura. *Jurnal Trunojoyo*, 2(1), 55–63.
- 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. <https://doi.org/10.26499/mm.v17i2.2141>
- Suari, A. A. P. (2021). Linguistik Lanskap Di Museum Lontar Gedong Kirtya. *International Seminar on Austronesian Languages and Literature IX (ISALL IX)*, September, 1–11. <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/>
- Sucipta, I. M. D., & Yuliantini, N. N. (2023). Perkembangan Bahasa Dan Pengaruhnya Terhadap Perubahan Kaidah Ejaan Bahasa Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Riset Bahasa Dan Pengajaran Bahasa*, 5(1), 1–12.
<https://doi.org/10.31940/senarilip.v5i1.1-12>

- Sunarti, I., Sumarti, & Riadi, B. (2019). The Terms of Address of Abung Lampungese Language as a Local Wisdom in its Multicultural Society. *Journal of Language Teaching and Research*, 10(2), 329–337. <https://doi.org/10.17507/jltr.1002.15>
- Widiyanto, G. (2019). Lanskap Linguistik di Museum Radya Pustaka Surakarta. *Prosiding Seminar Nasional Linguistik Dan Sastra, Kajian Linguistik pada Karya Sastra*, 255–262. <https://jurnal.uns.ac.id/prosidingsemantiks>
- Widodo, W. (2017). Hal yang Rumpang dan Timpang dalam Kebijakan Perencanaan Bahasa Jawa. *Linguistik Indonesia*, 35(1), 33–52. <https://doi.org/10.26499/li.v35i1.54>
- Wildan, M., Saleh, M., & Aqodiah, A. (2023). Kontestasi Ideologi Bahasa dalam Pemilihan Presiden 2019 Pada Pola Horizontal, Vertikal, dan Individual (Contestation of Language Ideology in the 2019 Presidential Election on Horizontal, Vertical, and Individual Patterns). *Indonesian Language Education and Literature*, 8(2), 305. <https://doi.org/10.24235/ileal.v8i2.11306>