
***Outdoor Sign* di Wilayah Manokwari Kajian Lanskap Linguistik**

Yulia Putri Paradida*¹, Fiona Djunita Natalia Luhulima²

E-mail: y.paradida@unipa.ac.id¹, f.luhulima@unipa.ac.id²

Universitas Papua

ABSTRAK

Kata Kunci: *Lanskap Linguistik, Manokwari, Outdoor Sign, Tanda*

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi jenis-jenis *outdoor sign* di Manokwari dan mengkategorikan mereka berdasarkan fungsi dan dampaknya terhadap lanskap linguistik lokal. Metode analisis yang digunakan meliputi pendekatan kuantitatif untuk menghitung distribusi dan dominasi tanda-tanda, serta analisis kualitatif untuk mengevaluasi elemen-elemen linguistik dan visual. Hasil penelitian menunjukkan dominasi tanda komersial di ruang publik, dengan persentase yang signifikan dibandingkan tanda non-komersial. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi kebijakan publik yang lebih inklusif dan berwawasan lokal dalam pengelolaan ruang publik di wilayah Manokwari.

Key word:

Linguistic Landscape, Manokwari, Outdoor Signs, Sign

ABSTRACT

This study aims to identify the types of outdoor signs in Manokwari and categorize them based on their function and impact on the local linguistic landscape. The analysis methods used include a quantitative approach to calculate the distribution and dominance of signs and qualitative analysis to evaluate linguistic and visual elements. The study results show the dominance of commercial signs in public spaces, with a significant percentage compared to non-commercial signs. These findings are expected to be the basis for more inclusive and locally oriented public policies in managing public spaces in the Manokwari region.

PENDAHULUAN

Penggunaan tanda-tanda luar ruang atau *outdoor sign* di lingkungan perkotaan semakin meningkat, terutama seiring dengan perkembangan kota-kota di Indonesia. *Outdoor sign* telah menjadi bagian integral dari lanskap linguistik (LL), yang mencerminkan penggunaan bahasa tertulis di ruang publik (Riandi & Nopus, 2022; Rustan et al., 2023). Tanda-tanda ini tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi visual, tetapi juga menggambarkan dinamika sosial dan ekonomi dalam masyarakat. Melalui studi lanskap linguistik, para peneliti dapat mengidentifikasi bagaimana bahasa digunakan untuk merepresentasikan identitas, kekuasaan, dan interaksi sosial dalam masyarakat. Di wilayah Manokwari, tanda-tanda luar ruang semakin mendominasi lanskap kota, terutama dengan pesatnya perkembangan ekonomi dan urbanisasi. Pemahaman terhadap distribusi dan jenis-jenis *outdoor sign* di wilayah ini sangat

penting untuk mengetahui bagaimana lanskap linguistik terbentuk dan berkembang (Khusna, 2021). Masalah utama yang dihadapi dalam penelitian ini adalah kurangnya pemahaman mengenai distribusi dan jenis-jenis *outdoor sign* yang ada di wilayah Manokwari. Hal ini menciptakan kesenjangan pengetahuan yang signifikan mengenai bagaimana bahasa digunakan dalam ruang publik di wilayah ini. Padahal, informasi ini penting untuk memahami bagaimana identitas dan kekuasaan direpresentasikan melalui bahasa dalam konteks sosial yang lebih luas. Selain itu, hingga saat ini belum ada studi komprehensif yang mengidentifikasi dan mengkategorikan tanda-tanda ini berdasarkan jenis dan fungsi mereka, serta dampaknya terhadap lanskap linguistik lokal. Untuk mengatasi masalah ini, penelitian ini mengusulkan pendekatan sistematis yang melibatkan identifikasi, pengumpulan data, dan analisis jenis-jenis *outdoor sign* di wilayah Manokwari. Melalui metode ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai komposisi dan distribusi tanda-tanda luar ruang ini, serta peran mereka dalam membentuk lanskap linguistik di wilayah tersebut.

Studi lanskap linguistik telah menunjukkan bahwa tanda-tanda luar ruang dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis utama, seperti tanda komersial dan non-komersial (Agustin, 2024). Tanda komersial biasanya terkait dengan promosi produk atau jasa, sementara tanda non-komersial lebih bersifat informatif atau regulatif. Kategorisasi ini penting untuk memahami bagaimana bahasa digunakan dalam berbagai konteks, serta bagaimana tanda-tanda ini mempengaruhi persepsi dan interaksi masyarakat dengan ruang public (Hilaliyah et al., 2024; Lu et al., 2020). Misalnya, penelitian yang dilakukan di wilayah Kuta, Bali, menunjukkan bahwa tanda-tanda komersial mendominasi lanskap linguistik di wilayah-wilayah dengan aktivitas ekonomi tinggi (Wulansari, 2020). Studi ini mengkategorikan tanda-tanda komersial ke dalam beberapa sub-kategori, seperti komersial jasa, non-jasa, dan lainnya, yang kemudian dianalisis untuk menentukan persentase kehadirannya dalam lanskap linguistik setempat. Hasilnya menunjukkan bahwa wilayah dengan konsentrasi ekonomi yang tinggi cenderung memiliki lanskap linguistik yang didominasi oleh tanda-tanda komersial, yang menggambarkan aktivitas ekonomi yang dinamis dan beragam.

Penelitian lain di berbagai wilayah menunjukkan bahwa dominasi penggunaan bahasa tertentu dalam tanda-tanda luar ruang sering kali mencerminkan identitas sosial dan preferensi linguistik masyarakat setempat. Misalnya, dalam beberapa konteks, Bahasa Indonesia seringkali menjadi bahasa utama yang digunakan dalam tanda-tanda publik,

dengan Bahasa Inggris dan bahasa daerah digunakan untuk tujuan spesifik seperti menarik perhatian wisatawan atau mempertahankan warisan budaya lokal (Huebner, 2006; Piller, 2003). Temuan ini mengindikasikan bahwa bahasa pada tanda-tanda luar ruang tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai simbol identitas sosial. Bahasa yang digunakan pada tanda-tanda ini mencerminkan bagaimana masyarakat memandang diri mereka sendiri dan bagaimana mereka ingin dilihat oleh orang lain, termasuk pengunjung dari luar daerah. Dengan demikian, lanskap linguistik menjadi cermin dari identitas sosial dan budaya suatu komunitas. Meskipun sudah ada beberapa penelitian mengenai lanskap linguistik di Indonesia, studi-studi tersebut masih terbatas pada wilayah-wilayah dengan tingkat urbanisasi tinggi. Penelitian di daerah-daerah lain, khususnya di wilayah Papua seperti Manokwari, masih sangat terbatas. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya studi yang lebih mendalam untuk memahami bagaimana tanda-tanda luar ruang mempengaruhi dan membentuk identitas linguistik di wilayah-wilayah yang belum banyak diteliti. Studi ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan fokus pada pengumpulan dan analisis data tanda-tanda luar ruang di Manokwari. Penelitian lanskap linguistik akan memberikan kontribusi signifikan terhadap literatur lanskap linguistik (Paradida, 2024). Selain itu, hasil penelitian ini juga berpotensi menjadi acuan bagi studi-studi sejenis di wilayah-wilayah lain di Indonesia yang belum banyak diteliti, memperkaya pemahaman kita mengenai hubungan antara bahasa, ruang publik, dan identitas sosial di negara yang kaya akan keragaman budaya dan bahasa ini.

Dengan pendekatan yang sistematis dan komprehensif, penelitian ini akan mengidentifikasi berbagai jenis tanda luar ruang yang ada, mengkategorikannya berdasarkan jenis dan fungsinya, serta menganalisis dampaknya terhadap lanskap linguistik di wilayah Manokwari. pendekatan sistematis untuk mengkategorikan dan menganalisis penggunaan bahasa di ruang publik perkotaan, termasuk tanda-tanda luar ruang, dan bagaimana mereka membentuk lanskap linguistik (Pennycook & Otsuji, 2015). Hasil penelitian ini tidak hanya akan mengisi kesenjangan pengetahuan yang ada, tetapi juga menawarkan wawasan baru mengenai dinamika sosial dan ekonomi yang tercermin melalui penggunaan bahasa dalam ruang publik. Dengan demikian, pemahaman yang lebih mendalam mengenai lanskap linguistik ini dapat digunakan sebagai dasar untuk kebijakan publik yang lebih inklusif dan berwawasan lokal, yang mampu menghargai dan melestarikan keragaman linguistik dan

budaya di Indonesia (Zaman et al., 2023). Dengan demikian, penelitian lanskap linguistik tidak hanya memberikan kontribusi akademis, tetapi juga memiliki implikasi praktis dalam konteks pengelolaan ruang publik dan kebijakan bahasa di wilayah-wilayah yang sedang berkembang (Ardhian et al., 2023; Fitria & Mulyono, 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi jenis-jenis *outdoor sign* yang dapat ditemukan di wilayah Manokwari, menentukan kategori-kategori yang ada dan menganalisis persentase jumlah dari masing-masing jenis tanda tersebut. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokusnya yang spesifik di wilayah Manokwari, tepatnya di distrik Manokwari Barat, sebuah daerah yang belum banyak diteliti dalam konteks lanskap linguistiknya. Selain itu, penelitian ini juga berupaya untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai bagaimana bahasa digunakan dalam ruang publik di wilayah ini, serta bagaimana hal ini mencerminkan dinamika sosial dan ekonomi yang terjadi. Ruang lingkup penelitian ini mencakup pengumpulan data di wilayah Manokwari, terutama di distrik Manokwari Barat dengan fokus pada jalan-jalan utama dan area dengan aktivitas ekonomi tinggi. Data yang dikumpulkan akan dianalisis secara kuantitatif dan kualitatif untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai komposisi dan distribusi *outdoor sign* di wilayah ini. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi studi-studi lanjutan di bidang lanskap linguistik, khususnya di wilayah Papua. Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang dikumpulkan langsung dari berbagai lokasi di wilayah Manokwari distrik Manokwari Barat terutama di Jalan Wosi, Jalan Drs. Esau Sesa, Jalan Yos Sudarso, Jalan Reremi Puncak, Jalan Merdeka, dan sekitarnya. Sumber data ini berupa foto-foto dari seluruh *outdoor sign* yang ada di wilayah kajian. Peralatan yang digunakan untuk pengumpulan data meliputi kamera digital dengan resolusi tinggi untuk memastikan kualitas gambar yang optimal.

KAJIAN TEORI

1. Lanskap Linguistik

Lanskap Linguistik (LL) merupakan bidang kajian dalam sosiolinguistik yang mempelajari representasi visual bahasa di ruang publik, terutama melalui tanda-tanda seperti papan nama, iklan, rambu lalu lintas, dan berbagai bentuk teks lainnya yang terlihat di tempat umum. Konsep LL pertama kali diperkenalkan oleh Landry dan Bourhis (1997) yang mendefinisikannya sebagai visibilitas dan keberadaan bahasa pada tanda-tanda publik dan komersial di suatu wilayah (Landry & Bourhis, 1997). Kajian LL bertujuan untuk memahami

bagaimana bahasa digunakan dalam interaksi sosial, merepresentasikan identitas kelompok, dan mempengaruhi dinamika kekuasaan dalam masyarakat.

Studi-studi awal di bidang ini, seperti yang dilakukan oleh Landry dan Bourhis, fokus pada wilayah perkotaan di negara-negara multibahasa, di mana penggunaan bahasa pada tanda-tanda publik sering kali mencerminkan dominasi atau marginalisasi bahasa tertentu. Di Indonesia, meskipun kajian LL masih relatif baru, penelitian seperti yang dilakukan Indarti (2020) mulai mengeksplorasi penggunaan bahasa di ruang publik dalam konteks lokal, seperti di kawasan wisata Kabupaten Batu. Studi ini menunjukkan bahwa LL tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi visual, tetapi juga sebagai alat untuk memahami identitas sosial dan perubahan budaya dalam konteks yang lebih luas (Indarti, 2020). Penelitian dalam LL terus berkembang, menawarkan wawasan penting tentang bagaimana bahasa hidup dan berinteraksi dalam ruang publik, serta bagaimana dinamika sosial dan ekonomi suatu wilayah dapat tercermin melalui lanskap linguistiknya.

2. Lanskap Linguistik di Indonesia

Hingga tahun 2019, studi tentang Lanskap Linguistik (LL) di Indonesia masih belum terlalu populer, yang terlihat dari minimnya publikasi yang membahas topik ini. Beberapa penelitian yang ada umumnya mengeksplorasi penggunaan bahasa di ruang publik dalam wilayah geografis yang menjadi pusat perekonomian dan pariwisata. Salah satu penelitian awal dilakukan di kawasan wisata Kuta, Bali, di mana berbagai jenis tanda luar ruang diidentifikasi dan dianalisis. Penelitian ini menggunakan metode kombinasi antara analisis kuantitatif untuk mengolah data populasi tanda dan analisis kualitatif untuk mengevaluasi fitur linguistik, termasuk bahasa yang digunakan, makna, serta fungsi tanda-tanda tersebut. Hasil penelitian menunjukkan dominasi tanda komersial, baik yang berkaitan dengan jasa maupun non-jasa, serta adanya tanda non-komersial yang lebih sedikit namun tetap signifikan (Mulyawan & Erawati, 2019).

Penelitian lain yang dilakukan di Kabupaten Batu, Jawa Timur, berfokus pada konstruksi identitas sosial melalui analisis bahasa yang dominan digunakan pada tanda-tanda publik. Penelitian ini menemukan bahwa Bahasa Indonesia mendominasi, diikuti oleh Bahasa Inggris dan Jawa, menunjukkan pengaruh sosial dan budaya yang kuat di wilayah tersebut (Indarti, 2020). Selain itu, studi di Kuta, Bali, mengungkapkan bahwa bahasa Bali semakin

terpinggirkan oleh bahasa-bahasa yang lebih prestisius seperti Bahasa Indonesia dan Inggris, yang mencerminkan perubahan identitas dan mobilitas manusia. Dari berbagai penelitian tersebut, terlihat bahwa penggunaan bahasa di ruang publik di Indonesia memiliki potensi yang besar untuk dieksplorasi lebih lanjut, mengingat keragaman bahasa dan budaya yang ada di negara ini. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian LL di Indonesia masih memiliki ruang yang luas untuk dikembangkan, terutama dalam memahami dinamika sosial dan linguistik yang kompleks di berbagai wilayah.

3. Tanda

Kajian tanda dalam ilmu linguistik merupakan bidang penelitian yang berkembang pesat dan memiliki relevansi yang signifikan dalam pemahaman tentang interaksi sosial dan keberagaman bahasa. Para ahli telah mengeksplorasi berbagai aspek kajian tanda, termasuk makna, fungsi, dan konteks penggunaannya dalam berbagai situasi komunikatif. Tanda terdiri dari tiga unsur utama: representamen, yaitu bentuk fisik dari tanda; objek, yaitu hal yang direpresentasikan oleh tanda; dan interpretan, yaitu makna yang diberikan oleh tanda tersebut. Pemikiran ini merujuk pada konsep semiotika yang dikembangkan oleh Peirce, yang menekankan pentingnya memahami hubungan antara tanda dan maknanya dalam konteks sosial (Peirce, 1998). Dalam konteks linguistik modern, kajian tanda telah berkembang menjadi bidang interdisipliner yang melibatkan kontribusi dari berbagai disiplin ilmu, termasuk antropologi, sosiologi, dan psikologi.

Penelitian tentang lanskap linguistik, misalnya, menginvestigasi penggunaan bahasa dalam ruang publik dan bagaimana tanda-tanda bahasa tersebut merefleksikan identitas, kekuasaan, dan dinamika sosial dalam masyarakat (Scollon & Scollon, 2003). Pendekatan ini membantu para ahli untuk memahami bagaimana tanda-tanda bahasa mencerminkan dan membentuk realitas sosial yang kompleks. Selain itu, kajian tanda juga memberikan wawasan penting tentang implikasi penggunaan bahasa dalam kebijakan publik dan pembangunan sosial, terutama dalam konteks masyarakat yang multibahasa dan multikultural. Dengan demikian, kajian tanda tidak hanya penting dalam konteks teoretis, tetapi juga memiliki aplikasi praktis yang luas dalam memahami dinamika sosial, budaya, dan politik yang ada di berbagai masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang dikumpulkan langsung dari berbagai lokasi di wilayah Manokwari distrik Manokwari Barat terutama di Jalan Wosi, Jalan Drs. Esau Sesa, Jalan Yos Sudarso, Jalan Reremi Puncak, Jalan Merdeka, dan sekitarnya. Sumber data tersebut berupa foto-foto dari seluruh *outdoor sign* yang ada di wilayah kajian. Untuk memastikan kualitas gambar yang optimal, peralatan yang digunakan meliputi kamera digital dengan resolusi tinggi. Proses persiapan sampel dimulai dengan pengambilan gambar seluruh *outdoor sign* di wilayah penelitian. Setelah foto-foto dikumpulkan, data tersebut dikelompokkan berdasarkan jenis tanda yang terbagi menjadi dua kategori utama: tanda komersial dan tanda non-komersial.

Setiap kategori ini kemudian dibagi lagi menjadi sub-kategori sesuai dengan fungsinya, seperti tanda jasa, tanda non-jasa, dan lainnya. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan teknik random sampling dari setiap kategori, dengan proporsi yang mencerminkan persentase total populasi data, sehingga hasilnya representatif. Pengumpulan data dilakukan melalui survei lapangan, di mana peneliti mendokumentasikan secara langsung *outdoor sign* di seluruh wilayah penelitian. Setiap gambar yang diambil dilengkapi dengan data lokasi menggunakan perangkat GPS.

Setelah data dikumpulkan, analisis kuantitatif dilakukan untuk menghitung jumlah dan persentase setiap jenis tanda dalam populasi keseluruhan. Analisis ini memberikan gambaran tentang dominasi tanda-tanda tertentu di wilayah tersebut, seperti apakah tanda komersial lebih dominan di area dengan aktivitas ekonomi tinggi atau apakah tanda non-komersial lebih banyak ditemukan di area tertentu. Analisis kualitatif juga digunakan untuk mengevaluasi elemen-elemen linguistik dan visual dari tanda-tanda tersebut, termasuk bahasa yang digunakan, desain visual, dan pesan yang disampaikan. Parameter yang diukur dalam penelitian ini meliputi jenis tanda, jumlah tanda dalam setiap kategori, bahasa yang digunakan pada tanda, dan lokasi geografisnya.

Pengelompokan tanda berdasarkan kategori dilakukan dengan mempertimbangkan fungsi dan tujuan setiap tanda, seperti tanda komersial jasa, komersial non-jasa, dan non-komersial. Data yang telah dikategorikan ini kemudian dianalisis untuk menentukan distribusi dan dominasi tanda-tanda tertentu di wilayah penelitian. Analisis statistik dalam

penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menghitung persentase setiap kelompok tanda dalam populasi keseluruhan serta untuk menganalisis hubungan antara variabel-variabel yang telah diidentifikasi. Metode statistik deskriptif diterapkan untuk memberikan gambaran tentang distribusi data, sementara uji statistik digunakan untuk menguji signifikansi perbedaan antara kategori tanda yang berbeda (Sholikhah, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Jenis *Outdoor Sign* di Manokwari

Hasil penelitian menunjukkan bahwa di wilayah Manokwari terdapat beragam jenis *outdoor sign* yang dapat dikategorikan ke dalam dua kelompok utama: tanda komersial dan tanda non-komersial. Tanda komersial merupakan jenis tanda yang paling dominan di wilayah ini, mencakup sebagian besar ruang publik yang diteliti. Tanda-tanda ini berfungsi untuk menarik perhatian publik terhadap berbagai produk dan layanan yang ditawarkan di wilayah tersebut, yang mencerminkan aktivitas ekonomi yang aktif di Manokwari. Tanda komersial di Manokwari terbagi lagi menjadi tiga sub-kategori: komersial jasa, komersial non-jasa, dan komersial lainnya.

Komersial jasa mencakup tanda-tanda yang berhubungan dengan layanan seperti hotel, ATM, restoran, dan bank. Contoh dari tanda ini adalah plakat hotel yang memberikan informasi mengenai fasilitas dan layanan yang tersedia, tanda ATM yang memberikan informasi tentang lokasi mesin uang tunai, serta papan restoran yang menarik pelanggan dengan promosi menu spesial. Komersial non-jasa, di sisi lain, mencakup tanda-tanda yang digunakan untuk mempromosikan produk fisik, seperti toko dan warung makan. Contohnya adalah billboard besar yang mengiklankan produk tertentu seperti elektronik atau makanan cepat saji, serta papan nama toko yang menampilkan produk-produk unggulan mereka. Komersial lainnya adalah tanda yang tidak secara langsung masuk ke dalam kategori jasa atau non-jasa, tetapi tetap memiliki tujuan komersial, seperti tanda properti yang disewakan atau iklan layanan publik yang memiliki afiliasi dengan entitas bisnis.

Di sisi lain, tanda non-komersial terdiri dari sub-kategori non-komersial lokal, non-komersial nasional, dan non-komersial lainnya. Tanda-tanda ini umumnya digunakan untuk memberikan informasi, peraturan, atau pemberitahuan kepada publik tanpa tujuan komersial. Non-komersial lokal biasanya mencakup tanda-tanda yang menggunakan bahasa daerah dan terkait dengan komunitas lokal, seperti pengumuman acara adat atau tanda peringatan khusus.

Non-komersial nasional adalah tanda yang berlaku secara luas di seluruh negeri, seperti rambu lalu lintas dan papan peringatan yang dikeluarkan oleh pemerintah pusat. Non-komersial lainnya mencakup tanda-tanda yang tidak termasuk dalam dua kategori sebelumnya, seperti papan informasi publik yang ditempatkan di fasilitas umum, atau tanda yang berkaitan dengan kampanye sosial.



Gambar 1. (a) Tanda Komersial (b) Tanda Non-Komersial

Penelitian ini menemukan bahwa tanda komersial mendominasi lanskap linguistik di Manokwari, dengan persentase yang signifikan dibandingkan dengan tanda non-komersial. Dominasi ini menunjukkan bahwa ruang publik di Manokwari semakin dipengaruhi oleh aktivitas ekonomi, yang tercermin dalam berbagai jenis tanda yang digunakan untuk mempromosikan produk dan layanan di wilayah tersebut. Temuan penelitian ini sejalan dengan studi-studi sebelumnya yang menunjukkan dominasi tanda komersial di wilayah-wilayah dengan aktivitas ekonomi tinggi. Misalnya, penelitian yang dilakukan di Kuta, Bali, juga menemukan bahwa tanda komersial mendominasi lanskap linguistik di wilayah tersebut. Di Kuta, tanda komersial terutama ditemukan dalam kategori komersial jasa dan komersial non-jasa, dengan fokus yang kuat pada sektor pariwisata yang mendukung ekonomi lokal (Mulyawan & Erawati, 2019). Tanda informasi komersial dapat berperan penting dalam menarik wisatawan dengan mempromosikan berbagai layanan dan produk yang ditawarkan di daerah tersebut (Wolah, 2016).

Dalam konteks Manokwari, penelitian ini mengidentifikasi adanya karakteristik khusus yang membedakannya dari wilayah penelitian lainnya. Salah satu perbedaan utama adalah keberadaan tanda non-komersial lokal yang menggunakan bahasa daerah. Hal ini tidak umum

ditemukan di wilayah-wilayah lain yang lebih banyak menggunakan bahasa Indonesia atau Inggris sebagai bahasa utama dalam tanda-tanda publik mereka. Keberadaan bahasa daerah pada tanda non-komersial lokal ini menunjukkan adanya adaptasi lokal terhadap penggunaan bahasa dalam ruang publik, yang mencerminkan karakteristik sosial budaya masyarakat Manokwari. Dalam literatur lanskap linguistik, penggunaan bahasa daerah pada tanda-tanda publik sering kali dikaitkan dengan upaya mempertahankan identitas lokal di tengah tekanan globalisasi dan modernisasi (Hendrastuti, 2015). Dalam banyak kasus, penggunaan bahasa daerah di ruang publik mencerminkan kesadaran akan pentingnya menjaga warisan budaya dan bahasa lokal di tengah perubahan sosial yang cepat. Hal ini relevan dengan temuan di Manokwari, di mana tanda non-komersial lokal memainkan peran penting dalam mempertahankan identitas komunitas dan memperkuat ikatan sosial di antara anggotanya.

Temuan bahwa tanda komersial mendominasi di Manokwari konsisten dengan pola umum yang terlihat di banyak kota besar dan daerah urban di seluruh dunia, di mana peningkatan aktivitas ekonomi cenderung mendorong proliferasi tanda komersial di ruang publik. Namun, keberadaan tanda non-komersial yang masih signifikan, meskipun lebih sedikit, menunjukkan bahwa Manokwari memiliki dinamika sosial yang seimbang antara kebutuhan komersial dan sosial. Penemuan bahwa tanda komersial mendominasi lanskap linguistik di Manokwari memiliki implikasi signifikan bagi pemahaman kita tentang interaksi sosial dan dinamika ekonomi di wilayah tersebut. Dominasi tanda komersial ini menunjukkan bahwa ruang publik di Manokwari semakin dipengaruhi oleh aktivitas ekonomi, yang mencerminkan pertumbuhan ekonomi dan urbanisasi di wilayah ini. Ini menunjukkan bahwa Manokwari, seperti banyak kota berkembang lainnya, sedang mengalami perubahan signifikan dalam struktur sosial dan ekonominya, yang tercermin dalam cara tanda-tanda digunakan untuk komunikasi publik.

Keberadaan tanda non-komersial, meskipun lebih sedikit, tetap penting dalam menjaga identitas lokal dan mendukung komunikasi sosial di Manokwari. Tanda-tanda ini memberikan ruang bagi ekspresi budaya lokal dan memfasilitasi komunikasi yang relevan dengan komunitas setempat (Sunata, 2023). Misalnya, tanda non-komersial lokal yang menggunakan bahasa daerah tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai alat untuk mempertahankan identitas budaya di tengah arus globalisasi yang semakin kuat. Dalam konteks kebijakan tata ruang dan regulasi penempatan tanda-tanda luar ruang, temuan ini dapat digunakan untuk mengarahkan upaya-upaya yang lebih seimbang antara

kepentingan komersial dan publik. Misalnya, pemerintah daerah dapat mempertimbangkan untuk memperketat regulasi terkait penempatan tanda komersial, memastikan bahwa mereka tidak mengganggu atau mengesampingkan tanda non-komersial yang juga memiliki nilai penting bagi masyarakat. Selain itu, pemerintah juga dapat mendorong penggunaan bahasa daerah dalam tanda-tanda non-komersial sebagai upaya untuk memperkuat identitas lokal dan mendukung keberlanjutan budaya lokal di Manokwari.

Temuan ini juga memiliki implikasi bagi studi lebih lanjut di bidang lanskap linguistik, terutama dalam konteks daerah-daerah dengan karakteristik sosial budaya yang unik seperti Manokwari. Penelitian di masa depan dapat mengeksplorasi lebih lanjut bagaimana interaksi antara tanda komersial dan non-komersial ini mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap ruang publik dan bagaimana hal ini dapat digunakan untuk merancang kebijakan tata kota yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran tentang distribusi tanda di Manokwari, tetapi juga membuka jalan bagi diskusi yang lebih luas tentang peran tanda-tanda dalam membentuk identitas sosial dan budaya di ruang publik.

2. Persentase jumlah dari masing-masing jenis *outdoor sign* di Manokwari

Penelitian ini mengidentifikasi distribusi *outdoor sign* di Manokwari, yang didominasi oleh tanda komersial dengan persentase yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan tanda non-komersial. Berdasarkan data yang terkumpul, tanda komersial mencakup sekitar 82,77% dari total tanda di wilayah ini, sementara tanda non-komersial hanya mencakup 17,23%. Jika dirinci lebih lanjut, tanda komersial non-jasa memiliki persentase tertinggi di antara semua jenis tanda, dengan 55,50% dari total populasi. Tanda ini umumnya ditemukan di toko, warung makan, dan berbagai bentuk usaha lainnya yang menjual produk fisik. Tanda komersial jasa menyusul dengan persentase 24,45%, yang meliputi tanda-tanda untuk hotel, restoran, ATM, dan layanan lainnya. Tanda komersial lainnya, yang tidak termasuk dalam dua kategori utama tersebut, hanya menyumbang 2,82% dari total tanda. Di sisi lain, dalam kategori tanda non-komersial, non-komersial nasional menempati porsi terbesar dengan 15,16%. Tanda-tanda ini biasanya mencakup rambu lalu lintas, papan peringatan, dan tanda resmi lainnya yang dikeluarkan oleh pemerintah pusat. Non-komersial lainnya yang termasuk tanda-tanda yang tidak dapat dikategorikan sebagai lokal atau nasional, menyumbang 1,82%

dari total tanda, sedangkan non-komersial lokal yang menggunakan bahasa daerah hanya berkontribusi sebesar 0,25%.

Tabel 1. Tabel Populasi dan Korpus Data *Outdoor Sign*

Jenis Tanda	Jumlah	Persentase dari Total (%)
Komersial Jasa	295	24,45%
Komersial Non-Jasa	670	55,50%
Komersial Lainnya	34	2,82%
Total Tanda Komersial	999	82,77%
Non-Komersial Lokal	3	0,25%
Non-Komersial Nasional	183	15,16%
Non-Komersial Lainnya	22	1,82%
Total Tanda Non-Komersial	208	17,23%
Total Populasi	1207	100%

Data yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa tanda komersial non-jasa memiliki persentase tertinggi di antara jenis-jenis *outdoor sign* di Manokwari tepatnya di distrik Manokwari Barat yaitu sebesar 55,50%. Hal ini menunjukkan bahwa produk fisik, seperti yang dijual di toko-toko dan supermarket, mendominasi ruang publik di wilayah ini. Dominasi ini mungkin disebabkan oleh tingginya permintaan barang konsumsi di daerah tersebut serta adanya banyak usaha kecil dan menengah yang bergantung pada iklan luar ruang untuk menarik pelanggan. Tanda komersial jasa yang mencakup layanan seperti hotel dan restoran berkontribusi sebesar 24,45%. Ini menunjukkan bahwa sektor jasa juga memainkan peran penting dalam lanskap ekonomi Manokwari, meskipun tidak sebesar sektor produk fisik. Tanda komersial lainnya memiliki persentase yang lebih rendah, yaitu 2,82%, yang mencakup iklan layanan publik atau tanda-tanda properti yang tidak secara langsung berhubungan dengan penjualan produk atau jasa.

Kategori non-komersial nasional menempati porsi terbesar di antara tanda non-komersial, dengan 15,16% dari total populasi. Tanda-tanda ini penting untuk regulasi dan pemberian informasi kepada publik, dan persentasenya yang signifikan menunjukkan bahwa regulasi pemerintah memainkan peran penting dalam struktur komunikasi publik di Manokwari. Non-komersial lainnya yang sering kali berkaitan dengan kampanye sosial atau informasi komunitas menyumbang 1,82%, sedangkan non-komersial lokal yang menggunakan bahasa daerah hanya menyumbang 0,25%. Persentase yang sangat rendah dari non-komersial lokal menunjukkan bahwa meskipun ada keberadaan bahasa daerah dalam

tanda-tanda publik, mereka sangat terpinggirkan dibandingkan dengan tanda-tanda yang menggunakan bahasa Indonesia atau yang bersifat nasional. Jika dibandingkan dengan temuan di daerah urban lainnya, distribusi ini serupa dengan pola yang ditemukan di kota-kota besar di mana tanda komersial cenderung mendominasi ruang publik. Namun, ada kekhasan lokal di Manokwari dalam proporsi tanda non-komersial nasional, yang lebih tinggi dibandingkan dengan beberapa daerah lain, mungkin karena pengaruh regulasi pemerintah yang lebih kuat di wilayah ini. Sebagaimana dinyatakan dalam penelitian lainnya, regulasi pemerintah dapat memengaruhi prevalensi tanda non-komersial, terutama yang bertujuan untuk memperkuat identitas nasional dan mengatur informasi publik secara lebih efektif (Hakim et al., 2023).

Temuan ini memberikan wawasan penting tentang bagaimana ruang publik di Manokwari distrik Manokwari Barat digunakan untuk tujuan komersial dan non-komersial. Dominasi tanda komersial, terutama dalam sub-kategori non-jasa, menunjukkan bahwa ruang publik di Manokwari lebih banyak digunakan untuk mempromosikan produk dan layanan yang bersifat komersial. Ini mencerminkan perkembangan ekonomi di wilayah tersebut, yang mungkin dipengaruhi oleh urbanisasi dan peningkatan konsumsi barang dan jasa di masyarakat lokal. Dominasi tanda komersial juga dapat mempengaruhi pola konsumsi masyarakat di Manokwari, karena eksposur yang terus-menerus terhadap iklan dan promosi produk dapat mendorong peningkatan konsumsi. Meskipun tanda non-komersial lebih sedikit, keberadaan mereka tetap penting untuk mendukung regulasi publik dan menyediakan informasi yang relevan bagi masyarakat. Tanda non-komersial nasional, misalnya, memainkan peran penting dalam memastikan bahwa informasi pemerintah dan peraturan dapat diakses oleh masyarakat luas.

Analisis persentase ini menegaskan perlunya pengaturan yang lebih seimbang dalam penggunaan ruang publik untuk memastikan bahwa tidak hanya kepentingan komersial yang terwakili, tetapi juga kebutuhan sosial dan informasi publik. Pemerintah daerah mungkin perlu mempertimbangkan untuk memperkuat regulasi terkait penempatan tanda komersial, sehingga tanda non-komersial yang memiliki nilai sosial dan kultural tetap mendapatkan ruang yang memadai dalam lanskap linguistik Manokwari. Upaya untuk meningkatkan keberadaan tanda non-komersial lokal yang menggunakan bahasa daerah juga dapat

dipertimbangkan sebagai bagian dari strategi untuk mempertahankan identitas budaya lokal di tengah perkembangan ekonomi yang pesat (Simarora, 2023).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, beberapa kesimpulan utama dapat diambil untuk menjawab tujuan penelitian mengenai *outdoor sign* di wilayah Manokwari.

1. Identifikasi Jenis *Outdoor Sign*: Penelitian ini menemukan bahwa di Manokwari terdapat dua jenis utama *outdoor sign*, yaitu tanda komersial dan tanda non-komersial. Tanda komersial adalah yang paling dominan dan berfungsi untuk mempromosikan berbagai produk dan layanan, mencerminkan tingginya aktivitas ekonomi di wilayah ini. Di sisi lain, tanda non-komersial memainkan peran penting dalam memberikan informasi, peraturan, dan pemberitahuan yang bersifat publik.
2. Kategorisasi *Outdoor Sign*: *Outdoor sign* di Manokwari dikategorikan menjadi beberapa sub-kategori, dengan tanda komersial dibagi menjadi komersial jasa, komersial non-jasa, dan komersial lainnya. Sementara itu, tanda non-komersial terdiri dari non-komersial lokal, non-komersial nasional, dan non-komersial lainnya. Kategori ini mencerminkan diversifikasi fungsi dan tujuan dari tanda-tanda tersebut, serta menunjukkan bagaimana berbagai aktor di Manokwari, baik komersial maupun non-komersial, memanfaatkan ruang publik untuk berbagai kepentingan.
3. Analisis Persentase *Outdoor Sign*: Distribusi persentase *outdoor sign* menunjukkan dominasi tanda komersial, yang mencakup 82,77% dari total tanda di Manokwari. Komersial non-jasa memiliki persentase tertinggi, yaitu 55,50%, diikuti oleh komersial jasa sebesar 24,45%. Tanda non-komersial hanya mencakup 17,23%, dengan non-komersial nasional sebagai yang paling dominan di antara kategori ini. Temuan ini menegaskan bahwa aktivitas ekonomi sangat mempengaruhi penggunaan ruang publik di Manokwari, sementara keberadaan tanda non-komersial tetap penting untuk mendukung regulasi dan informasi publik.

DAFTAR PUSTAKA

Agustin, S. W. (2024). Variasi Bahasa Dalam Lanskap Linguistik Di Kebun Binatang Surabaya. *Literasi: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia Dan Daerah*,

14(2).

- Ardhian, D., Zakiyah, M., & Fauzi, N. B. (2023). Pesan dan simbol identitas dibalik kematian: Lanskap linguistik pada area publik tempat pemakaman umum di kota Malang. *Litera*, 22(1), 90–106. <https://doi.org/10.21831/ltr.v22i1.54366>
- 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>
- Hakim, A. R. N., Yani, N. A. A., Nurlatifah, Y. H., & Kembara, M. D. (2023). Pentingnya Penggunaan Bahasa Indonesia di Lingkungan Kampus sebagai Identitas Nasional terhadap Persatuan. *Inspirasi Dunia: Jurnal Riset Pendidikan Dan Bahasa*, 2(2), 232–242. <https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/insdun/article/view/797>
- Hendrastuti, R. (2015). Variasi Penggunaan Bahasa Pada Ruang Publik Di Kota Surakarta. *Kandai*, 11(1), 29–43.
- Hilaliyah, H., Dian, A., & Soepardjo, D. (2024). Taksonomi Fungsi Lanskap Linguistik Taman Ayodia Dan Taman Puring Jakarta Selatan. *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*, 13(1), 71–88.
- Huebner, T. (2006). Bangkok’s Linguistic Landscapes: Environmental Print, Codemixing and Language Change. *International Journal of Multilingualism*, 3(1), 31–51. <https://doi.org/10.1080/14790710608668384>
- Indarti, Y. (2020). Linguistic landscape as a social identity construction of the public space: The case of Batu District. *Urban Studies: Border and Mobility*, 2008, 179–184. <https://doi.org/10.1201/9780429507410-28>
- Khusna, W. L. (2021). Lanskap Linguistik Pada Restoran Di Jalan Alternatif Cibubur, Depok, Jawa Barat. *Kongres Internasional Masyarakat Linguistik Indonesia, 2019*, 18–20. <https://doi.org/https://doi.org/10.51817/kimli.vi.88>
- Landry, R., & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 23–49. <https://doi.org/10.1177/0261927X970161002>
- Lu, S., Li, G., & Xu, M. (2020). The linguistic landscape in rural destinations: A case study of Hongcun Village in China. *Tourism Management*, 77, 104005. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104005>
- Mulyawan, I. W., & Erawati, N. K. R. (2019). Linguistic Landscapes In Desa Kuta. *E-Journal of Linguistics*, 13(2), 327. <https://doi.org/10.24843/e-jl.2019.v13.i02.p12>
- Paradida, Y. P. (2024). *Konsep Penamaan Pada Ruang Publik Di Kota Manokwari: Kajian Lanskap Linguistik*. 8(April), 25–34.
- Peirce, S. C. (1998). *The Essential Peirce: Selected Philosophical Writings* (EP 2). Indiana University Press.
- Pennycook, A., & Otsuji, E. (2015). Metrolingualism: Language in the City. In *Metrolingualism: Language in the City*. <https://doi.org/10.4324/9781315724225>
- Piller, I. (2003). 10. ADVERTISING AS A SITE OF LANGUAGE CONTACT. *Annual Review of Applied Linguistics*, 23, 170–183. <https://doi.org/DOI:>

10.1017/S0267190503000254

- Riandi, R., & Nopus, H. (2022). Kebijakan Bahasa dalam Lanskap Linguistik di Era Super-Diversity: Bahasa Asing (Bahasa Inggris) di Ruang Publik. *MENDIDIK: Jurnal Kajian Pendidikan Dan Pengajaran*, 8(2), 278–283. <https://doi.org/10.30653/003.202282.238>
- Rustan, M., Anshari, A., & Nensilanti, N. (2023). Fungsi Bahasa Lanskap Linguistik Pulau Kambuno Kabupaten Sinjai (Perspektif Landry Dan Bourhis 1997). *Neologia: Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 4(2), 174. <https://doi.org/10.59562/neologia.v4i2.51775>
- Scollon, R., & Scollon, S. W. (2003). *Discourses in Place*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203422724>
- Sholikhah, A. (2016). Statistik Deskriptif dalam Penelitian Kuantitatif. *Komunika*, 10(2), 342–362.
- Simarora, N. J. (2023). Pelestarian Bahasa Daerah Bali Di Era Globalisasi. *Fakultas Sastra, Universitas Methodist Indonesia, Medan*, 13, 126–132.
- Sunata, I. (2023). Kajian tentang Komunikasi dan Budaya. *Journal of Da'wah*, 2(1), 83–99. <https://doi.org/10.32939/jd.v2i1.2597>
- Wolah, F. F. C. (2016). Peranan Promosi dalam Meningkatkan Kunjungan. *Acta Diurna*, 5(2), 1–11.
- Wulansari, D. W. (2020). Linguistik Lanskap Di Bali : Tanda Multilingual Dalam Papan Nama Ruang Publik. *KREDO : Jurnal Ilmiah Bahasa Dan Sastra*, 3(2), 420–429. <https://doi.org/10.24176/kredo.v3i2.4600>
- Zaman, S., Rahmawati, A., & Kurniawan, K. (2023). Konsep Ideal Lanskap Linguistik di Ibu Kota Negara Baru (Ideal Concept of Linguistic Landscape in New State Capital). *Indonesian Language Education and Literature*, 9(1), 222. <https://doi.org/10.24235/ileal.v9i1.13049>