

ANALISIS INTERFERENSI KATA UNIK DALAM RUMAH MAKAN DI SEKITAR UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

Istiqomah^{1*}, Santi Indriyani², Dewi Yumaidah³, Andi Haris Prabawa⁴, Sri Waljinah⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Email: Purnamaistiqomah9@gmail.com

Abstrak

Keywords:
Interferensi; Kata
Unik; Rumah Makan.

Rumah makan menjadi salah satu tempat yang memberikan sebuah layanan berupa menu makanan. Rumah makan dapat memberikan berbagai macam makanan dan juga minuman cepat saji. Dalam rumah makan penggunaan bahasa atau katanya harus baik Interferensi merupakan kekeliruan berbahasa yang disebabkan oleh pengaruh bahasa lain contohnya adalah kata-kata unik yang digunakan dalam rumah makan. dan juga benar. Namun, di sekitar rumah makan Universitas Muhammadiyah Surakarta menunya menggunakan kata-kata yang unik untuk menarik pelanggan. Rumah makan biasanya dikaitkan dengan hal-hal yang bervariasi atau tidak membosankan. Untuk itu pemilik rumah makan harus memberi penamaan yang unik agar pembeli menjadi penasaran jadi banyak yang tertarik. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi alasan menggunakan kata unik dalam rumah makan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, dimana mendiskripsikan data-data yang dikumpulkan berasal dari hasil pengisian angket atau kuesioner dan interviu.

1. PENDAHULUAN

Hampir setiap bahasa di dunia ini berbeda memiliki bentuk-bentuk tertentu. Setiap bahasa mengindikasikan adanya norma sopan santun berbahasa yang ketat dan tentunya harus baik. Menurut D.P Ramendra (2013:275) bahasa Indonesia merupakan bahasa yang resmi menjadi bahasa yang Nasional sejak kemerdekaan. Disini kita akan membahas kata-kata unik yang terdapat dalam sebuah rumah makan. Kata unik sendiri merupakan bentuk atau jenisnya lain daripada yang lain, tidak ada persamaan dengan yang lain, khusus. Dalam setiap bahasa ataupun kata-kata unik kita dapat mengembangkan apa yang telah kita capai dan tunjukkan.

Produk makanan semakin mengembang dan semakin banyak orang yang mencari makanan dengan bahasa yang unik, karena mereka akan penasaran dengan rasa yang disajikan dari menu yang tertera. Maka penyaji memberikan produk yang maksimal dan bisa lebih memuaskan pelanggan. Produk tersebut mulai dari makanan, dan bisnis-bisnis yang sudah berkembang pada saat ini. Sebagai generasi muda kita harus membangun karakter yang lebih maju dan maju agar menjadi muda yang berkeaktivitas. Memiliki karya yang mampu dibanggakan. Variasi bahasa dibutuhkan karena penutur bahasa tertentu tidak hanya menguasai satu bahasa saja, bisa banyak bahasa atau beberapa bahasa

saja. Keberadaan khazanah verbal yang memungkinkan seorang penutur untuk menggunakan cara-cara yang berbeda untuk mengungkapkan sesuatu melalui bahasa. Wardaugh dalam D.P Ramendra (2013) menyatakan melabeli khazanah verbal sebagai kompetensi komunikasi dari seorang penutur yang menunjukkan bukan hanya penguasaan akan suatu bahasa beserta variasinya, tetapi juga paham norma pemakainya.

Aime Natalia Tampi (2018) setiap rumah makan memiliki cara yang berbeda-beda agar dapat dikenal dan menarik pelanggan. Salah satu cara adalah melalui kata-kata unik yang bersifat lucu, belum terdengar orang, asik, menarik. Kata-kata unik bisa berupa tagline, slogan, motto, atau spanduk nama rumah makan tersebut. Beberapa yang menarik di kota surakarta sudah banyak yang melakukannya, terutama dalam kategori nama rumah makan atau kategori makanan yang beraneka ragam. Namun masih banyak juga rumah makan yang lainnya tidak menggunakan nama unik. Kata-kata konvensional tersebut bisa kita jumpai pada hampir semua rumah makan yang terdapat disekitar kampus UMS. Sehingga banyak mahasiswa yang banyak mencoba memasuki rumah makan tersebut karena memiliki perasaan berbeda.. Properti yang dipajang dalam rumah makan tersebut banyak tulisan-tulisan yang cukup membuat hari anda tersenyum. Pasalnya tulisan yang dicoret-coret di beberapa peralatan ini cukup menghibur dan unik. Meski menggunakan bahasa yang konvensional, namun kata-kata ini cukup dekat dengan kehidupan sehari-hari. Mulai dari realita kehidupan hingga percintaan menjadi tulisan yang menghibur pengunjung cafe tersebut. Terlihat keren memang impian banyak remaja masa kini. Seolah, jika tidak menjadi keren akan menjadi orang yang ketinggalan zaman. Padahal tidak selalu seperti itu. Ada banyak cara supaya bisa menjadi terlihat keren. Salah satunya adalah dengan menggunakan kata kata keren. Kalau kamu kebingungan mencari kata kata yang konvensional coba saja mengunjungi rumah makan rumah makan yang terkini untuk anak-anak milenial.

Rumah makan menjadi salah satu tempat yang memberikan sebuah layanan berupa menu makanan. Rumah makan dapat

memberikan berbagai macam makanan dan juga minuman cepat saji. Dalam rumah makan penggunaan bahasa atau katanya dengan kata unik. kata-kata unik yang terdapat dalam sebuah rumah makan. Kata unik sendiri merupakan bentuk atau jenisnya lain daripada yang lain, tidak ada persamaan dengan yang lain, khusus. Dalam setiap bahasa ataupun kata-kata unik kita dapat. Restoran atau rumah makan adalah usaha penyediaan jasa makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba “Permen Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. 11 Tahun 2014”.

Rumah makan adalah istilah umum untuk menyebut usaha gastronomi yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan itu serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya. Walaupun umumnya rumah makan menyajikan makanan di tempat, tetapi ada juga rumah makan yang menyediakan layanan take-out dining dan *delivery service* untuk melayani konsumennya.

Usaha Rumah Makan adalah suatu usaha yang dinyakini sebagai salah satu bentuk usaha ekonomi yang memiliki prospek cukup bagus, bahkan dalam kondisi krisis sekalipun. Namun sering kali ada usaha yang terjadinya suatu gulung tikar akibat tidak mampu mempertahankan jumlah pengunjungnya. Menyebutkan bahwa terjadinya suatu kesuksesan usaha dibidang pelayanan makanan dan minuman ini tidak hanya ditentukan oleh jumlah pengunjungnya, tetapi ditentukan oleh kemampuan meningkatkan pertumbuhan pelanggannya.

Weber (1958) dalam Ali dan Owaihan (2008) berpendapat bahwa pimpinan perlu menerapkan etos kerja protestan dalam pengelolaan bisnis, sebagaimana etos kerja protestan merupakan kunci keberhasilan bagi pembangunan ekonomi pada masyarakat kapitalis dan Amerika. Menurut Ali dan Owaihan (2008) Sejak awal masa Islam, khususnya umat muslim telah menawarkan pandangan pada pekerjaan dan telah merumuskan secara jelas mengenai konsep etos kerja. Dimana konsep etos kerja yang

dimaksud adalah etos kerja islami (*Islamic work ethics*) yang berlandaskan dari Al Qur'an dan ucapan-ucapan serta contoh dari Nabi Muhammad SAW. Adapun pengertian etos kerja islami adalah karakter dan kebiasaan manusia berkenaan dengan kerja, terpancar dari sistem keimanan/ aqidah Islam yang merupakan sikap hidup mendasar terhadapnya (Asifudin,).

2. METODE

Penelitian ini dilaksanakan di rumah makan daerah Universitas Muhammadiyah Surakarta. Alasan memilih rumah makan daerah Universitas Muhammadiyah Surakarta ini untuk dijadikan penelitian, karena rumah makan di daerah Universitas Muhammadiyah Surakarta ini banyak yang menggunakan kata unik sehingga menarik untuk diteliti. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, dimana mendeskripsikan data-data yang dikumpulkan dari hasil pengisian angket atau kuesioner dan wawancara. Kemudian menganalisa dan membuat hipotesis untuk memberikan gambaran tentang fenomena tersebut. Lofland & Lofland (dalam Meleong, 2010) mengatakan bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen-dokumen lainnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dan dokumentasi dengan mengambil data secara acak. Data dalam penelitian ini berupa kata unik dalam rumah makan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari penelitian yang dilakukan, di warung DECADAS dan Spesial Steak Mie Ayam Tunggal rasa diperoleh data dari wawancara yang telah dilakukan. Berikut ini rangkuman data (jawaban) narasumber tentang alasan mengapa mereka menggunakan kata-kata unik dalam rumah makan menandakan bahwa rumah makan tersebut memiliki ciri khas yang unik. Contohnya adalah dari segi nama tempat yang unik, menu yang unik.

Digunakan untuk meningkatkan pesona rumah makan. Seakan-akan menghipnotis para pelanggan agar menikmati kuliner yang ada di rumah makan tersebut untuk

meningkatkan mutu/kualitas rumah makan. Supaya lebih terkenal. Penggunaan kata unik membuat rumah makan menjadi terkenal. Untuk menjaring para konsumen. Dengan adanya kata unik dalam rumah makan tersebut para konsumen akan berbondong-bondong menuju rumah makan karena tertarik dengan namanya agar lebih keren, ngetrend, dan tidak kuno. Jika rumah makan menggunakan kata yang unik maka akan menambah kesan keren, ngetrend, dan tidak kuno sesuai dengan perkembangan zaman. Agar tampak seperti rumah makan berkelas. Rumah makan jika menggunakan kata unik dan media yang unik maka akan memberikan suasana yang lebih fresh dan tidak membosankan.

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan, sebagian besar pemilik rumah makan lebih mendukung dan menyukai penggunaan kata unik sebagai citra agar menarik orang-orang menikmati makanan yang disajikan. Pemikiran masyarakat menjadi luas dan tertuju pada hal unik atau kata unik, yang memungkinkan kurangnya penggunaan bahasa Indonesia yang benar.

Bagi pendiri rumah makan yang lain masih menggunakan kata yang benar namun kebanyakan juga mereka lebih suka menggunakan bahasa yang unik dan dapat menarik banyak pelanggan untuk menikmati dan mencicipi makanan kuliner yang disajikan.

4. KESIMPULAN

Pemilik rumah makan semakin banyak menggunakan bahasa ataupun kata unik demi menarik pelanggan. Pemikiran masyarakat lebih menikmati dan menjadikan kata unik sebagai symbol yang lebih mutu daripada menggunakan bahasa yang biasa. Perubahan kata unik menjadikan sebuah tanda bahwa kata unik mampu menghipnotis pelanggan untuk mencari tau dan lebih menikmati suasana atau nuansa yang berbeda demi meningkatkan selera makan mereka. Hal ini memberikan dampak yang besar bagi kaum muda untuk berlomba-lomba menggunakan bahasa unik untuk menipu atau menarik pelanggan agar lebih mengedepankan bahasa unik. Maka dari itu kepopuleran kata unik lebih merambah pada kalangan anak-anak muda. Berbagai penyebab pemakaian kata unik tidak hanya merambah di kalangan rumah

makan saja namun outlet outlet tertentu yang dimiliki oleh mahasiswa pun juga beragam. Kata-kata unik yang digunakan contohnya adalah : (a) DECADAS (makanan yang menyajikan seperti kuliner ayam pedas yang diberikan kepada pelanggan yang menyukai rasa pedas), (b) SPECIAL STEAK MIE AYAM TUNGGAL RASA (makanan yang menyajikan berupa mie ayam yang disajikan pada wadah steak agar berbeda dengan bentuk atau sajiannya dan menjadikan pembeli penasaran dengan apa yang dimaksud dengan mie ayam steak).

REFERENSI

- Desky, Harjoni. 2014. *"Pengaruh Etos Kerja Islam dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Rumah Makan Ayam Lepaas Lhokseumawe"*. Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan. Vol. 8, No. 2, hal 460-478
- Faisah, Parto, dan Anita Widjajanti. 2014. *"Nama Makanan dan Minuman Unik di Jember"*. Artikel Penelitian Mahasiswa. Hal 1-4.
- Jayanti, Wulan dkk. 2013. *"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan di Kabupaten Ngawi"*. Jurnal Akuntansi dan Pendidikan. Vol.2, No.1, April, hal 60-70.
- Mandala Rila, Erry Koryanti, dan Rinaldi Munir. 2014. *"Sistem Stteming Otomatis Untuk Kata Dalam Bahasa Indonesia"*. Seminar Nasional Aplikasi Tehnologi informasi 2004.Juni, hal 29-36.
- Mndasari, Vina dan Bayu Adhi Tama. 2011. *"Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Restoran Cepat Saji Melalui Pendekatan Data Mirang: Studi Kasus XYZ"*. Jurnal Generic. Vol.6, No.1, hal 25-35.
- Ramendra, D.P. 2013. *"Variasi Pemakaian Bahasa pada Masyarakat Tutur Kota Singaraja"*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora. Vol.2, No.2, Oktober, hal 275-287.
- Sartini, Ni Wayan. 2012. *"Bahasa Pergaulan Remaja"*. Jurnal Ilmu Humaniora. Vol.12, No.2, Juli, hal 122-132
- Setyawati, Endang. 2012. *"Peran Pemicu dan Kondisi sebagai Moderasi Pengaruh Kepuasan Terhadap Moral WOM (Studi pada Restoran/ Rumah Makan di Surabaya)"*. Jurnal Aplikasi Manajemen. Vol.10, No.3, September, hal 532-541.
- Tampi, Aimee Natalia. 2018. *"Pengaruh kata-kata Makanan UMKM Terhadap Citra Brandnya"*. Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Media Baru. Vol.1, No.1, Agustus, hal 44-48.
- Wijaya, Serli. 2010. *"Studi Eksploitatif Perilaku Mahasiswa UK. Petra dalam Memilih Fast Food Restaurant dan Non-Fast Food Restaurant di Surabaya"*. Jurnal Manajemen Perhotelan. Vol.1, No.2, hal 80-86.