

# Analisis Wacana Daftar Menu Makanan Berpendekatan Sosial Budaya Masyarakat

Putri Haryanti<sup>1\*</sup>, Ufa Nurul Hija<sup>2</sup>, Sri Waljinah<sup>3</sup>, Laili Etika Rahmawati<sup>4</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup>Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia/Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
*\*email: a310160217@student.ums.ac.id*

## Keywords:

Wacana; daftar menu makanan; sosial budaya; masyarakat

## Abstrak

Praktik sosiokultural penggunaan bahasa asing belakangan ini semakin menggemakan hegemoninya. Kondisi masyarakat yang heterogen ditengarai sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan bahasa di ruang public, khususnya sentra kuliner. Penelitian ini bertujuan untuk 1) Mendeskripsikan bentuk penggunaan bahasa pada wacana daftar menu makanan, 2) Mendeskripsikan pengaruh sosial budaya masyarakat terhadap wacana daftar menu makanan. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini berupa penggunaan bahasa pada wacana daftar menu makanan di restoran/kafe sekitar Kota Surakarta. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini berupa metode dokumentasi. Teknik validasi data dilakukan dengan menggunakan triangulasi sumber data dan triangulasi teori. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik padan referensial, sehingga dapat diketahui pengaruh sosial budaya masyarakat pada wacana daftar menu makanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) penggunaan bahasa pada wacana daftar menu di sekitar Kota Surakarta ditemukan di beberapa restoran/kafe, seperti SFA Steak & Resto, Bali Ndeso Resto, Eat Boss Cafe, Jackstar Cafe, dan Cekopi Café yang sebagian besar menggunakan bahasa asing. (2) Adapun pengaruh sosial budaya masyarakat terhadap penggunaan bahasa dalam wacana daftar menu di Kota Surakarta disebabkan oleh dua faktor utama, yaitu (1) faktor kesengajaan, diantaranya, yaitu (i) gaya bahasa, (ii) tidak tersedianya kosakata/padanan, dan (iii) kebutuhan sinonim. Adapun (2) faktor ketidaksengajaan yang berkaitan dengan ketidaktahuan penulis atau produsen, yaitu (i) kurangnya pengetahuan mengenai kebahasaan, (ii) pengaruh kedwibahasaan bahasa (bahasa daerah dan bahasa asing), serta (iii) hilangnya kata asli karena jarang digunakan. Fenomena ini perlu diantisipasi, karena membiarkannya posisi strategis yang memungkinkan bahasa tersebut memasuki berbagai sendi kehidupan bangsa, akan mengancam eksistensi bahasa negara.

## 1. PENDAHULUAN

Praktik sosiokultural penggunaan bahasa asing belakangan ini semakin menggemakan hegemoninya. Kondisi masyarakat yang heterogen ditengarai sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi

perkembangan bahasa di ruang publik, khususnya sentra kuliner. Hal ini dikarenakan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin sarat akan tuntutan kemudahan. Situasi penggunaan bahasa pada ruang publik di Indonesia telah menempatkan bahasa asing, terutama bahasa Inggris pada posisi strategis yang memungkinkan bahasa

tersebut memasuki berbagai sendi kehidupan bangsa dan mempengaruhi perkembangan bahasa di ruang publik.

Sebagai salah satu pusat industri dan kebudayaan di Jawa Tengah, Kota Surakarta sarat dengan penggunaan bahasa di ruang publik. Berbagai jenis informasi mengenai produk dan layanan yang bersifat publik yang menggunakan berbagai jenis bahasa dapat ditemukan di Surakarta. Hal ini disebabkan Kota Surakarta terdiri dari berbagai macam etnik. Tidak hanya dihuni oleh suku Jawa, tetapi Kota Surakarta juga dihuni oleh penduduk beretnis Tionghoa, Arab, dan Eropa

yang tinggal dan membaaur di tengah-tengah warga Surakarta.

**Tabel 1. Penggunaan Bahasa pada Ruang Publik Kota Surakarta.**

Jenis Bahasa	Presentase
Indonesia	47,44
Indonesia dan Jawa	6,83
Indonesia dan Inggris	28,27
Indonesia dan Asing	2,47
Indonesia, Jawa, dan Asing	1,33
Indonesia, Inggris, dan Asing	0,38
Jawa	3,98
Inggris	8,16
Asing	0,57
Jawa dan Inggris	0,57
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel di atas, penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik hanya sebesar 47,44%. Gejala menurunnya penggunaan bahasa Indonesia pada ruang publik dapat terlihat dalam penggunaan bahasa pada nama bangunan atau gedung, perumahan atau pemukiman, sentra kuliner, badan usaha, lembaga pendidikan atau aktivitas akademik, bidang pelayanan publik bahkan pada masyarakat penuturnya sendiri. Penggunaan bahasa asing di ruang publik tanpa disadari sudah menjadi suatu kebiasaan dari masyarakatnya sendiri.

Menurut Nopri (2008) penggunaan bahasa asing dianggap sebagai sebuah fenomena psikolinguistik atau sebuah kelainan berbahasa. Kelainan ini berawal dari sebuah kecenderungan menggunakan bahasa asing dalam berbagai kesempatan, khususnya

Penggunaan bahasa Indonesia pada ruang publik di Kota Surakarta semakin hari semakin mengalami penurunan. Berbagai penyebab pergeseran pemakaian bahasa di Indonesia tidak hanya disebabkan oleh masuknya berbagai bahasa asing, tetapi juga disebabkan oleh adanya berbagai permasalahan dalam bahasa daerah dan pengaruh bahasa gaul. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hendrastuti dalam kurun waktu 2013-2015 yang mengkaji penggunaan bahasa pada ruang publik di Kota Surakarta diperoleh data sebagai berikut:

dalam berkomunikasi sehari-hari. Apabila hal ini dibiarkan mengakibatkan kesalahkaprahan berbahasa dan tentu akan mengancam dan mengikis eksistensi bahasa negara.

Dominasi bahasa asing, khususnya bahasa Inggris banyak dijumpai pada penamaan bangunan, reklame, kain rentang, dan papan-papan penunjuk publik. Situasi penggunaan dua bahasa atau lebih akan mengakibatkan dwibahasa atau multibahasa. Arus globalisasi serta heterogenitas suku bangsa di Indonesia berimplikasi pada terjadinya fenomena kedwibahasaan serta kemultibahasaan tersebut. Meskipun sudah dilakukan berbagai upaya untuk mengutamakan bahasa Indonesia, pada kenyataannya bahasa daerah dan bahasa Inggris masih mendapat proporsi utama dalam penggunaan bahasa di ruang publik. Artinya,

rasa cinta terhadap bahasa Indonesia terkalahkan oleh bahasa daerah dan bahasa Inggris. Padahal, penggunaan bahasa, khususnya pada ruang publik sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009. Undang-undang ini mengatur tentang “Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan”. Berbagai aturan penggunaan bahasa di ruang publik juga terdapat di dalamnya. Namun faktanya bahasa Indonesia masih terkalahkan dengan keberadaan bahasa asing.

Salah satunya, gejala tersebut dapat terlihat pada daftar menu makanan pada restoran maupun kafe di Kota Surakarta seperti *Mix Vegetable Fruit Juice, Blend Strawberry, Banana Split, Brown Coffee, Lychee Squash, Smoked Beef Pizza, Chicken Chesse, Beef Satay, Boss Mix Grill, Spicy Sauce, Chicken Wings, Choco Vanilla*, dan masih banyak lagi.

Adapun penelitian yang relevan dengan penelitian ini dilakukan Khasanah, dkk (2015) yang meneliti tentang “Fenomena Penggunaan Bahasa Asing dalam Penamaan Bisnis Kuliner di Kawasan Soekarno Hatta Kota Malang”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa penggunaan bahasa asing dalam penamaan bisnis kuliner di Kota Malang saat ini menunjukkan *trend* yang meningkat dari tahun ke tahunnya. Pemilik bisnis kuliner merasa nyaman dalam memberi penamaan asing dibandingkan menggunakan Bahasa Indonesia. Bahasa Indonesia saat ini diibaratkan dikepung oleh gempuran asing dalam benteng sendiri.

Hubungan penelitian ini dengan penelitian Khasanah yaitu sama-sama meneliti fenomena penggunaan bahasa asing pada sentra kuliner. Adapun perbedaannya jika objek penelitian Khasanah mengkaji pada nama bisnis kuliner, sedangkan penelitian ini berfokus pada nama daftar menu makanan.

Penelitian selanjutnya, Hendrastuti (2015) mengkaji tentang “Variasi Penggunaan Bahasa pada Ruang Publik di Kota Surakarta”. Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa bahasa yang digunakan pada ruang publik di Kota Surakarta terdiri atas 10 jenis, yaitu: (i) bahasa Indonesia, (ii) bahasa Jawa, (iii) bahasa Inggris, (iv) bahasa asing lainnya, (v) campuran bahasa Indonesia dan Jawa, (vi) Indonesia dan Inggris, (vii)

Indonesia dan bahasa asing lain, (viii) Indonesia, Jawa, dan Inggris, (ix) Jawa dan Inggris, dan (x) Indonesia, Inggris, dan bahasa asing lain.

Hubungan penelitian Hendrastuti dengan penelitian ini yaitu sama-sama mengkaji penggunaan bahasa. Namun perbedaannya terletak kajiannya. Jika penelitian Hendrastuti berfokus pada variasi penggunaan bahasa di ruang publik, sedangkan penelitian ini berfokus pada penggunaan bahasa pada sentra kuliner.

Penelitian relevan yang selanjutnya dilakukan oleh Haryanti, dkk (2019) yang mengkaji tentang “Mitigasi Gejala Xenoglosfilia Melalui Penataan Bahasa Negara di Ruang Publik”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa (1) Gejala xenoglosfilia di sekitar Kota Surakarta dapat ditemui pada berbagai ranah seperti penamaan hotel, penginapan, pusat perbelanjaan, perumahan, restoran/kafe, acara tertentu, dan usaha kecil menengah (2) Langkah strategis yang dapat diambil untuk meminimalisasi gejala xenoglosfilia penggunaan bahasa asing pada ruang publik yaitu dengan penataan bahasa di ruang publik, salah satunya melalui padanan kata asing ke dalam bahasa Indonesia. Dengan menata penggunaan bahasa di ruang publik diharapkan dapat mengembalikan fungsi bahasa negara dalam rangka mengurangi dampak dari gejala xenoglosfilia.

Adapun hubungan penelitian Haryanti dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang penggunaan bahasa asing. Jika penelitian Haryanti meneliti penggunaan bahasa asing di ruang publik, penelitian ini mengkaji penggunaan bahasa asing pada daftar menu makanan.

Jika gejala di atas dibiarkan terus menerus tentu akan menjadi sebuah ketertarikan atau kecenderungan menggunakan bahasa asing. Apalagi kecenderungan terhadap bahasa asing semakin menjamur diberbagai ranah praktik sosial, tak terkecuali pada sentra kuliner. Dari latar belakang tersebut, penulis mengambil judul penelitian ini “Analisis Wacana Variasi Penggunaan Bahasa Asing pada Daftar Menu Makanan”. Berdasarkan uraian yang telah disampaikan, penelitian ini bertujuan untuk 1) Mendeskripsikan variasi penggunaan bahasa asing pada wacana daftar menu makanan, 2)

Mendeskripsikan pengaruh sosial budaya masyarakat terhadap wacana daftar menu makanan.

## 2. METODE

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data yang dianalisis berupa kata-kata maupun tulisan. Adapun sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lainnya. Data primer dalam penelitian ini adalah fenomena penggunaan bahasa asing pada daftar menu di sekitar Kota Surakarta. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan dokumentasi penggunaan bahasa asing pada daftar menu makanan di Kota Surakarta. Teknik validasi data dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi sumber data dan triangulasi teori. Teknik triangulasi sumber data berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam

penelitian kualitatif. Adapun triangulasi teori adalah membandingkan antara informasi dalam penelitian dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang telah dihasilkan. Teknik analisis data menggunakan metode analisis padan referensial.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Variasi Penggunaan Bahasa Asing pada Daftar Menu

Variasi penggunaan bahasa asing pada daftar menu dapat dijumpai pada beberapa kafe/restoran di sekitar Kota Surakarta. Restoran/kafe tersebut yaitu

#### 1. SFA Steak & Resto

Daftar menu yang terdapat di *SFA Steak & Resto* terdiri dari daftar menu makanan dan minuman. Daftar menu minuman di *SFA Steak & Resto* diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, seperti *juice* (jus), *soft drinks* (minuman ringan), *herbal drink* (minuman herbal), dan *ice & hot* (minuman dingin & panas).

Lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 2. Jenis Menu**

No	Nama Menu	Keterangan
1.	<i>Fresh lime lychee</i>	Leci dan lemon segar
2.	<i>Mix vegetable fruit juice</i>	Jus campuran antara buah dan sayur
3.	<i>Milk tea</i>	Teh susu
4.	<i>Blend strawberry coffe float</i>	Perpaduan kopi dan stroberi mengapung
5.	<i>Soft cake double ice cream</i>	Kue dengan dua es krim
6.	<i>Smoked beef pizza</i>	Pizza daging sapi
7.	<i>Chicken crispy hot plate</i>	Ayam renyah dalam piring panas
8.	<i>French fries</i>	Kentang goreng
9.	<i>Barbeque beef chesse</i>	Daging sapi barbeque rasa keju
10.	<i>Banana cheese ice cream</i>	Es krim pisang keju

Daftar menu pada konteks demikian dapat ditegaskan sebagai sebuah praktik wacana, teks, dan praktik sosial yang didalamnya bersemayam ideologi yang hegemonik. Namun, sebagian besar nama dari menu tersebut menggunakan kosakata asing.

Fenomena penggunaan bahasa pada daftar menu *SFA Steak & Resto* di atas dapat mengancam eksistensi keberadaan bahasa Indonesia itu sendiri. Kondisi demikian dapat terjadi karena penggunaan bahasa asing lebih mendominasi daripada bahasa asli dari penutur asli masyarakat tersebut. Secara

ideasional, bahasa yang digunakan untuk menyampaikan sebuah ide seharusnya menggunakan bahasa yang dapat dipahami bersama. Maksudnya, teks yang disampaikan untuk merepresentasikan pengalaman dunia dan membangun relasi antar-persona menggunakan bahasa Indonesia, sebab, bagaimanapun juga semua target konsumen pada restoran ini ialah pengguna bahasa Indonesia.

## 2. Bali Ndeso Resto

Lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel berikut.

Data kedua pada artikel ini merupakan daftar menu yang berasal dari *Bali Ndeso Resto*. Daftar menu yang terdapat di *Bali Ndeso Resto* terdiri dari daftar menu makanan dan minuman. Namun, penulis disini hanya berfokus pada daftar menu makanan saja. Daftar menu pada *Bali Ndeso Resto* diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, diantaranya *BBQ & Grill* (Barbeque dan Panggang), *Vegetables* (Sayuran), dan *Sides* (Makanan ringan).

**Tabel 3. Jenis Menu**

No	Nama Menu	Keterangan
1.	<i>Chicken BBQ</i>	Ayam Barbeque
2.	<i>Sausage Bratwurst</i>	Sosis Bratwurst
3.	<i>Beef Broccoli</i>	Danging Sapi Brokoli
4.	<i>Oxtail Soup</i>	Sup Ekor Lembu
5.	<i>Chicken Broccoli</i>	Ayam Brokoli
6.	<i>Spicy Kangkung Teri</i>	Kangkung Teri Pedas
7.	<i>Grilled Corn</i>	Jagung Panggang
8.	<i>Sweet Potatoes</i>	Kentang Manis
9.	<i>Rice</i>	Nasi Putih
10.	<i>Spring Roll</i>	Lumpia

Fenomena penggunaan bahasa asing pada daftar menu diatas membuktikan bahwa Bahasa Indonesia yang semakin terserabut dan terseret ke dalam permainan realitas semu. Fenomena ini tidak hanya dipraktikkan pada ranah-ranah sosio-kultural tertentu, tetapi kegandrungan terhadapnya sudah menjamur dan menyebar ke berbagai ranah praktik sosial. Penggunaan kosakata asing jika dikaitkan dengan konteks sosio kultural praktik wacana dan praktik sosial, bangunan peristiwa komunikasi di sini akan terkendala. Sebab, pada dasarnya daftar menu makanan merupakan media penghubung antar konsumen dengan pelayan pada sebuah praktik wacana. Penggunaan kata dan Lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel berikut.

ungkapan asing akan sulit dimengerti oleh konsumen yang sebagian besar adalah pengguna bahasa Indonesia. Oleh karena itu, bangunan teks serba asing seperti ini akan dipenuhi dengan sekat ketidaktahuan dan ketidaktahuan.

## 3. Eat Boss Café

Fenomena penggunaan bahasa asing juga tampak pada daftar menu yang berasal dari *Eat Boss Cafe*. Daftar menu yang terdapat di *Eat Boss Cafe* terdiri dari daftar menu makanan dan minuman. Namun, penulis di sini hanya berfokus pada daftar menu makanan saja. Daftar menu pada *Eat Boss Cafe* terdiri dari berbagai macam *steak* (daging panggang) dan aneka macam *soup* (sup).

**Tabel 4 . Jenis Menu**

No	Nama menu	Keterangan
1.	<i>Chicken Mozarella Steak</i>	Daging Ayam Panggang Mozarella
2.	<i>Boss beef Sirloin</i>	Daging Sapi Sirloin
3.	<i>Boss Beef Sausages</i>	Daging Sapi Panggang dan Sosis
4.	<i>Boss Crispy Chicken Steak</i>	Daging Ayam Panggang Renyah
5.	<i>Boss Beef Tenderlion</i>	Daging Sapi Tenderlion
6.	<i>Beef Cordon Blue</i>	Cordon Daging Sapi Biru

Penamaan menu pada sampel data di atas sebagian besar terdiri dari bahasa asing. Padahal, kosakata pada daftar menu dapat digunakan untuk mengungkapkan suatu ide mengenai produk sehingga dapat dimengerti atau tidak oleh pembaca. Namun fakta menunjukkan bahwa praktik penggunaan bahasa asing yang berlebihan akan menyebabkan ungkapan asing ini akan sulit dimengerti oleh konsumen yang sebagian besar adalah pengguna bahasa Indonesia. Selain itu, berbicara mengenai fungsi tekstual bahasa, konteks situasi, katakanlah

masyarakat pengguna bahasa Indonesia. Bahkan, pencampur-adukan bahasa Inggris dan Indonesia semakin menjadikan fungsi tekstual teks sampel data daftar menu tidak tercapai.

#### 4. Jackstar

Data keempat merupakan data yang berasal dari *Jackstar Cafe*. Daftar menu yang terdapat di *Jackstar Café* terdiri dari makanan dan minuman. Namun, penulis disini hanya berfokus pada daftar menu makanan saja. Daftar menu pada *Jackstar Café* terdiri atas *steak* (daging panggang) dan kreasi dari ayam.

**Tabel 5. Jenis Menu**

No	Nama Menu	Keterangan
1.	<i>Chicken Wings</i>	Sayap Ayam
2.	<i>Fried Chicken</i>	Ayam Goreng
3.	<i>Teriyaki Sauce</i>	Saus Teriyaki
4.	<i>Red Cheese Sauce</i>	Saus Keju Merah

Bahasa merupakan salah satu alat untuk berkomunikasi yang harus dimiliki oleh pelaku sosial untuk bersosialisasi dengan pelaku sosial lain. Namun tidak demikian dengan daftar menu di atas. Daftar menu seharusnya dimanfaatkan sebagai media berkomunikasi antar konsumen dan pelayan. Ilustrasinya, di tengah masyarakat berbahasa A, hadir sebuah produk yang cara menjualnya menggunakan bahasa B. Hal demikian merupakan satu dari contoh memilih jati diri bahasa asing daripada bahasanya sendiri. Bagaimanapun juga,

tindakan tersebut tidak dibenarkan. Menjunjung serta mengutamakan bahasa negara merupakan tanggung jawab bersama bukan perseorangan.

#### 5. Cekopi Café

Data kelima pada artikel ini merupakan data kelima yang berasal dari *Cekopi Cafe*. Daftar menu yang terdapat di *Cekopi Café* terdiri dari daftar menu makanan dan minuman. Daftar menu pada *Cekopi Café* terdiri atas berbagai macam kopi dan makanan.

**Tabel 6. Jenis Menu**

No	Nama Menu	Keterangan
1.	<i>Nugget Extra Hot</i>	Nugget Ekstra Pedas
2.	<i>Jasmine Tea</i>	Teh Melati
3.	<i>Banana Choco Roll</i>	Roll Pisang Coklat
4.	<i>Cilor Spicy</i>	Cilor Pedas

5.	<i>Beef Sauce</i>	Daging Sapi Saus
6.	<i>Onion Rings</i>	Cincin Bawang
7.	<i>Red Velvet Latte</i>	Latte Merah
8.	<i>Chicken Nugget</i>	Nugget Ayam

Aktivitas berbahasa adalah suatu pertarungan ideologis. Pembuatan daftar menu merupakan salah satu contoh aktivitas penggunaan bahasa. Penggunaan bahasa seharusnya memperhatikan ideologi konsumen yang menjadi pangsa pasar sebuah restoran/kafe. Namun dalam kasus ini, pada satu sisi pemilik/pelayan restoran atau kafe mengusung ideologi bahasa asing lewat genre daftar menu hidangan, sedangkan pada sisi lain sebagian besar konsumen adalah masyarakat pengguna bahasa Indonesia. Artinya, penggunaan bahasa Indonesia sebagai praktik sosiokultural yang selama ini dominan, kini mulai terpinggirkan dan terabaikan. Hegemoni secara terus menerus akan mengancam eksistensi bahasa nasional. Gejala ini perlu dicermati mengingat bahasa Indonesia merupakan jati diri bangsa yang telah diperjuangkan oleh para pendahulu bangsa.

### 3.2. Pengaruh Sosial Budaya masyarakat Terhadap Wacana Daftar Menu Makanan

Maraknya gejala penggunaan bahasa asing pada ruang publik khususnya pada daftar menu makanan di sekitar Kota Surakarta dipengaruhi oleh beberapa faktor. Kondisi sosial dan budaya masyarakat Surakarta yang heterogen serta perbedaan etnis, tingkat pendidikan, usia, latar belakang ekonomi, sosial, politik, dan budaya sangat berpengaruh pada penggunaan bahasa yang beragam pula.

Produsen menggunakan ragam bahasa karena menyesuaikan dengan target pasar. Ruang publik sebagai komponen komunikasi memfungsikannya sebagai tempat mengenalkan, mempromosikan, serta memasarkan produk serta layanan kepada masyarakat. Selain itu, penyebab terjadinya penyimpangan dalam penggunaan bahasa Indonesia pada daftar menu kafe/restoran di Kota Surakarta disebabkan oleh dua faktor utama.

Faktor utama yaitu (1) faktor kesengajaan yang berkaitan dengan tuntutan pemasaran dan fungsi ruang publik sebagai ruang

pemasaran untuk menggait pangsa pasar. Faktor-faktor tersebut, diantaranya, yaitu (i) gaya bahasa, (ii) tidak tersedianya kosakata/padanan, dan (iii) kebutuhan sinonim. Adapun (2) faktor ketidaksengajaan yang berkaitan dengan ketidaktahuan penulis atau produser, yaitu (i) kurangnya pengetahuan mengenai kebahasaan, (ii) pengaruh kedwibahasaan bahasa (bahasa daerah dan bahasa asing), serta (iii) hilangnya kata asli karena jarang digunakan.

Beberapa alasan dari pelaku bisnis lokal mengenai pemakaian bahasa asing karena untuk kepentingan tertentu, diantaranya a) Untuk menambah citra serta pesona toko dan memberikan daya tarik kepada konsumen, b) Pasaran menuntut profesionalisme; kelas sosial sebuah perusahaan terletak pada bahasa yang digunakan untuk mengungkapkan citra dirinya, c) Untuk meningkatkan mutu/kualitas restoran tersebut.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pemakaian bahasa asing bagi mereka tampaknya memang memiliki makna yang cukup penting dalam kehidupan bisnis mereka. Kata-kata asing itu dinilai dapat memberikan nuansa makna positif bagi bisnis mereka. Nuansa makna positif itu wujudnya dapat bermacam-macam, misalnya untuk meningkatkan gengsi, dianggap lebih keren, memikat, menambah pesona, profesional, melancarkan usaha, lebih berkelas, lebih intelek, meningkatkan mutu, tidak kuno, *ngetrend*, lebih modis, dan lain-lain.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa variasi penggunaan bahasa asing pada daftar menu makanan sekitar Kota Surakarta dapat dijumpai di beberapa restoran/kafe, seperti *SFA Steak & Resto*, *Bali Ndeso Resto*, *Eat Boss Cafe*, *Jackstar Cafe*, dan *Cekopi Cafe*. Adapun pengaruh sosial budaya terhadap penggunaan bahasa asing pada daftar menu disebabkan oleh dua faktor utama, yaitu (1) faktor kesengajaan yang berkaitan dengan tuntutan

pemasaran dan fungsi ruang publik sebagai ruang pemasaran untuk menggait pangsa pasar. Faktor-faktor tersebut, diantaranya, yaitu (i) gaya bahasa, (ii) tidak tersedianya kosakata/padanan, dan (iii) kebutuhan sinonim. Adapun (2) faktor ketidaksengajaan yang berkaitan dengan ketidaktahuan penulis atau produsen, yaitu (i) kurangnya pengetahuan mengenai kebahasaan, (ii) pengaruh kedwibahasaan bahasa (bahasa daerah dan bahasa asing), serta (iii) menghilangnya kata asli karena jarang digunakan.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) dan Kemahasiswaan UMS.

#### REFERENSI

- [1] Amaral, Camilo. Private Control and Public Openness. The Development of London's Public Spaces Since The Mayor's 2009 Manifesto. *The Journal of Public Space*. 2016; 1(1):129-146. ISSN 2206-9658.
- [2] Arifin, Z. Implementasi Pasal 36 Undang-Undang Bahasa. *Jurnal Pujangga*. 2015; 1(2):1-23.
- [3] Fairclough N. *Language and Power*. London; Longman; 1989.
- [4] Fairclough N., *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London; Longman; 1995a.
- [5] Harahap, T.R. Bahasa Menunjukkan Bangsa Studi Kasus Xenoglosifilia dalam Daftar Menu. *Widyaparwa*. 2010; 38(1):35-44.
- [6] Haryanti, Putri.dkk. Mitigasi Gejala Xenoglosifilia Melalui Penataan Bahasa Negara di Ruang Publik. In: *Prosiding Seminar Internasional Kebahasaan*. Jakarta; 2019. P. 833-842.
- [7] Hendrastuti, R. Variasi Penggunaan Bahasa pada Ruang Publik di Kota Surakarta. *Kandai*. 2015; 11 (1):29-43.
- [8] Khasanah, dkk. Fenomena Penggunaan Bahasa Asing dalam Penamaan Bisnis Kuliner di Kawasan Soekarno Hatta Kota Malang. *Jurnal Lingkar Widyaiswara*. 2015; 2(1):1-11.
- [9] Kholid, I. Bahasa Indonesia Semakin Kalah dengan Bahasa Asing, Kemendikbud Surati Kepala Daerah. 2016. [cited 2019 Juli 20]. Available from: <http://m.detik.com/news/berita/d-3276167/bahasa-indonesia-semakin-kalah-dengan-bahasa-asing-kemendikbud-surati-kepala-daerah>
- [10] Manurung, R.T. Kesantunan Bahasa pada Kalangan Pelaku Bisnis Studi Kasus Interferensi Bahasa Asing Sebagai Pelanggaran Kesantunan. *Dialogia Luridica*. 2009; 1(1):24-28.
- [11] Marsudi, Zahrok. Kesetiaan Berbahasa Indonesia Dipertanyakan di Era Globalisasi. *Jurnal Sosial Humaniora*. 2015; 8(1):95-105.
- [12] Muqri, dkk. Penggunaan Bahasa pada Papan Nama di Ruang Publik Jalan Protokol Jakarta. *ArkhaiS*. 2016; 7(2): 57-64.
- [13] Nopri, H. Xenoglosifilia di Indonesia, Suatu Kelainan Psikolinguistik?. 2008 [cited 2019 Juli 24]. Available from: [http://www.proz.com/translation\\_articles/articles\\_/1814\\_/1/Xenoglosifilia-di-Indonesia-Suatu-Kelainan-Psikolinguistik%3](http://www.proz.com/translation_articles/articles_/1814_/1/Xenoglosifilia-di-Indonesia-Suatu-Kelainan-Psikolinguistik%3)
- [14] Spradley, James. A. *Metode Etnografi. Terjemahan Mizbah Zulfa Elizabeth*. Yogyakarta: Tiara Wacana; 2006.
- [15] Supriadi, Y. Relasi Ruang Publik dan Pers Menurut Habermas. *Kajian Jurnalisme*. 2017; 1(1):1-20.
- [16] Susanti, R & Agustina, D. Analisis Kesalahan Berbahasa pada Penulisan Iklan Luar Ruang di Kota Surakarta. *Jurnal Sainstech Politeknik Indonusa Surakarta*. 2016; 2(5):46-68.
- [17] Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang "Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan