



PENELITIAN MANDIRI

**PEMAKAIAN BAHASA DALAM MEDIA INFORMASI
DI WAROENG SS CABANG SURABAYA**

**TRI WINIASIH
NIP 197705092001122002**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
BADAN PENGEMBANGAN DAN PEMBINAAN BAHASA
BALAI BAHASA PROVINSI JAWA TIMUR**

2014

ahasa
ur



PENELITIAN MANDIRI

**PEMAKAIAN BAHASA DALAM MEDIA INFORMASI
DI WAROENG SS CABANG SURABAYA**

**TRI WINIASIH
NIP 197705092001122002**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
BADAN PENGEMBANGAN DAN PEMBINAAN BAHASA
BALAI BAHASA PROVINSI JAWA TIMUR**

2014

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Aliah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penelitian ini dapat selesai. Penelitian ini dapat dilaksanakan karena adanya peran, jasa, dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis menyampaikan hormat, penghargaan, dan rasa terima kasih yang setulus-tulusnya kepada pihak-pihak sebagai berikut.

Pertama, Kepala Balai Bahasa Surabaya, Drs. Amir Mahmud, M.Pd. yang telah memberi kesempatan untuk melaksanakan penelitian ini. Kedua, Bapak Moch. Jalal, M.Hum., selaku narasumber serta konsultan dalam penelitian ini yang telah memberikan bimbingan dan masukan yang sangat bermanfaat bagi penyempurnaan penelitian ini. Ketiga, Bapak Nanang, selaku pihak manajemen pusat Waroeng Spesial Sambal atas ketulusannya memberi informasi tentang nama usil menu makanan di Waroeng SS. Keempat para responden yang banyak membantu dalam pengumpulan data penelitian, serta berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penelitian ini memfokuskan pada kajian sosiolinguistik, yaitu pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk bahasa, makna, dan tanggapan pengunjung terhadap pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini bukanlah sebuah penelitian yang sempurna, apalagi objek penelitian masi baru sehingga kurang sangat kurang referensinya. Oleh karena itu, penulis mengharap kritik dan saran yang sifatnya membangun sehingga penelitian ini menjadi lebih baik dan dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

Sidoarjo, September 2014

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
ABSTRAK	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Penelitian Terdahulu	9
1.6 Kerangka Teori.....	10
1.6.1 Informasi	10
1.6.2 Media Informasi	14
1.6.3 Sociolinguistik	15
1.6.4 Variasi Bahasa	17
1.6.5 Pilihan Bahasa	21
1.6.6 Hakikat Bentuk Gramatika, Makna Tuturan, dan Fungsi Bahasa	21
1.6.7 Makna Referensial	27
1.7 Metode Penelitian.....	28
1.7.1 Sumber Data	28
1.7.2 Teknik Pengumpulan Data.....	29
1.7.3 Teknik Analisis Data.....	29
1.7.4 Teknik Penyajian Hasil Analisis Data	31
1.8 Sistematika Penulisan.....	31
BAB II BENTUK BAHASA DALAM MEDIA INFORMASI DI WAROENG SS CABANG SURABAYA.....	33
2.1 Sinonim	33
2.2 Metafora	37
2.3. Istilah Khusus	38
2.4 Parodi	41
2.5 Istilah Asing	43
2.6 Bentuk Tidak baku	45
BAB III MAKNA BAHASA DALAM MEDIA INFORMASI DI WAROENG SS CABANG SURABAYA.....	47

BAB IV TANGGAPAN PENGUNJUNG TERHADAP BAHASA DALAM MEDIA INFORMASI DI WAROENG SS CABANG SURABAYA	67
4.1 Tanggapan Pengunjung Terhadap Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya Berdasarkan Jumlah Kunjungan	69
4.2 Tanggapan Pengunjung Terhadap Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
4.3 Sikap Pengunjung Terhadap Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya.....	87
 BAB V PENUTUP.....	 94
5.1 Simpulan	94
 DAFTAR PUSTAKA	 96

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul *Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya* ini bertujuan untuk 1) mendeskripsikan karakteristik bentuk bahasa yang digunakan dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, 2) memaparkan makna bahasa yang digunakan dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, serta 3) mendeskripsikan tanggapan pengunjung terhadap bahasa dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya. Sumber data penelitian berasal dari media informasi yang terdapat di Waroeng SS Cabang Surabaya dan hasil pengisian kuesioner oleh lima puluh pengunjung Waroeng SS Cabang Surabaya. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. Pertama, bentuk bahasa yang digunakan dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya berupa sinonim, metafora, istilah khusus yang berhubungan dengan sambal, parodi, istilah asing, serta bentuk tidak baku. Penggunaan bentuk-bentuk tersebut merupakan bentuk kreativitas untuk menciptakan kesan yang menarik, tidak monoton, dan tidak membosankan. Kedua, berdasarkan nama usil yang telah digunakan pada daftar menu, pemaknaan bahasanya terdapat proses yang berupa penyesuaian bunyi, penyesuaian bunyi dan kemiripan makna dalam bahasa Indonesia, penyesuaian bunyi dan kemiripan makna dalam bahasa asing, penyesuaian bentuk acuan dengan referensinya, persamaan atau kemiripan makna dengan bahasa asing, serta persamaan atau kemiripan makna dengan bahasa Indonesia. Ketiga, bahwa kesengajaan pemakaian media informasi yang kreatif untuk menciptakan kesan yang menarik, tidak monoton, dan tidak membosankan berpengaruh terhadap kepedulian pengunjung.

Kata kunci: Pemakaian bahasa, Media informasi, Waroeng SS, Sociolinguistik.

BAB I

PENDAHULUAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bahasa mempunyai fungsi utama sebagai alat komunikasi atau alat interaksi yang hanya dimiliki manusia. Oleh karena itu, bahasa mempunyai peranan penting dalam kehidupan bermasyarakat. Dengan bahasa, segala ide yang ada dalam pikiran manusia dapat diekspresikan sehingga dapat dipahami orang lain. Dalam kehidupan bermasyarakat, setiap hari manusia menggunakan bahasa yang dalam wujudnya mengandung isi dan makna.

Pada umumnya bahasa yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari berisi (1) nama yang merupakan kenyataan yang dapat dibagi, misalnya nama yang berhubungan dengan bagian tubuh makhluk hidup, nama tumbuh-tumbuhan, dan nama yang berhubungan dengan alam, (2) kegiatan, pekerjaan, misalnya bertani, bernyanyi, dan sebagainya, (3) proses, misalnya terjadinya sesuatu atau perubahan dari suatu keadaan ke keadaan yang lain, (4) konsep-konsep, baik konsep yang berkaitan dengan kebudayaan maupun konsep yang berhubungan dengan nilai, (5) keyakinan, kepercayaan, misalnya doa yang dilafalkan sementara, serta (6) pikiran, kehendak, dan perasaan manusia (Pateda dan Pulubuhu dalam Sartini dkk. 2003).

Bahasa bersifat produktif, yaitu dengan sejumlah unsur yang terbatas, namun dapat dibuat satuan-satuan ujaran yang hampir tidak terbatas. Misalnya,

72.000 kata yang terdapat dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* dapat dibuat jutaan kalimat yang tidak terbatas (KBBI, 2002:xiii).

Selain bersifat produktif, bahasa juga bersifat dinamis. Maksudnya, bahasa tidak terlepas dari berbagai kemungkinan perubahan yang sewaktu-waktu dapat terjadi. Perubahan itu dapat terjadi pada tataran fonologi, morfologi, sintaksis, semantik, dan leksikon. Yang tampak jelas biasanya adalah pada tataran leksikon. Pada setiap waktu mungkin saja ada kosakata baru yang muncul, tetapi ada juga kosakata lama yang tenggelam, tidak digunakan lagi. Kedinamisan bahasa dalam tataran gramatika juga banyak menyebabkan terjadinya perubahan kaidah. Ada kaidah yang dulu berlaku, kini tidak berlaku lagi (Chaer dan Agustina, 1995:17).

Sifat bahasa yang produktif dan dinamis inilah membuat bahasa mampu mengikuti perkembangan zaman sehingga mempunyai peranan yang penting sebagai alat untuk mengekspresikan kreativitas manusia. Dengan menggunakan bahasa yang menarik, media informasi di rumah makan seperti daftar menu, papan nama restoran, jadwal buka, dan pengumuman-pengumuman lainnya menjadi sesuatu yang menarik perhatian. Pemakaian bahasa dalam media informasi tersebut merupakan aktualisasi dari fungsi referensial bahasa. Menurut Chaer dan Agustina (1995), bahasa sebagai sistem referensial berfungsi sebagai alat untuk untuk membicarakan objek atau peristiwa yang ada di sekeliling penutur atau yang ada dalam budaya pada umumnya. Fungsi referensial inilah yang melahirkan paham tradisional bahwa bahasa itu adalah alat untuk menyatakan pikiran, untuk menyatakan bagaimana pendapat si penutur tentang dunia di sekelilingnya.

Sudaryanto (1990b:17) menyatakan bahwa sebagai sistem referensial bahasa mempunyai fungsi untuk mengungkapkan isi, pengalaman penutur tentang dunia nyata, termasuk dunia dalam dari kesadaran sendiri. Manusia pada hakikatnya menjadi sistem yang dimanfaatkan akal budi untuk menangkap, mengolah, membentuk, menafsirkan, menerjemahkan, mengungkapkan, dan membeberkan segala yang dapat diacu manusia.

Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng Spesial Sambal (SS) menarik untuk diteliti karena bahasa yang digunakan tidak sekadar memberi informasi kepada pengunjungnya tetapi juga mempunyai isi, pesan, dan bentuk yang menarik yang berbeda dengan rumah makan kebanyakan. Media informasi adalah alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi (Supra, 2008). Waroeng SS yang merupakan rumah makan yang menyediakan menu sambal tradisional menginformasikan nama-nama menu makanannya dengan memberi nama khas hasil ciptaan sendiri, misalnya sambal belut dengan nama *smack down*, sambal teri dengan nama *geli*, sambal tahu dengan nama *pedhe*, sambal terasi dengan nama *sport*, dan sebagainya.

Media informasi yang digunakan di Waroeng SS juga menunjukkan sebuah proses, misalnya terjadinya sesuatu atau perubahan dari suatu keadaan ke keadaan yang lain. Hal ini dapat dilihat dari pengumuman-pengumuman yang diinformasikan kepada pengunjung melalui media informasi yang menarik. Untuk menghormati umat Islam, Waroeng SS libur pada hari pertama puasa. Pengumuman yang diinformasikan kepada pengunjung tidak sekadar informasi

yang ditulis di papan pengumuman atau selebar kertas yang ditempel di dinding seperti rumah makan kebanyakan. Warung SS menggunakan bahasa yang menarik yaitu *Marhaban Ya Ramadhan. Info Untuk Big Boss!!! Hari Pertama Puasa Ramadhan Waroeng SS Tutup 1 hari*. Tulisan tersebut dicetak menggunakan kertas warna dengan ukuran cukup besar dan dihiasi dengan gambar masjid dan bulan. Informasi tersebut tidak ditempel begitu saja, tetapi dipigura dengan rapi dan ditempel di dinding dekat kasir dan sebagian ditempel di dekat meja makan pengunjung. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa Waroeng SS mempunyai perhatian khusus terhadap media informasi yang dibuatnya, baik dari segi bahasa maupun dari segi bentuk desainnya.

Media informasi di Waroeng SS juga menunjukkan isi konsep-konsep, baik konsep yang berkaitan dengan kebudayaan maupun konsep yang berhubungan dengan nilai. Selain informasi tentang menu dan hal-hal yang biasa ada di rumah makan, Waroeng SS juga menginformasikan tentang nilai-nilai kehidupan yang dikemas dengan bahasa dan desain yang menarik. Hal itu dapat dilihat pada informasi yang ditempel rapi di dinding Waroeng SS, yaitu *Lebih banyak SENYUM. Why Not?! Beberapa alasan untuk selalu TERSENYUM....!!!*

TIPS 01 Waroeng SS. Senyum adalah salah bentuk "energi positif" yang sangat bermanfaat bagi diri sendiri untuk menghilangkan stress dan mengurangi tekanan!

Tidak ada ruginya membuat orang lain senang? Tersenyumlah karena orang lain akan lebih nyaman dan senang apabila melihat anda tersenyum.

Senyum bisa mengurangi penderitaan akibat kepedasan karena sambal... tidak percaya? ? silahkan mencoba!!

Satu senyum anda akan berbuah satu cinta untuk anda! Jadi 1 hari anda tersenyum 100 kali maka ada 100 cinta buat anda...!!

Jadi gak ada ruginya mencoba untuk tersenyum terlepas dari benar-benar atau tidak keusilan Waroeng SS di atas!!

Salam pedas abis

Mr. Hu-hah!

Dari media informasi tersebut dapat dilihat bahwa Waroeng SS juga ingin menginformasikan nilai-nilai kehidupan yang positif kepada pengunjungnya dengan menggunakan media bahasa.

Penggunaan bahasa pada media informasi di Waroeng SS juga menyatakan isi pikiran, kehendak, dan perasaan manusia. Hal ini dapat dilihat pada informasi berikut.

Garansi Kekecewaan

Bila anda ga'puas dengan sajian menu kami Maka mintalah ditukar/diganti misalnya sambal keasinan, kurang pedas, gak enak, minum kurang manis, gelas bau sabun, lauk gosong, dll.

Dari realitas yang ada tersebut dapat dilihat bahwa Waroeng SS menggunakan bahasa sebagai alat untuk mengekspresikan ide dan kreativitas sehingga media informasi yang digunakan di Waroeng SS menjadi menarik. Dengan menciptakan media informasi yang menarik media tersebut akan menjadi pusat perhatian sehingga akan dibaca oleh pengunjungnya.

Selain bentuk bahasa yang digunakan di Waroeng SS Cabang Surabaya, penelitian juga akan membahas tentang makna dan sikap pengunjung terhadap media informasi. Kajian tentang makna dilakukan agar hubungan antara acuan dan tanda dapat dilihat sehingga akan diketahui hubungan pemaknaan yang terdapat dalam penamaan di media informasi Waroeng SS.

Selain itu, juga akan dibahas tanggapan pengunjung tentang bahasa yang digunakan dalam media informasi di Waroeng SS. Penggunaan bahasa yang menarik pada media informasi di Waroeng SS tersebut apakah menarik minat pengunjung atau tidak berarti bagi pengunjung Waroeng SS. Untuk menunjukkan keterbacaan media informasi yang digunakan di Waroeng SS digunakan kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan Waroeng SS, yaitu pengunjung yang pernah makan lebih dari satu kali dalam waktu yang berbeda di Waroeng SS. Kuesioner berisi pertanyaan tertutup dan terbuka tentang isi media informasi di Waroeng SS. Dengan demikian akan dapat dilihat apakah kreativitas penggunaan bahasa di rumah makan mendapat perhatian atau tidak mengingat tujuan konsumen ke rumah makan adalah untuk menikmati kelezatan hidangan yang disajikan oleh rumah makan tersebut.

Penelitian ini dilakukan di Waroeng SS Cabang Surabaya karena jumlah pengunjung di Cabang Surabaya cukup besar walaupun lokasi Waroeng SS tidak berada di tepi jalan raya utama, yaitu di Jalan Arjuna Gg. Merapi No. 12—14 Surabaya. Masyarakat Surabaya yang terkenal dengan sikap egalitar dan keterbukaannya tentu saja diharapkan akan dapat memberikan tanggapan yang

jujur mengenai bahasa yang digunakan dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya.

Berdasarkan keunikan yang terdapat dalam fenomena pemakaian media informasi di Waroeng SS tersebut, penelitian tentang pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS di Cabang Surabaya perlu dilakukan. Penelitian ini penting dilakukan untuk melihat fenomena penggunaan bahasa dalam media informasi yang digunakan di Waroeng SS Cabang Surabaya serta untuk mendeskripsikan tanggapan pelanggan Waroeng SS Cabang Surabaya terhadap media informasi yang digunakan di Waroeng SS.

1.2 Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut.

- 1) Bagaimanakah bentuk bahasa yang digunakan dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya?
- 2) Bagaimanakah makna bahasa yang digunakan dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya?
- 3) Bagaimanakah tanggapan pengunjung terhadap bahasa dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan-permasalahan tersebut di atas, tujuan penelitian ini sebagai berikut.

- 1) Mendeskripsikan karakteristik bentuk bahasa yang digunakan dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya
- 2) Memaparkan makna bahasa yang digunakan dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya
- 3) Mendeskripsikan tanggapan pengunjung terhadap bahasa dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat teoretis maupun praktis bagi dunia linguistik.

Manfaat teoritis penelitian ini adalah untuk menambah khasanah penelitian dalam bidang bahasa terutama sosiolinguistik dan semantik. Berdasarkan kajian sosiolinguistik, penelitian ini berkaitan dengan variasi bahasa yang terjadi dalam kehidupan sosial masyarakat. Berdasarkan kajian semantik, penelitian ini berkaitan dengan makna referensial.

Manfaat praktis yang dimaksud berkaitan erat dengan tanggapan masyarakat Surabaya dan sekitarnya terhadap pemakaian bahasa yang digunakan dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan apakah ada pengaruh kreativitas bahasa dengan media informasi di rumah makan.

1.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang pemakaian bahasa di media sudah cukup banyak dilakukan. Misalnya, penelitian Komariyah (2013) tentang penggunaan bahasa dalam media radio bagi remaja di wilayah Madiun dan sekitarnya. Penelitian tersebut mengkaji penggunaan bentuk dan pilihan kata bahasa remaja pada media radio. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa bahasa remaja di desa (kota kecil) menunjukkan kecenderungan yang sama dengan bahasa di kota besar. Remaja sangat kreatif dalam menggunakan bahasa. Kekreativitasan remaja dalam pilihan kata berupa pemakaian istilah asing, penggunaan bahasa daerah, permainan bahasa, perubahan bunyi, pemakaian singkatan dan akronim, dan penggunaan bentuk fatis.

Selain itu, penelitian pemakaian bahasa di media juga pernah dilakukan oleh Winiasih (2004), yaitu tentang pemakaian leksikon dalam media berita *Pojok Kampung JTV*. Penelitian tersebut membahas wujud leksikon khas dan wujud leksikon bahasa Jawa Surabaya yang dianggap kasar dalam berita *Pojok Kampung*. Hasil penelitian tersebut sebagai berikut. 1) Bahasa Jawa Surabaya memiliki sejumlah leksikon yang berbeda dengan bahasa Jawa standar, yaitu bahasa Jawa yang digunakan di Solo atau di Yogyakarta. Leksikon bahasa Jawa Surabaya dapat dikenali dari segi wujudnya, cakupan maknanya, dan variasi pelafalannya. Dilihat dari segi wujudnya, dalam bahasa Jawa Surabaya terdapat leksikon baru yang tidak sama dengan leksikon bahasa Jawa standar. Leksikon bahasa Jawa Surabaya mempunyai cakupan makna yang berbeda dengan bahasa

Jawa standar. Dilihat dari segi variasiasinya, bahasa Jawa memiliki leksikon yang pelafalannya berbeda dengan pelafalan dalam bahasa Jawa standar.

2) Wujud leksikon yang dianggap kasar dalam bahasa Jawa Surabaya yang digunakan dalam berita *Suroboyoan* berupa kata dasar, kata berimbuhan, kata ulang, dan gabungan kata. Penggunaan leksikon yang dianggap kasar oleh Stasiun Televisi JTV ditujukan untuk menimbulkan kesan khusus yang mencirikan kekhasan bahasa Jawa Surabaya. Penggunaan leksikon yang dianggap kasar tersebut menyebabkan pro dan kontra karena penyimak berita *Suroboyoan Pojok Kampung* ada yang merasa biasa saja dan setuju, tetapi ada pula yang merasa risih atas penggunaan leksikon tersebut.

Berdasarkan dua penelitian terdahulu tersebut dapat dilihat bahwa pemakaian bahasa dalam media informasi di rumah makan belum dilakukan. Walaupun sama-sama mengkaji bentuk bahasa di media, kajian penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Perbedaannya dapat dilihat pada kajian makna dan tanggapan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kajian pemakaian bahasa dalam media, khususnya media informasi.

1.6 Kerangka Teori

1.6.1 Informasi

Teori komunikasi (atau teori informasi) sejak awal tahun 1950-an berpengaruh besar terhadap sejumlah ilmu pengetahuan yang berbeda-beda, termasuk Linguistik. Asas-asas dasarnya dapat diringkaskan sebagai berikut (Lyons dalam Sobur, 2004:20).

- (i) Semua komunikasi berdasarkan kemungkinan memilih atau menyeleksi dari sekumpulan alternatif.
- (ii) Isi informasi secara terbalik berbeda dengan probabilitas. Jika sebuah satuan semakin dapat diramalkan, semakin kurangnya maknanya.
- (iii) Kemubaziran dalam realisasi substansi satuan bahasa (“pengkodean”-nya) adalah perbedaan antara jumlah perbedaan substansi yang diperlukan untuk mengidentifikasikannya dan isi informasinya. Derajat kemubaziran tertentu penting sekali untuk melawan gangguan.
- (iv) Bahasa akan jadi lebih efisien (menurut pengertian teori informasi) jika panjang sintagmatis satuan-satuan secara terbalik berhubungan dengan probabilitas. Sebagaimana dari asas seperti itu memang operatif dalam suatu bahasa ditunjukkan oleh kenyataan bahwa kata-kata dan ungkapan-ungkapan yang paling sering digunakan cenderung jadi lebih pendek.

Davis dalam Sobur, 2004:26) menyatakan bahwa informasi memiliki beberapa ciri berikut.

1. Benar atau salah.

Ini dapat berhubungan dengan realitas atau tidak. Bila penerima informasi yang salah mempercayainya, akibatnya sama seperti yang benar.

2. Baru.

Informasi dapat sama sekali baru dan segar bagi penerimanya.

3. Tambahan.

Informasi dapat memperbaharui atau memberikan tambahan baru pada informasi yang telah ada.

4. Korektif.

Informasi dapat menjadi suatu koreksi atau informasi salah atau palsu sebelumnya.

5. Penegas.

Informasi dapat mempertegas informasi yang telah ada. Ini masih berguna karena meningkatkan persepsi penerimanya atas kebenaran informasi tersebut.

Untuk mengetahui atau menentukan nilai suatu informasi, biasanya orang mengaitkan dengan kesepuluh sifat-sifat berikut (Siagian dalam Sobur 2004:29).

1. Mudah diperoleh.

Suatu informasi makin bernilai jika dia dapat diperoleh dalam waktu yang cepat secara mudah. Ukuran kecepatan memperolehnya dikaitkan dengan kegunaannya dalam rangka mengambil keputusan, sehingga sukar diukur secara pasti.

2. Luas dan lengkapnya informasi.

Hal ini menyangkut selain isi/volume informasi juga kegunaan dalam pengambilan keputusan. Sifat ini sangat kabur sehingga sulit mengukurnya.

3. Ketelitian.

Berhubungan dengan tingkat kesalahan pengolahan informasi. Maksudnya apakah informasi yang diterima dapat benar seluruhnya atau sebagian atau tidak benar sama sekali.

4. Kecocokan.

Mengaitkan informasi dengan masalah yang dihadapi. Artinya, kalau informasi yang masuk dapat berguna dalam menyelesaikan masalah yang ada maka dikatakan informasi itu cocok.

5. Ketepatan waktu.

Berkaitan dengan lamanya waktu yang harus dilalui sebelum suatu data menjadi informasi.

6. Kejelasan.

Menunjukkan sifat mudahnya informasi dipahami, dalam arti informasi perlu dibersihkan dari istilah-istilah yang kurang jelas, terutama yang mempunyai arti ambigu.

7. Keluwesan.

Berkaitan dengan kegunaan informasi untuk berbagai pengambilan keputusan. Semakin banyak keputusan yang diambil dari suatu informasi semakin luwes informasi tersebut.

8. Dapat dibuktikan.

Berkaitan dengan tepat tidaknya informasi itu diuji kebenarannya oleh beberapa orang sehingga dapat memperoleh kesimpulan yang sama.

9. Bebas dari prasangka.

Informasi semakin bernilai jika didalamnya tidak dimasukkan unsur opini sebab dengan memasukkan unsur opini maka informasi bersifat bias.

10. Dapat dilacak kebenarannya.

Sifat mengacu pada keinginan agar informasi berasal dari kenyataan nyata, bukan kabar angin, desas-desus, dan sebagainya, yang tidak dapat digali kebenarannya atau sumbernya.

1.6.2 Media Informasi

Media merupakan salah satu komponen komunikasi, yaitu sebagai pembawa pesan dari komunikator menuju komunikan (Criticos dalam Supra, 2008). Sedangkan pengertian dari informasi secara umum informasi adalah data yang sudah diolah menjadi suatu bentuk lain yang lebih berguna yaitu pengetahuan atau keterangan yang ditujukan bagi penerima dalam pengambilan keputusan, baik masa sekarang atau yang akan datang (Gordon B. Davis dalam Supra, 2008). Maka pengertian dari media informasi dapat disimpulkan sebagai alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi (Supra, 2008). Melalui media informasi, sebuah pesan dapat tersampaikan dengan baik jika media yang dibuat tepat kepada sasaran dan informasi yang disampaikan bermanfaat bagi pembuat dan target.

Media informasi dapat dibedakan menjadi empat jenis, seperti berikut (dalam Supra, 2004).

(1) Media lini atas

Merupakan media yang tidak langsung bersentuhan dengan target audiens dan jumlahnya terbatas tetapi jangkauan target yang luas, seperti *billboard*, iklan televisi, iklan radio, dan sebagainya.

(2) Media lini bawah

Suatu media iklan yang tidak disampaikan atau disiarkan melalui media massa dan jangkauan target hanya berfokus pada satu titik atau daerah, seperti brosur, poster, *flyer*, *sign system*, dan lain-lain.

(3) Media cetak

Media cetak dapat berupa brosur, koran, majalah, poster, pamphlet, spanduk, dan lain-lain.

(4) Media Elektronik

Media ini dapat disampaikan melalui radio, kaset, kamera, telepon genggam, dan internet.

1.6.3 Sociolinguistik

Bahasa merupakan alat komunikasi dan alat interaksi yang dimiliki oleh manusia. Bahasa yang dimiliki oleh manusia atau sekelompok orang (masyarakat) dapat dikaji secara internal maupun eksternal. Kajian secara internal adalah pengkajian yang dilakukan terhadap struktur intern bahasa itu saja. Kajian internal ini akan menghasilkan perian-perian bahasa itu saja tanpa ada kaitannya dengan masalah lain di luar bahasa dan dilakukan dengan menggunakan teori-teori dan prosedur-prosedur yang ada dalam linguistik. Sebaliknya, kajian secara eksternal adalah kajian yang dilakukan terhadap hal-hal atau faktor-faktor yang berada di luar bahasa, tetapi berkaitan dengan pemakaian bahasa oleh para penuturnya dalam kelompok sosial kemasyarakatan.

Pengkajian secara eksternal ini akan menghasilkan rumusan-rumusan atau kaidah-kaidah yang berkenaan dengan kegunaan dan penggunaan bahasa tersebut dalam segala kegiatan manusia dalam masyarakat. Pengkajian ini tidak hanya menggunakan teori dan prosedur linguistik saja tetapi juga mengaitkan teori, prosedur dan disiplin ilmu lain yang berkaitan dengan penggunaan bahasa itu, misalnya disiplin ilmu sosiologi, disiplin ilmu psikologi, disiplin ilmu antropologi dan sebagainya.

Menurut Abdul Chaer dan Leonie Agustina (1995:1--2), penelitian atau kajian bahasa secara eksternal ini melibatkan dua disiplin ilmu atau lebih sehingga wujudnya berupa ilmu antardisiplin yang namanya merupakan gabungan dari disiplin ilmu-ilmu yang bergabung itu. Misalnya Sociolinguistik merupakan gabungan antara disiplin ilmu sosiologi dengan disiplin ilmu linguistik.

Kajian linguistik yang bersifat antardisiplin ini selain untuk merumuskan kaidah-kaidah teoritis antardisiplin juga bersifat terapan. Maksudnya, hasil kajian dapat digunakan untuk memecahkan masalah-masalah yang ada di dalam kehidupan masyarakat. Hal ini berbeda dengan kajian secara internal yang hanya menyusun kaidah atau teori linguistik murni. Orang yang terjun dalam kegiatan kajian eksternal yang antardisiplin itu harus lebih dahulu menggeluti kajian internal bahasa. Tanpa memahami kajian internal bahasa, seseorang akan mengalami kesulitan atau bahkan tidak akan dapat melakukan kajian eksternal itu.

Sociolinguistik merupakan cabang linguistik yang mempelajari hubungan dan saling pengaruh antara perilaku bahasa dan perilaku sosial (Harimurti Kridalaksana. 1993:201). Sementara itu, Fishman (dalam Sumarsono dan Paina

Partana, 2002:2) mengemukakan bahwa sociolinguistik menyoroti keseluruhan masalah yang berhubungan dengan organisasi sosial perilaku bahasa, tidak hanya mencakup pemakaian bahasa saja, melainkan juga sikap-sikap bahasa, perilaku terhadap bahasa dan pemakai bahasa.

Lebih lanjut, Hymes (1989) menyatakan bahwa sociolinguistik dapat mengacu kepada pemakaian data kebahasaan dan menganalisis ke dalam ilmu-ilmu lain yang menyangkut kehidupan sosial, dan sebaliknya, mengacu kepada data kemasyarakatan dan menganalisis ke dalam linguistik. Chaer dan Leonie Agustina (1995) mendefinisikan sociolinguistik sebagai cabang ilmu linguistik bersifat interdisipliner dengan ilmu sosiologi, dengan objek penelitian hubungan antara bahasa dengan faktor-faktor sosial di dalam suatu masyarakat tutur.

Dari batasan-batasan sociolinguistik tersebut dapat disimpulkan bahwa kajian sociolinguistik meliputi tiga hal, yakni bahasa, masyarakat, dan hubungan antara bahasa dan masyarakat. Jadi jelas, dalam studi ini segi kebahasaan berkaitan dengan linguistik dan segi kemasyarakatannya berkaitan dengan sosiologi. Pengertian dasar inilah yang digunakan sebagai dasar penelitian pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya.

1.6.4. Variasi Bahasa

Fishman (1972) menyatakan bahwa sociolinguistik mengkaji karakteristik berbagai variasi bahasa, fungsi, dan penutur yang ketiganya secara ajeg berinteraksi, berubah satu sama lain dalam sebuah masyarakat tutur, seperti pada kutipan berikut.

“Sociolinguistics is the study of characteristics of language varieties, the characteristics of functions, and characteristics of their speakers as these three constantly interact, change and change on another within a speech community” (Fishman, 1972:4).

Sosiolinguistik menempatkan kedudukan bahasa dalam hubungannya dengan pemakaian di dalam masyarakat. Ini berarti, sosiolinguistik memandang bahasa pertama-tama sebagai sistem komunikasi serta merupakan bagian dari masyarakat dan kebudayaan tertentu (Suwito, 1983:2). Pemakaian bahasa di dalam masyarakat dipengaruhi oleh faktor sosial dan faktor situasional. Faktor-faktor sosial yang dimaksud menyangkut pada diri penutur dan mitra tutur yang meliputi status sosial, tingkat pendidikan, tingkat ekonomi, umur, dan jenis kelamin. Sementara itu, yang termasuk faktor situasional adalah siapa yang berbicara dengan bahasa apa, kepada siapa, kapan, di mana, dan berbicara mengenai apa seperti yang telah dirumuskan oleh Fishman (dalam Suwito, 1983:3) *“who speaks what language to whom and when”*.

Adanya faktor sosial dan situasional itulah yang mempengaruhi pemakaian bahasa sehingga menyebabkan timbulnya variasi-variasi bahasa. Adanya berbagai variasi bahasa menunjukkan bahwa pemakaian bahasa itu bersifat heterogen. Keanekaragaman bahasa nampak dalam pemakaiannya baik secara individu maupun kelompok. Kelonggaran pemakaian variasi bahasa sebagai akibat adanya faktor-faktor sosio-situasional bukanlah berarti kebebasan untuk melanggar kaidah-kaidah pokok bahasa. Variasi adalah sejenis ragam bahasa yang pemakaiannya disesuaikan dengan fungsi dan situasinya, tanpa mengabaikan kaidah-kaidah pokok yang berlaku dalam bahasa yang bersangkutan. Dengan pengertian seperti itu maka dalam memilih variasi, faktor-faktor linguistik tidak

dapat dikesampingkan di samping faktor-faktor nonlinguistik untuk menentukan variasinya. Faktor-faktor nonlinguistik berwujud norma-norma pemakaian yang disesuaikan dengan fungsi dan situasinya. Keduanya saling menentukan dan saling bergantung yang nampak dalam wujud ekspresi penutur dalam mengungkapkan bahasanya (Suwito, 1983:3 dan 29).

Variasi bahasa dikaji dari beberapa dimensi atau parameter, diantaranya adalah dimensi usia, gender atau jenis kelamin, kelas sosial, tingkat pendidikan, bidang atau pokok pembicaraan, dan asal-usul kedaerahan. Variasi yang timbul karena perbedaan asal daerah penuturnya disebut dialek geografis, sedangkan variasi yang disebabkan oleh perbedaan kelas sosial penuturnya disebut dialek sosial atau sosiolek (Suwito, 1985:3).

Variasi yang terdapat dalam suatu bahasa menunjukkan ciri kehidupan suatu bahasa dan masyarakat penuturnya. Ia muncul sebagai konsekuensi bahasa yang menjadi sarana berinteraksi (hubungan sosial) masyarakat penuturnya. Masyarakat tutur menurut Fishman (1972:28) adalah masyarakat yang anggota-anggotanya setidaknya-tidaknya memiliki satu variasi bahasa beserta norma-norma yang sesuai dengan penuturnya. Pada dasarnya, adanya variasi bahasa ini berkaitan dengan penuturnya. Sebagai gambaran dalam komunikasi terdapat berbagai variasi peristiwa tutur, sehingga muncullah berbagai variasi bahasa yang digunakan orang untuk menyatakan kegembiraan, kesedihan, ketidaksetujuan; ada pula variasi bahasa yang digunakan untuk merayu, melawak, menyindir, bahkan untuk marah dan sebagainya. Setiap variasi bahasa tersebut memiliki bentuk-bentuk pragmatis yang berbeda karena dilihat dari fungsinya.

Variasi bahasa dapat berwujud idiolek, dialek, ragam bahasa, register, dan tingkat tutur (Maryono dalam Purnanto, 2001:18). Penjelasan kelima variasi bahasa itu adalah sebagai berikut.

- a. Ideolek merupakan variasi bahasa yang sifatnya individual, maksudnya sifat khas tuturan seseorang berbeda dengan tuturan orang lain.
- b. Dialek merupakan variasi bahasa yang disebabkan oleh adanya perbedaan asal penutur dan perbedaan kelas sosial penutur. Oleh karena itu, muncul konsep dialek geografis dan dialek sosial (sosiolek).
- c. Ragam bahasa merupakan variasi bahasa yang disebabkan adanya perbedaan dari sudut penutur, tempat, pokok tuturan, dan situasi. Dalam kaitannya dengan itu, akhirnya dikenal ragam bahasa resmi (formal) dan ragam bahasa tidak resmi (akrab, santai).
- d. Register merupakan variasi bahasa yang disebabkan oleh adanya sifat-sifat khas keperluan pemakaiannya, misalnya dalam bahasa tulis dikenal adanya bahasa iklan, bahasa tajuk, bahasa artikel, dan sebagainya; dalam bahasa lisan dikenal bahasa lawak, bahasa politik, bahasa pialang, dan sebagainya.
- e. Tingkat tutur merupakan variasi bahasa yang disebabkan oleh adanya perbedaan anggapan penutur tentang relasinya (hubungannya) dengan mitra tutur.

1.6.5 Pilihan Bahasa

Sosiolinguistik sebagai suatu bidang studi bahasa ada karena ada pilihan-pilihan dalam penggunaan bahasa. Istilah masyarakat anekabahasa mengacu pada kenyataan bahwa di sana ada beberapa bahasa dan ada pilihan bahasa (Sumarsono dan Paina Partana, 2002:200).

Menurut Fasold (dalam Chaer dan Leonie Agustina, 1995:203) hal pertama yang terbayang bila memikirkan bahasa adalah bahasa keseluruhan (*whole languages*) yang di dalamnya terdapat seseorang dalam masyarakat bilingual atau multilingual berbicara dua bahasa atau lebih dan harus memilih yang mana yang harus digunakan. Dalam hal memilih tersebut, terdapat tiga jenis pilihan yang dapat dilakukan, yaitu, pertama dengan alih kode (*code switching*), artinya menggunakan satu bahasa pada satu keperluan, dan menggunakan bahasa lain pada keperluan lain. Kedua, dengan melakukan campur kode (*code-mixing*), artinya, menggunakan satu bahasa tertentu dengan dicampuri serpihan-serpihan dari bahasa lain. Ketiga, dengan memilih satu variasi bahasa yang sama (*variation within the same language*). Batas ketiga pilihan ini kadang-kadang dengan mudah dapat ditentukan, tetapi kadang-kadang agak sukar karena batasnya menjadi kabur.

1.6.6 Hakikat Bentuk Gramatika, Makna Tuturan, dan Fungsi Bahasa

Pada bagian ini akan secara rinci diberikan definisi dan perbedaan lebih mendalam berkenaan dengan bentuk gramatika, makna tuturan, dan fungsi bahasa.

Ketiga hal tersebut merupakan bagian penting dari pembahasan yang berkenaan dengan proses interaksi dan perilaku verbal. Oleh sebab itu, penelitian ini memanfaatkan ketiga aspek tersebut sebagai sarana untuk memahami perilaku verbal yang muncul. Pada kegiatan komunikasi yang berlangsung secara nonformal terlihat banyak gagasan yang terungkap melalui banyak bentuk dengan mengandung makna yang beragam dan menempati fungsi bahasa yang beragam pula. Dalam penelitian ini akan memanfaatkan ketiga aspek yang akan dijelaskan berikut guna mengungkap gagasan yang muncul ke permukaan.

Bentuk gramatika tidak akan dapat dilepaskan dengan pengertian yang berkenaan dengan wujud suatu kalimat. Secara sederhana, bentuk atau wujud dapat diartikan sebagai ciri fisik yang terlihat dengan jelas. Kridalaksana memberikan pengertian bentuk (form) adalah penampakan atau rupa satuan gramatikal atau leksikal dipandang secara fonis dan grafemis (1984). Fonis kaitannya dengan bunyi sedangkan grafemis kaitannya dengan sistem aksara.

Gramatika merupakan subsistem dalam organisasi bahasa dimana satuan-satuan bahasa bergabung untuk membentuk satuan-satuan yang lebih besar (Kridalaksana; 1984). Bentuk gramatika (tataran tata bahasa) secara kasar mencakup tataran morfologi dan sintaksis. Morfologi kaitannya dengan kata ataupun morfem, sedangkan dalam tataran sintaksis dapat berwujud frase, klausa, ataupun kalimat.

Bentuk gramatika atau kalimat secara tradisional dikelompokkan atas tiga bentuk, yakni kalimat deklaratif, interogatif, dan imperatif. Kalimat deklaratif merupakan kalimat yang mengandung intonasi deklaratif, dalam ragam tulis

ditandai dengan tanda titik (.). Kalimat interogatif merupakan kalimat dengan intonasi interogatif, dalam ragam tulis ditandai dengan tanda tanya (?) atau dengan partikel tanya. Kalimat imperatif merupakan kalimat dengan intonasi imperatif, dan dalam ragam tulis ditandai dengan tanda seru (!) atau partikel-partikel seru (Kridalaksana; 1985). Pada tataran gramatikal ini konsep “imperatif” harus dibedakan dengan konsep “perintah” dalam tataran semantik. Keduanya memang memiliki bentuk gramatikal yang sama tetapi dalam tataran pragmatis memiliki fungsi yang berbeda dalam tataran masing-masing. Bentuk imperatif dapat diungkapkan melalui bentuk gramatikal lain untuk maksud tertentu. Kaitannya dengan hal tersebut, seperti diungkapkan oleh Leech (1993) bahwa bila menggunakan imperatif atau perintah, masih ada kemungkinan bagi petutur untuk tidak mentaati perintah. Demikian juga dengan kalimat deklaratif, yang terdapat skala kearifan yang mirip dengan skala kearifan pada kalimat-kalimat pertanyaan.

Jenis kalimat berdasarkan responsnya dibagi menjadi tiga bentuk, yakni kalimat pernyataan, pertanyaan, dan perintah. Kalimat pernyataan adalah kalimat yang dibentuk untuk menyiarkan informasi tanpa mengharapkan respon tertentu. Kalimat pertanyaan adalah kalimat yang dibentuk untuk memancing respons yang berupa jawaban, sedangkan kalimat perintah adalah kalimat yang dibentuk untuk memancing respons yang berupa tindakan (Cook, 1971).

Bila kita berbicara makna, kita akan terjebak dalam dua kajian yang memiliki perbedaan cukup tipis, yakni antara semantik dan pragmatik. Makna masuk dalam dua kajian tersebut, sehingga kita harus ketahuinya untuk dapat melakukan penganalisisan lebih lanjut. Makna dalam semantik merupakan

hasil analisis dengan melihat hubungan diadik, yakni hubungan antara lambang dengan yang dilambangkan, sedangkan makna dalam tataran pragmatik merupakan hasil analisis dengan melihat hubungan secara triadik, yakni lambang, makna/arti, dan penuturnya (Zamzani; 2007). Melihat hal yang demikian, tentu sudah ada gambaran dalam benak kita untuk melihat perbedaan diantara keduanya. Secara singkat dapat dikatakan bahwa makna dalam tataran pragmatik diperoleh dengan melihat hubungan antara pesapa, penyapa, dan situasi tuturnya. Makna dalam tataran semantik diperoleh hanya dengan menghubungkan lambang/symbol dengan yang dilambangkan, tanpa melihat aspek situasi tutur yang menyertai.

Makna (*meaning*) itu sendiri merupakan pengaruh satuan bahasa dalam pemahaman persepsi atau perilaku manusia atau kelompok manusia (Kridalaksana; 1984). Makna akan sangat membantu manusia dalam memahami atau memberikan persepsi terhadap lingkungannya. Makna tidak hanya sekadar melihat satu unsur kata yang diberi arti dan digunakan atau disusun untuk membentuk sebuah kalimat. Lebih dari itu, makna merupakan hubungan, dalam arti kesepadanan atau ketidaksepadanan antara bahasa dan alam di luar bahasa, atau antara ujaran dengan semua hal yang ditunjuknya (Kridalaksana; 1984). Dalam hal ini kita harus jeli melihat makna itu sendiri, dan makna yang digunakan dalam tulisan ini adalah makna dalam tataran pragmatik, yakni makna yang kontekstual. Pragmatik memang merupakan kajian yang tidak jauh-jauh dari konteks. oleh karenanya dalam mengkaji makna juga melihat kaitannya dengan konteks. Makna kontekstual atau disebut sebagai *contextual meaning* dapat

diartikan sebagai hubungan antara ujaran dan situasi tutur dimana ujaran itu dipakai (Kridalaksana; 1984).

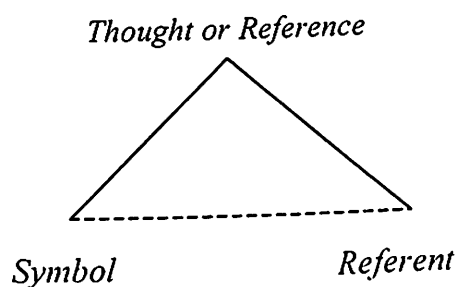
Beberapa tulisan telah mengungkapkan bahwa fungsi mendasar dari bahasa adalah sebagai alat komunikasi maupun sebagai alat penyampai pesan. Fungsi tersebut telah secara umum diketahui dan disadari oleh manusia sebagai pengguna bahasa dalam kehidupannya. Akan tetapi, terdapat banyak pandangan yang diungkapkan oleh para ahli mengenai fungsi bahasa itu sendiri. Seperti yang diungkapkan oleh Jakobson yang mengungkapkan ada enam fungsi bahasa. Keenam fungsi tersebut adalah (1) fungsi referensial, pengacu pesan; (2) fungsi emotif, pengungkap keadaan pembicara; (3) fungsi konatif, pengungkap keinginan pembicara yang langsung dilakukan oleh penyimak; (4) fungsi metalingual, penerang terhadap sandi atau lambang yang digunakan; (5) fungsi fatis, pembuka, pembentuk, atau pemelihara hubungan antara pembicara dengan penyimak; (6) fungsi puitis, penyampai pesan (Jakobson dalam Sudaryanto; 1990b).

Berdasarkan fungsi yang diungkapkan oleh Jakobson di atas kita telah melihat betapa beragamnya fungsi yang dimiliki oleh bahasa. Selama ini yang terlihat hanya sekadar sebagai alat penyampai pesan dari pembicara kepada pendengar, akan tetapi ternyata lebih dari itu. Beberapa ahli yang lain juga telah menyebutkan fungsi bahasa yang agak sedikit berbeda dengan yang telah diungkapkan oleh Jakobson di atas. Leech (dalam Sudaryanto; 1990b) menyederhanakan fungsi bahasa yang telah diungkapkan oleh Jakobson. Leech membagi fungsi bahasa atas lima hal, yakni (1) fungsi informasional, (2) fungsi ekspresif, (3) fungsi direktif, (4) fungsi estetik, (5) fungsi fatis. Bentuk

berdasarkan pengelompokan yang dilakukan oleh Bell dan Jakobson. Hal itu didasarkan atas pertimbangan bahwa pengelompokan yang dikelompokkan oleh Bell dan Jakobson cukup sederhana dan dirasa sudah mewakili.

1. 6.7. Makna Referensial

Makna referensial adalah makna yang berhubungan langsung dengan kenyataan atau *referent* (acuan). Makna referensial disebut juga makna kognitif karena memiliki acuan. Makna ini memiliki hubungan dengan konsep, sama halnya seperti makna kognitif (Djajasudarma, 1999:11). Makna referensial memiliki hubungan dengan konsep tentang sesuatu yang telah disepakati bersama (oleh masyarakat bahasa) seperti terlihat dalam hubungan antara konsep (*thought or reference*) dengan acuan (*referent*) pada segitiga Ogden dan Richards di bawah ini.



Dari bagan tersebut dapat diketahui bahwa konsep sebagai unsur yang mengadakan signifikasi sehingga menghadirkan makna tertentu, memiliki hubungan langsung dengan *referent* atau acuan. Gagasan atau konsep itu pun memiliki hubungan langsung pula dengan *symbol* atau lambang. Sementara itu, antara *symbol* dengan *referent* terdapat hubungan tidak langsung karena keduanya memiliki hubungan yang bersifat *arbitrer*. Oleh karena terdapatnya sifat *arbitrer*

itulah akhirnya sebuah acuan yang sama dapat diberi simbol yang berbeda-beda (Aminuddin, 2003:80).

Berdasarkan ada dan tidak adanya *referent* (acuan), kata-kata dalam bahasa dapat digolongkan menjadi dua yaitu kata referensial dan nonreferensial (Wijana, 2006:119). Jenis yang pertama adalah kata-kata yang memiliki referen. Kata-kata ini lazimnya memiliki potensi untuk mengisi fungsi-fungsi sintaktik kalimat, seperti nomina, adjektiva, adverbial, dan sebagainya sehingga lazim disebut kata utama (*content word*). Sementara itu, jenis kedua adalah kata-kata yang semata-mata fungsinya membantu kata-kata lain menjalankan tugasnya sehingga lazim disebut kata tugas (*functional word*) seperti preposisi, konjungsi, dan interjeksi.

1.7. Metode Penelitian

Hal-hal yang berkaitan dengan metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik penyajian hasil analisis.

1.7.1 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah teks yang digunakan dalam media informasi di Waroeng SS Surabaya. yaitu berupa daftar menu, pengumuman, jadwal buka, dan sebagainya. Sumber data tersebut digunakan untuk menganalisis bentuk dan makna bahasa yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS. Selain itu, sumber data juga berupa tanggapan pelanggan tentang penggunaan

bahasa dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya yang berupa kuesioner. Sumber data yang berupa tanggapan pengunjung adalah pertanyaan – pertanyaan terbuka dan tertutup tentang sejauh mana pelanggan mengenal informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS.

1.7.2 Teknik Pengumpulan Data

Rumusan masalah yang tepat akan membimbing peneliti dalam menyediakan data. Dengan rumusan masalah yang jelas, peneliti akan mengetahui jenis data seperti apa yang dibutuhkan untuk kepentingan penelitian. Data yang dikumpulkan haruslah data lingual yang *valid* dan *reliable*, karena kedua syarat tersebut adalah faktor utama dilakukannya analisis yang tepat (Sudaryanto, 1990a:34). Pada tahap penyediaan data digunakan metode langsung. Dengan metode ini, peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data. Metode ini digunakan mengingat keuntungan yang diperoleh dari metode tersebut, yaitu: (1) peneliti dapat memperoleh jawaban langsung dari responden dan (2) peneliti berkesempatan mengamati, mencatat, dan mengumpulkan keterangan-keterangan lain yang terkait dan yang tidak dapat diperoleh melalui daftar pertanyaan. Teknik yang digunakan dalam penyediaan data adalah teknik wawancara yang dibantu dengan teknik catat.

1.7.3 Teknik Analisis Data

Metode analisis yang dipakai untuk mengkaji masalah bentuk dan makna bahasa dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam penelitian

ini adalah metode analisis kualitatif. Paradigma yang digunakan dalam sebuah penelitian kualitatif adalah paradigma metodologis induktif, paradigma yang berangkat dari hal-hal yang khusus ke yang umum. Mahsun (2005:233) menjelaskan bahwa analisis kualitatif memusatkan perhatian pada penunjukan makna, deskripsi, penjelasan, dan penempatan data pada konteksnya masing-masing dan seringkali data yang dianalisis berupa kata-kata, cara memerikannya pun memakai dan memanfaatkan kata-kata. Data yang berupa teks bahasa diidentifikasi dan diklasifikasi kemudian dianalisis berdasarkan bentuk dan maknanya.

Untuk menganalisis masalah tanggapan masyarakat terhadap penggunaan bahasa dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya dilakukan penjarangan data. Data yang telah terjaring, yaitu berupa tanggapan responden atas daftar pertanyaan diseleksi. Daftar pertanyaan dalam penelitian ini terbagi atas tiga bagian, yaitu (1) latar belakang responden yang berisi tentang data pribadi responden dan (2) tanggapan responden yang berupa pertanyaan terbuka mengenai pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, (3) tanggapan responden yang berupa pertanyaan tertutup mengenai pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya. Pemeriksaan angket yang telah diisi responden ini untuk memilah data mana yang dapat diolah data mana yang tidak dapat diolah. Setelah diseleksi, dilanjutkan dengan kegiatan identifikasi, klasifikasi dan diakhiri dengan konklusi. Identifikasi dilakukan dengan cara memberikan tanda pada data sesuai dengan unsur yang dianalisis. Hasil penandaan tersebut kemudian dikelompokkan berdasarkan hal

atau masalah yang diteliti. Data yang sudah diklasifikasikan tersebut dipersentase secara kuantitatif berdasarkan masalah yang diteliti. Kemudian data tersebut dianalisis secara kualitatif. Dengan demikian, penelitian ini memanfaatkan analisis kuantitatif sekaligus kualitatif.

1.7.4 Teknik Penyajian Hasil Analisis Data

Hasil analisis data berupa deskripsi bentuk, makna, dan tanggapan pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya disajikan secara formal dan informal. Dikatakan formal karena analisis tanggapan masyarakat terhadap pemakaian media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya disajikan dalam matrik dengan lambang matematis. Dikatakan informal karena analisis disajikan dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti yang sifatnya deskriptif dan menggambarkan hasil penelitian sejelas-jelasnya. Sementara itu, analisis data berupa deskripsi bentuk dan makna bahasa dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya hanya disajikan dalam bentuk informal.

1.8 Sistematika Penulisan

Isi laporan penelitian ini terdiri atas lima Bab. Bab I Pendahuluan terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, serta metode dan teknik penelitian. Bab II berisi tentang kajian bentuk bahasa dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya. Bab III berisi tentang kajian makna bahasa dalam media informasi di Waroeng SS

Cabang Surabaya. Bab IV berisi tentang kajian tanggapan masyarakat terhadap penggunaan media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya. Dan terakhir, Bab V Penutup berisi tentang simpulan dan saran.

BAB II

BENTUK BAHASA DALAM MEDIA INFORMASI DI WAROENG SS CABANG SURABAYA

BAB II

Bentuk Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

Analisis bentuk bahasa dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya bersumber dari media informasi yang ada di Waroeng SS. Media informasi tersebut berupa 1) daftar menu masakan, 2) layanan pengaduan, 3) teks yang bernilai moral, 4) pengumuman jam buka, libur, dan sebagainya. Penggunaan bahasa dalam Media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya dapat berupa sebagai berikut.

2.1 Sinonim

Sinonim merupakan bentuk bahasa yang maknanya mirip atau sama dengan bentuk bahasa lain (KBBI, 2008). Penggunaan sinonim dalam satu kalimat banyak dilakukan dalam media informasi di Waroeng SS untuk memberikan penekanan atau untuk penyanganan. Hal ini dapat dilihat pada data berikut.

a. Kelegaan dan Keleluasaan

Istilah kelegaan dan keleluasaan tersebut terdapat pada media informasi yang berjudul “Maaf Adalah Jawaban untuk Kegelisahan dan Keresahan”. Kalimat tersebut adalah “Pernahkah anda merasakan betapa kelegaan dan keleluasaan seketika meruang dalam batin tatkala sebuah kesalahan yang tlah sekian lama menyumbat dada ternetralisir oleh tulusnya kata maaf”. Istilah kelegaan dan keleluasaan merupakan sinonim karena mempunyai makna yang

mirip. Kata lega mempunyai makna 1 lapang; luas; 2 tidak sesak; kosong; 3 merasa senang (tenteram); tidak gelisah (khawatir) lagi; 4 senggang; tidak sibuk. Sementara itu kata leluasa mempunyai makna 1 lapang; 2 bebas; 3 tidak terbatas; 4 boleh berbuat sesuka hati. Dengan demikian dapat dilihat bahwa lega dan leluasa mempunyai makna yang sama, yaitu lapang. Untuk konteks kalimat dalam media informasi di Waroeng SS, kelegaan dan keleluasaan bermakna mirip yaitu berhubungan dengan perasaan yang bebas pada kata keleluasaan atau perasaan senang dan tidak khawatir pada makna kelegaan.

b. Kegelisahan dan keresahan

Istilah kegelisahan dan keresahan tersebut terdapat pada media informasi yang berjudul “Maaf Adalah Jawaban untuk Kegelisahan dan Keresahan”. Istilah kegelisahan dan keresahan merupakan sinonim karena mempunyai makna yang mirip. Kata gelisah mempunyai makna tidak tenteram, selalu merasa khawatir (tentang suasana hati); tidak tenang (tentang tidur); tidak sabar lagi dalam menanti dan sebagainya; cemas. Sementara itu kata resah bermakna gelisah; tidak tenang; gugup; rusuh hati. Dengan demikian terdapat hubungan makna yang sama antara kata gelisah dan resah karena makna resah salah satunya adalah gelisah. Berkaitan dengan konteks kalimat yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kata kegelisahan dan keresahan berarti rasa khawatir atas kesalahan yang telah diperbuat.

c. Melukai dan Menyakiti

Istilah melukai dan menyakiti tersebut terdapat pada media informasi yang berjudul “Maaf Adalah Jawaban untuk Kegelisahan dan Keresahan”. Kalimat dalam media informasi tersebut adalah *rasa bersalah karena telah membuat kecewa, melukai, atau menyakiti orang lain selalu akan meninggalkan kegelisahan dan keresahan pada batin kita*. Kata melukai bermakna 1 membuat luka pada; 2 menyakiti (hati). Menyakiti berarti menyebabkan sakit (sedih, sengsara, dan sebagainya); mempersakiti (KBBI, 2008). Dengan demikian terdapat makna yang sama antara melukai dan menyakiti karena pada kata melukai mengandung makna menyakiti. Berdasarkan konteks kalimat dalam media informasi di Waroeng SS, kata melukai dan menyakiti bermakna perbuatan yang menyebabkan sakit hati sehingga membuat orang yang disakiti menjadi sedih, sengsara, dan sebagainya.

d. Ok dan ndak pa pa

Istilah *ok* dan *ndak pa pa* tersebut terdapat pada media informasi yang berjudul “Mr. Huh Hah Hotline Service”. Kalimat dalam media informasi yang berisi tentang layanan pengaduan pengunjung tersebut sebagai berikut. *Komplain, komplimen, kritik dan saran dapat disampaikan ke mr. huh-hah hotline service di 0811251500/08562575039, tetepun ok, sms pun ndak papa (pulsanormal) :p!* Kata *ok* merupakan bentuk tulis singkat dari kata *oke*. Kata *oke* merupakan bentuk cakapan yang menyatakan sikap setuju tentang suatu hal. Sementara itu, kata *ndak pa pa* merupakan bentuk cakapan yang biasa diucapkan oleh etnis Cina yang

bermakna *tidak apa-apa*. Kata *ndak pa pa* juga mengandung makna pernyataan sikap setuju terhadap suatu hal. Dengan demikian terdapat makna yang mirip antara kata *ok* dan *ndak pa pa*. Berdasarkan konteks kalimat dalam media informasi di Waroeng SS, kata tersebut mengandung makna sikap setuju untuk melakukan SMS atau telepon langsung.

e. Ditukar dan diganti

Istilah ditukar dan diganti tersebut terdapat pada media informasi yang berjudul “Garansi Kekecewaan”. Kalimat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya tersebut sebagai berikut. *Bila anda ga’ puas dengan sajian menu kami mintalah ditukar/diganti misalnya sambal keasinan, kurang pedas, gak enak, minum kurang manis, gelas bau sabun, lauk gosong, dll*. Kata tukar mengandung makna bertukar; berganti **1** beroleh sesuatu dengan memberikan sesuatu; bergantian memberi sesuatu diganti dengan sesuatu yang lain, seperti seseorang memberikan sesuatu kepada seseorang lain yang memberikan sesuatu sebagai gantinya; **2** berubah (dari atau menjadi yang lain); bersilih (bulu, kulit, dan sebagainya); **3** berpindah (dari kendaraan yang satu ke kendaraan yang lain). Sementara itu kata ganti bermakna **1** sesuatu yang menjadi penukar yang tidak ada atau hilang; seperti sulih, pampas; **2** orang yang menggantikan pekerjaan, jabatan, dan sebagainya; wakil; pengganti; **3** berganti; bertukar: berpindah. Dengan demikian terdapat makna yang sama antara kata tukar dan ganti karena kata bertukar juga bisa bermakna berganti. Berdasarkan konteks kalimat dalam media informasi di Waroeng SS, kata tersebut mengandung makna bahwa masakan yang

dianggap tidak enak bagi pengunjung boleh diberikan kepada pelayan dan pengunjung akan mendapat makanan baru sesuai dengan selera pengunjung yang kecewa.

2.2 Metafora

Metafora merupakan pemakaian kata atau kelompok kata bukan dengan arti yang sebenarnya, melainkan sebagai lukisan yang berdasarkan persamaan atau perbandingan (KBBI, 2008). Terdapat beberapa penggunaan metafora dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya sebagai bentuk daya kreativitas penerapan makna oleh penutur kreatif, yaitu manajemen Waroeng SS. Penggunaan metafora dalam media informasi di Waroeng SS sebagai berikut.

a. Satu kebencian di hati = Satu kerikil di hati

Pada media informasi yang berjudul "Benci Itu Rugi" terdapat metafora satu kerikil di hati. Pada kalimat tersebut terdapat metafora, yaitu rasa benci di hati disamakan dengan sebuah kerikil. Rasa benci tersebut diserupakan dengan kerikil karena kerikil yang merupakan butiran batu lebih besar daripada pasir dan lebih kecil daripada kerakal (kira-kira sebesar biji kacang) dapat menjadi pengganggu yang tidak disukai atau dibenci.

b. Apapun masukan anda adalah lentera inspirasi bagi kami

Ungkapan *apapun masukan anda adalah lentera inspirasi bagi kami* terdapat pada media informasi yang berisi layanan pengaduan pengunjung bila kecewa terhadap menu masakan dan pelayanan di Waroeng SS Cabang Surabaya.

Pada ungkapan tersebut terdapat penggunaan metafora dari konkrit ke abstrak, kata lentera yang konkret (lampu kecil bertutup kaca) digunakan untuk ungkapan metaforis yang abstrak, yaitu lentera inspirasi. Lentera yang berhubungan dengan keadaan terang atau jelas diserupakan dengan inspirasi yang merupakan ide atau ilham yang jelas sehingga menjadi suatu hasil yang baik.

c. Bolak balik hati kita bukan ada di kuasa kita tetapi kuasa-Nya

Ungkapan *Bolak balik hati kita bukan ada di kuasa kita tetapi kuasa-Nya* terdapat pada media informasi yang berjudul "Benci Itu Rugi". Pada ungkapan tersebut terdapat penggunaan metafora *bolak-balik hati*. Kata bolak-balik yang bermakna berputar balik diserupakan dengan keadaan hati yang tidak menentu, yaitu rasa senang dan benci.

2.3 Istilah Khusus

Istilah khusus adalah istilah yang pemakaiannya dan/atau maknanya terbatas pada bidang tertentu. Istilah khusus yang dianalisis dalam bagian ini adalah yang berhubungan dengan istilah sambal. Penggunaan istilah yang berhubungan dengan sambal dalam media informasi di Warung SS Cabang Surabaya ini sangat menarik untuk dikaji karena sangat mencolok dan menjadi identitas khas. Sambal adalah makanan penyedap yang dibuat dari cabai, garam, dan sebagainya yang ditumbuk, dihaluskan, dan sebagainya, biasanya dimakan bersama nasi (KBBI, 2008). Beberapa istilah khusus yang berhubungan dengan sambal sebagai berikut.

a. Spesial Sambal

Istilah khusus “Spesial Sambal” adalah nama dari Waroeng yang lebih dikenal dengan SS. Penggunaan nama Spesial Sambal karena menu masakan khas yang disediakan warung tersebut adalah sambal. Banyak variasi menu masakan sambal yang disediakan, yaitu 28 jenis sambal. Penggunaan nama Spesial Sambal sudah sesuai karena banyaknya sambal yang ditawarkan sebagai pilihan kepada pengunjung.

b. Mr. Huh Hah

Istilah khusus ‘Mr. Huh Hah’ adalah orang yang menjadi penerima pengaduan dari pengunjung atas kekecewaan yang dirasakan pengunjung karena masakannya kepedasan, keasinan, lauk gosong, tidak enak, minumannya kurang manis, gelas bau sabun, atau pelayanannya tidak memuaskan. Penggunaan nama Mr. Huh Hah berhubungan dengan istilah sambal. Bila seseorang merasa kepedasan, ekspresinya adalah mengeluarkan bunyi dari mulut, yaitu *huh hah* secara berulang-ulang. Oleh karena itu, bunyi *Huh Hah* digunakan sebagai istilah untuk orang yang menerima pengaduan pengunjung di Waroeng SS. Mr. Huh Hah dalam media informasi di Waroeng SS digambarkan dengan cabai merah yang bersepatu olahraga, memakai kacamata, dan posisi tangan mengacungkan jempol.

c. Jam pedas

Istilah khusus ‘jam pedas’ adalah lamanya Waroeng SS Cabang Surabaya melayani proses jual beli bagi pengunjungnya. Jam pedas digunakan karena pada

saat itu pengunjung merasakan kepedasan rasa sambal yang disajikan oleh Waroeng SS.

d. Pedas abis

Istilah khusus ‘pedas abis’ adalah menunjukkan tingkat kepedasan sambal yang paling tinggi. Rasa sambal di Waroeng SS menunjukkan empat variasi tingkat kepedasan. Tingkat empat atau rasa pedas yang paling tinggi diberi istilah pedas abis. Penggunaan istilah pedas abis merupakan bentuk kreativitas pembuatnya agar lebih berasa menghibur, tidak monoton, dan membuat tertarik bagi pendengar atau pembacanya. Hal ini akan menimbulkan nilai rasa yang berbeda bila pembuat istilah yang menunjukkan arti pedas abis itu dibuat dengan istilah pedas sekali.

e. Salam pedas abis

Salam adalah pernyataan hormat; tabik. Istilah khusus ‘salam pedas abis’ merupakan pernyataan hormat yang digunakan di Waroeng SS kepada pengunjungnya. Salam tersebut merupakan salam khusus yang menunjukkan ciri khas sambal sehingga salam pedas abis sesuai sekali bila digunakan untuk pernyataan penghormatan di Waroeng SS.

f. Kapok Lombok

Istilah khusus ‘kapok lombok’ dalam media informasi di Waroeng SS adalah istilah untuk mengajak pengunjung menikmati masakan sambal di

Waroeng SS lagi. Kata *lombok* yang digunakan berhubungan dengan sambal karena bahan utama membuat sambal adalah *lombok* atau cabai. *Kapok lombok* merupakan ungkapan dalam bahasa Jawa yang bermakna jera sesaat karena suatu saat masih akan mengulangi perbuatan itu lagi. Secara leksikal *kapok* bermakna jera (tidak akan mengulangi perbuatan itu lagi). Sementara itu *lombok* adalah nama lain cabai, yaitu tanaman perdu yang buahnya berbentuk bulat panjang dengan ujung meruncing, apabila sudah tua berwarna merah kecokelat-cokelatan atau hijau tua, berisi banyak biji yang pedas rasanya.

2.4 Parodi

Parodi adalah karya sastra atau seni yang dengan sengaja menirukan gaya, kata penulis, atau pencipta lain dengan maksud mencari efek kejenuhan (KBBI, 2008). Dalam hal ini, pernyataan yang umum sengaja dikreasikan menjadi sesuatu yang berhubungan dengan ciri khas Waroeng SS sehingga menjadi sesuatu yang jenaka.

a. Habis pedas terbitlah nikmat

Ungkapan *habis pedas terbitlah nikmat* terdapat pada media informasi yang berjudul “Sambal SS Berdasar Tingkat Kepedasan dan Favoritas”. Ungkapan *habis pedas terbitlah nikmat* merupakan parodi dari judul buku yang berisi kumpulan surat R.A. Kartini, yaitu “Habis Gelap Terbitlah Terang”. Ungkapan *habis pedas terbitlah nikmat* dapat bermakna setelah menikmati rasa pedas menu masakan sambal yang ada di Waroeng SS akan muncul rasa nikmat.

Pengunjung diharapkan akan menikmati masakan sambal tersebut secara terus menerus karena akan mendapatkan kenikmatan.

b. Senyum bisa mengurangi penderitaan akibat kepedasan karena sambal

Ungkapan *Senyum bisa mengurangi penderitaan akibat kepedasan karena sambal* terdapat dalam media informasi di Waroeng SS yang berjudul “Lebih Banyak Senyum, Why Not? Beberapa Alasan untuk Selalu Tersenyum”. Pernyataan umum yang terdapat dalam ungkapan *Senyum bisa mengurangi penderitaan akibat kepedasan karena sambal* adalah *senyum bisa mengurangi penderitaan*. Dalam pernyataan umum tersebut dapat dilihat bahwa dengan tersenyum seseorang yang lagi bersedih atau mengalami penderitaan akan menjadi berkurang penderitaannya. Ungkapan umum tersebut diparodikan dengan menghubungkan dengan sambal sehingga menjadi *Senyum bisa mengurangi penderitaan akibat kepedasan karena sambal*. Dengan demikian, makna ungkapan tersebut akhirnya menjadi rasa pedas sambal di Waroeng SS dapat berkurang dengan cara tersenyum. Bahkan, untuk meyakinkan pengunjung ditambahkan dengan ajakan untuk mencobanya bila tidak mempercayai ungkapan *senyum bisa mengurangi penderitaan akibat kepedasan karena sambal* tersebut.

c. Kebencian itu identik dengan ketidaksabaran, maka latihlah kesabaran anda dengan meresapi dan menghayati detik demi detik mengalirnya rasa pedas sambal 'pedas abis'nya Waroeng SS

Ungkapan *kebencian itu identik dengan ketidaksabaran, maka latihlah kesabaran anda dengan meresapi dan menghayati detik demi detik mengalirnya rasa pedas sambal 'pedas abis'nya Waroeng SS* terdapat dalam media informasi di Waroeng SS dengan judul teks yang bernilai moral "Benci Itu Rugi". Pernyataan umum yang terdapat dalam ungkapan di media informasi Waroeng SS tersebut adalah *kebencian itu identik dengan ketidaksabaran*. Pernyataan umum itu bermakna bahwa rasa benci itu berhubungan dengan sifat tidak sabar. Pernyataan umum itu diparodikan sesuai dengan ciri khas sambal dalam Waroeng SS sehingga menjadi *kebencian itu identik dengan ketidaksabaran, maka latihlah kesabaran anda dengan meresapi dan menghayati detik demi detik mengalirnya rasa pedas sambal 'pedas abis'nya Waroeng SS*. Ungkapan parodi bermakna bahwa untuk melatih kesabaran dapat dilakukan dengan merasakan atau menikmati sedikit demi sedikit rasa pedas sambal dengan tingkat yang paling pedas. Ungkapan itu dimaksudkan sebagai tips atau cara membersihkan hati dari rasa kebencian.

d. Jam pedas

Istilah *jam pedas* terdapat dalam media informasi di Waroeng SS yang berjudul "Jam Pedas Waroeng "SS" 11:00 – 22:00 (last order)". Ungkapan jam pedas adalah bentuk parodi dari ungkapan umum jam buka. Dengan menggunakan jam pedas sebagai pengganti jam buka didapatkan kesan lucu yang menjadikan

identitas Waroeng SS yang berhubungan dengan sambal. Jam pedas dapat diartikan sebagai waktu pengunjung merasakan kepedasan sambal yang disajikan di Waroeng SS.

2.5 Istilah Asing

Istilah asing digunakan dalam media informasi di Waroeng SS karena istilah asing tersebut dianggap lebih menarik dan populer walaupun sebenarnya sudah ada padananannya dalam bahasa Indonesia. Beberapa istilah asing yang digunakan dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya misalnya sebagai berikut.

No.	Istilah Asing	Padanan Bahasa Indonesia
a.	<i>last order</i>	pesanan terakhir
b.	<i>why not</i>	mengapa tidak
c.	<i>big boss</i>	bos besar
d.	<i>booking</i>	pemesanan
e.	<i>sport</i>	olahraga
f.	<i>goalpal</i>	tiang gawang
g.	<i>smack down</i>	membanting
h.	<i>unconfidence</i>	tidak percaya diri
i.	<i>the end</i>	tamat
j.	<i>bullshit</i>	omong kosong
k.	<i>hotline service</i>	layanan pengaduan
l.	<i>stress</i>	stres

2.6 Bentuk Tidak Baku

Istilah tidak baku digunakan dalam media informasi di Waroeng SS untuk mengakrabkan diri dengan pengunjung. Bentuk tidak baku tersebut merupakan bentuk yang sering digunakan dalam pergaulan sehari-hari, seperti *ndak pa pa*, *ok*, dan sebagainya. Selain itu penggunaan bentuk tidak baku dilakukan karena ketidaktahuan kaidah bahasa yang benar, misalnya salah penulisan *mempesona*, *aktifitas*, *silahkan*, dan sebagainya. Beberapa bentuk yang tidak baku yang digunakan dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya misalnya sebagai berikut.

No.	Tidak Baku	Baku
a.	ndak pa pa	tidak apa-apa
b.	ok	oke
c.	silahkan	silakan
d.	ga' puas	tidak puas
e.	gak enak= tidak enak	tidak enak
f.	tlah	telah
g.	mempesona	memesona
h.	aktifitas	aktivitas
i.	terima kasih buuanyak...	terima kasih banyak
j.	mbuat	membuat
k.	Top 10 sambal terlaris	Sepuluh Sambal Terlaris
l.	Tingkat kepedasan dan favorititas	tingkat kepedasan dan kefavoritan

m.	pede	percaya diri
----	------	--------------

Berdasarkan bentuk-bentuk bahasa yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya dapat dilihat bahwa penggunaan bentuk yang berupa sinonim yang digunakan dalam media informasi di Waroeng SS adalah untuk penguatan makna atau bentuk penyangatan. Penggunaan bentuk metafora, istilah khusus yang berhubungan dengan sambal, serta parodi merupakan bentuk kreativitas yang dilakukan oleh manajemen Waroeng SS untuk membuat menarik minat pengunjung agar memperhatikan media informasi di Waroeng SS. Selain itu juga untuk menyegarkan suasana sehingga tidak monoton atau membosankan. Penggunaan bentuk istilah asing dalam media informasi dan penggunaan bentuk tidak baku dalam media informasi di Waroeng SS adalah untuk mengakrabkan dengan pengunjung karena istilah yang digunakan merupakan bentuk yang lebih populer dan biasa digunakan dalam percakapan sehari-hari. Selain itu, penggunaan istilah tidak baku dalam media informasi di Waroeng SS juga karena karena ketidaktahuan kaidah bahasa yang benar.

BAB III

MAKNA BAHASA DALAM MEDIA INFORMASI DI WAROENG SS CABANG SURABAYA

BAB III

MAKNA BAHASA DALAM MEDIA INFORMASI

DI WAROENG SS CABANG SURABAYA

Analisis tentang makna bahasa yang digunakan dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya berkenaan dengan nama usil yang digunakan dalam daftar menu makanan di Waroeng SS. Penyebutan nama usil karena penamaan tersebut didasarkan kepada keusilan manajemen untuk memberi nama menu yang sudah ada dengan nama lain. Terdapat berbagai macam menu dalam Waroeng SS Cabang Surabaya, yaitu menu sambal, lauk, sayur, dan minuman. Nama usil banyak diberikan untuk menu sambal dan sayur. Dari 28 jenis masakan yang terdapat dalam menu sambal terdapat 5 jenis sambal yang tidak ada nama usilnya, yaitu sambel bawang goreng, sambal leunca, sambal goreng rempele ati, sambel wader, dan sambel paru. Dari 22 jenis masakan yang terdapat dalam menu lauk, hanya 1 yang mempunyai nama usil, yaitu *greh keranjang*. Dari 11 jenis masakan yang terdapat dalam menu sayur, terdapat 5 masakan yang tidak ada nama usilnya, yaitu pete goreng, terong goreng, ca kangkung, ca jamur, dan karedok. Sementara itu, dari 24 jenis masakan yang terdapat dalam menu minuman tidak ada yang diberi nama usil. Terdapat beberapa nama menu masakan yang belum ada nama usilnya karena penambahan variasi menu dan manajemen belum menemukan nama usilnya. Berikut akan dijelaskan pemaknaan nama masakan dalam daftar menu makanan di Waroeng SS yang ada nama usilnya.

1. Sambal Belut = Smack Down

Sambal adalah makanan penyedap yang dibuat dari cabai, garam, dan sebagainya yang ditumbuk, dihaluskan, dan sebagainya, biasanya dimakan bersama nasi (KBBI, 2008). Sambal belut adalah menu masakan sambal yang dicampur dengan belut goreng. Terdapat tingkat kepedasan sambal, yaitu tidak pedas, sedang, dan pedas sekali. Belut merupakan jenis ikan yang bentuknya panjang seperti ular, kulitnya licin, dan biasa hidup di tanah lumpur. Belut juga dapat bermakna seseorang yang licik dan cerdik sehingga sulit untuk diketahui maksudnya atau ditangkapnya. Pemakaian nama usil *smack down* untuk menyebut sambal belut berhubungan dengan gerakan *smack down*. Dalam gerakan *smack down* terdapat gerakan membanting sehingga lawan akan tersungkur ke bawah (tanah). Keadaan tersungkur ke tanah ini dihubungkan dengan tempat belut hidup, yaitu tanah lumpur. Oleh karena itu, digunakan nama usil *smack down* untuk menyebut menu masakan *sambal belut*.

2. Sambal Teri = Geli

Sambal teri adalah masakan sambal yang dicampur dengan teri. Teri adalah jenis ikan laut kecil-kecil, tergolong marga *stolephorus*, dapat dimakan (KBBI: 2008:1451). Pemakaian nama usil *geli* untuk menyebut sambal teri berasal dari penyesuaian bunyi *teri* menjadi *keri*. Kata *keri* adalah kata dari bahasa Jawa yang bermakna 'geli'. Dengan demikian dapat dilihat bahwa penamaan *teri* menjadi *geli* tidak ada hubungannya dengan acuannya (sambal teri). Penamaan

tersebut karena padanan makna langsung dari penyesuaian bunyi *teri* menjadi *keri*.

3. Sambal Tempe = Unconfidence/Ngedrop

Sambal tempe adalah masakan sambal yang dicamparkan dengan tempe. Tempe merupakan makanan untuk lauk nasi, dibuat dari kedelai dan sebagainya yang diberi ragi (KBBI: 1433). Tempe berbentuk lembek, tidak keras, dan mudah hancur. Tempe merupakan makanan khas Indonesia dan banyak dikonsumsi masyarakat karena harganya murah. Karena dianggap sebagai makanan murah dan bentuknya yang mudah hancur tempe banyak dimaknai sebagai keadaan yang kurang positif, biasanya digunakan untuk menyebut mental orang-orang yang tidak berani bersaing, tidak percaya diri atau rendah diri. Karena makna kiasan tersebut sambal tempe mendapat nama usil *unconfidence* 'tidak percaya diri' atau *ngedrop* 'keadaan atau kondisi fisik yang menurun atau kurang sehat'. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa penamaan sambal tempe menjadi *unconfidence* atau *ngedrop* berhubungan dengan makna kiasan mental tempe.

4. Sambal Tahu = Pedhe

Sambal tahu adalah masaka sambel yang dicampur dengan tahu. Tahu adalah makanan dari kedelai putih yang digiling halus-halus, direbus, dan dicetak (KBBI. 2008:1377). Tahu juga banyak digemari oleh masyarakat Indonesia, bahkan menjadi pasangan lauk tempe karena sama-sama murah. Selain sebagai makanan kata tahu juga dapat dimaknai: 1 mengerti sesudah melihat

(menyaksikan, mengalami dan sebagainya); 2 kenal (akan); mengenal; 3 mengindahkan, memedulikan; 4 mengerti; berpengertian; 5 pandai, cakap; 6 insaf; sadar; 7 pernah (KBBI, 2008: 1377). Berdasarkan pengertian tersebut *tahu* dapat dihubungkan dengan makna *pede* yang dapat dimaknai percaya diri karena sudah mempunyai pengetahuan, kepandaian, atau kecakapan. Selain itu, hubungan makna tahu dan tempe dianggap sebagai pasangan yang berlawanan, seperti gelap dan terang, hitam dan putih, dan sebagainya sehingga ketika tempe bermakna *unconfidence* atau *ngedrop* sejajar dengan *tahu* bila dimaknai dengan *pede*.

5. Sambal Trasi Segar = Sport

Sambal trasi segar adalah sambal mentah yang dibumbui dengan cabai, garam, dan sebagainya yang dicampur dengan trasi. Terasi adalah bumbu penyedap masakan yang dibuat dari ikan kecil-kecil atau udang yang dilumatkan halus-halus (KBBI, 2008). Sambal trasi segar mengacu pada sambal trasi yang berbumbu mentah (tidak digoreng terlebih dahulu). Penggunaan nama usil *sport* untuk menyebut sambal terasi segar berhubungan dengan makna istilah segar. Segar adalah keadaan yang nyaman dan sehat. Untuk mendapatkan tubuh yang sehat seseorang harus berolahraga. Setelah berolahraga badan akan terasa segar dan sehat. Dalam bahasa Inggris istilah olahraga dipadankan dengan *sport*. Manajemen Waroeng SS lebih memilih menggunakan istilah asing *sport* untuk menjadi nama usil sambal trasi segar daripada olahraga karena pertimbangan lebih menarik dan lebih singkat sehingga lebih mudah diingat.

6. Sambal Trasi Matang = Senja

Sambal trasi matang adalah sambal matang yang dibumbui dengan cabai, garam, dan sebagainya yang dicampur dengan trasi. Sambal trasi matang mengacu pada sambal trasi yang berbumbu matang (cabai dan sebagainya digoreng terlebih dahulu). Sambal trasi matang mendapat nama usil senja karena penyesuaian bunyi *matang* menjadi *peteng*. Kata *peteng* merupakan istilah dalam bahasa Jawa yang bermakna tidak terang atau gelap. Nama usil senja dipilih karena senja menunjukkan hari mulai malam, keadaan yang sudah mulai gelap karena matahari telah tenggelam.

7. Sambal Trasi Tomat Segar = Pusing

Sambal trasi tomat segar adalah masakan sambal mentah yang dicampur dengan cabai, garam, tomat dan terasi. Tomat merupakan tanaman sayuran, batang dan daunnya berbulu halus, buahnya agak bulat, yang muda berwarna hijau, yang sudah masak (tua) berwarna merah, ada yang berbiji banyak, ada yang tidak berbiji, digunakan sebagai sayur atau dimakan sebagai buah; terung bali; ranti merah; *Solanum lycopersicum* (KBBI, 2008). Penggunaan kata pusing sebagai nama usil untuk menyebut sambal trasi tomat segar berhubungan dengan penyesuaian bunyi tomat menjadi tamat. Tamat bermakna berakhir, habis, atau selesai (dibaca, diceritakan, dipertunjukkan, dan sebagainya); khatam (KBBI, 2008:1386). Istilah pusing digunakan sebagai nama usil karena ketika usaha menjadi tamat 'tutup karena merugi' akan membuat pusing manajemen dan

karyawannya. Karyawan tidak bisa bekerja lagi di Waroeng SS sehingga berpengaruh terhadap penghasilannya.

Selain berhubungan dengan penyesuaian bunyi tomat menjadi tamat, penggunaan nama usil pusing dapat dihubungkan dengan teka-teki silang. Sambal terasi tomat segar bila disingkat menjadi sambal TTS. Singkatan TTS identik dengan teka-teki silang. Orang yang tidak terbiasa mengisi TTS biasanya akan kesulitan dan menjadi pusing dalam mengerjakan TTS karena jawabannya harus sesuai antara kolom mendatar dan menurun.

8. Sambal Trasi Lombok ijo = Horor

Sambal trasi lombok ijo adalah masakan sambal yang menggunakan cabai hijau sehingga berwarna hijau kegelapan. Lombok ijo atau cabai hijau adalah cabai merah yang masih muda sehingga tingkat kepedassanya masih dibawah cabai merah. Pemakaian nama usil *horor* untuk menyebut sambel trasi lombok ijo berhubungan dengan penyesuaian bunyi *lombok* menjadi *lowo* 'kelalawar'. *Lowo ijo* 'kelalawar hijau' identik dengan binatang yang menakutkan. Bahkan dalam film Indonesia yang berjenis *horror action*, yaitu film yang berjudul "Lowo ijo" *lowo ijo* adalah orang yang jahat, suka memperkosa wanita. Oleh karena itu, sambal trasi lombok ijo diberi nama usil *horor* karena *lowo ijo* identik dengan sesuatu yang menyeramkan, menimbulkan rasa ngeri atau takut yang amat sangat.

9. Sambal Bawang = Goalpal

Sambal bawang adalah masakan sambal yang menggunakan bawang merah disamping bumbu lainnya. Bawang merah adalah tanaman yang diambil umbinya untuk digunakan sebagai bumbu. Umbinya berwarna merah sehingga disebut bawang merah. Selain bawang merah ada juga bawang putih karena umbinya berwarna putih. Penggunaan istilah *goalpal* sebagai nama usil untuk menyebut sambal bawang berhubungan dengan penyesuaian bunyi *bawang* menjadi *gawang*. Berdasarkan KBBI (2008) gawang adalah 1 dua tiang yang dihubungkan dengan kayu palang pada bagian ujung atas; 2 olr dua tiang yang berpalang sebagai tempat sasaran memasukkan bola (dalam permainan sepak bola dan sebagainya). Dalam bahasa Inggris, terdapat istilah *goalpal* 'tiang gawang' yang dapat digunakan sebagai acuan gawang.

10. Sambal Bawang Tomat = Bete

Sambal bawang tomat adalah masakan sambal yang bumbunya dicampur dengan bawang merah dan tomat. Bawang merah adalah tanaman yang diambil umbinya untuk digunakan sebagai bumbu. Umbinya berwarna merah sehingga disebut bawang merah. Tomat merupakan tanaman sayuran, batang dan daunnya berbulu halus, buahnya agak bulat, yang muda berwarna hijau, yang sudah masak (tua) berwarna merah, ada yang berbiji banyak, ada yang tidak berbiji, digunakan sebagai sayur atau dimakan sebagai buah; terung bali; ranti merah; *Solanum lycopersicum* (KBBI, 2008). Sambal bawang tomat mendapat nama usil *bete* karena penyesuaian bunyi *bawang tomat* menjadi *gawang tamat*. Ketika gawang

tamat (kemasukan gol) akan menimbulkan kekesalan bagi tim dan pendukung tim tersebut. Kata *bete* sebenarnya merupakan bentuk panjang dari *BT*. Singkatan *BT* merupakan kepanjangan dari *bored totally* yang dapat dimaknai keadaan yang sangat membosankan/mengesalkan. Dalam konteks *gawang tamat*, kata *bete* digunakan sebagai nama usil untuk menunjukkan keadaan kebobolan gawang atau kemasukan gol.

11. Sambal Bawang Lombok Ijo = Hantu Kiper

Sambal bawang lombok ijo merupakan masakan sambal yang bumbunya terdapat cabai hijau dan bawang merah. Sambal *bawang lombok ijo* mendapat nama usil *hantu kiper* karena penyesuaian bunyi *bawang lombok ijo* menjadi *gawang lowo ijo*. Hantu adalah roh jahat (yang terdapat di tempat-tempat tertentu) sehingga dianggap menyeramkan dan menakutkan. Kata *hantu* digunakan karena *lowo ijo* berhubungan dengan sesuatu yang mengerikan dan menyeramkan sehingga *lowo ijo* dianggap seperti hantu. Kata *kiper* digunakan karena pronomina yang berhubungan dengan gawang adalah kiper atau penjaga gawang. Dengan demikian, kata *hantu kiper* dipilih sebagai nama usil untuk menyebut *sambal bawang lombok ijo*.

12. Sambal Bawang Gobal-Gabul = Pinalti

Penggunaan nama usil *pinalti* untuk menyebut sambal bawang gobal-gabul berhubungan dengan penyesuaian bunyi *bawang* menjadi gawang dan pemaknaan *gobal-gabul*. *Gobal-gobul* merupakan istilah dalam bahasa Jawa yang dapat

diartikan keadaan yang dibesar-besarkan, kebenarannya tidak dapat dibuktikan atau tidak jelas karena dasarnya hanya dari omong kosong. Keadaan tersebut menimbulkan kebingungan dan tidak sesuai dengan harapan. Hal ini dapat dihubungkan dengan keadaan penalti yang menimbulkan kebingungan atau ketidakpastian. Penalti bermakna tendangan atau tembakan hukuman karena melanggar peraturan permainan di daerah depan gawang pada batas tertentu (dalam sepak bola, polo air, dan sebagainya); hukuman, denda (karena lalai membayar pajak, hutang dan sebagainya) KBBI 2008: 1043. Penalti digunakan sebagai nama usil karena berhubungan dengan makna *gawang gobal-gabul*. Keadaan gawang gobal-gabul dapat dihubungkan dengan keadaan gawang yang tidak aman, membingungkan, atau tidak pasti (bisa kemasukan gol atau tidak). Rasa yang bercampur dalam menghadapi penalti yaitu, tegang, kesal, gembira (untuk lawan) mempunyai hubungan dengan rasa ketika seseorang *nggabul* 'banyak bicara tetapi kebenarannya diragukan' yaitu kesal (bagi yang mendengar) dan gembira (bagi yang berbicara).

13. Sambal Kecap = Bull Shit

Sambal kecap adalah masakan sambal yang dicampur dengan kecap. Sambal kecap mempunyai nama usil *bull shit* karena berhubungan dengan makna kiasan *kecap*. Secara leksikal, *kecap* dapat diartikan sebagai cairan atau saus hasil olahan kacang kedelai yang diberi gula dan rempah-rempah untuk penyeedap rasa masakan (KBBI, 2008:643). Makna kiasan *kecap* adalah bual, omong kosong. Dalam bahasa Inggris, makna omong kosong dapat diwujudkan dengan kata *bull*

shit. Kata *bull shit* lebih dipilih sebagai nama usil kecap daripada *omong kosong* karena lebih mempunyai nilai jual (lebih memiliki gengsi dan populer).

14. Sambal Rempelo Ati = Kurang Ajar

Sambal rempelo ati mempunyai nama usil *kurang ajar* karena mempunyai persamaan makna kiasan. Kurang ajar adalah sifat yang tidak sopan; tidak tahu sopan santun (KBBI, 2008). Bahasa Jawa mengenal peribahasa *dikei ati ngeraga rempolo* ‘diberi hati minta ampela/empedal’ yang berarti sudah diberi sesuatu yang enak masih menuntut yang lain’. Oleh karena itu, perbuatan *dikei ati ngeraga rempolo* dianggap sebagai perbuatan yang tidak sopan karena bertentangan dengan nilai kesopanan. Seseorang yang sudah diberi seharusnya menerima dan berterima kasih bukannya malah minta yang lebih sehingga menunjukkan sifat serakah dan tidak pernah puas.

15. Sambal Bajak = Teroris

Sambal bajak adalah masakan sambal yang bahannya terdiri atas cabai, bawang merah, kemiri, garam, terasi diberi santan dan direbus hingga air santannya menguap habis. Sambel bajak diberi nama usil *teroris* karena berhubungan dengan makna bajak. Dalam KBBI (2008:119) kata bajak bermakna ambil alih secara paksa, disertai ancaman (tentang pesawat dan sebagainya). Teroris adalah orang yang menggunakan kekerasan untuk menimbulkan rasa takut, biasanya untuk tujuan politik (KBBI, 2008). Pembajakan biasanya dilakukan oleh teroris, sehingga sambel bajak diberi nama usil teroris.

16. Sambal Tomat = The End

Sambal tomat adalah masakan sambal yang bahannya dicampur dengan tomat. Sambal tomat mempunyai nama usil *the end* karena penyesuaian bunyi *tomat* menjadi *tamat*. Kata *tamat* bermakna berakhir, habis, atau selesai (dibaca, diceritakan, dipertunjukkan, dan sebagainya); khatam (KBBI, 2008:1386). Dalam bahasa Inggris, makna *tamat* dapat diwujudkan dalam kata *the end*.

17. Sambel Gobal-Gabul = Bingung

Sambal gobal-gabul mempunyai nama usil bingung karena berhubungan dengan makna gobal-gabul. Bingung adalah 1 hilang akal (tidak tahu yang harus dilakukan); 2 tidak tahu arah (mana barat mana timur dan sebagainya); 3 gugup tidak keruan; 4 bodoh; tolol; 5 (merasa) kurang jelas (tentang sesuatu); kurang mengerti (KBBI, 2008). Kata *gabul* atau *nggabul* bermakna perbuatan omong kosong sehingga tidak jelas arah pembicaraannya. Kegiatan *nggabul* tersebut menyebabkan kebingungan karena pembicaraannya kemana-mana dan belum tentu kebenarannya dapat dibuktikan. Oleh karena itu, sambal gobal-gabul diberi nama usil bingung.

18. Sambal Terong = Raksasa

Sambal terong adalah masakan sambal yang dicampur dengan irisan terong goreng. Terong adalah tumbuhan yang buahnya disayur atau dimakan mentah, bentuk buahnya bervariasi antara bulat panjang, bulat telur, atau bulat pendek, warna buah bervariasi antara putih kehijau-hijauan, hijau pucat, atau ungu

(KBBI, 2008). *Sambal terong* mempunyai nama usil raksasa karena bentuk fisik dari *sambal terong*. Bentuk sambal kebanyakan adalah lembut dan halus. Bentuk tersebut berbeda dengan *sambal terong*. Irisan terongnya cukup besar sehingga bentuk terongnya lebih dominan dari sambalnya. Oleh karena bentuk terong yang berwarna gelap (hijau kehitaman) dan besar sehingga identik dengan *buto* atau raksasa. Raksasa menurut KBBI (2008) adalah 1 makhluk yang menyerupai manusia, konon berbadan tinggi besar; gergasi; buta; 2 sesuatu yang sangat besar; sangat terkenal di bisang tertentu, dan sebagainya; 3 besar sekali (melebihi ukuran biasa).

19. Sambal Udang Pedas = Hati-hati

Sambal udang pedas mempunyai nama usil hati-hati karena penyesuaian bunyi udang menjadi undang-undang atau pedang serta hubungan dari rasa sambal yang tingkat kepedasannya paling tinggi diantara sambal-sambal lainnya. Udang adalah binatang tidak bertulang, hidup dalam air, berkulit keras, berkaki sepuluh, berekr pendek, dan bersepit dua pada kaki depannya (KBBI, 2008). Undang-undang menurut KBBI (2008) adalah 1 ketentuan dan peraturan negara yang dibuat oleh pemerintah (menteri, badan eksekutif, dan sebagainya), disahkan oleh parlemen (Dewan Perwakilan Rakyat, badan legislatif, dan sebagainya), ditandatangani oleh kepala negara (presiden, kepala pemerintah. raja), dan mempunyai kekuatan yang mengikat; 2 aturan yang dibuat oleh orang atau badan yang berkuasa; 3 hukum dalam arti patokan yang bersifat alamiah atau sesuai dengan sifat-sifat alam). Sementara itu pedang adalah senjata tajam semacam

parang yang panjang. Bila dikaitkan dengan undang-undang, nama usil hati-hati mengandung makna bahwa Waroeng SS mempunyai undang-undang atau aturan yang harus dipatuhi bagi karyawannya sehingga karyawan harus berhati-hati terhadap aturan tersebut karena dampak dari pelanggaran aturan itu adalah hukuman sesuai dengan berat atau ringannya pelanggaran. Bila dikaitkan dengan pedang, nama usil hati-hati mengandung makna bahwa penggunaan pedang harus berhati-hati karena dapat melukai seseorang.

Selain berdasarkan penyesuaian bunyi undang-undang dan pedang, nama usil hati-hati juga dihubungkan dari bentuk fisik sambal, yaitu dari rasa sambal. Sambal udang pedas mempunyai tingkat kepedasan yang paling tinggi diantara sambal-sambal di Waroeng SS lainnya, sehingga manajemen Waroeng SS perlu memperingatkan dengan memberi nama usil *hati-hati* agar pelanggan tidak kecewa karena kepedasan. Berdasarkan tiga acuan tersebut (undang-undang, pedang, rasa terpedas) tersebut, semuanya mengandung makna kehati-hatian sehingga sambal udang pedas diberi nama usil hati-hati.

20. Sambal Cumi = Purba

Sambal cumi adalah masakan sambal yang dicampur dengan cumi. Pemakaian kata purba sebagai nama usil untuk menyebut sambal cumi berhubungan dengan penyesuaian bunyi cumi menjadi mumi. bagaimempunyai nama usil purba karena penyesuaian bunyi cumi menjadi mumi. Cumi adalah ikan laut. termasuk golongan binatang lunak, kelas *Cephalopoda*, tidak bertulang belakang, menggunakan kepala sebagai alat untuk bergerak. mempunyai sepuluh

belalai di sekeliling mulut dan kantong tinta yang terdapat di atas usus besar dan bermuara di dekat anus, yang berkontraksi dan mengeluarkan cairan hitam bila ada serangan, dagingnya kenyal berwarna putih (KBBI, 2008). Mumi adalah mayat yang diawetkan dengan jalan pembalseman (seperti pada orang Mesir Kuno) KBBI, 2008: 938. Oleh karena proses pemumian ini identik dengan zaman Mesir kuno maka digunakan kata purba 'zaman ribuan atau jutaan tahun yang lalu; zaman kuno' untuk penamaan sambal cumi.

21. Sambal Jamur = Parasit

Sambal jamur adalah masakan sambal yang dicampur dengan jamur goreng. Sambal jamur mempunyai nama usil parasit karena hubungan maknanya. Jamur merupakan jenis tumbuhan yang tidak berdaun dan tidak berbuah, berkembang biak dengan spora, biasanya berbentuk payung, tumbuh di daerah berair atau lembap atau batang busuk; cendawan; kulat (KBBI, 2008:564). Sementara itu parasit adalah 1 benalu; pasilan, 2 organisme yang hidup dan mengisap makanan dari organisme lain yang ditemelinya (KBBI, 2008: 1020). Dengan demikian dapat dilihat bahwa jamur merupakan tumbuhan parasit karena hidupnya menempel atau mengisap makanan dari organisme lain sehingga kata parasit dipilih sebagai nama usil untuk menyebut sambal jamur.

22. Sambal Tubruk = P3K

Sambal tubruk mempunyai nama usil P3K karena makna tubruk berhubungan dengan P3K. Tubruk adalah 1 lompatan hendak menerkam

(menangkap dan sebagainya); 2 terpa; tumbuk (KBBI, 2008). Dalam konteks lain tumbuk dapat juga dimaknai manabrak (orang, kendaraan, dan sebagainya) sehingga terjadi luka. Dalam konteks yang berhubungan dengan nama usil, *tubruk* bermakna menabrak orang sehingga terjadi luka atau terjadi peristiwa kecelakaan sehingga terdapat luka pada korbannya. Pengobatan luka korban kecelakaan identik dengan Pertolongan Pertama Pada Kecelakaan (P3K). Oleh karena itu, kata P3K digunakan sebagai nama usil untuk menyebut sambal tumbuk.

23. Sambal Mangga Muda = Semangat

Sambal mangga muda adalah masakan sambal yang dicampur parutan mangga muda. Sambal mangga muda mempunyai nama usil semangat karena mangga muda diasosiasikan dengan anak muda yang mempunyai semangat membara dan tidak loyo. Sejarah menunjukkan bahwa begitu pentingnya peran generasi muda, mereka banyak mennguratkan tinta perubahan sepanjang sejarah bangsa Indonesia. Sumpah Pemuda yang diikrarkan pada 28 Oktober 1928 merupakan salah satu bukti keterlibatan pemuda dalam perjuangan bangsa Indonesia. Peristiwa tersebut merupakan akar dari semangat perjuangan kemerdekaan Indonesia karena telah memunculkan rasa kebersamaan serta semangat persatuan dan kesatuan tanpa memandang suku, ras, dan etnik. Berdasarkan semangat anak muda atau generasi muda tersebut maka semangat digunakan sebagai nama usil untuk menyebut sambal mangga muda. Selain itu, dengan menggunakan nama usil semangat diharapkan generasi muda selalu bersemangat dalam meraih cita-cita dan menjalani kehidupannya.

24. Lauk Gerek Keranjang = Ikan bingung

Gerek keranjang adalah ikan asin digoreng yang dihidangkan di piring keranjang dari bambu. Gerek keranjang diberi nama ikan bingung karena berhubungan dengan pemaknaan aktivitas ikan di keranjang. Gerek adalah istilah dalam bahasa Jawa yang bermakna ikan yang dikeringkan dan asin rasanya; ikan asin (KBBI, 2008). Ikan hidup yang diletakkan di suatu wadah dalam jumlah banyak akan membuat pergerakan ikan-ikan tersebut menjadi tidak bebas. Ikan-ikan tersebut tidak leluasa bergerak, mondar-mandir tidak jelas arahnya sehingga seperti dalam keadaan bingung. Hal ini diasosiasikan dengan keadaan ikan asin yang diletakkan dalam keranjang. Ikan asin tersebut dianggap juga mengalami kebingungan.

25. Sayur Pecel = Bangun Tidur

Sayur pecel adalah makanan yang terdiri atas sayuran seperti kacang panjang, bayam, kol, taoge dan sebagainya yang disiram dengan kuah sambal kacang. Pecel mempunyai nama usil bangun tidur karena penyesuaian bunyi pecel menjadi kesel atau kucel. Kesel adalah keadaan lelah atau letih. Kucel adalah keadaan kotor dan lusuh. Keadaan lelah, letih, kotor, dan lusuh biasanya identik dengan saat bangun tidur. Orang yang bangun tidur biasanya terlihat lusuh dan merasakan badannya capek atau lelah. Oleh karena itu kata bangun tidur digunakan sebagai nama usil untuk menyebut sayur pecel.

26. Sayur Plencing Jawa = Escape

Sayur plencing jawa adalah masakan dari sayuran dan sebagainya yang digoreng sebentar (supaya lemas), lalu direbus bersama minyak dan bumbunya. Sayur plencing jawa ini berbentuk seperti tumis. Pemakaian kata *escape* sebagai nama usil untuk menyebut sayur plencing jawa berhubungan dengan persamaan makna yang terkandung pada kata *plencing* dalam bahasa Jawa dan *escape* dalam bahasa Inggris. Kata *plencing* dalam bahasa Jawa berarti pergi tanpa pamit. Makna kata *plencing* tersebut mempunyai makna yang sama dalam kata bahasa Inggris, yaitu *escape* 'melarikan diri/kabur'.

27. Sayur Asam = Pasar Burung

Sayur asam adalah sayur yang diberi asam, terdiri atas bermacam-macam sayuran seperti kacang panjang, nangka muda, kangkung, kol, taoge panjang, jagung muda, kacang tanah, buah mlinjo serta daunnya, dan sebagainya. Sayur asam mempunyai nama usil pasar burung karena hubungan makna keadaan sayur asam dengan keadaan pasar burung yang ramai. Keadaan sayur asam yang banyak variasi sayurnya (kacang panjang, nangka muda, kangkung, kol, taoge panjang, jagung muda, kacang tanah, buah mlinjo serta daunnya, dan sebagainya) membuat sayur asam terlihat ramai. Hal ini disamakan dengan keadaan pasar burung yang ramai dengan suara burung dan proses jual beli antarpedagang dan pembeli.

28. Sayur Lalapan = F1

Lalapan adalah sayur mentah seperti kemangi, kol, kacang panjang, selada, mentimun, petai dan sebagainya yang dimakan bersama-sama dengan sambal dan nasi. Lalapan mendapat nama usil F1 karena penyesuaian bunyi lalapan menjadi balapan. *The FIA Formula One World Championship* yang lebih dikenal dengan F1 atau Formula Satu adalah kelas balapan mobil formula tempat duduk tunggal yang tertinggi. Terdiri atas sejumlah seri balapan yang dikenal dengan istilah *grand prix*. Balapan diselenggarakan di dalam sirkuit atau jalan umum dalam kota yang ditutup untuk umum. Hasilnya menentukan dua gelar juara dunia, satu untuk pembalap dan satu lagi untuk konstruktor. Pada balapan, mobil balap dapat mencapai kecepatan 300 km/h (185 mph) yang dihasilkan oleh mesin yang dapat mencapai tenaga sebesar 900 daya kuda pada putaran mesin sekitar 18.000 rpm (*id.m.wikipedia.org*). Kata balapan identik dengan F1 karena merupakan kejuaraan balapan mobil yang sangat populer di dunia. Oleh karena itu, kata F1 digunakan sebagai nama usil untuk menyebut sayur lalapan.

29. Sayur Trancam = Scare

Sayur trancam adalah masakan yang terbuat dari sayur mentimun yang dibumbui dengan rempah dan kelapa parut. Rasa *trancam* biasanya pedas. Sayur trancam mempunyai nama usil *scare* karena penyesuaian bunyi trancam menjadi terancam. Terancam adalah keadaan dalam bahaya karena akan dicelakai pihak tertentu sehingga menjadi sebuah ketakutan. Keadaan takut tersebut mempunyai

makna yang sama dalam istilah bahasa Inggris *scare*. Oleh karena itu, kata dalam bahasa Inggris *scare* dipilih sebagai kata usil untuk menyebut sayur trancam.

30. Sayur Gudangan = Cadangan

Gudangan adalah masakan yang terbuat dari berbagai sayuran yang sudah direbus dan dicampur dengan sambal kelapa parut dengan rasa pedas. Gudangan mempunyai nama usil cadangan karena terdapat penyesuaian bunyi *gudangan* menjadi *cadangan*. Tidak ada pemaknaan yang berhubungan antara gudangan dan cadangan.

Berdasarkan pemaknaan dalam pemakaian nama usil untuk penyebutan menu masakan sambal di Waroeng SS terdapat proses pemaknaan yang berupa 1) penyesuaian bunyi (sayur gudangan = cadangan), 2) penyesuaian bunyi dan kemiripan makna dalam bahasa Indonesia (sayur pecel = bangun tidur, sambal cumi = purba, sambal udang pedas = hati-hati, sambal bawang gobal-gabul = penalti, sambal lombok ijo = hantu kiper, sambal trasi matang = senja, dan sambal teri = geli), 3) penyesuaian bunyi dan kemiripan makna dalam bahasa asing (sambal bawang = goalpal, sambal tomat = the end, dan sayur lalapan = F1), 4) penyesuaian bentuk acuan dengan referensinya (sayur asam = pasar burung, lauk gereh keranjang = ikan bingung, sambal terong = raksasa), 5) persamaan atau kemiripan makna dengan bahasa asing (sayur trancam = scare, sayur plencing jawa = escape, sambal kecap = bull shit, sambal trasi segar = sport, sambal tempe = unconfidence, sambal belut = smack down), serta 6) persamaan atau kemiripan makna dengan bahasa Indonesia (sambal mangga muda = semangat, sambal

tubruk = P3K, sambal jamur = parasit, sambal gobal-gabul = bingung, sambal bajak = teroris, sambal rempelo ati = kurang ajar, gawang tamat = bete, sambal trasi lombok ijo = horor, sambal tamat segar = pusing, sambal tahu = pede, dan sambal tempe = ngedrop).

BAB IV

TANGGAPAN PENGUNJUNG TERHADAP
BAHASA DALAM MEDIA INFORMASI
DI WAROENG SS CABANG SURABAYA

BAB IV

TANGGAPAN PENGUNJUNG TERHADAP BAHASA DALAM MEDIA INFORMASI DI WAROENG SS CABANG SURABAYA

Pengunjung Waroeng SS yang dijadikan responden adalah pengunjung yang lebih dari satu kali menikmati menu makanan di Waroeng SS. Pengunjung yang lebih dari satu kali makan di Waroeng SS dianggap sudah mengenal Waroeng SS dan memperhatikan media informasi yang ada di waroeng SS. Pengunjung yang dijadikan sebagai responden berjumlah 50 orang, terdiri atas 27 laki-laki dan 23 perempuan.

Analisis tanggapan pengunjung dalam penelitian ini berupa tanggapan pengunjung dan sikapnya terhadap bahasa dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya. Analisis tanggapan pengunjung terhadap bahasa dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya ini dikaitkan dengan jumlah kunjungan dan jenis kelamin. Sementara itu analisis sikap pengunjung terhadap media informasi di Waroeng SS hanya dikaitkan dengan jenis kelamin saja karena pertanyaan lebih bersifat umum, yaitu tidak hanya berkaitan dengan bahasa saja tetapi meliputi bentuk media informasi dan sebagainya.

Terdapat jenis pertanyaan tertutup dan terbuka dalam kuesioner yang dibagikan kepada responden. Pertanyaan tertutup berupa pertanyaan pilihan sehingga responden yang agak lupa dengan informasi yang ada di media informasi Waroeng SS dapat diingatkan kembali melalui pilihan jawaban yang tersedia. Sementara itu, pertanyaan terbuka berisi pertanyaan bentuk esai singkat yang

harus dijawab oleh responden tanpa bantuan pilihan jawaban sehingga bila tidak tahu sama sekali pertanyaan tersebut tidak akan dijawab. Selain itu, terdapat pertanyaan mengenai tanggapan responden sesuai dengan skala sikapnya.

Berikut adalah data tanggapan pengunjung terhadap bahasa dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya. Tanggapan ini berasal dari 6 informasi yang ditanyakan kepada responden, yaitu berupa informasi 1) jam buka Warong SS, 2) teks yang bernilai moral, 3) salam khas Waroeng SS, 4) menu makanan di Waroeng SS, 5) nama Waroeng SS, dan 6) penerima pengaduan.

No.	Informasi	Tahu	Tidak Tahu
1.	Jam buka	38	12
2.	Teks yang bernilai moral	22	28
3.	Salam khas Waroeng SS	32	18
4.	Menu makanan	a. 25 b. 22 c. 12 d. 17	a. 25 b. 28 c. 38 d. 33
5.	Nama SS	41	9
6.	Penerima pengaduan	20	30
Rata-rata		25,4 = 25	24,6 = 25

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa pengunjung yang mengetahui informasi yang ada dalam media informasi di Waroeng SS dan yang tidak mengetahui informasi yang ada di Waroeng SS adalah hampir sama/sama.

Terdapat selisih sedikit yang menyatakan lebih banyak yang tahu daripada yang tidak tahu, tetapi secara matematis bila dibulatkan menjadi sama. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa media informasi yang digunakan di Waroeng SS cukup banyak diketahui oleh pengunjungnya, yaitu 50% pengunjungnya akan informasi yang ada dalam media informasi di Waroeng SS.

4. 1 Tanggapan Pengunjung Terhadap Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya Berdasarkan Jumlah Kunjungan

Dari 50 jumlah responden dalam penelitian ini, responden yang melakukan kunjungan paling banyak adalah 50 kali dan yang paling sedikit adalah 2 kali. Jumlah kunjungan 5 kali paling banyak dilakukan oleh responden, yaitu 11 orang. Sementara itu, hanya ada 1 responden yang berkunjung 9 kali, 35 kali, dan 50 kali. Untuk lebih jelasnya, rincian jumlah kunjungan dapat dilihat pada tabel berikut.

No.	Jumlah Kunjungan	Jumlah Responden
1.	2 kali	7 orang
2.	3 kali	9 orang
3.	4 kali	2 orang
4.	5 kali	11 orang
5.	6 kali	3 orang
6.	8 kali	5 orang
7.	9 kali	1 orang
8.	10 kali	6 orang

9.	12 kali	2 orang
10.	15 kali	2 orang
11.	35 kali	1 orang
12.	50 kali	1 orang

Berikut akan dipaparkan analisis yang berhubungan dengan tanggapan responden terhadap bahasa dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya berdasarkan jumlah kunjungan. Paparan berdasarkan tanggapan responden terhadap media informasi di Waroeng SS yang berisi informasi 1) jam buka Warong SS, 2) teks yang bernilai moral, 3) salam khas Waroeng SS, 4) menu makanan di Waroeng SS, 5) nama Waroeng SS, dan 6) penerima pengaduan.

a. Tanggapan pengunjung terhadap informasi jam buka Waroeng SS berdasarkan jumlah kunjungan

Waroeng SS mempunyai istilah jam pedas untuk makna jam buka. Media informasi yang berisi pemberitahuan jam buka tersebut dipasang di dinding pembatas Waroeng SS dengan bangunan lainnya. Media informasi tersebut cukup mencolok dengan ukuran besar dan dapat dibaca dari kejauhan. Media informasi tersebut berisi pengumuman sebagai berikut.

Jam Pedas Waroeng "SS" 11:00 – 22:00 (last order)

Dari 50 responden, terdapat 38 orang (76%) yang mengetahui jam buka Waroeng SS. Dengan demikian, terdapat 12 responden (24%) yang tidak mengetahui jam buka Waroeng SS. Kedua belas responden yang tidak tahu jam

buka Waroeng SS adalah pengunjung yang sudah pernah makan di Waroeng SS 2 kali (1 orang), 3 kali (1 orang), 4 kali (2 orang), 5 kali (3 orang), 8 kali (2 orang), 9 kali (1 orang), 25 (1 orang), dan 35 kali (1 orang). Dengan demikian dapat dilihat bahwa lebih banyak responden yang mengetahui informasi jam buka Waroeng SS daripada yang tidak mengetahui.

b. Tanggapan pengunjung terhadap informasi teks yang bernilai moral berdasarkan jumlah kunjungan

Selain berisi pengumuman, media informasi Waroeng SS juga memuat teks yang berisi nilai moral. Teks tersebut misalnya berjudul "Bahagia Itu Dekat", "Benci Itu Rugi", dan "Maaf Adalah Jawaban untuk Kegelisahan Keresahan". Teks yang berjudul "Bahagia Itu Dekat" berisi ajakan untuk mendekatkan kebahagiaan secara sederhana dengan cara bermanfaat bagi sesama dengan menjadi pribadi yang menentramkan dan menyenangkan untuk orang lain, rendah hati dalam sikap, kata-kata santun, sejuk, jauh dari menggunjing, mengeluh, mengumpat, senyum tulus yang senantiasa terukir, selalu menyediakan tangan untuk membantu, dan menyediakan pundak untuk bersandar.

Teks yang berjudul "Benci Itu Rugi" berisi tentang peringatan bahwa kebencian itu adalah sesuatu yang merugikan karena memberatkan hati. Kebencian diibaratkan kerikil, sehingga semakin banyak kerikil semakin berat pula hati kita. Selain itu, dalam teks tersebut juga dijelaskan cara untuk membersihkan kebencian, yaitu:

1. lebih banyak mengingat kebaikan orang lain;

2. ketika kebencian mulai merayap segera mengambil nafas panjang dan berkata dalam hati “dasar penyakit hati”; serta
3. kebencian identik dengan ketidaksabaran, cara melatih kesabaran dengan meresapi dan menghayati rasa pedas sambal “pedas abis” di warung SS.

Teks yang berjudul ”Maaf Adalah Jawaban untuk Kegelisahan Keresahan” berisi tentang ajakan berjiwa besar untuk memaafkan karena sebuah kesalahan yang sekian lama menyumbat yang menimbulkan kegelisahan dan keresahan akan ternetralisir oleh tulusnya kata maaf sehingga menjadi kelegaan dan keleluasaan batin.

Dari 50 responden, terdapat 22 orang (44%) yang mengetahui media informasi yang berisi teks nilai moral. Sementara itu, terdapat 28 orang (56%) yang salah dalam menjawab media informasi yang mengandung nilai moral yang ada di Waroeng SS. Walaupun dikemas secara menarik dan isinya mengandung nilai moral yang baik, ternyata banyak pengunjung yang tidak tahu secara pasti informasi tersebut. Kesalahan menjawab tersebut dapat dikarenakan responden lupa isinya atau bisa juga karena tidak tahu sama sekali atau dengan kata lain tidak pernah membaca media informasi tersebut. Responden yang tidak mengetahui media informasi yang mengandung nilai moral di Waroeng SS adalah responden yang sudah berkunjung ke Waroeng SS 2 kali (3 orang), 3 kali (3 orang), 4 kali (2 orang), 5 kali (4 orang), 6 kali (2 orang), 8 kali (5 orang), 9 kali (1 orang), 10 kali (4 orang), 15 kali (2 orang), 25 kali (1 orang), 35 kali (1 orang). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa lebih banyak responden yang tidak mengetahui secara pasti tentang teks yang mengandung nilai moral yang ada di

Waroeng SS. Responden yang tidak mengetahui media informasi yang mengandung nilai moral tersebut adalah informan yang sampai 10, 15, 25 bahkan sampai 35 kali makan di Waroeng SS tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa frekuensi seseorang mengunjungi dan makan di Waroeng SS tidak menjamin mengetahui informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS.

c. Tanggapan pengunjung terhadap informasi salam khas Waroeng SS berdasarkan jumlah kunjungan

Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pengunjungnya adalah Salam Pedas Abis. Salam tersebut banyak terdapat di bagian akhir media informasi yang terpasang di Waroeng SS. Oleh karena sering digunakan, salam tersebut banyak diketahui oleh pengunjungnya. Hal ini terbukti dari 50 informan, yang mengetahui salam Waroeng SS “Salam Pedas Abis” adalah 32 orang (64%). Sementara itu, terdapat 18 informan (36%) yang tidak mengetahui secara pasti salam khas yang digunakan di Waroeng SS. Informan yang tidak mengetahui salam khas Waoroeng SS adalah pengunjung yang berkunjung dan makan di Waroeng SS sebanyak 2 kali (2 orang), 3 kali (2 orang), 4 kali (2 orang), 5 kali (4 orang), 6 kali (1 orang), 8 kali (5 orang), 15 kali (1 orang), dan 12 kali (1 orang). Dengan demikian dapat dilihat, lebih banyak pengunjung yang mengetahui salam khas di Waroeng SS daripada yang tidak mengetahui.

d. Tanggapan pengunjung terhadap informasi menu makanan di Waroeng SS Cabang Surabaya berdasarkan jumlah kunjungan

Media informasi yang berisi tentang daftar menu atau nama-nama menu sambal dan nama usilnya terdapat pada media informasi yang ditempelkan di dinding Waroeng SS dan dapat juga ditemui di nota pemesanan Waroeng SS. Dari beberapa nama sambal, diambil dua nama sambal untuk mengetahui seberapa mengenal pengunjung SS mengenal nama lain atau nama usil menu yang ada di Waroeng SS.

Sambal tempe adalah makanan penyedap yang dibuat dari cabai, garam, bawang merah, terasi, dan sebagainya dan dicampur dengan tempe. Sambal tempe mempunyai nama usil sambal *ngedrop* atau *unconfidence*. Dari 50 responden, terdapat 25 orang (50%) yang mengetahui secara pasti nama usil sambel tempe. Dengan demikian, 50 persen lainnya tidak tahu secara pasti namanya. Ketidaktahuan tersebut dapat dilihat dari responden yang sudah berkunjung dua kali (2 orang), 3 kali (3 orang), 4 kali (2 orang), 5 kali (6 orang), 6 kali (2 orang), 8 kali (2 orang), 9 kali (1 orang), 10 kali (3 orang), 12 kali (1 orang), 15 kali (1 orang), 25 kali (1 orang), dan 50 kali (1 orang).

Untuk melihat seberapa tahu pengunjung atas nama usil atau nama lain menu sambal yang ada di Waroeng SS, juga ditanyakan nama sebutan sambal dengan cara menyebutkan nama usil dahulu. *The end* adalah nama usil untuk menyebut sambal tomat. Nama itu digunakan sebagai nama usil karena *the end* berarti tamat. Terdapat penyesuaian bunyi antara tamat dengan tomat sehingga tamat digunakan untuk mengganti nama sambal tomat. Dari 50 responden,

terdapat 22 responden (42%) yang mengetahui nama usil *the end* sebagai pengganti nama sambel tomat. Terdapat 28 responden (56%) yang tidak mengetahui secara pasti nama usil tersebut, yaitu 2 kali (6 orang), 3 kali (5 orang), 4 kali (2 orang), 5 kali (4 orang), 6 kali (3 orang), 8 kali (4 orang), 9 kali (1 orang), 10 kali (2 orang), dan 50 kali (1 orang).

Selain digunakan dua pertanyaan tertutup, juga digunakan dua pertanyaan terbuka untuk mengetahui nama usil menu makanan di Waroeng SS. Pertanyaan pertama berupa pertanyaan yang menyebutkan nama makanannya dulu sehingga yang ditanyakan adalah nama usilnya. Bentuk pertanyaan tersebut yaitu, *Apa nama lain dari sambal tahu?* Pertanyaan tertutup yang kedua berupa pertanyaan yang menyebutkan nama usilnya terlebih dahulu, sehingga yang ditanyakan adalah nama menu makanan pada umumnya. Bentuk pertanyaan tersebut yaitu, *Sambal smack down digunakan untuk menyebut sambal apa?*

Dari 50 responden, terdapat 38 orang (76%) yang tidak mengetahui nama usil dari sambal tahu. Hanya 12 orang (24%) yang mengetahui nama usil sambal tahu. Sambal tahu adalah masakan sambal yang dicampur dengan tahu. Penggunaan kata *pede* sebagai nama usil untuk menyebut sambal tahu karena terdapat hubungan makna antara makna tahu dan pede. Kata *tahu* dapat dihubungkan dengan makna *pede* yang dapat dimaknai percaya diri karena sudah mempunyai pengetahuan, kepandaian, atau kecakapan. Responden yang tidak mengetahui kata *pede* sebagai nama lain atau nama usil sambal tahu berjumlah 38 orang, yaitu yang sudah makan di Waroeng SS sebanyak 2 kali (6 orang), 3 kali (5 orang), 4 kali (2 orang), 5 kali (9 orang), 6 kali (3 orang), 8 kali (4 orang), 9 kali

(1 orang), 10 kali (4 orang), 12 kali (1 orang), 15 kali (2 orang), dan 50 kali (1 orang).

Sementara itu, dari 50 responden, terdapat 33 orang (66%) yang tidak mengetahui nama usil *smack down* untuk menyebut menu makanan apa. Hanya 17 orang (34%) yang mengetahui nama usil *smack down* untuk menyebut *sambal belut*. Pemakaian nama usil *smack down* untuk menyebut sambel belut berhubungan dengan gerakan *smack down*. Dalam gerakan *smack down* terdapat gerakan membanting sehingga lawan akan tersungkur ke bawah (tanah). Keadaan tersungkur ke tanah ini dihubungkan dengan tempat belut hidup, yaitu tanah lumpur. Oleh karena itu, digunakan nama usil *smack down* untuk menyebut menu masakan *sambal belut*. Responden yang tidak mengetahui nama usil *smack down* adalah responden yang sudah makan di Waroeng SS sebanyak 2 kali (4 orang), 3 kali (3 orang), 4 kali (2 orang), 5 kali (8 orang), 6 kali (2 orang), 8 kali (4 orang), 9 kali (1 orang), 10 kali (4 orang), 12 kali (2 orang), 15 kali (2 orang), 50 kali (1 orang).

Dari data-data yang berhubungan dengan nama usil menu makanan, yaitu yang berupa 2 pertanyaan terbuka dan 2 pertanyaan tertutup dapat disimpulkan bahwa lebih banyak pengunjung yang tidak tahu nama usil menu makanan di Waroeng SS daripada yang tahu. Hal ini terbukti dari 50 responden, yang tidak tahu nama usil dalam menu makanan adalah 50%, 56%, 76%, dan 66%. Selain itu dapat dilihat juga bahwa dengan menggunakan pertanyaan tertutup lebih membantu daripada pertanyaan terbuka. Hal ini dapat dilihat dari dua pertanyaan tertutup, pengunjung yang salah dalam menjawab pertanyaan sebanyak 50% dan

56%. Sementara itu dari dua pertanyaan terbuka, pengunjung yang salah dalam menjawab pertanyaan adalah 76% dan 66%. Dengan demikian dapat dilihat bahwa pilihan jawaban cukup membantu pengunjung dalam memahami media informasi di Waroeng SS.

Dari pengunjung yang tidak mengetahui nama usil menu makanan dapat dilihat dari seberapa sering pengunjung tersebut ke Waroeng SS. Ada yang hanya 2 kali ke Waroeng SS, tetapi ada juga yang sampai 50 kali. Ternyata, walaupun sudah 50 kali pengunjung tersebut tidak tahu secara pasti informasi nama usil pada menu makanan yang ada di Waroeng SS. Ketidaktahuan tersebut karena lupa atau tidak membaca media informasi yang berisi tentang nama usil menu sambal yang ada di Waroeng SS.

e. Tanggapan pengunjung terhadap informasi nama Waroeng SS berdasarkan jumlah kunjungan

SS adalah kependekan dari spesial sambel. Dari 50 responden, yang tahu kepanjangan SS ada 41 orang atau 82% dan yang tidak tahu kepanjangan SS ada 9 atau 18%. Responden yang tidak tahu kepanjangan SS menganggap kepanjangan SS adalah singkatan dari *sego sambel*, *super sambel*, *sambal spesial*, *sambel surabaya*, atau *segala sambel*. Responden yang tidak tahu kepanjangan SS adalah responden yang makan di Waroeng SS sebanyak 2 kali (1 orang). 3 kali (1 orang). 5 kali (6 orang), dan 35 kali (1 orang). Dari data tersebut dapat dilihat bahwa lebih banyak responden yang mengetahui informasi tentang nama Waroeng SS daripada yang tidak.

f. Tanggapan pengunjung terhadap informasi Sapaan Pelanggan Waroeng SS Cabang Surabaya berdasarkan Jumlah Kunjungan

Berdasarkan media informasi yang ada, dapat dilihat bahwa pelanggan SS disapa dengan menggunakan *big boss*. Hal ini dapat dilihat pada media informasi yang ditempel di dinding Waroeng SS dan di buletin Waroeng SS yaitu, "Berita Nikmat: Buletin Warta Pedas". Tidak ada satupun responden yang tahu sapaan itu. Kebanyakan responden menjawab dengan salam pedas abis. Berdasarkan jawaban tersebut ada kemungkinan responden salah persepsi terhadap pertanyaan yang diberikan dalam kuesioner. Pertanyaan tersebut berbunyi "Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya?" Berdasarkan data yang ada dapat dilihat bahwa pertanyaan tersebut perlu dikaji ulang, apakah responden benar-benar tidak tahu sapaan *big boss* atau terdapat kesalahan dalam redaksi kalimat tanyanya. Dengan demikian jawaban responden atas pertanyaan yang berhubungan dengan sapaan pengunjung tidak digunakan dasar penarikan simpulan.

g. Tanggapan pengunjung terhadap informasi penerima pengaduan di Waroeng SS Cabang Surabaya berdasarkan jumlah kunjungan

Di Waroeng SS terdapat media informasi yang menjelaskan komplain, kritik dan saran disampaikan kepada Mr. Huh Hah. Huh Hah adalah ekspresi bunyi atau suara yang dihasilkan dari rasa pedas yang berlebihan pada seseorang. Dari 50 responden, terdapat 20 orang (40%) yang mengetahui sebutan Mr. Huh Hah tersebut. Responden yang tidak tahu berjumlah 30 orang atau 60%. yaitu responden yang pernah makan di Waroeng SS sebanyak 2 kali (6 orang), 3 kali (4

orang), 4 kali (2 orang), 5 kali (4 orang), 6 kali (2 orang), 8 kali (5 orang), 9 kali (1 orang), 10 kali (3 orang), 12 kali (2 orang), dan 35 kali (1 orang). Berdasarkan data yang ada, dapat dilihat bahwa lebih banyak pengunjung yang tidak mengetahui informasi tentang penerima pengaduan daripada yang tahu, walaupun pengunjung telah makan di SS sebanyak 10 kali, 12 kali, maupun 35 kali. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa lebih banyak pengunjung yang tidak memperhatikan media informasi yang berisi tentang penerima pengaduan yang berupa pujian, komplain, kritik, dan saran.

Berdasarkan dari data dan analisis tanggapan pengunjung terhadap media informasi di Waroeng SS yang berisi informasi 1) jam buka Warong SS, 2) teks yang bernilai moral, 3) salam khas Waroeng SS, 4) menu makanan di Warong SS, 5) nama Waroeng SS, dan 6) penerima pengaduan dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan seseorang tidak terlalu mempengaruhi pemahaman seseorang terhadap isi informasi dalam media informasi di Waroeng SS. Pengunjung yang berulang kali ke Waroeng SS untuk makan, bahkan sampai ada yang 25, 35, bahkan 50 kali tidak terlalu memperhatikan media informasi yang dipasang di Waroeng SS walaupun cukup mencolok. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung yang makan di Waroeng SS hanya untuk menikmati kelezatan masakan di Waroeng SS saja. Selain itu, media informasi yang dikemas dalam bentuk tulisan dan sedikit gambar kurang menarik bagi pengunjung walaupun media informasi tersebut ditempel hampir di seluruh bagian atau dinding Waroeng SS.

4. 2 Tanggapan Pengunjung Terhadap Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari 50 jumlah responden, yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 27 orang dan perempuan berjumlah 23 orang. Analisis tanggapan pengunjung terhadap bahasa dalam media informasi di Waroeng SS berupa analisis dari pertanyaan yang memuat informasi 1) jam buka Warong SS, 2) teks yang bernilai moral, 3) salam khas Waroeng SS, dan pertanyaan 4) menu makanan di Waroeng SS, 5) nama Waroeng SS, dan 6) penerima komplain, kritik, dan saran. Selain itu, analisis juga berdasarkan tanggapan sikap pengunjung terhadap bahasa dalam media informasi di Waroeng SS.

a. Tanggapan pengunjung terhadap informasi jam buka Waroeng SS berdasarkan jenis kelamin

Dari 50 jumlah responden, terdapat 38 orang (76%) yang mengetahui jam buka Waroeng SS. Dengan demikian, terdapat 12 responden (24%) yang tidak mengetahui jam buka Waroeng SS. Kedua belas responden yang tidak tahu jam buka Waroeng SS adalah 9 laki-laki dan 3 perempuan. Dengan demikian dari 27 jumlah responden laki-laki, yang tidak tahu informasi jam buka Waroeng SS adalah 33% dan responden yang mengetahui informasi jam buka Waroeng SS adalah 18 orang atau 67%. Sementara itu, dari 23 jumlah responden perempuan yang tidak mengetahui informasi jam buka Waroeng SS adalah 13% dan yang mengetahui informasi jam buka Waroeng SS adalah 20 orang atau 87%. Dengan

demikian dapat dilihat bahwa lebih banyak pengunjung laki-laki yang tidak mengetahui informasi jam buka Waroeng SS daripada pengunjung perempuan.

b. Tanggapan pengunjung terhadap informasi teks yang bernilai moral berdasarkan jenis kelamin

Dari 50 responden, terdapat 22 orang (44%) yang mengetahui media informasi yang berisi teks nilai moral. Sementara itu, terdapat 28 orang (56%) yang salah dalam menjawab media informasi yang mengandung nilai moral yang ada di Waroeng SS, yaitu 14 laki-laki dan 14 perempuan. Dengan demikian, dari 27 responden laki-laki, yang tidak mengetahui informasi teks yang bernilai moral adalah 52% dan yang mengetahui informasi teks yang bernilai moral adalah 48% atau 13 orang. Dari 23 responden perempuan, yang tidak mengetahui informasi teks yang bernilai moral adalah 61% dan yang mengetahui informasi teks yang bernilai moral adalah 39% atau 9 orang. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa lebih banyak pengunjung perempuan yang tidak mengetahui secara pasti tentang teks yang mengandung nilai moral di Waroeng SS daripada pengunjung laki-laki.

c. Tanggapan pengunjung terhadap informasi salam khas Waroeng SS berdasarkan jenis kelamin

Dari 50 responden, yang mengetahui salam Waroeng SS "Salam Pedas Abis" adalah 32 orang (64%). Sementara itu, terdapat 18 responden (36%) yang tidak mengetahui secara pasti salam khas yang digunakan di Waroeng SS.

Informan yang tidak mengetahui salam khas Waroeng SS adalah 13 laki-laki dan 5 perempuan. Dari 27 jumlah responden laki-laki, terdapat 48% yang tidak mengetahui salam khas Waroeng SS dan 52% (14 orang) yang mengetahui salam khas Waroeng SS. Dari 23 jumlah responden perempuan, terdapat 11% (5 orang) yang tidak mengetahui salam khas Waroeng SS dan 39% (18 orang) yang mengetahui salam khas Waroeng SS. Dengan demikian dapat dilihat bahwa lebih banyak pengunjung laki-laki yang tidak mengetahui salam khas di Waroeng SS daripada pengunjung perempuan.

d. Tanggapan pengunjung terhadap informasi menu makanan di Waroeng SS Cabang Surabaya berdasarkan jenis kelamin

Dari 50 responden, terdapat 25 orang (50%) yang mengetahui secara pasti nama usil sambel tempe. Dengan demikian, 50% atau 25 orang lainnya tidak tahu informasi nama usil sambel tempe. Dari 25 orang yang tidak mengetahui informasi mengenai menu makanan di Waroeng SS (nama usil sambel tempe) adalah 18 orang laki-laki dan 7 orang perempuan. Dari 27 jumlah responden laki-laki, yang tidak mengetahui informasi mengenai menu makanan di Waroeng SS (nama usil sambel tempe) adalah 67% (18 orang) dan 33% (9 orang) yang mengetahui informasi mengenai menu makanan di Waroeng SS. Sementara itu, dari 23 jumlah responden perempuan, yang tidak mengetahui informasi mengenai menu makanan di Waroeng SS (nama usil sambel tempe) adalah 30% (7 orang) dan 70% (16 orang) yang mengetahui informasi mengenai menu makanan di Waroeng SS. Dengan demikian dapat dilihat bahwa lebih banyak pengunjung

laki-laki yang tidak mengetahui menu makanan (nama usil sambel tempe) daripada pengunjung perempuan.

Dari 50 responden, terdapat 21 orang (42%) yang mengetahui nama usil *the end* sebagai pengganti nama sambal tomat. Terdapat 28 responden (56%) yang tidak mengetahui secara pasti nama usil tersebut, yaitu 18 orang laki-laki dan 10 orang perempuan. Dari 27 jumlah responden laki-laki, terdapat 67% (18 orang) yang tidak mengetahui nama usil *the end* sebagai sebutan sambal tomat dan 33% (9 orang) yang mengetahui nama usil *the end* sebagai sebutan sambal tomat. Dari 23 jumlah responden perempuan, terdapat 43% (10 orang) yang tidak mengetahui nama usil *the end* sebagai sebutan sambal tomat dan 57% (13 orang) yang mengetahui nama usil *the end* sebagai sebutan sambal tomat. Dengan demikian dapat dilihat bahwa lebih banyak pengunjung laki-laki yang tidak mengetahui nama usil *the end* sebagai sebutan sambal tomat daripada pengunjung perempuan.

Dari 50 responden, hanya 12 orang (24%) yang mengetahui nama usil sambal tahu. Terdapat 38 responden (76%) yang tidak mengetahui nama usil dari sambal tahu, yaitu 23 orang laki-laki dan 15 orang perempuan. Dari 27 jumlah responden laki-laki, terdapat 85% (23 orang) yang tidak mengetahui nama usil dari sambal tahu dan 15% (4 orang) yang mengetahui nama usil dari sambal tahu. Dari 23 jumlah responden perempuan, terdapat 65% (15 orang) yang tidak mengetahui nama usil dari sambal tahu dan 35% (8 orang) yang mengetahui nama usil dari sambal tahu. Dengan demikian dapat dilihat bahwa lebih banyak pengunjung laki-laki yang tidak mengetahui nama usil dari sambal tahu daripada pengunjung perempuan.

Dari 50 responden, hanya 17 orang (34%) yang mengetahui nama usil *smack down* untuk menyebut sambal belut. Terdapat 33 responden (66%) yang tidak mengetahui nama usil *smack down* untuk menyebut menu makanan apa, yaitu 20 rang laki-laki dan 13 orang perempuan. Dari 27 jumlah responden laki-laki, terdapat 74% (20 orang) yang tidak mengetahui nama usil *smack down* untuk menyebut sambal belut dan 26% (7 orang) yang mengetahui nama usil *smack down* untuk menyebut sambal belut. Dari 23 jumlah responden perempuan, terdapat 57% (13 orang) yang tidak mengetahui nama usil *smack down* untuk menyebut sambal belut dan 43% (10 orang) yang mengetahui nama usil *smack down* untuk menyebut sambal belut. Dengan demikian dapat dilihat bahwa lebih banyak pengunjung laki-laki yang tidak mengetahui nama usil *smack down* untuk menyebut sambal belut daripada pengunjung perempuan.

Dari data-data yang berhubungan dengan nama menu makanan, yaitu yang berupa nama menu makanan 1) sambal tempe (*ngedrop* atau *unconfidence*), 2) sambal tomat (*the end*), 3) sambal tahu (*pede*), dan 4) sambal belut (*smack down*) diperoleh hasil bahwa responden laki-laki yang tidak mengetahui secara pasti tentang menu makanan di Waroeng SS adalah sebanyak 1) 67%, 2) 67%, 3) 85%, dan 4) 74%. Sementara itu responden perempuan yang tidak mengetahui secara pasti tentang menu makanan di Waroeng SS adalah sebanyak 1) 30%, 2) 43%, 3) 65%, dan 4) 57%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengunjung laki-laki lebih banyak yang tidak mengetahui nama menu makanan yang terdapat di Waroeng SS daripada pengunjung perempuan.

e. Tanggapan pengunjung terhadap informasi nama Waroeng SS berdasarkan jenis kelamin

Dari 50 responden, yang tahu kepanjangan SS ada 41 orang atau 82%. Sembilan responden atau 18% menganggap SS adalah singkatan dari *sego sambel*, *super sambel*, *sambal spesial*, *sambel surabaya*, atau *segala sambel*. Responden yang tidak tahu kepanjangan SS adalah 5 laki-laki dan 4 perempuan. Dari 27 jumlah responden laki-laki, terdapat 19% (5 orang) yang tidak mengetahui informasi nama Waroeng SS dan terdapat 81% (22 orang) yang mengetahui informasi nama Waroeng SS. Dari 23 jumlah responden perempuan, terdapat 17% (4 orang) yang tidak mengetahui informasi nama Waroeng SS dan 83% (19 orang) yang mengetahui informasi nama Waroeng SS. Dengan demikian dapat dilihat bahwa lebih banyak pengunjung laki-laki yang tidak mengetahui informasi nama Waroeng SS daripada pengunjung perempuan.

g. Tanggapan pengunjung terhadap informasi penerima pengaduan di Waroeng SS Cabang Surabaya berdasarkan jenis kelamin

Dari 50 responden, terdapat 20 orang (40%) yang mengetahui sebutan Mr. Huh Hah tersebut. Responden yang tidak mengetahui informasi penerima pengaduan yang berupa komplimen, komplain, kritik, dan saran berjumlah 30 orang, yaitu 17 laki-laki dan 13 perempuan. Dari 27 jumlah responden laki-laki, terdapat 63% (17 orang) yang tidak mengetahui informasi penerima komplain, kritik, dan saran dan terdapat 37% (10 orang) yang mengetahui informasi penerima komplain, kritik, dan saran. Dari 23 jumlah responden perempuan,

terdapat 57% (13 orang) yang tidak mengetahui informasi penerima komplain, kritik, dan saran dan 43% (10 orang) yang mengetahui informasi penerima komplain, kritik, dan saran. Dengan demikian dapat dilihat bahwa lebih banyak pengunjung laki-laki yang tidak mengetahui informasi penerima pengaduan daripada pengunjung perempuan.

Analisis tanggapan pengunjung terhadap media informasi di Waroeng SS berdasarkan jenis kelamin dilakukan sesuai dengan enam tanggapan informasi 1) jam buka Warong SS, 2) teks yang bernilai moral, 3) salam khas Waroeng SS, 4) menu makanan di Warong SS, 5) nama Waroeng SS, dan 6) penerima pengaduan. Berdasarkan enam tanggapan tersebut, diperoleh hasil bahwa yang tidak mengetahui informasi 1) jam buka Waroeng SS sebanyak 33% laki-laki dan 13% perempuan, 2) teks yang bernilai moral sebanyak 52% dan 61% perempuan, 3) salam khas Waroeng SS sebanyak 48% laki-laki dan 11% perempuan, 4) menu makanan di Waroeng SS sebanyak 67% laki-laki dan 30% perempuan (informasi sambal tempe), 67% laki-laki dan 30% perempuan (informasi sambal tomat), 85% laki-laki dan 65% perempuan (sambal tahu), serta 74% laki-laki dan 57% perempuan (sambal belut), 5) nama Waroeng SS sebanyak 19% laki-laki dan 17% perempuan, dan 6) penerima pengaduan sebanyak 63% dan 57% laki-laki. Dari enam tanggapan tersebut, hanya ada satu tanggapan yang lebih banyak tidak dipahami responden perempuan, yaitu media informasi yang berhubungan dengan teks yang bernilai moral (perempuan sebanyak 61% dan laki-laki sebanyak 52%). Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung perempuan tidak terlalu memperhatikan teks panjang yang berisi nilai moral. Akan tetapi, secara keseluruhan, dapat

dikatakan bahwa pengunjung perempuan lebih peduli terhadap media informasi yang ada di Waroeng SS dibandingkan responden laki-laki. Dari enam tanggapan tersebut, 5 tanggapan terhadap informasi 1) jam buka Warong SS, 2) salam khas Waroeng SS, 3) menu makanan di Warong SS, 4) nama Waroeng SS, dan 5) penerima pengaduan lebih banyak tidak diketahui oleh pengunjung laki-laki daripada pengunjung perempuan.

4.3 Sikap pengunjung terhadap Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

Terdapat lima pertanyaan yang berhubungan dengan sikap pengunjung terhadap bahasa dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, yaitu yang berhubungan dengan 1) bentuk media informasi, 2) manfaat media informasi dalam pelanggan, 3) pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS Cabang Surabaya, 4) pemakaian bahasa dalam media informasi, dan 5) Pemahaman isi informasi dalam media informasi di Waroeng SS.

a. Sikap pengunjung terhadap bentuk media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

Sikap responden terhadap bentuk media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya dapat dilihat pada tabel berikut.

Jenis Kelamin	Sangat Menarik	Menarik	Tidak Menarik	Sangat Tidak Menarik
L	10	15	2	0

P	8	14	1	0
Jumlah	18	29	3	0

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa sikap pengunjung terhadap bentuk media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya adalah positif. Hal ini dapat dilihat dari responden yang menjawab sangat menarik dan menarik sebanyak 47 orang (94%), yaitu 25 orang laki-laki dan 22 orang perempuan. Terdapat 3 orang yang menjawab tidak menarik (6%), yaitu 2 laki-laki dan 1 perempuan. Dari 27 jumlah responden laki-laki yang menganggap bentuk media informasi di Waroeng SS tidak menarik adalah 7% dan dari 23 jumlah responden perempuan yang menganggap tidak menarik hanya 4%. Dengan demikian dapat dilihat bahwa pengunjung perempuan lebih banyak yang bersikap positif terhadap bentuk media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya daripada pengunjung laki-laki.

b. Sikap pengunjung terhadap manfaat media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

Sikap responden terhadap manfaat media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya dapat dilihat pada tabel berikut.

Jenis Kelamin	Sangat Bermanfaat	Bermanfaat	Tidak Bermanfaat	Sangat Tidak Bermanfaat
L	7	19	1	0
P	8	14	1	0

Jumlah	15	33	2	0
--------	----	----	---	---

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa sikap responden terhadap manfaat media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya bagi pelanggan adalah positif. Hal ini dapat dilihat dari yang menjawab sangat bermanfaat dan bermanfaat sebanyak 48 orang (96%), yaitu 26 orang laki-laki dan 22 orang perempuan. Dari 50 jumlah responden, terdapat 2 orang yang menjawab tidak menarik (4%), yaitu 1 laki-laki dan 1 perempuan. Dari 27 jumlah responden laki-laki yang menganggap media informasi di Waroeng SS tidak bermanfaat bagi pelanggan adalah 4% dan dari 23 jumlah responden perempuan yang menganggap tidak bermanfaat adalah 4%. Dengan demikian dapat dilihat bahwa antara pengunjung perempuan dan laki-laki sama-sama bersikap positif terhadap manfaat media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya daripada pengunjung laki-laki.

c. Sikap pengunjung terhadap pemasangan media informasi seperti yang terdapat di Waroeng SS Cabang Surabaya

Sikap responden terhadap pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS Cabang Surabaya dapat dilihat pada tabel berikut.

Jenis Kelamin	Sangat Perlu	Perlu	Tidak Perlu	Sangat Tidak Perlu
L	7	16	3	1
P	10	11	2	0

Jumlah	12	33	4	1
--------	----	----	---	---

Sikap responden terhadap pemakaian bahasa media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya adalah positif. Hal ini dapat dilihat dari yang menjawab sangat menarik dan menarik sebanyak 45 orang (90%), yaitu 23 orang laki-laki dan 22 orang perempuan. Terdapat 5 orang (10%) yang menjawab tidak menarik dan sangat tidak menarik, yaitu 4 laki-laki dan 1 perempuan. Dari 27 jumlah responden laki-laki yang menganggap penggunaan bahasa media informasi di Waroeng SS sangat tidak menarik dan tidak menarik adalah 15% dan dari 23 jumlah responden perempuan yang menganggap tidak menarik hanya 1 orang (4%). Dengan demikian dapat dilihat bahwa pengunjung perempuan lebih banyak yang bersikap positif terhadap pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya daripada pengunjung laki-laki.

e. Sikap pengunjung terhadap Pemahaman isi informasi yang terdapat dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

Sikap responden terhadap pemahaman informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya dapat dilihat pada tabel berikut.

Jenis Kelamin	Sangat Mudah	Mudah	Tidak Mudah	Sangat Tidak Mudah
L	2	22	3	0
P	7	16	0	0
Jumlah	9	38	3	0

Sikap responden terhadap pemahaman isi informasi dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya adalah positif. Hal ini dapat dilihat dari yang menjawab sangat mudah dan mudah sebanyak 47 orang (94%), yaitu 24 orang laki-laki dan 23 orang perempuan. Terdapat 3 orang yang menjawab tidak mudah (6%), yaitu laki-laki semua. Dari 27 jumlah responden laki-laki yang menganggap isi media informasi tidak mudah dipahami adalah 11% (3 orang) dan tidak seorang perempuan pun yang menganggap isi media informasi tidak mudah dipahami atau sangat tidak mudah dipahami. Dengan demikian dapat dilihat bahwa pengunjung perempuan lebih banyak yang bersikap positif terhadap kemudahan pemahaman informasi dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya daripada pengunjung laki-laki.

Dari analisis di atas dapat dilihat bahwa dari lima sikap pengunjung terhadap media informasi yang berupa tanggapan terhadap 1) bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dan sebagainya) di Waroeng SS, 2) Manfaat media informasi bagi pelanggan, 3) pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS, 4) pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS, serta 5) Kemudahan pemahaman isi informasi pada media informasi di Waroeng SS semua menunjukkan sikap responden yang positif. Dengan demikian, pengunjung setuju dengan adanya media informasi yang terdapat di Waroeng SS.

Dari 50 responden, yang bersikap tidak positif terhadap media informasi di Waroeng SS rata-rata 4 orang. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada tabel berikut.

No.	Keterangan	C		D		Jumlah		Jumlah Total
		L	P	L	P	L	P	
1.	Bentuk media informasi	2	1	-	-	2	1	3
2.	Manfaat media informasi bagi pelanggan	1	1	-	-	1	1	2
3.	Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS	3	2	1	-	4	2	6
4.	Pemakaian bahasa dalam media informasi	3	1	1	-	4	1	5
5.	Pemahaman isi informasi dalam media informasi di Waroeng SS	3	-	-	-	3	-	3

Keterangan:

C: Tidak menarik, Tidak bermanfaat, Tidak perlu, tidak Mudah

D: Sangat tidak menarik, Sangat tidak bermanfaat, Sangat tidak perlu, Sangat

tidak mudah.

Berdasarkan tabel tersebut dapat terlihat bahwa yang bersikap tidak positif terhadap media informasi di Waroeng SS lebih banyak laki-laki daripada perempuan. Hal ini mendukung pernyataan bahwa pengunjung laki-laki lebih banyak yang tidak memperhatikan media informasi di Waroeng SS daripada pengunjung perempuan.

BAB V
PENUTUP

BAB IV

PENUTUP

4.1 Simpulan

Berdasarkan permasalahan dan hasil analisis yang telah dilakukan, maka didapatkan simpulan penelitian sebagai berikut.

1. Bentuk bahasa yang digunakan dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya berupa sinonim, metafora, istilah khusus yang berhubungan dengan sambal, parodi, istilah asing, serta bentuk tidak baku. Penggunaan bentuk-bentuk tersebut merupakan bentuk kreativitas untuk menciptakan kesan yang menarik, tidak monoton, dan tidak membosankan.
2. Berdasarkan tiga puluh nama usil yang telah digunakan pada daftar menu makanan di Waroeng SS, pemaknaan bahasanya terdapat proses yang berupa 1) penyesuaian bunyi, 2) penyesuaian bunyi dan kemiripan makna dalam bahasa Indonesia, 3) penyesuaian bunyi dan kemiripan makna dalam bahasa asing, 4) penyesuaian bentuk acuan dengan referensinya, 5) persamaan atau kemiripan makna dengan bahasa asing, serta 6) persamaan atau kemiripan makna dengan bahasa Indonesia.
3. Berdasarkan analisis dari tanggapan pengunjung terhadap media informasi di Waroeng SS diperoleh beberapa simpulan sebagai berikut.

- a. Media informasi yang digunakan di Waroeng SS cukup banyak diketahui oleh pengunjungnya, yaitu 50% pengunjungnya tahu akan informasi yang ada dalam media informasi di Waroeng SS.
- b. Jumlah kunjungan seseorang tidak terlalu memengaruhi pemahaman seseorang terhadap isi informasi dalam media informasi di Waroeng SS. Pengunjung yang berulang kali ke Waroeng SS untuk makan, bahkan sampai ada yang 25, 35, bahkan 50 kali tidak terlalu memperhatikan media informasi yang dipasang di Waroeng SS walaupun cukup mencolok.
- c. Pengunjung perempuan lebih peduli terhadap informasi yang ada dalam media informasi di Waroeng SS dibandingkan pengunjung laki-laki.
- d. Sikap pengunjung terhadap media informasi yang terdapat di Waroeng SS Cabang Surabaya adalah menunjukkan sikap positif. Akan tetapi, pengunjung perempuan lebih bersikap positif terhadap media informasi yang ada di Waroeng SS daripada pengunjung laki-laki.

Dengan demikian, secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa kesengajaan pemakaian media informasi yang kreatif untuk menciptakan kesan yang menarik, tidak monoton, dan tidak membosankan berpengaruh terhadap kepedulian pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Aminuddin. 2003. *Semantik: Pengantar Studi Tentang Makna*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 1995. *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cook, Walter A., S.J. 1971. *Introduction to Tagmemik Analysis*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Djajasudarma, T. Fatimah. 1999. *Semantik 2: Pemahaman Ilmu Makna*. Bandung: Rafika Aditama.
- Fishman, J.A. 1972. *The Sociology of Language*. Masschuset: Newsbury Haouse.
- Hymes, Dell. 1989. *Foundations in Sociolinguistics: An Ethnographic Approach*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Kridalaksana, Harimurti. 1974. *Fungsi dan Sikap Bahasa*. Ende: Nusa Indah.
- Kridalaksana, Harimurti. 1993. *Kamus Linguistik*. Edisi Ketiga. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Komariyah, Siti. 2013. "Penggunaan Bahasa dalam Media Radio bagi Remaja di Wilayah Madiun dan Sekitarnya". *Medan Bahasa: Jurnal Ilmiah Kebahasaan*. Hal. 77—92. Surabaya: Balai Bahasa Provinsi Jatim.
- Leech, Geoffrey. 1993. *Prinsip-prinsip Pragmatik*. Edisi Terjemahan oleh MDD Oka. Jakarta: UI Press.
- Purnanto, Dwi. 2001. *Register Pialang Kendaraan Bermotor: Studi Pemakaian Bahasa Kelompok Profesi di Surakarta*. Surakarta: UNS.
- Sartini, Ni Wayan, dkk. 2003. "Evaluasi Pemakaian Bahasa Indonesia pada Papan Nama dan Reklame di Wilayah Metropolitan (Surabaya, Gresik, dan Sidoarjo)". Pusat Bahasa: Bagian Proyek Pembinaan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah Departemen Pendidikan Nasional.
- Sobur, Alex. *Semiotika Komunikasi*. 2004. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sudaryanto, dkk. 1990a. *Aneka Konsep Kedataan Lingual dalam Linguistik*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.

- Sudaryanto. 1990b. *Menguak Fungsi Hakiki Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Sudaryanto, dkk. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan Secara Linguistik*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Sumarsono dan Paina Partana. 2002. *Sosiolinguistik*. Cetakan I, Juni 2002. Yogyakarta: Sabda dan Pustaka Pelajar.
- Supra, Yoga. 2008. Media Informasi di Taman Kanak-“Kanak Negeri Pembina. <http://elib.unikom.ac.id/download.php?id=122867>. Diakses pada tanggal 20 Februari 2013.
- Suwito. 1983. *Pengantar Awal Sosiolinguistik: Teori dan Problema*. Surakarta: Henary Offset.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi Ketiga. Jakarta: Balai Pustaka.
- Wijana, I Dewa Putu dan M. Rohmadi. 2006. *Sosiolinguistik: Kajian Teori dan Analisis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Winiasih, Tri. 2004. "Leksikon Khas Bahasa Jawa Surabaya dalam Berita Suroboyoan Pojok Kampung JTV". Laporan Penelitian. Surabaya: Balai Bahasa Surabaya.

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Laki-laki
Usia : 19 thn
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat Rumah : Jl. Jelis Kulon 1V/30A Surabaya
Kunjungan di Waroeng SS : 2 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Sambal sambal b. Salam pedas abis
h. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sociolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Special Sambal*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *Salam Rezeki*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *Pebayan*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *teroris*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *Sambal brambang*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sociolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik **(b)** menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat **(b)** bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu **(b)** perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik **(b)** menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah **(b)** mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : ~~AKI~~ - LAKI
Usia : 27
Pekerjaan : SWASTA
Alamat Rumah : Lowayu Dukem Gresik
Kunjungan di Waroeng SS : 10 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
h. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat
- b. Sambal brambang
- c. Sambal terong
- d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Spesial Sambal*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *salam pedas abis*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *Mr. Hua-Hu*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *pedhe*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *belut*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
 a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
 a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : LAKI - LAKI
Usia : 31 thn
Pekerjaan : SUPIR
Alamat Rumah : JALAN JL KOL SUGIAMS
Kunjungan di Waroeng SS : 8 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan
keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
h. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
 c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat
- b. Sambal brambang
- c. Sambal terong
- d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *SPECIAL Sambal*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *Salam PEPAS ABIS*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan?
4. Apa nama lain dari sambal tahu?
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa?

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
 sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu b. perlu tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : *calai idalui*
Usia : *30 tahun*
Pekerjaan : *Managers 2 t*
Alamat Rumah : *Komp. Karwo Indah Blok E 118 C*
Kunjungan di Waroeng SS : *2* kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.
a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00
2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.
a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan
3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.
a. Salam sambal b. Salam pedas abis
h. Salam pedas d. Salam Kapak Lombok
4. Nama lain sambal tempe adalah ____.
a. Sambal sport b. Sambal teroris
 c. Sambal ugedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat
- b. Sambal brambang
- c. Sambal terong
- d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Special sambel.*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya?
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan?
4. Apa nama lain dari sambal tahu?
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa?

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : laki-laki
Usia : 22 tahun
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat Rumah : Jl. Josoeran 1/65 D Surabaya
Kunjungan di Waroeng SS : 3 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
h. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat
- b. Sambal brambang
- c. Sambal terong
- d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *spesial sambel*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *Belum pernah disapa karena setiap keisiti selalu*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *kepada pelayan / nomor yang ada (tertempel) di tembok*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *sambal hati-hati*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *sambal terasi matang*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
 a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Laki - Laki
Usia : 25 th
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat Rumah : Jl Prada Indah 16 A
Kunjungan di Waroeng SS : 5 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.
a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.
a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.
a. Salam sambal b. Salam pedas abis
c. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.
a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Samhal ngedrop d. Samhal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat
- b. Sambal brambang
- c. Sambal terong
- d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

- 1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Super Sambal*
- 2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *Mas/mbak/Juaga*
- 3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *Mr. Huu HAAH*
- 4. Apa nama lain dari sambal tahu?
- 5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *brambang.*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

- 1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
- 2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
 a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
- 3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
 a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
- 4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
- 5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Laki-laki
Usia : 20 Thn.
Pekerjaan : Swasta.
Alamat Rumah : Jl. Manyar Sabrangan 8b/15b Suraba
Kunjungan di Waroeng SS : 5 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
b. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Samhal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Super Sambal.*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *Mas / Mbak.*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *Mr. H. Haah*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *pedas enak.*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *Sambal brambang*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
 a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Laki - Laki
Usia : 18 th.
Pekerjaan : -
Alamat Rumah : Jl. Penanggungan 67.
Kunjungan di Waroeng SS : 3. kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.
a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00
2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.
a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
 c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan
3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.
a. Salam sambal b. Salam pedas abis
b. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok
4. Nama lain sambal tempe adalah ____.
a. Sambal sport b. Sambal teroris
 c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat
- b. Sambal brambang
- c. Sambal terong
- d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Special Sambal.*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *Salam Pedas abis*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *Mr. hub ha*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *Sambel pede.*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *Sambal. belu*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : laki-laki
Usia : 15 tahun
Pekerjaan : Pelajar
Alamat Rumah : Jl. Perumbungan Blusari XI / 7B
Kunjungan di Waroeng SS : 3 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.
a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.
a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
 c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.
a. Salam sambal b. Salam pedas abis
h. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.
a. Sambal sport b. Sambal teroris
 c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terung d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Spesial sambel*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *Salam pekasabis*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *Mr. huu ha*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *sambal pd / pede*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *Sambal Belut*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : laki - laki
Usia : 27 th.
Pekerjaan : Swasta.
Alamat Rumah : Jl. Kumpang Panjoran 7/8.
Kunjungan di Waroeng SS : 5 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
 c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
h. Salam pedas d. Salam Kapak Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Special Sambal.*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya?
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *Kepada Penit*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *PD.*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa?
Sambal Tempe penyet

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
 a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Laki - Laki
Usia : 28 th
Pekerjaan : Swasta
Alamat Rumah : Dsn. Bantengan GG Kenari / Sidoarjo
Kunjungan di Waroeng SS : 8 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
 c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
b. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
 c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS?

Jawaban: Spesial Sambal

2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya?

Jawaban: Salam Sambal

3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan?

Jawaban: Burjawan

4. Apa nama lain dari sambal tahu?

Jawaban: Sambal ngedrap

5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa?

Jawaban: Sambal terong

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.

- a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik

2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.

- a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat

3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.

- a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu

4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.

- a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik

5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.

- a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : *cowo*
Usia : *17*
Pekerjaan : *siswa*
Alamat Rumah : *Citra Indah*
Kunjungan di Waroeng SS : kali *4*

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sociolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.
a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00
2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.
 a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan
3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.
 a. Salam sambal b. Salam pedas abis
c. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok
4. Nama lain sambal tempe adalah ____.
 a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat
- b. Sambal brambang
- c. Sambal terong
- d. ~~Sambal kecap~~

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Spesial Sambal*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *Berapa orang ya?*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *pelanggannya karena*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *Tidak tahu*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *Sambal ferase*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. ~~tidak bermanfaat~~ d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. ~~tidak menarik~~ d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah b. mudah c. ~~tidak mudah~~ d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : laki-laki
Usia : 17
Pekerjaan : Pelajar
Alamat Rumah : Jl. Raya IX/18, SURABAYA
Kunjungan di Waroeng SS : 2 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.
a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.
a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
 c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.
a. Salam sambal b. Salam pedas abis
h. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.
a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
 c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *SPECIAL SAMBAL*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *Berapa orang ya.*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *Mr. Huh - Huh*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *sambal genjot*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *sambal belut.*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
- a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
- a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
- a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
- a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
- a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Pria
Usia : 17
Pekerjaan : Pelajar
Alamat Rumah : Petemon III/164
Kunjungan di Waroeng SS : 5 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
b. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Super Sambal*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *tidak ada*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *Mr. Huut-Huut*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *Sambal Sport*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa?
Belut

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
 a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : laki - Laki
Usia : 20 tahun
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat Rumah : Karang Wisma II No. 18
Kunjungan di Waroeng SS : ± 15 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00

c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

a. Bahagia itu dekat

b. Benci itu rugi

c. Persahabatan itu indah

d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

a. Salam sambal

b. Salam pedas abis

c. Salam pedas

d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

a. Sambal sport

b. Sambal teroris

c. Sambal ngedrop

d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Spesial sambel*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *makan berapa orang?*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? ~~Atau~~ *Mr. huluh hepi*
4. Apa nama lain dari sambal tahu?
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *Sambal Lombok ij*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : PRIA
Usia : 22
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat Rumah : Jl Kerinci 3a Pepelegi Indah SIDOARJO
Kunjungan di Waroeng SS : 10 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.
a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00
2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.
a. Bahagia itu dekat ~~b. Benci itu rugi~~
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan
3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.
a. Salam sambal b. Salam pedas abis
b. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok
4. Nama lain sambal tempe adalah ____.
a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ugedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.
- a. Sambal tomat
 - b. Sambal brambang
 - c. Sambal terong
 - d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Spesial Sambal*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *"Salam Pedas Abis"*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan?
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *Sambal sport*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa?
Sambal terong

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Laki - Laki
Usia : 32 Tahun
Pekerjaan : Insurance
Alamat Rumah : Mdyosari prima Lt 4 / 10
Kunjungan di Waroeng SS : 75 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.
a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00
2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.
a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
 c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan
3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.
a. Salam sambal b. Salam pedas abis
b. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok
4. Nama lain sambal tempe adalah ____.
a. Sambal sport b. Sambal teroris
 c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Spesial Sambal*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *Salam pedas abis*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *Mr huu ha*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *sambal tekoes*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa?

Sambal brambang

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
 a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : laki-laki
Usia : 34
Pekerjaan : life insurance
Alamat Rumah : nggjel gaya utara no. 166
Kunjungan di Waroeng SS : ± 8 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
 c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
h. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepaujangan SS pada Waroeng SS? *Special Sambal.*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *tidak pernah disapa*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *tidak ada*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *tidak tau*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *tidak tau.*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Laki-laki
Usia : 19
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat Rumah : Mulyosari utara no. 8
Kunjungan di Waroeng SS : 12 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sociolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
 c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
b. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *spesial sambel*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *salam pedas abis*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *tidak tahu*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *tidak tahu*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *tidak tahu*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : LAKI"
Usia : 28 tahun
Pekerjaan : WIRASWASTA
Alamat Rumah : KUTISARI INDAH BARAT IV/81
Kunjungan di Waroeng SS : 10/40 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
 c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
b. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.
- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
 c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Spesial Sambal*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *Jarang & sapa saking ramanya.*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *Mr. Hadi.*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *—*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *ga hafal.*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
- a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
- a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
- a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
- a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
- a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : LAKI-LAKI
Usia : 29 TAHUN
Pekerjaan : WIRASWASTA
Alamat Rumah : Perumahan Grand Semanggi Residence A2/42
Kunjungan di Waroeng SS : lebih dari 5 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.
a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00
2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.
 a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan
3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.
a. Salam sambal b. Salam pedas abis
h. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok
4. Nama lain sambal tempe adalah ____.
 a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Waroeng Sambal Surabaya*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *Salam pedas AHS.*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *Tidak tahu*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *Tidak tahu*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *Tidak tahu*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
 a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
 a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : LAKI-LAKI^h
Usia : 23
Pekerjaan : BUMN
Alamat Rumah : SIDOARJO
Kunjungan di Waroeng SS : 3 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
 c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
c. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
 Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? **SPECIAL SAMBAL**
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? **SALAM SAMBAL**
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? **MANAGER**
4. Apa nama lain dari sambal tahu? **—**
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? **BELUT**

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
 sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : laki-laki
Usia : 25
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat Rumah : Jl. Penanggungan 57
Kunjungan di Waroeng SS : 5 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sociolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
 c. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.
- a. Sambal tomat Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS?
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya?
Segala Sambal
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan?
Salam pedas
4. Apa nama lain dari sambal tahu?
Pegawa Waroeng SS
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa?
Sambal ngedrap
Sambal terang

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Laki-Laki
Usia : 19
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat Rumah : Jl. Penanggungan 57
Kunjungan di Waroeng SS : 4 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
c. 11.00—22.00 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
h. Salam pedas Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport Sambal teroris
c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS?
Special Sumbal
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya?
Salam Kapuk Lombok
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan?
Manager
4. Apa nama lain dari sambal tahu?
Sumbal sport
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa?
terang

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Laki - laki
Usia : 19
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat Rumah : Jl. Tirto Indah 1 no 15
Kunjungan di Waroeng SS : 2 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
c. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.
- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *sepesial sambal*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *salam sambal*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *pada petugas warung*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *sambal tahu* ~~gigit~~
smack down
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *sambal tahu*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
- a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
- a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
- a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
- a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
- a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Laki - Laki
Usia : 19
Pekerjaan : Manasiswa
Alamat Rumah : manyar 3/42
Kunjungan di Waroeng SS : 6 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

- Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.
a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00
- Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.
a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
 c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan
- Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.
a. Salam sambal b. Salam pedas abis
b. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok
- Nama lain sambal tempe adalah ____.
a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ugedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.
- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Spesial Sambal*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *Salam Sambal*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan?
4. Apa nama lain dari sambal tahu?
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa?

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
- a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
- a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
- a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
- a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
- a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : laki - laki
Usia : 19
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat Rumah : Joraran 3 / 72 SBY
Kunjungan di Waroeng SS : 3 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.
a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00
2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.
 a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan
3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.
 a. Salam sambal b. Salam pedas abis
h. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok
4. Nama lain sambal tempe adalah ____.
a. Sambal sport b. Sambal teroris
 c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.
- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
 c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *spe sial sam bel*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *salam ~~sambal~~ pedas a*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *tidak t*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *tidak tahu*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *sambal pencit*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
- a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
- a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
- a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
- a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
- a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 32 Tahun
Pekerjaan : Swasta
Alamat Rumah : Surogung Kramat Barat 40/
Kunjungan di Waroeng SS : 25 kali Tidak Terhitung / berkali-kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 ~~b. 10.00—21.00~~
c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah ~~d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan~~

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal ~~b. Salam pedas abis~~
b. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah sambal uncanpi dient

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Spesial Sambal*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *pedas, panas dan berasa mantap*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan?
DBI 125 1500
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *Sambal pede*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *sambal belut.*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
 a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
 a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
 a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 24 tahun.
Pekerjaan : Admin Saks.
Alamat Rumah : Darmasusada Blok D No. 8
Kunjungan di Waroeng SS : 1 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.
a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00
2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.
a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan
3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.
a. Salam sambal b. Salam pedas abis
b. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok
4. Nama lain sambal tempe adalah ____.
a. Sambal sport b. Sambal teroris
 c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat
- b. Sambal brambang
- c. Sambal terong
- d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *special sambel.*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya?
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan?
4. Apa nama lain dari sambal tahu?
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa?

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
 a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 37
Pekerjaan : GURU
Alamat Rumah : SIMOGUNUNG FRAMAT BARAT 19
Kunjungan di Waroeng SS : 35 kali / tak terhitung.

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 10.00—21.00
c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal Salam pedas abis
b. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

(e) Sambal unconfidic

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.
- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
 c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Sego Sambel.*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *Pedas, panas & beras mantap*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *di no. telp. 0811251500*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *Sambel pedet.*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *Sambel belut*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
 a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
 a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
 a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

I. Identitas Informan

Jenis Kelamin : perempuan
Usia : 22
Pekerjaan : mahasiswa
Alamat Rumah : Airlangga 1 no 18 Sby
Kunjungan di Waroeng SS : 10 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
 c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
h. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- (a) Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Spesial Sambel*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *tidak tahu*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *Sms ke yg tertk*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? ~~sambal~~ *the end*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *sambal kecap*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik (b) menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat (b) bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
(a) sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
(a) sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah (b) mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : PEREMPUAN
Usia : 47 TH
Pekerjaan : IBU RT
Alamat Rumah : Jl. SUND 4 GRESIK
Kunjungan di Waroeng SS : 3 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.
a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00
2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.
a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan
3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.
a. Salam sambal b. Salam pedas abis
h. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok
4. Nama lain sambal tempe adalah ____.
a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ugedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a) Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *SAMBAL SPECIAL*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *SUKT SUANS*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *HOT LINE SERVICE*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *PEDEHE*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *BEUT*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
 a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
 a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : PEREMPUAN
Usia : 23 TAHUN
Pekerjaan : MAHASISWA
Alamat Rumah : JALAN SONO NO. 4 PPS . GRESIK
Kunjungan di Waroeng SS : >5 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
 c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
b. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal *sport* b. Sambal teroris
 c. Sambal *ngedrop* d. Sambal *wake up*

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *SPECIAL SAMBAL*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *TIDAK MENYAPA DENGAN SAPAAN YANG ADA*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *KEPADA NO. HP ENTA PIHAK SIAPA WARUNG*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *SAMBAL PEDHE*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *SAMBAL BELUT*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
 a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
 a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 19 Tahun
Pekerjaan : Mahasiswa/D4
Alamat Rumah : Jalan Sono Nomor 4 Perumahan Pongangan Indah
Kunjungan di Waroeng SS : 7 10 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
~~c. 11.00—22.00~~ d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
~~c. Persahabatan itu indah~~ ~~d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan~~

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
~~c. Salam pedas~~ d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
~~c. Sambal ngedrop~~ d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Waring Special Sambel*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *Salam pedas abis*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *Namor gang betera dikasi*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *pedhe*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *Sambal belut*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
 a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
 a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

1. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

I. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 16 th.
Pekerjaan : Pelajar
Alamat Rumah : Donowati V / u Sby.
Kunjungan di Waroeng SS : 3 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ___:

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ___.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
 c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ___.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
h. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ___.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
 c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Sposial sambel*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *Salam Pedas Abis*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *Mr Huan*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *Sambel Pedes* *ncr*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *Sambel belu*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
- a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
- a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
- a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
- a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
- a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 27 thn.
Pekerjaan : Swasta
Alamat Rumah : Sino Kuasean Kuburan 1/4
Kunjungan di Waroeng SS : 6 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.
a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00
2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.
 a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan
3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.
a. Salam sambal b. Salam pedas abis
b. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok
4. Nama lain sambal tempe adalah ____.
a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.
- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
 c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *spesial Sambal*
2. Dengan sajian apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *pedas Abis*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan?
posir
4. Apa nama lain dari sambal tahu?
Sambal sport
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa?
tahu tempe

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
- a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
- a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
- a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
- a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
- a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

I. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 19
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat Rumah : Royal Ketintang regency J/23
Kunjungan di Waroeng SS : > 10 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
c. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
 c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Spesial Sambal*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *Salam pekas*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *Mr. Huuh!*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *Sambal tempe*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *sambal trasi*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 22 thn
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat Rumah : Jl. Tengger Kandangan U11-09 Sby.
Kunjungan di Waroeng SS : 9 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
 c. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sociolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? **SPECIAL SAMBAL**
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? **SALAM PEDAS**
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? **MR. HOU HAAH**
4. Apa nama lain dari sambal tahu? **SAMBAL TERASI MATANG**
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? **SAMBAL MANE MODA**

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sociolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

I. Identitas Informan

Jenis Kelamin : PEREMPOAN
Usia : 20 TAHUN
Pekerjaan : MAHASISWI
Alamat Rumah : JL. KUTISARI INDAHSELATAN VI/24, SBY
Kunjungan di Waroeng SS : 10 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
h. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal *sport* b. Sambal teroris
 c. Sambal *ngedrop* d. Sambal *wake up*

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.
- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
 c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Spesial Sambal*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *"Salam Padas Abis"*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *ekun tu dan Kasir l membaya*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *Sambal wake up*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *Sambal kecap*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
 a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
 a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
 a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 18 tahun
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat Rumah : Jl. W.iguna Timur VI/22 Surabaya.
Kunjungan di Waroeng SS : ± 15 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sociolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.
a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00
2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.
a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan
3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.
a. Salam sambal b. Salam pedas abis
b. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok
4. Nama lain sambal tempe adalah ____.
a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Samhal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- (a.) Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Spesial sambel*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *Salam pedas Abis!*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *Mr. Huh*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *Sambal . . .*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *Bawang Lombok*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik (b) menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat (b) bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu (b) perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik (b) menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah (b) mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

I. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 32 th
Pekerjaan : Manajer Life Insurance
Alamat Rumah : Taman Pondok Lidah KX 23
Kunjungan di Waroeng SS : 5 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
 c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
 c. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
 c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Super Sambal*.
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya?
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *Mr Hb Hlach*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *-*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *Sambal trasi matang*.

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik **b. menarik** c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat **b. bermanfaat** c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu **b. perlu** c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik **b. menarik** c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah **b. mudah** c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : P
Usia : 18
Pekerjaan : Pelajar
Alamat Rumah : Jln Ahmad Yani sby.
Kunjungan di Waroeng SS : Sering 8 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.
a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.
a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.
 a. Salam sambal b. Salam pedas abis
b. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.
 a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *waroeng spesial sambal*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *Sambal Salam Sambal*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *mr tuhga*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *Sambal spart*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *Sambal mangga ma*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat b. ~~bermanfaat~~ c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu b. ~~perlu~~ c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. ~~menarik~~ c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah b. ~~mudah~~ c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : ~~Perempuan~~ 17
Pekerjaan : ~~Karyawan~~ - pelajar
Alamat Rumah : Takarsontri Sby
Kunjungan di Waroeng SS : Sering, 18 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
c. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Spesial sambal.*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *salam sambal*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *mr-huul*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *Sambal teros.*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *sambal. teras.*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
 a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
 a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 19 Tahun
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat Rumah : Keputih Gang Makam No 9 : Surabaya
Kunjungan di Waroeng SS : 12 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.
a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00
2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.
a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
 c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan
3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.
 a. Salam sambal b. Salam pedas abis
b. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok
4. Nama lain sambal tempe adalah ____.
a. Sambal sport b. Sambal teroris
 c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Spesial Sambal*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *Tidak ada sapaan*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *Pemilik*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *Sambel Pede*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *gak tau*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
 a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

I. Identitas Informan

Jenis Kelamin : PEREMPUAN
Usia : 34 TH
Pekerjaan : KARYAWAN
Alamat Rumah : PURI INDAH LESTARI ET 12A SDA
Kunjungan di Waroeng SS : 2 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.
a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.
a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.
a. Salam sambal b. Salam pedas abis
c. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.
a. Sambal sport b. Sambal teroris
c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? SUPER SAMBAL
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? HALAM PEDAS TRIS
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan?
4. Apa nama lain dari sambal tahu? TDK tau
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? TDK tau

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : PEREMPUAN
Usia : 47 TH
Pekerjaan : SWASTA
Alamat Rumah : JL PENANGGUNGAN 6758X
Kunjungan di Waroeng SS : 8 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
 c. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
 c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.

- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sociolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *SPECIAL SAMBAL*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *salam pedas*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *Media Infor*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *sambal pade*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *sambal Belut*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sociolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
 a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
 a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 18 thn
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat Rumah : Perum YKP Pandugo II P121
Kunjungan di Waroeng SS : 3 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.
a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00
2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.
a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
 c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan
3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.
a. Salam sambal b. Salam pedas abis
 c. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok
4. Nama lain sambal tempe adalah ____.
a. Sambal sport b. Sambal tetoris
 c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.
- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sociolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Spesial Sambel*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *Salam Pedas abis*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *Mr. Huuh - He*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *—*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *sambal belut*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sociolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
 a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : P
Usia : 19 th
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat Rumah : Jl. Benjolan 59 A
Kunjungan di Waroeng SS : 2 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
 c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
h. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
 c. Sambal ogedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.
- a. Sambal tomat
 - b. Sambal brambang
 - c. Sambal terong
 - d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *special sambel*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *salam pedas ab23*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *manger*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *-*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *sambal belut*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.

 - a. sangat menarik
 - b. menarik
 - c. tidak menarik
 - d. sangat tidak menarik

2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.

 - a. sangat bermanfaat
 - b. bermanfaat
 - c. tidak bermanfaat
 - d. sangat tidak bermanfaat

3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.

 - a. sangat perlu
 - b. perlu
 - c. tidak perlu
 - d. sangat tidak perlu

4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.

 - a. sangat menarik
 - b. menarik
 - c. tidak menarik
 - d. sangat tidak menarik

5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.

 - a. sangat mudah
 - b. mudah
 - c. tidak mudah
 - d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 18thn
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat Rumah : Gayung Kebonsari Manunggal B-17 Jb
Kunjungan di Waroeng SS : 3 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sociolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.
a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00
2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.
a. Bahagia itu dekat b. Benci itu rugi
 c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan
3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.
a. Salam sambal b. Salam pedas abis
b. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok
4. Nama lain sambal tempe adalah ____.
a. Sambal sport b. Sambal teroris
 c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.
- a. Sambal tomat b. Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Apakah kepanjangan SS pada Waroeng SS? *Spesial Sambal*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *Salam pedas abis*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *Mr. Huh*
4. Apa nama lain dari sambal tahu? *sambal sport*
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *Sambal ~~belut~~ belut*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
- a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
- a. sangat bermanfaat b. bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
- a. sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
- a. sangat menarik b. menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
- a. sangat mudah b. mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih

Instrumen Penelitian Pemakaian Bahasa dalam Media Informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya

I. Apabila Anda lebih dari sekali makan di Waroeng SS Cabang Surabaya dalam waktu yang berbeda, isilah identitas diri Anda.

1. Identitas Informan

Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 18th
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat Rumah : Jl. Karang Menjangan J^B/3
Kunjungan di Waroeng SS : 6 kali

II. Lingkarilah jawaban yang Anda anggap benar. Jawaban bersifat tertutup. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sosiolinguistik.

1. Jam pedas Waroeng SS adalah pukul ____.

- a. 09.00—21.00 b. 10.00—21.00
 c. 11.00—22.00 d. 10.00—22.00

2. Nilai moral berikut terdapat dalam media informasi di Waroeng SS Cabang Surabaya, kecuali ____.

- a. Bahagia itu dekat ✓ b. Benci itu rugi
c. Persahabatan itu indah d. Maaf adalah jawaban untuk kegelisahan keresahan ✓

3. Salam khas yang digunakan Waroeng SS untuk menyapa pelanggan adalah ____.

- a. Salam sambal b. Salam pedas abis
b. Salam pedas d. Salam Kapok Lombok

4. Nama lain sambal tempe adalah ____.

- a. Sambal sport b. Sambal teroris
 c. Sambal ngedrop d. Sambal wake up

5. Sambal *the end* adalah sebutan untuk ____.
- a. Sambal tomat (b) Sambal brambang
c. Sambal terong d. Sambal kecap

III. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sociolinguistik.

1. Apakah kepaujangan SS pada Waroeng SS? *Spesial Sambal*
2. Dengan sapaan apa Waroeng SS menyapa pelanggannya? *Salam pedar agir ...*
3. Kepada siapakah komplain, kritik, dan saran tentang Waroeng SS disampaikan? *Mr. Huk hah*
4. Apa nama lain dari sambal tahu?
5. Sebutan Sambal *smack down* digunakan untuk menyebut sambal apa? *Sambal Belut*

IV. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya, sesuai dengan hati nurani Anda. Jawaban bersifat terbuka. Jawaban Anda sangat berguna bagi penelitian bahasa, khususnya kajian sociolinguistik.

1. Bentuk media informasi (gambar, warna, komposisi, dsb.) di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik (b) menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
2. Media informasi di Waroeng SS bagi pelanggan ____.
a. sangat bermanfaat (b) bermanfaat c. tidak bermanfaat d. sangat tidak bermanfaat
3. Pemasangan media informasi seperti yang terdapat dalam Waroeng SS ____.
(a) sangat perlu b. perlu c. tidak perlu d. sangat tidak perlu
4. Pemakaian bahasa dalam media informasi di Waroeng SS ____.
a. sangat menarik (b) menarik c. tidak menarik d. sangat tidak menarik
5. Informasi yang terdapat dalam media informasi di Waroeng SS ____ dipahami.
a. sangat mudah (b) mudah c. tidak mudah d. sangat tidak mudah

Terima Kasih