

KONDISI KEBAHASAAN PUSAT PERBELANJAAN DI DKI JAKARTA

Esra Nelvi Siagian
SEAMEO QITEP in Language
esranelvi@yahoo.co.id

PENDAHULUAN

Kondisi kebahasaan di Indonesia saat ini sangat memprihatinkan. Bahasa yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari telah didominasi oleh bahasa asing, khususnya di kota-kota besar. Baik bahasa lisan, tulis, seperti halnya yang terlihat pada media luar ruang. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat kondisi kebahasaan yang ada di media luar ruang (MLR) khususnya pada pusat perbelanjaan yang ada di DKI Jakarta.

LANDASAN TEORI DAN METODE PENELITIAN

Bahasa Indonesia adalah bahasa yang dianggap sangat penting di Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari ikrar Sumpah Pemuda 1928, UUD 1945, dan pengaturan penggunaan bahasa pada UU No. 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara serta Lagu Kebangsaan. Pengaturan penggunaan bahasa pada nama bangunan atau gedung, jalan, apartemen atau permukiman, perkantoran, kompleks perdagangan, merek dagang, lembaga usaha, lembaga pendidikan, organisasi yang didirikan atau dimiliki oleh warga negara Indonesia atau badan hukum Indonesia tertulis pada Pasal 36 Ayat 3. Berdasarkan hal tersebut, nama-nama

pusat perbelanjaan seharusnya menggunakan bahasa Indonesia dan harus mengikuti kaidah bahasa Indonesia.

Nama ialah kata untuk menyebut atau memanggil orang, tempat, barang, binatang, dan sebagainya (KBBI, 2016); *a word or Phrase refers to or than can refer to a specific person, place, thing and a type or group of things* (Merriam-Wester, 2016); nama diri adalah nama orang, tempat, atau benda tertentu (Kridalaksana, 1993). Nama kompleks perdagangan atau nama pusat perbelanjaan adalah nama yang digunakan sebagai sebutan atau panggilan kepada pusat perbelanjaan tersebut.

Nama dapat terdiri dari satu kata atau lebih (frasa). Nama dalam tata bahasa baku bahasa Indonesia masuk kelompok kelas kata nomina. Nomina adalah kelas kata yang biasanya berfungsi sebagai subjek atau objek dari klausa. Sedangkan frasa adalah gabungan dua kata atau lebih yang memiliki satu makna gramatikal yang bersifat nonpredikatif. Frasa nominal adalah frasa yang memiliki unsur pusat berupa kata nomina. Frasa nominal dibedakan dalam beberapa kategori, seperti nomina sebenar, pronominal, nama. Nama pusat perbelanjaan digolongkan sebagai frasa nominal dengan kategori nama. Bentuk frasa nominal dalam kaidah bahasa Indonesia berstruktur DM (Diterangkan-Menerangkan).

Menurut Chaer (1998), frasa benda berstruktur DM adalah unsur D terletak di depan dan unsur M terletak dibelakang. Unsur D selalu berupa kata-kata yang menyatakan benda atau hal, induknya nomina, yang terletak di depan dan unsur M dapat berupa kata benda, kata kerja, atau kata lain terletak di belakang unsur D.

Pusat perbelanjaan adalah kompleks toko ritel dan fasilitas yang direncanakan sebagai kelompok terpadu yang memberikan kenyamanan berbelanja yang maksimal kepada pelanggan dan penataan barang dagangan yang terekspos secara maksimal (Chiara, 2001); suatu area tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan vertikal maupun horizontal, yang dijual atau disewakan kepada pelaku usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan perdagangan barang (PP No. 112, 2007). Pusat perbelanjaan selalu mengalami evolusi mengikuti perkembangan zaman. Menurut Soliha (2008), evolusi perubahan pusat perbelanjaan di Indonesia terdiri dari beberapa era, seperti ritel tradisional, pengenalan ritel modern, perkembangan ritel modern, perkembangan *convenient store*, *high class departement store*, pertumbuhan format *cash and carry*, *hypermarket* dan pengenalan *e-retailing*. Sedangkan jenis-jenis perdagangan eceran menurut Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, Departemen Perdagangan Republik Indonesia (1997) terdiri

dari pasar tradisional, supermarket, departemen store, pasar grosir, pasar grosir tradisional, pasar grosir modern, pusat perbelanjaan, toko bebas pajak, pasar percontohan, pertokoan, dan pasar induk. Yang dimaksud dengan pusat perbelanjaan, lebih sering disebut *mall*, plaza, *shopping center*, adalah suatu arena penjualan berbagai jenis komoditi yang terletak dalam satu gedung perbelanjaan. Dalam pusat perbelanjaan terdapat department store, supermarket, dan toko-toko lain dengan berbagai macam produk.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yaitu memberikan gambaran tentang kondisi kebahasaan pada pusat-pusat perbelanjaan yang ada di DKI Jakarta. Data yang dianalisis berupa nama-nama pusat perbelanjaan yang terdaftar pada situs resmi milik Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia (APPBI). Nama pusat perbelanjaan dikelompokkan berdasarkan bahasa yang digunakan, selanjutnya struktur dan kaidah kaidah kebahasaan yang digunakan dianalisis.

PEMBAHASAN

Pusat perbelanjaan yang ada di seluruh Indonesia berjumlah 319 buah dengan rincian 293 pusat perbelanjaan kelas menengah ke bawah. Jumlah pusat perbelanjaan di DKI Jakarta berjumlah 81 buah, terbanyak berada di Jakarta Selatan (26) diikuti oleh Jakarta Pusat (21), Utara (13), Timur (11), dan Barat (10).

APPBI Pusat belum mencantumkan seluruh daftar nama pusat perbelanjaan di DKI Jakarta pada situs resmi yang dimiliki. Temuan lain adalah ada perbedaan nama pada situs web APPBI dengan tulisan yang tertera di gedung dan juga nama yang dikenal oleh masyarakat, seperti Plaza Blok M atau Blok M Plaza; Plaza Kalibata atau Kalibata Plaza, Mal Kalibata atau Kalibata Mall; Grand ITC Permata Hijau atau ITC Permata Hijau. Hal tersebut terjadi mungkin karena pernah ada perubahan nama pada pusat-pusat perbelanjaan pada tahun 1995 berkenaan dengan Gerakan Disiplin Nasional yang diberlakukan oleh pemerintah pada masa itu.

Pusat perbelanjaan tradisional yang dikelola oleh pemerintah selalu menggunakan sistem penamaan yang sama, yaitu selalu diawali kata PD singkatan dari Perusahaan Dagang yang merupakan jenis perusahaan, diikuti kata pasar dan nama lokasi. Nama pasar selalu menggunakan bahasa Indonesia dan telah mengikuti kaidah bahasa Indonesia yang benar dengan alasan pasar berada di Indonesia dan pengunjung dan penjual seluruhnya orang lokal atau Indonesia.

Pusat perbelanjaan modern yang dikelola oleh pihak swasta menggunakan 1) kosakata bahasa Indonesia dengan struktur bahasa Indonesia; 2) kosakata bahasa Indonesia dengan struktur bahasa asing; 3) kosakata

bahasa asing dengan struktur bahasa Indonesia; 4) kosakata bahasa asing dengan struktur bahasa asing; 5) kosakata bahasa Indonesia dan asing dengan struktur bukan bahasa Indonesia atau asing (Inggris).

PENUTUP

Dari hasil pembahasan tentang kondisi kebahasaan pada pusat perbelanjaan yang ada di DKI Jakarta dapat disimpulkan bahwa pasar tradisional yang dikelola oleh pemerintah selalu menggunakan sistem penamaan yang sama, menggunakan nama wilayah sebagai nama pasar, dan mengikuti kaidah bahasa Indonesia. Sedangkan pasar moderen yang berada di bawah naungan APPBI lebih banyak menggunakan bahasa Inggris, sebagian besar tidak mengikuti kaidah bahasa Indonesia. Kosakata asing yang sering digunakan adalah *mall, square, ITC, city* dan bahasa Indonesia *indah, taman, puri*. Adapun bahasa asing yang telah diserap ke dalam bahasa Indonesia dan sering digunakan adalah kata *plaza*.

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai data awal penelitian berikutnya. Selain itu hasil penelitian ini juga dapat dibuat sebagai rekomendasi perancangan program sosialisasi kaidah kebahasaan pada penamaan pusat perbelanjaan dan dasar melakukan kerjasama dengan pemda-pemda dalam pemberian izin pembangunan pusat perbelanjaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaer, Abdul. (1998). *Tata Bahasa Praktis Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chiara, J.D. & Crosbie, M.J. (2001) *Time saver Standard for Building Types*. Singapore: McGraw-Hill Book Co.
- Dasuki, Sholeh & dkk. (2015). *Pemakaian Bahasa Indonesia dalam Ruang Publik di Kota Surakarta*. Seminar nasional Pendidikan Bahasa Indonesia. ISSN: 2477-636X
- Dawson, John A. and J. Dennis Lord. (Ed). (1985). *Shopping Centre Development: Policies and Prospects*. New York: Nicholas Publishing Company.
- KBBI. (2018). *Kamus Besar Bahasa Indonesia: KBBI Online* diakses. 20 Mei 2018 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>.
- Kridalaksana, Harimurti. (1993). *Kamus Linguistik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Merriam-Webster Incorporated. (1828) Merriam-Webster Dictionary. diakses 20 Mei 2018 dari <https://www.merriam-webster.com/dictionary/name>.
- Republik Indonesia: *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Republik Indonesia: *Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945*.
- Republik Indonesia: *Undang-Undang RI Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara serta Lagu kebangsaan*. Lembaran Negara RI Tahun 2009, No. 109. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Solihah, Euis. (2008). *Analisis Industri Ritel di Indonesia*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi. 15, 128—142.