

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bahasa merupakan sesuatu yang universal dalam kehidupan manusia. Menurut Sapir bahwa tiada fakta bahasa yang lebih umum daripada keuniversalannya. Tanpa bahasa, manusia tidak akan dapat berinteraksi dalam suatu kelompok masyarakat. Bahasa berkembang sesuai dengan perkembangan intelektual manusia dan sejalan dengan tuntutan zaman (dalam Sibarani, 1992: 50).

Perubahan sosial serta keadaan sosial dan politis selalu merupakan faktor dalam perkembangan dan penyebaran beberapa bahasa serta dalam turunnya gengsi dan punahnya bahasa-bahasa lain. Perubahan-perubahan demikian patut mendapat perhatian dewasa ini, baik untuk alasan teoritis maupun alasan praktis (Robins. 1992: 496).

Bahasa dianggap sebagai senjata ampuh dalam percaturan tingkat tinggi. Mengenai pemahaman awal ini adalah pandangan Shakespeare yang menekankan fungsi bahasa sebagai wahana untuk menyampaikan kebijakan, memperoleh penghargaan, dan untuk meyakinkan. Lantas para pakar linguistik kontemporer melanjutkan jalur ini dengan memberi daftar yang lebih rinci mengenai fungsi sosial, psikologis, dan politis bahasa (dalam Latif, 1996: 17)

Banyaknya ragam bahasa yang terdapat dalam suatu masyarakat di daerah tertentu dan juga adanya interaksi sosial dalam masyarakat itu sendiri maupun antar masyarakat dapat mempengaruhi penggunaan bahasanya. Dengan kata lain bahasa tersebut mengalami saling kontak dengan bahasa lain. Adapun kontak tersebut, menurut Mackey dinyatakan sebagai suatu pengaruh bahasa yang satu ke bahasa yang lain baik langsung maupun tidak langsung (dalam Suwito, 1983: 39).

Secara sosiolinguistik masyarakat Indonesia mempergunakan tidak hanya sebuah bahasa, melainkan paling sedikit dua bahasa, yaitu bahasa ibu dan bahasa nasional. Di samping itu, karena tidak mungkin sebagai bangsa muda kita mengisolasi diri, terlebih oleh letak geografis Indonesia, maka mau atau tidak kita mesti mengenal salah satu bahasa asing. Dengan demikian jelaslah tampak pada pemakai-pemakai bahasa Indonesia, bahwa mereka itu merupakan tempat atau fokus persentuhan antara bahasa ibu dan bahasa nasional dan juga pada sementara pemakai bahasa, disamping itu juga merupakan tempat persentuhan bahasa ibu, bahasa nasional dan bahasa asing (Samsuri, 1987: 54).

Sosialisasi yang paling menonjol dalam bahasa terdapat pada sifatnya yang konvensional. Setiap kita berbicara, kita pasti terlibat dalam konvensi. Konvensi akan menentukan apakah sebuah kata yang baru dibentuk secara arbitrer akan terus berlangsung dalam pemakaian bahasa atau tidak. Misal kata *mantan* yang baru diangkat dan dipakai dalam bahasa Indonesia, sampai sekarang masih tetap dipakai dan bahkan mempunyai nilai rasa yang lebih tinggi daripada sinonimnya seperti *bekas* dan *eks*, khususnya untuk merujuk pada seseorang yang sudah pensiun atau

lepas dari suatu jabatan. Akan tetapi, kata *mangkus* dan *sangkal* yang dicoba diangkat sebagai padanan kata efektif dan efisien tampaknya belum merupakan konvensi dalam pemakaian bahasa Indonesia (Sibarani. 1992: 31).

Sesuatu kata, ungkapan. atau konsep yang ada dalam bahasa suatu kebudayaan belum tentu mempunyai padanan yang sesuai dalam bahasa kebudayaan lain. Oleh karena itulah maka, jika kita mau membicarakan sesuatu konsep dari kebudayaan lain, kita sering menggunakan istilah dalam bahasa aslinya untuk mengungkapkan konsep itu, sebab jika kata itu diterjemahkan. sering artinya terlalu jauh dari apa yang mau diungkapkan. Inilah alasan mengapa kadang-kadang sesuatu bahasa memakai sesuatu kata atau istilah bahasa lain dalam menyatakan sesuatu; jika kata lain diubah dan/atau lafalnya sesuai dengan bahasa pemakai itu, maka kata itu menjadi unsur biasa dalam bahasa itu dan disebut kata “kata pungutan” (Inggris: *loanword*) (Nababan. 1993: 39).

Sedemikian erat hubungannya bahasa dengan kebudayaan wadahnya, hingga sering terdapat kesulitan dalam menerjemahkan kata-kata dan ungkapan dari satu bahasa ke bahasa yang lain. Sebagai suatu contoh, kata *village* dalam bahasa Inggris tidaklah sama dengan desa dalam bahasa Indonesia, sebab konsep *village* dalam kebudayaan Inggris atau Amerika Serikat adalah lain sekali dari konsep “desa” dalam kebudayaan Indonesia. Oleh karena itu ungkapan yang pernah dikeluarkan penulis asing menyebut kota Jakarta sebagai suatu *big village* akan hilang artinya jika di.terjemahkan dengan “desa yang besar” (Nababan. 1993: 51).

Hal yang dapat dilihat sebagai fakta yaitu sebuah tempat foto di jalan Ambengan yang mempunyai nama "The Princess Photo Studio" diharuskan diganti dengan sebutan yang sama tapi penulisannya berbeda. Pihak Pemerintah Daerah Kotamadya Tk. II Surabaya menyarankan penulisannya Princess menjadi Prinsess.

Bertolak dari pemikiran tersebut, penelitian terhadap pelaksanaan pengindonesiaan istilah asing pada papan nama perusahaan di Kotamadya Surabaya perlu dilaksanakan secara mendalam dengan harapan dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

1.2 Pembatasan Masalah

Berdasar pada latar belakang, adanya pembatasan masalah. Adapun pembatasan masalah tersebut sebagai berikut:

- a. Penelitian ini hanya dibatasi pada papan nama-papan nama reklame perusahaan yang telah dicoret oleh panitia gabungan Pemerintah Kotamadya Daerah Tingkat II Surabaya, selanjutnya disebut dengan singkatan Kodya Dati II, tetapi belum diganti sampai pada bulan Mei 1998.
- b. Penelitian ini hanya dibatasi pada papan nama-papan nama/reklame perusahaan yang telah dicoret oleh panitia gabungan Pemerintah Kotamadya Daerah Tingkat II Surabaya dan telah diganti (Dengan nama beristilah bahasa Indonesia), akan tetapi belum menggunakan kaidah-kaidah dalam Tata Bahasa Indonesia.

- c. Obyek penelitian ini juga melibatkan pengusaha sebagai pemberi nama perusahaan yang terdapat unsur istilah, juga pejabat pemerintah Kodya Dati II Surabaya yang terlibat dalam pelaksanaan pengindonesian istilah asing.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah tersebut dan agar tercapai pembahasan yang tepat maka perlu adanya perumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana bahasa yang digunakan dalam pencoretan dan penggantian papan nama / reklame perusahaan di Kotamadya Surabaya?
- b. Faktor apa saja yang mempengaruhi pelaksanaan pengindonesiaan istilah asing pada papan nama/reklame perusahaan, serta akibat yang muncul dari kegiatan tersebut terhadap perkembangan bahasa Indonesia?

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan Umum

Secara umum penelitian ini mempunyai tujuan untuk memperoleh gambaran tentang pelaksanaan pengindonesiaan istilah asing pada papan nama perusahaan di Kotamadya Surabaya. Adapun pelaksanaan tersebut berkaitan pula dengan faktor-faktor sosial dan situasional yang melatar belakangnya.

1.4.2 Tujuan Khusus

Secara khusus penelitian ini mempunyai tujuan untuk :

1. Menjelaskan kronologi (deskripsi berdasarkan urutan waktu) dari pelaksanaan pengindonesiaan istilah asing pada papan nama/reklame perusahaan di Kotamadya Surabaya.
2. Mengetahui pengaruh yang akan muncul dalam pelaksanaan tersebut terhadap perkembangan bahasa Indonesia.

1.4.3 Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap perkembangan ilmu bahasa. Selain itu juga diharapkan dapat bermanfaat bagi pelaksanaan gerakan pengindonesiaan istilah asing di Kotamadya Surabaya. Secara lebih khusus penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti lainnya dan dapat menjadikan penelitian ini sebagai dasar pengkajian selanjutnya.

1.5 Tinjauan Pustaka

Berikut ini akan dipaparkan mengenai beberapa hal tentang bahasa-bahasa yang telah mempengaruhi bahasa Indonesia, yang merupakan faktor utama dari penancangan penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar, sehingga muncul adanya gerakan pengindonesiaan istilah asing yang mengakibatkan adanya pencoretan dan penggantian papan nama perusahaan beristilah asing di Kotamadya Surabaya.

Pada dasarnya semua bangsa dan masyarakat di dunia ini senantiasa terlibat dalam proses modernisasi meskipun kecepatan dan arah perubahannya berbeda-beda antara masyarakat yang satu dengan yang lain. Secara historis, modernisasi merupakan perubahan-perubahan masyarakat pra modern menuju kepada suatu masyarakat yang modern. Karakteristik yang umum dari modernisasi adalah menyangkut bidang-bidang tradisi-tradisi sosial kemasyarakatan, ilmu pengetahuan dan teknologi, kependudukan dan mobilitas sosial (Abdulsyani, 1994: 173).

Kondisi kehidupan orang-orang dalam masyarakat, hasil karya mereka, adat kebiasaan mereka, bentuk-bentuk organisasi mereka, dan sebagainya selalu mengalami perubahan. Akibatnya referen dari banyak kata dalam bahasa dan situasi pemakaian kata-kata tersebut juga mudah sejalan dengan berubahnya zaman. Produk-produk baru sering memerlukan nama baru, sedangkan sejumlah kata menghilang di kosakata sekarang karena jenis benda, cara berperilaku yang diacu oleh kata-kata tersebut telah menjadi kuno (Robins, 1992: 423-424).

Saat ini masyarakat kita sedang mengalami perubahan budaya dengan tempo yang lebih cepat daripada sebelumnya, dan tempo itu makin lama makin cepat (Hoed, 1996: 1).

Di dalam pertumbuhan dan perkembangan alamiah bahasa nasional, kontak budaya antar bangsa mengakibatkan pula kontak bahasanya sehingga pengaruh bahasa lain masuk ke dalam bahasa nasional. Bahasa Melayu sejak awal Tarikh Masehi, ibarat bunga karang, menyerap banyak unsur bahasa asing yang membuat bahasa itu lebih lengkap dan lebih kaya. Dapatlah di catat beribu-ribu kata yang

berasal dari bahasa Sanskerta, Arab, Jawa Kuno, Portugis, Belanda, Jawa Modern, Sunda, Minang, dan dewasa ini khususnya bahasa Inggris. Namun, ada perbedaan yang mencolok di antara proses penyerapan zaman dulu dan sekarang. Dulu penyerapan itu berlangsung secara spontan berdasarkan cita rasa orang seorang. Sekarang ini, zaman perencanaan dan pembangunan, pengembangan bahasa Indonesia dilakukan secara berencana (Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 1995: 2).

Bahasa adalah jiwa suatu bangsa yang berhubungan erat sekali dengan daya persepsi, cara berpikir, angan-angan atau seluruh kehidupan batin manusia di bangsa pemilik bahasa tersebut. Itulah sebabnya sehingga sering dikatakan bahwa bahasa menunjukkan bangsa. Bahasa Indonesia dapat memiliki identitasnya sendiri hanya apabila masyarakat pemakainya membina dan mengembangkannya sedemikian rupa sehingga ia bersih dari unsur-unsur bahasa lain terutama bahasa asing seperti bahasa Inggris yang tidak benar-benar diperlukan (Sibarani, 1992: 64).

Bahasa Indonesia, selanjutnya disebut dengan singkatan BI, masa kini sedang berkembang dalam konteks transformasi budaya yang sangat cepat. BI sedang mengalami tekanan arus globalisasi, sehingga di berbagai bidang, bahasa kita oleh pemakainya terpaksa di taburi unsur-unsur bahasa asing.

Dalam bidang perdagangan *bidang sales* lebih populer daripada *bidang penjualan*, di bidang otomotif kita masih perlu mencari padanan yang lebih baik dan berterima untuk *power steering*, di bidang komputer kita masih suka memakai *di-onkan* daripada *dinyalakan*, data harus *di-safe* dan bukan *disimpan*. Belum terhitung

kata-kata dan istilah, yang jumlahnya ratusan, yang belum dapat dan belum sempat ditemukan padanannya di dalam BI. Demikianlah, setiap hari bahasa kita sendiri harus bersaing dengan unsur budaya yang datang dari luar.

Tekanan ini makin lama makin deras sehingga pemerintah, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, dalam hal ini Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, selanjutnya disebut dengan singkatan P3B, merasa perlu untuk mendisiplinkan para pemakai BI untuk menggunakan BI yang tidak dicampuri bahasa asing, terutama Inggris (Hoed, 1996: 3-4).

Dalam proses penyerapan itu yang penting adalah motivasinya. Apakah warga negara pemakai BI didorong oleh pertimbangan laba-rugi semata-mata sebagai pengusaha, ataukah ada ruang untuk motivasi lain yang penting? Misalnya, pemakaian BI secara merata akan melancarkan integrasi nasional. Integrasi itu tidak saja secara horizontal di antara golongan yang secara ekonomis kuat dan mujur, dan golongan yang lemah dan malang, antara golongan elite dan massa “akar rumput” (Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 1995: 3).

Bahasa asing merupakan sarana ketujuan modernisasi dan peradaban dunia. Lewat bahasa asing ditimba sumber intelek, teknologi, dan kebudayaan asing. Bahasa Inggris dianggap bergengsi secara ekonomis dan sosial (Moeliono, 1996: 2).

Akan tetapi kokohnya jati diri BI tidak disebabkan oleh hanya besar-kecilnya pengaruh bahasa lain, namun terutama pada sikap penuturannya.

Jadi Pengaruh bahasa asing terhadap perkembangan BI tergantung kepada sikap masyarakat penuturnya terhadap BI itu sendiri. Dengan kesadaran bahwa

penggunaan BI secara baik dan benar tanpa didasari oleh rasa pamrih apapun, maka akan memotivasi perkembangan BI tersebut lebih terarah pada tujuannya.

1.6 Landasan Teori

Penelitian ini termasuk dalam “Sosiolinguistik”, yang dapat dikatakan sebagai suatu bidang dalam ilmu bahasa atau linguistik yang mengkaji bahasa dalam hubungan dengan faktor-faktor sosial. Secara lebih ringkas, dinyatakan oleh Janet Holmes bahwa Sosiolinguistik mempelajari keterkaitan antara bahasa dan masyarakat (1992: 1) dalam hal ini, keterkaitan yang dimaksud mengarah pada penggunaan bahasa dalam masyarakat.

Dengan objek penelaahan yang menghubungkan antara bahasa dengan masyarakat, maka “Sosiolinguistik” mempunyai pandangan tertentu terhadap bahasa. Yakni bahasa dipandang sebagai sistem sosial dan sistem komunikasi serta merupakan bagian dari masyarakat dan kebudayaan tertentu (Suwito, 1983: 5). Dengan kata lain bahwa dalam Sosiolinguistik, bahasa dipandang sebagai gejala yang berada dalam konteks masyarakat dan kebudayaan.

Bahasa yang dianggap sebagai sistem sosial tersebut dalam penggunaannya tidak hanya ditentukan oleh faktor-faktor linguistik saja tetapi juga faktor-faktor nonlinguistik antara lain faktor-faktor sosial (Suwito, 1983: 3). Adapun faktor-faktor sosial tersebut dapat berupa status sosial, tingkat pendidikan, tingkat ekonomi, usia dan jenis kelamin.

Telah banyak diketahui bahwa masyarakat mempunyai sifat yang dinamis. Dengan demikian, bahasa pun bersifat dinamis dalam arti selalu terjadi perubahan (Pateda, 1990: 81).

Menurut pendapat Fishman bahwa bangsa, terutama bangsa yang sedang berkembang, dari "Dunia Ketiga" kini dihadapkan pada persyaratan harus memenuhi dan memuaskan kebutuhan potensial yang sangat bertentangan yaitu nasionalisme dan nasionisme - kata lain adalah keterpaduan sosiokultural dan Keterpaduan politik.

Nasionalisme; sebuah bangsa "baru" selalu berkeinginan mencuri identitas etnis sendiri pada saat negara itu mengatasi loyalitas lokal, kesukuan, agama atau loyalitas lain yang berbenturan dengan loyalitas terhadap negara (dalam Ibrahim, 1995: 256).

Kemudian Fishman melanjutkan, Nasionisme yaitu: serentak dengan perlunya memperoleh keaslian suatu bangsa yang bersatu, pemerintah suatu negara yang baru harus segera mengadakan efisiensi operasional - pemerintah pusat dan daerah harus berfungsi tanpa ada keterlambatan dan pemborosan yang tidak perlu terjadi. Untuk menggerakkan sistem yang rumit itu serta untuk mencari integrasi politik adalah adanya bahasa nasional yang dapat bertindak selaku kendaraan dalam komunikasi antara pemerintah dengan rakyat dan antara pemerintah dengan institusi lain di luar negara (dalam Latif, 1995: 260).

Sedangkan Ariel Heryanto berpendapat bahwa BI telah menjadi suatu komoditas industri. Bahasa bukan berkembang dari suatu dinamika yang terjadi di

masyarakat, tetapi merupakan hasil rekayasa profesional dan dirancang untuk pemasaran besar-besaran (mass-marketing). Sebagai sebuah komoditas, tidaklah mengejutkan bahwa nilai bahasa ini diilhami oleh jargon ekonomi. BI yang “baik dan benar” merupakan sebuah komoditas yang langka. Pengembangan dan promosi bahasa ini, menurut direktur utama Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa “membutuhkan tenaga, pikiran dan biaya” (dalam Latif, 1996: 73).

Selain itu Ariel juga berpendapat bahwa sebagai “alat” atau instrumen bahasa pada hakekatnya dianggap bersifat netral. Ia baru bersifat baik atau tidak baik dalam praktek penggunaannya oleh pihak (agen) tertentu. Dengan demikian, dalam pandangan instrumentalis ini, si pengguna adalah subjek-subjek yang merdeka dan dengan bebas bisa menunggangi, m.emperalat, menjungkirbalikkan, atau secara kreatif menyusun bahasa indah.

Sebagai alat, harga bahasa ditentukan oleh nilai gunanya, walau tidak hanya, ini berarti kegunaan teknis-pragmatis-ekonomis. Dalam lingkungan sosial yang terkena demam Pembangunan, bahasa yang dianggap baik adalah bahasa yang rasional, logis, sistematis, terpadu, hemat, standar. Singkatnya, bahasa yang baik adalah bahasa yang sangat kekar tetapi patuh (seperti matematika, mesin, buruh, atau anggota militer) (dalam Latif, 1996: 95)

Bagi BI yang memang boleh dikatakan masih muda sekali jika dibandingkan dengan bahasa-bahasa seperti bahasa Jepang, Cina, Inggris, Jerman, Perancis, Spanyol, Rusia, dan lain sebagainya, perubahan yang disebabkan oleh pungutan itu tampak sekali. Perubahan itu biasa disebut sebagai pertumbuhan, seakan-akan bahasa

yang tidak berubah lagi, biarpun dipakai dalam bidang tertentu, seperti bahasa Sanskerta, Yunani Kuno, Latin dan Gotik, biasa disebut sebagai "bahasa mati" sebagai kebalikan dari bahasa-bahasa yang masih mengalami perubahan dan pertumbuhan, yang biasa disebut sebagai "bahasa hidup".

Bahasa hidup yang manapun tentu mengalami perubahan yang memang mungkin tidak tampak pada pemakai-pemakai bahasa itu sendiri di dalam waktu yang pendek, tetapi secara kumulatif dan dalam waktu yang cukup lama akan terlihat dengan jelas perubahan itu (Samsuri, 1987: 50).

Orang yang awan dalam linguistik sering pula merasa lebih tahu tentang BI dan tidak jarang di antara mereka yang membuat kesalahan yang bila dilihat dari sudut ilmu bahasa sangat elementer.

Memperbaiki pemikiran tidaklah semudah memperbaiki bahasa. Sebab utama dari kesemrawutan BI bersumber dari kerancuan cara berpikir dari banyak pemakai BI yang mempengaruhi kebidupan orang banyak. Jadi apabila menginginkan BI yang baik dan benar, maka juga harus menggunakan pikiran dengan baik dan benar (Anwar, 1995: 41).

Tiap orang mempunyai pandangan tentang bahasanya sendiri. Dia menyadari bahwa bahasa merupakan suatu kebutuhan untuknya. Kesadaran ini menimbulkan sikap, bagaimana ia bertingkah laku dalam menggunakan bahasanya. Sikap itu diwarnai pula oleh sikap menghormati, bertanggung jawab dan ikut mengikuti bahasa itu. Sikap bertanggung jawab akan melahirkan kemauan baik secara pribadi maupun kelompok untuk membina dan mengembangkan bahasanya. Dia merasa bahwa

tanggung jawab itu tidak saja terletak pada penguasa atau badan yang diserahi tugas itu, tetapi orang yang berkesadaran tinggi merasa bahwa iapun bertanggung jawab terhadap pembinaan dan perkembangan bahasanya apalagi bahasa nasionalnya (Pateda, 1990: 25).

Pemerintah juga telah memberi tugas kepada P3B untuk mengawasi dan mengontrol perkembangan BI. Hal tersebut dimaksudkan agar perkembangan BI tidak menjadi liar dan jalan berpikir akan kacau jika BI tidak dibina dan diarahkan.

Menurut pandangan Ariel Heryanto (1992: 1) tentang pelaksanaan proyek P3B, antara lain yaitu:

- Komodifikasi Nilai Sosial: Bahasa yang “baik dan benar” itu dianggap perlu tapi langka. Bahasa dengan nilai-tambah itu diproduksi dengan mengandalkan tenaga profesional sumber daya dan dana. Maka ada panitia, proposal dan proyek. Juga monopoli, konsultan dan konsultasi. Bahasa yang “baik dan benar” merupakan hasil kerja monopoli para ahli, persis seperti komoditi konsumsi yang lain.
- Mistifikasi Ideologi: Pembeneran bagi kebijakan bahasa bersumber dari ideologi nasiolistik. Seakan-akan kebijakan itu menunjang kepentingan dan kesejahteraan bangsa. Maka muncul semacam pemurni-an bahasa dari unsur-unsur yang dianggap asing. Mitologi “kepribumian” dikukuhkan pandangan esensialis tentang “jati-diri” atau “kepribadian nasional” (Heryanto, 1992: 1-2).

Pengkajian kebijakan bahasa tidak bisa ditempatkan pada “lingkungan terbatas” linguistik yang memperlakukan bahasa sebagai alat komunikasi dalam pembangunan. Pengkajian bahasa, cepat atau lambat menghantar kita pada

pertanyaan-pertanyaan mendasar tentang hakekat dan sejarah Negara serta ilmu(wan) (Heryanto, 1992: 7-8).

Dalam pandangan Yudi. Latif dan Idi Subandy Ibrahim (1996: 37), bahwa dengan menggunakan “bahasa yang baik dan benar” tidak membuat masyarakat (terutama para pejabat) pandai berbahasa, tetapi justru membuat mereka teralienasi dari bahasanya, yang berarti mengerdilkan kemampuan imajinasi dan kreativitas kebahasaan.

1.7 Metode Penelitian

Metode atau yang dapat disebut sebagai ‘cara kerja’ sangat diperlukan dalam suatu penelitian. Hal tersebut diharapkan dapat menemukan penjelasan (jawaban) dari penelitian tersebut. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif.

Istilah deskriptif ini menyarankan bahwa penelitian yang dilakukan semata-mata hanya berdasarkan pada fakta yang ada atau fenomena yang memang secara empiris hidup pada penutur-penuturnya, sehingga yang dihasilkan atau yang dicatat berupa perian bahasa yang biasa dikatakan sifatnya seperti potret: paparan seperti apa adanya. Bahwa perian yang deskriptif itu tidak mempertimbangkan benar salahnya penggunaan bahasa oleh penutur-penuturnya, hal itu merupakan ciri yang pertama dan terutama (Sudaryanto, 1988: 62).

Pandangan umum dikalangan peneliti bahasa mengatakan bahwa memerikan atau mendeskripsikan tidak lain adalah “menggambarkan bahasa sebagaimana adanya” (Sudaryanto. 1988: 5)

Walaupun konsep-konsep “sebagaimana adanya” itu sudah umum dikenal dan diterima, namun bukan berarti hal itu jelas dan tanpa persoalan apa-apa yang cukup mendasar. “Sebagaimana adanya” bagi yang satu tidak sama bagi yang lain, karena “yang diakui ada” bagi yang satu memang berlainan dengan “yang diakui ada” bagi yang lain. Masih lagi, perbedaan itu akan dipertajam oleh pandangan bahwa “yang diakui ada” itu adanya apakah secara mandiri ataukah secara bergantung dan pula apakah dapat ditangani secara baik ataukah justru tidak (Sudaryanto, 1988: 6-7)

1.7.1 Operasionalisasi Konsep

Dalam penelitian ini ada beberapa pengertian tentang konsep-konsep tertentu yang akan dijelaskan agar tercapai pemahaman yang sesuai. Adapun konsep-konsep tersebut adalah:

a. Studi Evaluasi

Suatu kegiatan tentang penelitian ilmiah yang bersifat penilaian. Dalam hal ini penelitian yang dilakukan bermaksud untuk mengkaji dan menilai tentang bagaimana suatu permasalahan itu terjadi dan solusi apa yang telah ditempuh serta bagaimana hasil solusi tersebut.

b. Papan nama

Papan yang bertuliskan nama (orang, organisasi, lembaga, dan sebagainya). Dalam hal ini papan nama yang dimaksudkan adalah papan nama yang terdapat unsur bahasa asing dan terdapat ditempat-tempat umum.

c. Reklame

Menurut Peraturan Daerah Kotamadya Surabaya Nomor 21, Tahun 1995, pengertian reklame (dalam hal ini adalah reklame papan) yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kayu, termasuk kertas, plastik, fibre glass, kaca, batu, logam, alat penyinar atau bahan lain yang sejenis yang berbentuk lampu pijar atau alat lain yang bersinar yang dipasang pada tempat yang disediakan (berdiri sendiri) dengan cara digantungkan atau ditempel.

d. Perusahaan

Sesuai dengan Kamus Besar Bahasa Indonesia. terdapat dua arti perusahaan. yaitu:

- 1) kegiatan (pekerjaan. dan sebagainya) yang diselenggarakan atau dengan cara teratur dengan tujuan mencari keuntungan (dengan menghasilkan sesuatu, mengolah atau membuat barang-barang, berdagang, memberikan jasa, dan sebagainya).
- 2) organisasi berbadan hukum yang mengadakan transaksi atau usaha (Edisi II: 1112).

e. Pengindonesiaan

Pengalihan sesuatu hal yang tidak mencirikan atau bersifat keindonesiaan ke dalam sesuatu yang hal yang mencirikan atau bersifat keindonesiaan.

f. Istilah Asing

Istilah ialah kata atau gabungan kata yang dengan cermat mengungkapkan sesuatu makna konsep, proses, keadaan atau sifat yang khas dalam bidang tertentu dan memberikan suatu pengertian yang dapat diketahui secara khusus ataupun umum.

(Hartanto, 1995: 8)

Sedangkan maksud dari istilah asing ialah istilah yang mencirikan atau bersifat atau terpengaruh oleh negara lain (negara asing).

1.7.2 Penentuan Populasi dan Sampel

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan adanya kegiatan/gerakan pengindonesiaan istilah asing yang dilakukan oleh Pemerintah Kodya Dati II Surabaya. Sehubungan dengan hal tersebut, yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah tulisan yang terdapat pada papan nama/reklame perusahaan (pada persil) yang menggunakan istilah asing, baik yang telah dicoret (oleh Tim Gabungan Pemerintah Daerah yang telah diganti diperbaiki maupun yang belum diganti (masih terdapat coretan). Sedangkan populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah papan nama/reklame yang dalam tulisannya terdapat istilah asing yang terletak di wilayah pusat kota Surabaya. Akan tetapi mengingat wilayah pusat kota Surabaya cukup luas maka dalam penelitian ini ditetapkan pembatasan untuk menentukan sampel yaitu:

1. Papan nama/reklame bertuliskan istilah asing (yang telah diperbaiki dan yang belum) pada tempat-tempat yang banyak dikunjungi oleh masyarakat umum, yaitu seperti pertokoan dan tempat-tempat hiburan, pusat perbelanjaan, tempat perbaikan (servis), dan sebagainya.
2. Tempat-tempat (pada nomor 1) tersebut terletak pada jalan-jalan raya di wilayah pusat kota Surabaya, yaitu di sekitar jalan Tunjungan, Panglima Sudirman, Embong Malang, Praban, Gemblongan, Simpang Dukuh, Pemuda, Kusuma Bangsa, Ambengan, Bubutan dan Pasar Besar Wetan.

Pembatasan sampel tersebut didasarkan pada karakteristik masyarakat kota yang telah banyak mendapat pengaruh budaya dan informasi dari luar negeri. Dengan demikian terdapat banyak kemungkinan adanya pengaruh luar negeri tersebut dari faktor kebahasaan yang terdapat dalam papan-papan nama di tempat tersebut. Meski demikian sudah ada imbauan dari pemerintah untuk mengalihkan istilah asing tersebut ke dalam BI, akan tetapi masih ditemui adanya pengaruh asing dalam nama-nama tersebut, seperti pemakaian kaidah-kaidah BI yang tidak sesuai dengan BI yang baik dan benar. Sehingga kemudian terjadi kesalahkaprahan pada pelaksanaan gerakan pengindonesiaan istilah asing tersebut terutama pada penggunaan kaidah-kaidah BI.

Dengan adanya pembatasan tersebut dapat ditentukan papan-papan nama perusahaan yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini, yaitu:

1. Aneka Indah furniture
2. Bintang Palapa, Stationery and Office Equipment

3. Club Dragon, Restaurant, Nite Club and Karaoke Singing Hall
4. Harmonis Furniture
5. Deluxe Furniture
6. Double A Shoes
7. Diamond Ace, Pub and Singing Hall
8. Pretty Boy Tailor
9. P.T. Biru, Agency and Contractor
10. P.T. Sasana Boga (Mal Surabaya)
11. Raja Sport
12. Rifash Tailor
13. Rino Shoes
14. Rolex (Indonesia) Service
15. Safari Shoes
16. Studio East, A New Dimension in Disco Theatre
17. The Princess Photo Studio
18. Tristar International Restaurant
19. Diesel and Spare Part, U.D “Jaya Baru”
20. Wisma Indah Furniture

Selain itu disertakan pula perusahaan biro reklame yang berfungsi sebagai pelengkap data dengan tujuan untuk mendukung kevalidan data. Perusahaan biro reklame tersebut yaitu:

1. P.T. Persada Prima Artha
2. Warna Warni Advertising

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan objek penelitian yang berupa papan-papan nama/reklame perusahaan, maka teknik pengumpulan data yang dipergunakan adalah pengamatan dan pencatatan terhadap tulisan yang tertera pada papan nama/reklame perusahaan tersebut. Sedangkan untuk data yang berkaitan dengan pengusaha atau pemilik atau yang bersangkutan dengan perusahaan tersebut dan dengan beberapa pihak Pemerintah Daerah Kotamadya Surabaya seperti Kantor Sosial Politik, Bag. Hukum Sat. Pol. PP. dan sebagainya dipergunakan wawancara, kuesioner dan pencatatan apabila terdapat penjelasan yang perlu dicatat.

Pengumpulan data yang berupa pengamatan didalamnya juga dilakukan pemotretan papan nama/reklame perusahaan guna mendukung kevalidan data yang diperoleh. Adapun kegiatan pengamatan tersebut dilakukan mulai adanya pelaksanaan pencoretan papan nama/reklame yaitu bulan September 1996 sampai dengan Agustus 1997 dan bulan Mei sampai dengan September 1998. Pembatasan jangka waktu untuk pengumpulan data tersebut dimaksudkan sudah dapat mewakili pengkajian tentang evaluasi terhadap kegiatan Pemerintah Kodya Dati II Surabaya, yaitu mengenai pencoretan dan penggantian papan nama/reklame perusahaan yang menggunakan istilah asing.

Pengumpulan data yang berkaitan dengan pengusaha/pemilik atau yang bersangkutan dengan perusahaan tersebut diharapkan dapat mengetahui latar belakang sosial pendidikan dan faktor-faktor lain yang berhubungan dengan nama perusahaan yang bersangkutan.

1.7.4 Analisis Data

Data yang berupa hasil pencatatan dan pemotretan tulisan pada papan nama/reklame tersebut dianalisis berdasarkan kaidah dalam BI, yaitu yang sesuai dengan Pedoman Umum Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia, Kamus Besar Bahasa Indonesia, dan Pedoman Pengindonesiaan Nama dan Kata Asing. Apabila setelah dianalisis ditemukan adanya penyimpangan atau sesuatu yang tidak sesuai dengan kaidah dalam BI, selanjutnya akan dicari letak penyimpangan tersebut dan alasan digunakannya hal yang menyimpang tersebut.

Adapun analisis ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penyimpangan yang terjadi dalam penggunaan kaidah BI yang ada pada papan nama reklame yang telah diganti dari yang beristilah asing ke dalam BI dan dibandingkan dengan istilah sebelumnya. Apakah masih ada hubungan makna/arti antara istilah asing dengan istilah Indonesia? Selain itu juga dimaksudkan untuk mengetahui latar belakang terjadinya penyimpangan tersebut.

Dalam analisis data mempertimbangkan faktor-faktor di luar unsur kebahasaan, antara lain faktor sosial, situasional dan ekonomi. Diantaranya ialah

faktor dari pengusaha/pemilik perusahaan dilihat dari latar belakang pendidikan status sosial dan kondisi di perusahaan tersebut.

Dalam analisis data juga dipergunakan analisis silang (cross analysis) dari data yang ada. Adapun maksud menggunakan analisis tersebut menunjukkan bahwa satu data dapat dianalisis lebih dari sudut pandang, sehingga dari data yang sama dapat dijadikan contoh lebih dari satu kali (Sujardi, 1982: 19).

BAB II

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN