

TESIS
PENGGUNAAN BAHASA DI RUANG PUBLIK:
STUDI LANSKAP LINGUISTIK DI PUSAT PERBELANJAAN
KOTA MAKASSAR

USE OF LANGUAGE IN THE PUBLIC SPACE:
STUDY OF LINGUISTIC LANDSCAPE AT SHOPPING CENTER IN
MAKASSAR CITY

SYAMSURIJAL
F032211014



PROGRAM STUDI MAGISTER BAHASA INDONESIA
FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023

TESIS

**PENGUNAAN BAHASA DI RUANG PUBLIK:
STUDI LANSKAP LINGUISTIK DI PUSAT PERBELANJAAN
KOTA MAKASSAR**

Disusun dan diajukan oleh:

**Syamsurijal
F032211014**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis


Pada tanggal 14 Agustus 2023

Dan dinyatakan memenuhi syarat


Menyetujui:

Komisi Penasihat

Ketua


Prof. Dr. Lukman, M.S.

Anggota


Dr. Ery Iswary, M.Hum.

Ketua Program Studi Bahasa Indonesia


Dr. Tammaso, M.Hum.

**Dekan Fakultas Ilmu Budaya
Universitas Hasanuddin**


Prof. Dr. Aklin Dull, M.A.

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Syamsurijal

Nim : F032211014

Program Studi : Bahasa Indonesia

Jenjang : Magister (S-2)

Menyatakan dengan sebenar- benarnya bahwa tesis yang berjudul **Penggunaan Bahasa di ruang Publik: Studi Lanskap Linguistik Di pusat Perbelanjaan kota Makassar.** Merupakan hasil karya penulis, bukan plagiat atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat di buktikan, Bahwa keseluruhan tesis ini adalah hasil karya orang lain yang plagiat, maka penulis bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 17 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,

A 10000 Indonesian postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '10000', and 'METERAI TEMPEL'. The serial number 'DECF0AKX253272008' is visible at the bottom left of the stamp. The signature is written in black ink over the stamp.

Syamsurijal

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur dipanjatkan ke hadirat Allah Swt., yang telah memberikan rahmat, berkah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Penggunaan Bahasa di Ruang Publik: Studi Lanskap Linguistik di Pusat Perbelanjaan Kota Makassar”. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar magister di Program Studi Magister Bahasa Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Hasanuddin.

Penulis menyadari terdapat berbagai kekurangan dalam tesis ini yang disebabkan adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Sehubungan dengan hal tersebut, maka penulis menerima koreksi dan kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak sebagai upaya dalam proses pembuatan tesis ini menjadi lebih baik lagi. Koreksi dan kritik tidak hanya berguna untuk memperbaiki tesis ini, tetapi diharapkan juga dapat berguna untuk perkembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan penelitian.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini berhasil dirampungkan karena bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, rasa hormat dan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Lukman, M.S., dan Dr. Ery Iswary, M.Hum., selaku Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran dalam membimbing dan memberikan arahan kepada penulis selama proses penyelesaian tesis ini.

2. Prof. Dr. Nurhayati, M.Hum., Dr. Asriani Abbas, M.Hum., dan Dr. Tammasse, M.Hum., sebagai Tim Penguji yang telah meluangkan waktunya memberikan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini.
3. Dr. Tammasse, M.Hum., sebagai Ketua Program Studi S-2 Bahasa Indonesia. Terima kasih atas motivasi dan semangat yang diberikan selama penulis menjadi mahasiswa hingga proses penyelesaian tesis ini.
4. Seluruh dosen dan Staf Administrasi Pascasarjana Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Hasanuddin yang telah memberikan bantuan dan pelayanan yang tulus, mulai awal perkuliahan hingga proses penyelesaian tugas akhir ini.
5. Istri tercinta Musayyedah Husain dan kedua anak tersayang, Khanza Annairah Putri dan Dhalila Azzahra. Terima kasih atas cinta kasih dari kalian yang menguatkan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir tesis ini.
6. Ibu mertua terkasih, Hj. St. Aisyah, Kakak Ipar, Kakak kandung Muhammad Yahya Rasyid, dan saudara-saudara penulis yang lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas bantuan dan dukungannya, baik moriel maupun materiel kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi hingga ke jenjang S-2.
7. Badan riset Inovasi Nasional, terkhusus Bapak Dr. Katubi yang telah memberikan dorongan semangat dan motivasi kepada penulis

agar penulis lekas menyelesaikan studi dan memperoleh gelar magister di Universitas Hasanuddin.

8. Teman-teman angkatan S-2 Bahasa Indonesia tahun 2021 Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Hasanuddin, AzisThaba, Delisnawati, Usti, Warits Kramadanu, Iswarty, Yulianti Rasjid, Muliati, Irawati, dan Irwan. Terima kasih penulis sampaikan kepada kalian atas bantuan dan kebersamaan dalam suka dan duka serta tiada hentinya saling memotivasi dan berdiskusi demi rampungnya tesis ini.
9. Kedua orang tua penulis yang tidak akan pernah penulis lupakan pengorbanannya. Oleh karena itu, berturut-turut penulis haturkan terima kasih kepada Ayahanda tercinta H. Abd Rasyid (Alm) dan Ibu Hj. St. Fatimah (Alm) yang telah membesarkan dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang. Semoga almarhum dapat merasakan getar bahagia penulis di alam keabadian. Aamiin.

Penulis sadar tesis ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis harapkan kritikan dan saran yang membangun demi terwujudnya karya ini menjadi lebih baik lagi. Namun, penulis tetap berharap agar tesis ini dapat diterima sebagai penelitian yang berkaitan dengan ilmu bahasa dan memberikan manfaat kepada pembaca.

Makassar, 17 agustus 2023

Penulis,

Syamsurijal

ABSTRAK

SYAMSURIJAL. *Penggunaan Bahasa di Ruang Publik: Studi Lanskap Linguistik di Pusat Perbelanjaan Kota Makassar* (dibimbing oleh Lukman dan Ery Iswary).

Tujuan penelitian ini adalah: 1) mendeskripsikan bentuk penggunaan bahasa pada ruang publik di pusat perbelanjaan Kota Makassar; 2) mendeskripsikan fungsi penggunaan bahasa pada ruang publik di pusat perbelanjaan Kota Makassar; dan 3) mengetahui pola penggunaan bahasa pada ruang publik di pusat perbelanjaan Kota Makassar. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang didesain secara deskriptif. Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan lanskap linguistik. Kemudian sumber data penelitian ini adalah Mal Ratu Indah, Mal Panakkukang, dan Mal Nipah. data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan metode analisis data interaktif dengan cara mengorganisasi data yang diperoleh ke dalam sebuah kategori, manjabarkan data ke dalam unit-unit, menganalisis data yang penting, menyusun atau menyasikan data yang sesuai dengan masalah penelitian dalam bentuk laporan, dan membuat kesimpulan agar mudah dipahami. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) bentuk penggunaan bahasa pada ruang publik di pusat perbelanjaan Kota Makassar terdiri atas dua bentuk yaitu, *top-down* dan *bottom-up*, 2) fungsi penggunaan bahasa pada ruang publik di pusat perbelanjaan kota Makassar terdiri atas dua, yaitu fungsi informasi dan fungsi simbolik, dan 3) pola penggunaan bahasa pada ruang publik di pusat perbelanjaan Kota Makassar terdiri atas dua, yaitu pola monolingual dan bilingual.

Kata kunci: lanskap linguistik, pusat perbelanjaan, *top down-bottom-up*, ruang publik

ABSTRACT

SYAMSURIJAL. The Use of Language in Public Spaces: Study of Linguistic Landscapes in Makassar City Shopping Centers (supervised by Lukman and Ery Iswary).

The aims of this study are: 1) to describe the forms of language use in public spaces in shopping centers in Makassar City; 2) describe the function of language use in public spaces in shopping centers in Makassar City; and 3) knowing patterns of language use in public spaces in shopping centers in Makassar City. This research is a qualitative research designed descriptively. The approach used is a linguistic landscape approach. Then the data sources for this research are Ratu Indah Mall, Panakkukang Mall, and Nipah Mall. the data obtained will be analyzed using interactive data analysis methods by organizing the data obtained into categories, describing data into units, analyzing important data, compiling or presenting data according to research problems in the form of reports, and making conclusions to be easy to understand. The results of the study show that 1) the form of language use in public spaces in shopping centers in Makassar City consists of two forms, namely top-down and bottom-up, 2) the function of language use in public spaces in shopping centers in Makassar City consists of two, namely the information function and the symbolic function, and 3) the pattern of language use in public spaces in the Makassar City shopping center consists of two, namely monolingual and bilingual patterns.

Keywords: linguistic landscape, shopping center, top down-bottom-up, public space

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan	6
D. Manfaat	6
1. Manfaat Teoretis	6
2. Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Penelitian Relevan	7
B. Landasan Teori	12
1. Lanskap Linguistik	12
a. Pengertian Lanskap Linguistik	12
b. Bentuk Lanskap Linguistik	15
c. Fungsi Lanskap Linguistik.....	17
d. Pola Bahasa pada Lanskap Linguistik	19

2. Ruang Publik.....	22
3. Pusat Perbelanjaan (Mal)	23
C. Kerangka Pikir	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan	28
B. Data dan Sumber Data	29
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	29
D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data	29
E. Metode Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
A. Bentuk Penggunaan Bahasa pada Ruang Publik di Pusat Perbelanjaan Kota Makassar	31
B. Fungsi Penggunaan Bahasa pada Ruang Publik di Pusat Perbelanjaan Kota Makassar	38
C. Pola Penggunaan Bahasa pada Ruang Publik di Pusat Perbelanjaan Kota Makassar	51
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	59
A. Simpulan	59
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN	65

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ruang publik adalah area atau tempat suatu masyarakat atau komunitas dapat berkumpul untuk meraih tujuan yang sama dan berbagi cerita mengenai permasalahan baik pribadi maupun kelompok. Ruang publik tersebut dapat berupa ruang dalam dunia nyata ataupun dunia maya. Melalui area tersebut, masyarakat bebas untuk mengekspresikan dirinya atau menyuarakan aspirasinya kepada publik. Orang yang melihat aspirasi tersebut pun dapat secara bebas berkomentar atau menanggapi. Kebebasan tersebut juga tentu harus mengikuti aturan atau norma yang ada di suatu wilayah. Menurut Hakim (1987) ruang publik adalah ruang yang berfungsi untuk menampung aktivitas masyarakat, baik secara individu maupun secara kelompok. Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan ruang publik adalah tempat untuk mengekspresikan diri secara bebas sesuai dengan norma yang dianut pada suatu wilayah baik itu individu maupun kelompok masyarakat.

Salah satu ruang publik yang sering digunakan untuk menyuarakan suatu tujuan bersama adalah mal. Mal adalah gedung atau kelompok gedung yang berisi macam-macam toko yang dihubungkan oleh lorong atau jalan penghubung. Pada era modern saat ini, mal sudah hampir ada pada setiap kota di Indonesia. Khususnya di Kota Makassar terdapat enam belas mal. Sebagai pusat pelayanan di Kawasan Timur

Indonesia (KTI), Kota Makassar berperan sebagai pusat perdagangan dan jasa, pusat kegiatan industri, pusat kegiatan pemerintahan, simpul jasa angkutan barang dan penumpang baik darat, laut maupun udara dan pusat pelayanan pendidikan dan kesehatan. Penduduk Kota Makassar pada tahun 2000 adalah 1.130.384 jiwa yang terdiri atas laki-laki 557.050 jiwa dan perempuan 573.334 jiwa dengan pertumbuhan rata-rata 1,65 %. Di Kota Makassar, beragam etnis bertemu. Etnis-etnis tersebut datang ke Kota Makassar dengan berbagai tujuan seperti bekerja, berkeluarga, berdagang, dan bersekolah. Dalam kurun waktu tertentu, mereka membentuk identitas kelompok sebagai cara untuk menampilkan eksistensi mereka. Oleh karena itu, tidak heran apabila Kota Makassar memiliki enam belas mal.

Ada tiga mal yang sangat besar dan ramai dikunjungi masyarakat di Kota Makassar. Ketiga mal tersebut, yaitu Mal Ratu Indah, Mal Panakkukang, dan Mal Nipah. Lokasi yang strategis dan kelengkapan barang membuat mal tersebut selalu ramai pengunjung. Keramaian tersebut membuat pihak pemerintah atau pihak swasta memanfaatkan situasi untuk menyalurkan aspirasi, informasi, dan tujuan lainnya di ruang publik. Hal tersebut dilakukan dengan cara menuliskan tujuan yang ingin dicapai pada balioho, papan, kertas, dan sebagainya. Kemudian, teks tersebut dipajang di lokasi yang menjadi sasaran dan dilihat oleh pengunjung mal. Berikut ini contoh teks yang dibuat oleh pemerintah.

Konteks : dibuat oleh Polrestabes Makassar

Teks :TELAH DIBUKA! GERAJ SIM Mal NIPAH
POLRESTABES MAKASSAR SENIN-SABTU JAM
OPERASIONAL 10.00-20.00 WITA LOKASI BASEMENT
MAL NIPAH

Lokasi : Mal Nipah

Teks di atas adalah teks yang dibuat oleh pemerintah. Hal tersebut terlihat pada pilihan kata yang digunakan seperti SIM dan Polrestabes Makassar. Dalam teks tersebut, pemerintah menginformasikan kepada pengunjung mal bahwa telah dibuka gerai SIM di Mal Nipah yang dibuka setiap Senin sampai Sabtu puku 10:00-20:00 Wita. Informasi yang disampaikan dalam teks tersebut bukan hanya sekadar informasi saja. Ada relasi kekuasaan yang dibuat oleh pemerintah sebagai pihak atas (*top*) dan ditujukan kepada pihak masyarakat atau bawah (*dwon*). Pemerintah menginginkan agar seluruh masyarakat mengikuti aturan yang dibuat. Mereka ingin agar masyarakat mengurus SIM dan pengurusan tersebut dapat dilakukan di Mal Nipah tanpa harus ke kantor Polisi. Tidak ada kebebasan bagi masyarakat untuk menerima atau menolak aturan tersebut. Bagi yang menolak tentu saja akan menerima sanksi. Selain pihak pemerintah, berikut ini contoh teks yang dibuat oleh pihak swasta.

Konteks : dibuat oleh karyawan toko Everbest

Teks : SALE LIMITED PERIOD CASHBACK IDR 500K

Lokasi : Mal Ratu Indah

Teks di atas adalah teks yang dibuat oleh pihak swasta. Hal tersebut terlihat dari pilihan kata yang digunakan. Tidak ditemukan nama instansi dan hal yang berhubungan dengan pemerintah. Hanya terlihat sebuah teks dalam bahasa Inggris yang memberitahukan pengunjung mal bahwa ada promo potongan yang terbatas sebesar Rp 500.000. Teks tersebut hanya sekadar informasi yang tidak memaksa masyarakat untuk membeli. Pengunjung mal bebas untuk mengambil atau menolak promo tersebut.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan dapat diketahui bahwa telah terjadi relasi kuasa dalam penulisan teks di ruang publik khususnya mal. Relasi kuasa tersebut tercipta antara kelompok dominan terhadap kelompok yang didominasi.

The presence or absence of language in public space communicates symbolic message about the importance, power, significance, and relevance of certain languages or irrelevance of others (Shohamy, 2006:115).

Pendapat Shohamy di atas menyatakan semakin banyaknya frekuensi suatu bahasa yang hadir di ruang publik dengan distribusi teks yang merata di suatu kawasan memberi sinyal atas relasi kuasa semakin besar dan kuat. Sebaliknya ketidakhadiran suatu bahasa dalam suatu teks di ruang publik itu menandakan lemahnya eksistensi sosial tersebut. Kajian lanskap linguistik merupakan salah satu kajian bahasa dengan menganalisis teks-teks di ruang publik untuk melihat bagaimana kebahasaan yang digunakan oleh kelompok-kelompok sosial tertentu dalam suatu kawasan dalam upaya menginvestigasi simbol-simbol sosial kelompok tersebut. Dalam hal ini, fakta kebahasaan dalam teks lanskap linguistik memberi seperangkat analisis untuk mengungkap fakta-fakta

sosial. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai relasi kuasa yang tercipta dalam teks di ruang publik khususnya mal di Kota Makassar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Bagaimana bentuk penggunaan bahasa pada ruang publik di pusat perbelanjaan Kota Makassar?
2. Bagaimana fungsi penggunaan bahasa pada ruang publik di pusat perbelanjaan kota Makassar?
3. Bagaimana pola penggunaan bahasa pada ruang publik di pusat perbelanjaan Kota Makassar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki beberapa tujuan. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan bentuk penggunaan bahasa pada ruang publik di pusat perbelanjaan Kota Makassar.
2. Mengetahui fungsi penggunaan bahasa pada lanskap linguistik di pusat perbelanjaan kota Makassar.
3. Mendeskripsikan pola penggunaan bahasa lanskap linguistik di pusat perbelanjaan Kota Makassar.

D. Manfaat Penelitian

Ada dua manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini. Kedua manfaat tersebut adalah:

1. Manfaat Teoritis

- a. Memberi kelengkapan analisis teks Lanskap linguistik, terutama pada analisis leksikal dan semantik.
- b. Memberi alternatif kajian sosial yang berfokus pada kawasan tertentu, yaitu kawasan urban, melalui kajian bahasa di ruang-ruang publik, terutama pada kajian sosiolinguistik, terkait pemetaan dan penataan bahasa.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pemerintah, penelitian ini bermanfaat dalam memberikan informasi yang cukup dalam perencanaan dan penerapan kebijakan bahasa, khususnya di ruang publik sehingga tidak saja mempertimbangkan aspek kebakuan bahasa saja, tetapi mampu mengelaborasi dan mengakomodasi kebakuan bahasa dengan perkembangan sosial yang terjadi.
- b. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat menjadi acuan untuk membaca teks lanskap linguistik sehingga mereka dapat menginterpretasi setiap teks yang ia temukan. Selain itu, adanya relasi kekuasaan yang memiliki tujuan positif harus ditaati agar kehidupan bermasyarakat semakin damai dan tentram.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Relevan

Penelitian lanskap linguistik di Indonesia terbilang jarang diteliti. Tercatat, ada empat penelitian lanskap linguistik yang berfokus pada lanskap linguistik di Indonesia.

Yannuar dan Tabiati (2016) jurnal dengan judul penelitian *Public Signs in the City of Malang: A Study on the Linguistic Landscape of Indonesia*. Penelitian ini berfokus pada bagaimana penggunaan bahasa digunakan dan dipresentasikan di ruang publik pada empat area, yaitu Pasar Besar, Jalan Soekarno-Hatta, Jalan Veteran, dan Alun-Alun Malang. Pengambilan data berjumlah 104 gambar dilakukan secara random pada keempat area penelitian. Wawancara dilakukan pada masyarakat dan orang yang melintasi area tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahasa Indonesia dominan di ruang publik sebagai bentuk dari bahasa nasional dan bahasa resmi; bahasa Jawa tidak terlihat di ruang publik, bahasa Inggris diasosiasikan dengan gaya hidup dan modern.

Ferdiyanti (2016) dengan judul penelitian *Multilingualisme dalam Lanskap Linguistik di Wilayah Kota Surabaya*. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai penanda bahasa di Wilayah Kota Surabaya ditinjau dari multilingualisme. Data yang digunakan dalam penelitian Ferdiyanti menggunakan ragam bahasa tulis yang terdapat dalam penanda bahasa yang tersebar di lima wilayah Kota Surabaya.

Zakiyatul Fakhroh dan Zuliati Rohmah (2018) jurnal dengan judul penelitian *lanskap linguistik di Sidoarjo berjudul Linguistic Landscape in Sidoarjo City*. Penelitian ini membahas bahasa ruang publik dan proporsi tanda Top-Down dan Bottom-Up di Kota Sidoarjo serta mengidentifikasi fungsi informasi-simboliknya. Pengumpulan data dilakukan pada teks di beberapa tempat umum dan di sepanjang jalan utama Kota Sidoarjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lanskap linguistik didominasi oleh bahasa Indonesia. Bahasa Inggris lebih sering digunakan daripada bahasa Arab. Anehnya, bahasa Jawa sebagai bahasa ibu sebagian besar masyarakat Sidoarjo jarang digunakan. Beberapa bahasa Asia lainnya juga terlihat di pusat perbelanjaan.

Oktaviani (2019) dengan judul penelitian "Linguistic Landscape: A Case Study of Shop Names in Gresik Kota Baru (GKB), Gresik". Penelitian ini menganalisis lanskap bahasa yang berfokus pada nama-nama toko yang berlokasi di Gresik Kota Baru (GKB) dengan menambahkan dua perspektif yang berbeda baik dari pengunjung GKB sebagai pembaca nama toko dan juga pemilik toko sebagai pembuat nama toko. Penelitian ini bertugas mengidentifikasi bahasa apa saja yang ditampilkan di GKB, sikap bahasa pengunjung GKB terhadap nama toko yang ditulis dalam beberapa bahasa dan alasan pemilik toko dalam memilih bahasa tertentu.

Ramadhani (2018) juga melakukan penelitian di Kota Gresik, Jawa Timur dengan judul *Lingua Franca in The Linguistic Landscape of Gresik Kota Baru (GKB)*. Penelitian ini menganalisis 48 nama restoran yang berlokasi di Gresik Kota Baru (GKB), sebuah pusat bisnis di Kabupaten

Gresik. Selain itu, penelitian ini mencoba untuk mengidentifikasi bahasa yang paling banyak digunakan di wilayah tersebut serta melihat peran bahasa mana sebagai *lingua franca* dalam lanskap linguistik GKB. Hasilnya, diketahui bahwa Bahasa Indonesia memperoleh jumlah kemunculan terbanyak, yaitu di 27 restoran, sedangkan bahasa Inggris terlihat di 21 nama restoran. Dengan kata lain, hasil ini menunjukkan bahwa nama restoran di GKB didominasi oleh bahasa Indonesia sehingga bahasa Indonesia menjadi *lingua franca* di wilayah ini.

Firdausiyah (2019) melakukan penelitian berjudul *A Linguistic Landscape Study in Pondok Pesantren Putri Mambaus Sholihin Gresik*. Penelitian ini meneliti lanskap linguistik (LL) yang ada di Pondok Pesantren (Ponpes) Putri Mambaus Sholihin Gresik dengan meneliti bahasa-bahasa yang digunakan di plakat, kategori-kategori plakat, dan pembentukan plakat di lanskap linguistik Ponpes Putri Mambaus Sholihin. Data diambil dari plakat-plakat di Ponpes Putri Mambaus Sholihin, catatan-catatan, dan wawancara dengan dua narasumber. Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa bahasa-bahasa yang ditemukan di lanskap linguistik Ponpes Putri Mambaus Sholihin adalah bahasa Inggris, bahasa Arab, dan bahasa Indonesia. Bahasa-bahasa tersebut merupakan bahasa resmi yang digunakan di Ponpes Putri Mambaus Sholihin yang merupakan Pondok Pesantren Salafi Modern.

Widiyanto (2019) melakukan penelitian di Kota Surakarta berjudul "Lanskap Linguistik di Museum Radya Pustaka Surakarta". Penelitian ini mengungkap pemakaian bahasa dalam informasi yang menjelaskan

benda- benda peninggalan sejarah di Museum Radya Pustaka (MRP) Surakarta dari perspektif LL dan menjawab pertanyaan tentang bahasa apa saja yang dipakai dalam informasi di MRP, bagaimana pemakaian bahasa-bahasa tersebut ditinjau dari ukurannya, dan bagaimana konfigurasi penempatan bahasa-bahasa tersebut secara posisional.

Widiyanto (2020) juga meneliti lanskap linguistik di Kota Surakarta dengan judul, "Meneroka Lanskap Linguistik: Kasus di Stasiun Solo Balapan Surakarta ". Penelitian ini mengungkap pemakaian bahasa pada tanda dalam lanskap linguistik (LL) di Stasiun Kereta Api Solo Balapan Surakarta (SSBS) dan menjawab pertanyaan tentang bahasa apa saja yang dipakai di SSBS dan distribusinya, bagaimana konfigurasi pemajangan bahasa-bahasa tersebut secara posisional, dan siapa pelaku atau pencipta LL. Ancangan kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan pemakaian bahasa di area SSBS.

Erikha (2018) melakukan penelitian di Yogyakarta. Penelitian ini mengkaji nama-nama jalan utama (râjamârga) di sekitar Keraton Yogyakarta ditinjau dari fungsinya sebagai pengenalan nama tempat (fungsi informasional) dan sebagai pembawa pesan tertentu (fungsi simbolik). peneliti menggunakan pendekatan kualitatif melalui analisis data visual (foto) plat nama jalan. Temuan tersebut mengungkapkan dua fungsi lanskap linguistik yang ditetapkan oleh plat nama jalan. Pertama, fungsi informasional, yaitu merujuk pada tempat-tempat geografis dan ruang sosial orang Jawa yang ditampilkan sebagai satu kelompok etnis,

sedangkan penggunaan hanacaraka secara ortografik menegaskan batas bahasa.

Andriyanti (2019) melakukan penelitian *linguistic schoolscape*. Penelitian ini berfokus pada pola tanda dalam lanskap linguistik sekolah dan representasi dalam konteks situasi bahasa dalam konteks multilingual. Data terdiri dari 890 rambu yang dikumpulkan dari lima SMA di Yogyakarta. Berdasarkan jumlah dan jenis bahasa yang digunakan, data dikategorikan ke dalam pola bahasanya. Situasi bahasa diinterpretasikan berdasarkan fungsi utama bahasa sebagai alat komunikasi dan representasi. Temuan penelitian ini mengungkap tiga pola bahasa: satu bahasa, dua bahasa, dan tanda multibahasa, yang diurutkan dari frekuensi paling banyak ke frekuensi paling sedikit. Tanda-tanda satu bahasa dan dua bahasa ditemukan di kelima sekolah sedangkan tanda multibahasa di tiga sekolah. Bahasa Indonesia, Inggris, dan Arab ditemukan dalam ketiga pola tersebut. Bahasa Jawa dan Prancis digunakan dalam pola satu bahasa dan multibahasa. Latin dan Sansekerta hanya ditemukan dalam pola satu bahasa.

Penelitian ini berbeda dengan beberapa penelitian relevan di atas. Ada tiga *gap* dari penelitian sebelumnya dengan penelitian ini. Pertama, penelitian lanskap linguistik tentang *Linguistic Cityscape* masih jarang dilakukan di Indonesia, terutama di Kota Makassar. Penelitian lanskap linguistik secara *cityscape* yang dilakukan peneliti mengkaji domain data teks publik pusat perbelanjaan. Beberapa penelitian sebelumnya berfokus pada sub-subdomain saja dalam lanskap linguistik atau perbandingan

wilayah pada suatu kota. Hal itu dapat dipahami karena mayoritas penelitian lanskap linguistik diterbitkan dalam jurnal. Hasil penelitian ini berguna untuk memberi gambaran menyeluruh tentang kondisi ruang publik suatu kota, terutama Kota Makassar. Kedua, penelitian lanskap linguistik kurang memperhatikan relasi makna pada teks secara keseluruhan pada suatu domain. Peneliti memanfaatkan kinerja linguistik korpus untuk menyediakan data guna dideskripsikan bentuk leksikal, preferensi semantis, dan prosodi semantis. Hasil analisis linguistik korpus ini sangat berguna untuk melihat bagaimana perilaku teks pada setiap domain sehingga bisa terlihat perilaku sosialnya. Ketiga, teks-teks bilingualisme perlu dideskripsikan tentang bagaimana strategi penulis teks merancang pola. Teori *bilingual-multilingual writing* dari Reh (2004) terkait strategi *duplicating*, *fragmenting*, *overlapping*, dan *complementary writing* dipakai untuk mendeskripsikan strategi penulisan teks tersebut. Peneliti juga menggabungkan dengan teori Sutherland (2015) terkait *Writing System Mimicry* (WSM), yaitu penulisan teks dengan menggunakan aksara yang menyerupai aksara lain.

B. Landasan Teori

1. Lanskap Linguistik

a. Pengertian Lanskap Linguistik

Landry dan Bourhis (1997:23) mengatakan lanskap linguistik merupakan bahasa-bahasa yang terlihat dan dianggap penting yang ditulis oleh pemerintah atau swasta atau bisa juga individu pada suatu teritorial, kawasan, atau daerah urban. Secara spesifik,

bahasa-bahasa di ruang publik tersebut berupa papan nama jalan, papan petunjuk jalan, papan iklan, nama bangunan, nama toko. Bahasa-bahasa tersebut berada pada suatu titik lokasi tertentu (misalnya gedung, jalan, taman) atau bisa juga daerah kawasan etnis tertentu (misalnya Pecinan, Kampung Arab, Kampung Madura).

The language of public road signs, advertising billboards, street names, place names, commercial shop signs, and public signs on government buildings combines to form the linguistic landscape of a given territory, region, or urban agglomeration (Landry dan Bourhis, 1997:25).

Berdasarkan hal di atas, lanskap linguistik merupakan suatu kajian yang menganalisis penggunaan bahasa di ruang-ruang publik yang bersifat tertulis (*written text*) (Gorter, 2006:2). Dikatakan tertulis karena teks-teks tersebut ditulis oleh pihak yang ingin memberikan suatu pesan informasi kepada pembaca teks terkait hal-hal yang perlu diketahui oleh masyarakat tentang wilayah bersangkutan. Biasanya, bentuk tulisan, ukuran, dan penempatan tanda mengikuti kaidah yang disepakati atau diatur supaya tanda-tanda bahasa tersebut tidak membingungkan pembacanya.

Senada dengan Gorter, Ben-Rafael (2006:14) memberi gambaran bahwa lanskap linguistik mengacu pada apapun tanda atau pengumuman yang berlokasi di dalam atau di luar ruang publik pada suatu lokasi. Jadi, dari pengertian ini, lanskap linguistik lebih meluas kajiannya tidak hanya yang tampak dari luar, tetapi juga di dalam suatu lokasi (bisa di dalam area taman, gedung, stasiun,

terminal, bandara, sekolah, universitas, rumah sakit, dan sebagainya. Pada intinya, teks-teks tersebut bisa terlihat oleh umum (Itagi dan Singh, 2002b: ix).

Dalam perkembangan selanjutnya, lanskap linguistik tidak hanya mengacu pada teks-teks di ruang publik yang bersifat menetap (*permanent text*), tetapi juga teks-teks tersebut bisa didapatkan dari teks-teks yang bergerak (*mobile text*), seperti teks di mobil patroli polisi, bus, kereta api, taksi, angkutan kota, dan sebagainya. Atau bahkan, lanskap linguistik berkembang dalam meneliti teks berjalan (*running text*) di papan-papan iklan. Perkembangan kajian ini tentu membuka ruang yang lebih masif. Lanskap linguistik bisa digunakan untuk meneliti teks-teks yang digunakan oleh surat kabar, majalah, dan penerbitan lainnya yang terbit di suatu kota tertentu baik bersifat lokal, regional, dan nasional. Bahkan, penelitian yang dilakukan oleh Purschke (2016) dilakukan di android (media internet). Lanskap linguistik juga bisa berkembang ke dalam kajian teks-teks yang bersifat sementara (*temporary text*). Biasanya, spanduk spanduk yang dipajang di jalan raya atau papan informasi baik dari pemerintah, sekolah, universitas, dan lain-lain tidak dipasang permanen. Teks-teks itu hanya memberikan informasi atas suatu acara (*event*). Ketika acara selesai, spanduk dan papan pengumuman itu diturunkan/diambil. Hal ini menandakan bahwa lanskap linguistik berkembang ke arah yang lebih variatif dan luas sifat dan karakteristik kedataannya

sesuai dengan kondisi-kondisi dan era yang populer di masyarakat. Namun pada intinya, lanskap linguistik mengacu pada hal dasar yang menjadi kriterianya (1) teks tertulis, (2) text yang terletak di ruang publik, (3) masyarakat (umum/tertentu) dapat mengaksesnya.

b. Bentuk Lanskap Linguistik

Cenoz dan Gorter (2006: 6) mengatakan ada dua bentuk lanskap linguistik, yaitu bentuk *top-down* dan *bottom-up*. Bentuk *top-down* mengacu pada pemakaian bahasa secara atas-bawah dan bentuk *bottom-up* mengacu pada pemakaian bahasa bawah-atas. Rentang diagonal dari bentuk *top-down* hingga *bottom-up* menunjukkan derajat seberapa resmi dan tidak resmi digunakannya sebuah bahasa. Pemakaian bahasa secara atas-bawah dapat diisitilahkan sebagai pemakaian bahasa antara pihak dominan kepada pihak kecil sehingga dapat menciptakan relasi kuasa. Relasi kuasa tersebut meminta pihak kecil untuk mengikuti aturan yang dibuat. Adapun pemakaian bahasa secara bawah-atas adalah pemakaian bahasa dari pihak kecil kepada pihak dominan. Pemakaian bahasa tersebut tidak dapat menciptakan relasi kuasa karena tidak ada kekuatan yang dimiliki pihak kecil sehingga mereka tidak bisa memaksakan kehendak. Ada kebebasan memilih untuk menaati atau mengikuti. Tidak ada sanksi bagi penolakan tersebut. Kedua bentuk tersebut akan diuraikan sebagai berikut.

1) *Top-Down*

Top-Down signs are 'government' sign such official sign for street names. These signs reflect a specific language policy: road signs, building names, street names. Berdasarkan pengertian tersebut dapat diketahui bahwa *top-down* mengacu pada teks-teks lanskap linguistik yang bersifat resmi. Dalam produksi teks tersebut, pemerintah mengacu pada kebijakan bahasa terkait bahasa yang digunakan dan standar informasi apa saja yang dituliskan. Adapun contoh bentuk *top-down*, yaitu pemakaian bahasa pada tanda umum yang dibuat oleh badan atau lembaga pemerintah, lembaga publik, yang mengurus persoalan agama, pemerintahan, kesehatan, pendidikan, dan kebudayaan, papan tanda nama jalan, dan maklumat umum.

2) *Bottom-Up*

Bottom-Up signs are private signs such as the sign on shops and they may be influence by language policy but mainly reflect individual preference: shops, advertising, private office. Berdasarkan pengertian tersebut dapat diketahui bahwa bentuk *bottom-up* mengacu pada tanda yang dibuat secara individual, misalnya tanda pada toko yang dipengaruhi oleh kebijakan bahasa. Bentuk tersebut juga mencerminkan preferensi individu toko yang membuat teks. Adapun contoh bentuk *bottom-up*, yaitu pemakaian bahasa oleh pemilik toko/kedai (pakaian,

makanan, perhiasan), kantor/pabrik/agen swasta, maklumat pribadi (sewa/jual/mobil/rumah) termasuk iklan lowongan kerja.

c. Fungsi Lanskap Linguistik

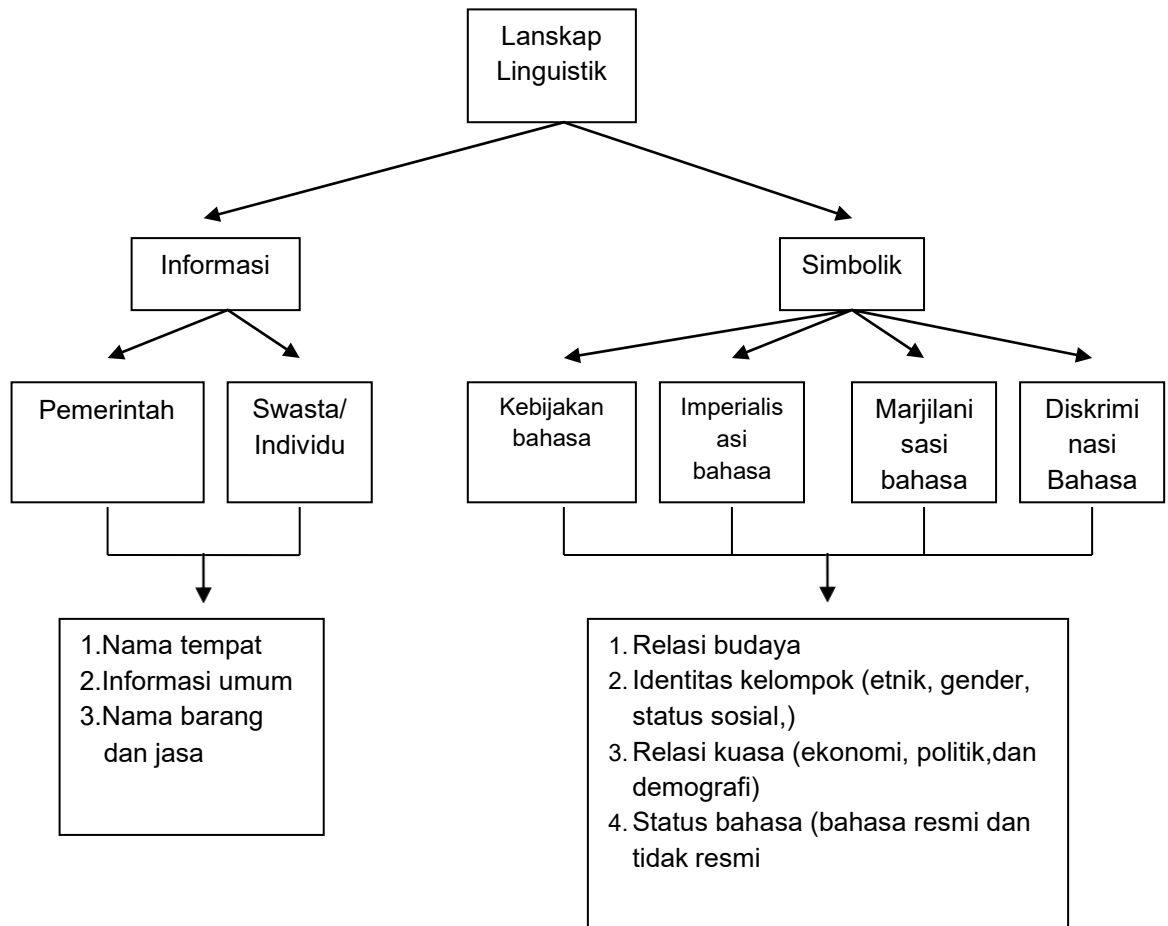
Kajian lanskap linguistik sesungguhnya berfungsi untuk menginvestigasi lapisan-lapisan sosial dalam suatu kelompok masyarakat dan bagaimana dominasi suatu kebudayaan dalam masyarakat (Reh,2004:38). Lapisan-lapisan sosial itu berupa simbol-simbol sosial dalam kelompok masyarakat, suatu institusi, dan pemerintah (Ben-Rafael,2006:27). Simbol-simbol sosial yang muncul dengan menggunakan media teks di ruang publik itu saling berkompetisi, saling mendominasi, dan saling memarjinalkan kehadirannya di ruang publik. Itu bisa ditandai dari dari frekuensi teks, variasi dalam aktivitas sosial masyarakat, dan dominasi penyebaran aktivitas sosial itu dalam suatu kawasan, tentunya yang lebih luas.

Menurut Landry & Bourhis (1997) lanskap linguistik memiliki dua fungsi, yaitu fungsi informasional dan fungsi simbolis. Berikut uraian kedua fungsi tersebut.

- 1) Pada fungsi informasional, makna penanda membedakan wilayah geografis penduduk yang memberikan bahasa pada nama tempat itu. Dengan kata lain, bahasa berfungsi sebagai penanda wilayah masyarakat penuturnya dan pembeda dari wilayah penduduk lain yang berbeda bahasanya.

2) Pada fungsi simbolis, kehadiran atau ketidakhadiran bahasa sebuah kelompok pada papan jalan, misalnya berdampak pada perasaan sebagai bagian kelompok itu. Fungsi simbolis juga erat kaitannya dengan keterwakilan identitas sebuah etnis. Menurut (Lou, 2016) dan (Blommaert, 2013) ruang sebagai arena interaksi sosial manusia dan melakukan serangkaian kegiatan budaya.

Pendapat bahwa bahasa tidak lepas fungsi sebagai fungsi komunikasi saja demikian benar adanya. Bahasa lekat-erat dengan identitas sosial, baik identitas penutur dan petuturnya. "*Language is closely tied to identity*" (Barni dan Bagna,2003). Itulah sebabnya, teks-teks yang terpajang dalam ruang-ruang publik itu dianggap lekat-erat dengan penulis (pengirim) teks. Di sana bisa digali lebih dalam bagaimana identitas sosial masyarakat dalam wilayah lanskap linguistik berada. Hal yang penting juga adalah relasi kuasa dari kelompok masyarakat itu bermain. Berikut ini denah fungsi lanskap linguistik.



d. Pola bahasa pada Lanskap Linguistik

Pola penulisan teks dalam lanskap linguistik mengacu pada Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 63 Tahun 2019 tentang penggunaan bahasa Indonesia. Dalam peraturan tersebut dijelaskan mengenai penggunaan bahasa Indonesia, bahasa daerah, dan bahasa asing. Penggunaan bahasa asing terdapat pada pasal 40 ayat 1 yang berbunyi “Bahasa Indonesia wajib digunakan dalam rambu umum, petunjuk jalan, fasilitas umum, spanduk, dan alat informasi lain yang merupakan pelayanan umum” dan ayat 3 yang berbunyi “tulisan, gambar, dan/atau suara

sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dapat disertai dengan bahasa Daerah dan/atau bahasa Asing sebagai padanan”. Maksud dari pasal tersebut adalah dalam membuat teks di ruang publik wajib menggunakan bahasa Indonesia dan dapat disertai bahasa asing atau bahasa daerah. Oleh karena itu, sering dijumpai teks-teks di ruang publik yang bervariasi. Ada tiga pola yang ditemukan dalam penulisan tersebut, yaitu monolingual, bilingual, dan multilingual. Pola-pola tersebut menggunakan bahasa-bahasa tertentu yang dipilih untuk kepentingan penyampaian informasi atau pesan penulis kepada pembaca target atau masyarakat.

Kompetensi masyarakat pada suatu bahasa, kebijakan bahasa, kelebihan yang dimiliki suatu bahasa dalam menyampaikan pesan dan informasi tidak terlepas dari aspek simbol-simbol sosial yang diwakili oleh bahasa yang digunakan. Penggunaan pola monolingual pada teks di ruang publik tentu saja melalui pertimbangan yang matang. Bahasa tersebut dianggap percaya diri dan tidak membutuhkan bahasa lain dalam menyampaikan pesan informasi dan simbolnya. Namun, beberapa bentuk kombinasi bahasa terjadi dalam suatu teks, yaitu bentuk bilingual dan multilingual. Bahasa-bahasa tertentu yang dipilih memiliki tugas tersendiri untuk menyampaikan pesan dan informasi tertentu dalam satu teks sekaligus menyampaikan simbol-simbol yang tidak bisa terwakili dalam monolingual. Beberapa strategi penulisan bilingual dan multilingual diuraikan sebagai berikut.

1) Strategi Duplikasi (*Duplicating Multilingual Writing*)

Duplicating multilingualism as "those practices in which exactly the same text is presented in more than one language (Reh, 2004:8). Strategi duplikasi adalah strategi penulisan teks bilingual atau multilingual dengan cara menduplikasi aksara suatu bahasa dengan aksara pada bahasa yang lain.

2) Strategi Fragmentasi (*Fragmentary Multilingual Writing*)

The term fragmentary multilingualism is used for multilingual texts in which the full information is given only in one language, but in which selected parts have been translated into an additional language or additional languages (Reh, 2004:10). Strategi fragmentasi adalah suatu cara penulisan atas keseluruhan informasi diberikan dalam satu bahasa, tetapi penulis teks memilih bagian-bagian tertentu yang diterjemahkan ke dalam bahasa lain. Sederhananya, ada suatu bahasa yang diterjemahkan ke dalam bahasa lain dalam suatu struktur teks.

3) Strategi *Overlapping* (*Overlapping Multilingual Writing*)

In all the languages also different pieces of additional information are given (Reh, 2004:12). Strategi *overlapping* merupakan strategi di mana dalam suatu struktur penulisan teks digunakan bahasa lain. Struktur teks yang dibangun menggunakan suatu bahasa, tetapi "tercampur" dengan bahasa lain. Backhause (2007:11) menggunakan istilah *mix-sign* untuk menamai strategi *overlapping* ini. Sederhananya, terdapat

campur kode dalam suatu struktur teks baik berupa frasa atau klausa.

4) Strategi komplementari (*Complementary Multilingualism Writing*)

Complementary multilingualism occurs when the different parts of the message are in different languages (Reh, 2004:14).

Pesan atau informasi ditampilkan dalam bahasa yang berbeda. Sederhananya, bahasa tertentu dipakai untuk menyampaikan informasi tertentu dengan bahasa yang berbeda dalam satu teks.

5) Strategi mimikri (*Writing System Mimicry/WSM*)

Istilah *Writing System Mimicry* (WSM) dikenalkan oleh Sutherland (2015) sebagai “... *the intention to create a font which is graphically similar to a different writing system, while still retaining the underlying shape and structure of the base writing system*. Jadi, WSM ini merupakan tulisan yang secara grafis menggunakan aksara yang hampir mirip dengan aksara lain.

2. Ruang Publik

Menurut Carr (1992) pada bukunya yang berjudul *Public Space*, ruang publik adalah ruang milik bersama dimana publik dapat melakukan berbagai macam aktivitas dan tidak dikenakan biaya untuk memasuki area tersebut. Aktivitas yang terjadi dapat berupa rutinitas sehari-hari, kegiatan pada musim tertentu atau sebuah event. Rutinitas sehari-hari adalah seperti bersantai atau sekedar menikmati suasana

lingkungan sedangkan kegiatan musiman biasanya diselenggarakan sebuah komunitas dalam periode tertentu. Ruang ini juga sering menjadi titik pertemuan sehingga menciptakan interaksi publik yang tinggi. Hal-hal tersebut menyatakan bahwa ruang publik adalah faktor penting dalam rutinitas kehidupan, ruang pergerakan, titik pertemuan, dan ruang untuk bersantai dan rekreasi.

Menurut Roger Scurton (1984) setiap ruang publik memiliki makna sebagai lokasi yang memiliki akses yang besar terhadap lingkungan sekitar, tempat bertemunya publik dan perilaku masyarakat pengguna ruang publik dengan mengikuti norma-norma setempat. Menurut Hakim dan Hardi (2004), pengertian mengenai ruang terbuka publik dapat diuraikan sebagai berikut: a) Bentuk dasar dari ruang terbuka selalu terletak di luar massa bangunan b) Dapat dimanfaatkan dan dipergunakan oleh setiap orang. c) Memberi kesempatan untuk bermacam-macam kegiatan dalam kata lain multi fungsi. Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat diketahui ruang publik adalah tempat sekelompok masyarakat pada suatu wilayah untuk melakukan aktivitas tertentu yang memiliki suatu tujuan bersama.

3. Pusat Perbelanjaan (Mal)

Pusat perbelanjaan atau mal adalah tipikal pusat perbelanjaan yang bersifat tertutup / indoor yang berisi unit-unit retail dan pada umumnya disewakan. Biasanya Mal merupakan multi-storey building atau terdiri lebih dari 2 lantai, yang dikarenakan mal dibangun di tengah kota dimana lahannya yang sangat terbatas tetapi tuntutan fungsinya

tetap banyak sehingga pembangunan mal harus dilakukan secara vertikal. Dan Untuk menambah kenyamanan pengunjung, mal sudah menggunakan bantuan teknologi seperti pengatur suhu ruangan (AC), material-material yang bagus untuk dipandang dan sebagainya. Dalam penelitian ini, tiga mal yang akan digunakan sebagai tempat pengambilan data. Ketiga mal tersebut, yaitu Mal Ratu Indah, Mal Panakkukang, dan Mal Nipah. Berikut uraian ketiga mal tersebut.

a) Mal Ratu Indah

Mal Ratu Indah merupakan mal pertama di Makassar. Didirikan pada tahun 1999 di bawah naungan Wisma Kalla. Mal ini terdiri atas empat lantai dengan penyewa-penyewa ternama dari berbagai perusahaan besar baik nasional maupun internasional termasuk Hero Supermarket, Matahari, Gramedia, Excelso, KFC, Studio XXI, Timezone, dan masih banyak lagi. Hingga saat ini telah memiliki lebih dari 122 penyewa dengan berbagai merek dan tipe sewaan bertaraf internasional. Sebagai mal yang berada di pusat kawasan bisnis, mal Ratu Indah menyelenggarakan berbagai acara untuk menjadi sasaran yang menarik perhatian warga Makassar sepanjang tahun. Sebagai pusat perbelanjaan pertama mal Ratu Indah selalu mengikuti perkembangan dunia. Hal ini dapat dilihat dari kemampuan adaptif lanskap yang digunakan.

b) Mal Panakkukang

Mal Panakkukang adalah mal terbesar di Makassar. Mal ini didirikan pada tahun 2003 dan selesai tahun 2006, dengan lokasi strategis di kawasan Panakkukang yang padat penduduk. Mal ini terdiri dari empat lantai, dan empat Koridor A, B, C dan D, dengan penyewa yang sudah mapan dikenal sebagai perusahaan besar baik secara nasional maupun internasional.

c) Mal Nipah

Mal Nipah merupakan salah satu pusat perbelanjaan terbaru di bawah naungan Kalla Group di Kota Makassar. Mal ini terletak di Jalan Urip Sumoharjo dan didirikan pada tanggal 6 April 2018 dan diresmikan pada tanggal 3 November 2018. Mal ini memiliki luas 3,5 hektar (ha), luas bangunan 121.426 m² & 25.000 m², terdiri dari 5 lantai dan 1 *basement*, serta penyewa yang terkenal, sama seperti pusat perbelanjaan pada umumnya yang memiliki penyewa dari perusahaan besar baik secara nasional maupun internasional menjadikan mal ini sebagai salah satu tempat tujuan belanja terbaik. Mal Nipah merupakan satu-satunya di Makassar mal yang berkonsep alam terbuka yang menyediakan seluruh kebutuhan keluarga dalam satu tempat.

C. Kerangka Pikir

Alur penelitian merupakan peta jalannya penelitian. Penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah beserta komponen-komponen analisis yang membentuk keterikatan jalinan analisis. Data penelitian diperoleh dari teks-teks penggunaan bahasa di pusat perbelanjaan mal Panakukang, mal Ratu Indah, dan mal Nipah Kota Makassar. Analisis yang dilakukan dalam ketiga mal tersebut, yaitu bentuk penggunaan bahasa pada ruang publik di pusat perbelanjaan Kota Makassar, fungsi penggunaan bahasa pada ruang publik di pusat perbelanjaan kota Makassar, dan pola penggunaan bahasa pada ruang publik di pusat perbelanjaan Kota Makassar. Pada bentuk penggunaan bahasa pada ruang publik dianalisis menggunakan teori Cenoz dan Gorter yang terdiri dari dua bentuk, yaitu bentuk *top-down* dan *bottom-up*. Kemudian, fungsi penggunaan bahasa pada ruang publik dianalisis menggunakan teori Landry & Bourhi, yang terdiri dari dua fungsi, yaitu fungsi informasional dan fungsi simbolis. Adapun pola penggunaan bahasa pada ruang mengacu pada Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 63 Tahun 2019 tentang penggunaan bahasa Indonesia yang terdiri dari dua pola, yaitu monolingual dan bilingual. Dengan demikian akan tergambar dengan jelas lanskap linguistik di pusat perbelanjaan Kota Makassar.

BAGAN KERANGKA PIKIR