

# PEMARTABATAN BAHASA INDONESIA RAGAM TULIS PADA RUANG PUBLIK: SEBAGAI KONTESTASI PASAR DAN PENEGAKKAN PERATURAN PENGGUNAAN BAHASA

**Muhamad Firman<sup>1</sup>, Suhendra<sup>2</sup>**

Universitas Pakuan, Bogor<sup>1,2</sup>

[firmanafahad@unpak.ac.id](mailto:firmanafahad@unpak.ac.id)

## ABSTRAK

Memartabatkan bahasa Indonesia sebagai bahasa negara, jati diri bangsa, dan sebagai identitas nasional. Sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan; dan Peraturan Presiden Nomor 63 tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia. Ruang publik menjadi barometer komitmen warga bangsa dalam menjaga martabat bahasa Indonesia sebagai bahasa negara. Fakta penggunaan bahasa negara di ruang publik seperti nama gedung, fasilitas publik, rambu petunjuk yang menggunakan bahasa asing perlu ditertibkan. Upaya pengendalian sesuai amanat konstitusi ini dilakukan dengan peningkatan kesadaran dan kerja sama semua pihak. Penelitian ini mencakup linguistik lanskap yang mengkaji bahasa dalam lingkungan, kata, dan citra yang dipajang di ruang publik dan menjadi pusat perhatian di wilayah yang berkembang pesat. Mengacu hal tersebut kesalahan berbahasa linguistik terdiri atas tiga istilah, yakni lapses, error, mistake yang berada dalam tataran morfem, sintaksis, dan semantik. Pelaksanaan penelitian ini di Kota Bogor dengan menggunakan penelitian kualitatif dengan metode survei serta ditunjang dengan metode asosiatif dan analisis deskriptif; untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Data yang diperoleh selanjutnya diolah, dianalisis, dan diproses lebih lanjut dengan dasar-dasar teori yang telah dipelajari untuk menarik kesimpulan. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumber rujukan literasi untuk masyarakat dalam penggunaan bahasa Indonesia pada ruang publik.

**Kata Kunci:** Pemartabatan Bahasa Indonesia; Linguistik Lanskap.

## PENDAHULUAN

Sebagai bangsa yang besar dan pertumbuhan pasar dunia yang semakin terbuka dan disertai dengan kebijakan ekspor dan impor barang-barang, budaya, dan gaya hidup manusia menjadikan bahasa tumbuh subur serta menjadikan Indonesia menjadi primadona pasar dunia. Hal ini tidak terlepas dari peran dan fungsi Indonesia dalam berbagai keikutsertaannya menjaga kestabilan dunia, sebagai contoh Indonesia turut serta dalam menjaga perdamaian dunia dibawah Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) dan keanggotaan dalam OPEC (*Organization of the Petroleum Exporting Countries*). Fungsi kebijakan yang dikeluarkan pemerintah dalam hal ini Badan Pengembangan Bahasa dan Pembukuan di bawah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Bahasa Indonesia mempunyai perananan penting sebagai indentitas suatu bangsa.

Sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan. Tidak sepatasnya sebagai warga negara yang baik, menggunakan bahasa asing sebagai bentuk kontestasi

menarik minat pasar. Penguatan terhadap kecintaan bahasa Indonesia perlu digalakan, dengan tujuan bersama demi memartabatkan bahasa Indonesia sebagai bahasa negara, jati diri bangsa, dan sebagai identitas nasional. Seperti diungkapkan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) menyerukan ajakan untuk mengutamakan penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik. Kepala Badan Pengembangan dan Pembinaan (BPP) Bahasa, Dadang Sunendar mengajak pemerintah daerah untuk dapat berperan lebih aktif dalam menertibkan penggunaan bahasa asing dan mengutamakan penggunaan bahasa negara sesuai dengan amanat Undang-Undang nomor 24 tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara serta Lagu Kebangsaan. Ruang publik menjadi barometer komitmen warga bangsa dalam menjaga martabat bahasa Indonesia sebagai bahasa negara. Fakta penggunaan bahasa negara di berbagai ruang publik, seperti penggunaan untuk nama gedung dan fasilitas publik, ataupun rambu petunjuk yang menggunakan bahasa asing perlu ditertibkan. Tentunya, upaya pengendalian yang sesuai amanat konstitusi ini dilakukan dengan peningkatan kesadaran dan kerja sama semua pihak. (Jakarta, Rabu 10 Mei 2017 dalam <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2017/05/pengutamakan-penggunaan-bahasa-negara-di-ruang-publik>).

Hakikat penggunaan bahasa Indonesia seyogyanya telah diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa, Bagian Kedua Belas tentang Penamaan Geografi, Bangunan atau Gedung, Jalan, Apartemen atau Permukiman, Perkantoran, Kompleks Perdagangan, Merek Dagang, Lembaga Usaha, Lembaga Pendidikan, Organisasi yang didirikan atau dimiliki Warga Negara Indonesia atau Badan Hukum Indonesia dengan Pasal 33 ayat 1—4.

Domain ruang publik atau *publik space* sering digunakan untuk menjadikan tolak ukur keberhasilan dalam menarik perhatian, seperti dalam baliho, spanduk, pamflet, brosur, plang dagang, dll. Akan tetapi seringkali kata-kata dan kalimat-kalimat dalam iklan yang termuat dalam bentuk tersebut sering atau masih salah dalam menuliskannya. Seperti dalam penelitian ini yang dilakukan di Kota Bogor, *publik space* merupakan sarana komunikasi dalam menyampaikan maksud. Kota Bogor sebagai *market place* atau pasar dengan perekonomian yang bagus, tentunya ketika berbicara nama dagang sangatlah banyak. Hal ini memicu penulis mengembangkan gagasan dalam penelitian dengan tujuan mengetahui dan menganalisis nama dagang di Kota Bogor apakah sudah benar sesuai kaidah kebahasaan dan peraturan yang berlaku?.

Penelitian tentang penggunaan bahasa Indonesia pada ruang publik sebenarnya sudah banyak. Akan tetapi yang membedakan penelitian ini dengan sebelumnya adalah tataran kontestasi pasar dan penegakkan peraturan, serta lokasi penelitian. Adapun penelitian yang pernah dilakukan antara lain 1) *Pemakaian Bahasa Indonesia dalam Ruang Publik Di Kota Surakarta* oleh Sholeh Dasuki dkk, tentang konsep D-M (diterangkan-menerangkan) yang menjadi acuan kelompok kata (frasa) dalam bahasa Indonesia yang sering dipaksakan menjadi M-D (menerangkan-diterangkan); 2) *Keberadaan out Door Sign di Kawasan Wisata Kuta (Kajian Linguistik Landscapes)* oleh Artawa dan Mulyawan (2015) menjelaskan tentang wilayah Kuta sebagai wilayah pariwisata memiliki banyak *out door sign* yang secara global telah dimengerti dan mampu menjadi dasar komunikasi dalam komunitas pariwisata. Jenis tanda yang ditemukan dibedakan menjadi dua kelompok besar yaitu tanda komersial dan

tanda nonkomersial. Jumlah tanda komersial mencapai 71,11% dan tanda nonkomersial hanya 28,89 % dari tanda yang ada. Untuk menanggapi rasa takut kehilangan identitas sebagai orang Bali, gerakan Ajek Bali muncul, yaitu sebuah gerakan yang bertujuan untuk melestarikan identitas budaya masyarakat Bali yang telah berada di bawah pengaruh globalisasi. Hasil kedua penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kesalahan pemakaian bahasa di ruang publik tersebut disebabkan oleh faktor kesengajaan pemakai bahasa dan faktor terbatasnya pengetahuan pemakai bahasa di ruang publik.

Paryono (2018:2) menyatakan bahwa pemakaian bahasa Indonesia di ruang publik setiap tahun senantiasa mengalami perubahan sesuai dengan sikap masyarakat terhadap pemakaian bahasa negara dan kemajuan teknologi informasi sebagai media komunikasi yang dipakai masyarakat dalam berinteraksi dengan pihak lain senantiasa berubah ke arah yang lebih praktis, komunikatif, dan inovatif. Oleh karena itu, pemakaian bahasa Indonesia di ruang publik juga tidak lepas dari perkembangan sikap pemakai bahasa negara dan kemajuan teknologi informasi yang semakin canggih dan berakibat tumpang tindihnya penggunaan bahasa di ruang publik antara bahasa negara, bahasa asing, dan bahasa daerah dipakai tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Ketentuan yang berlaku tentu sesuai dengan Undang-Undang RI nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan khususnya Pasal 38 butir (3) dan (4) yang menyatakan bahwa dalam butir (3) "Bahasa Indonesia wajib digunakan untuk 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" dan (4) "Penamaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (3) dapat menggunakan bahasa daerah atau bahasa asing apabila memiliki nilai sejarah, budaya, adat istiadat, dan/atau keagamaan".

Sementara itu ketika berbicara tentang ruang publik berarti terdapat banyak penggunaan bahasa sebagai penamaan. Hal ini sesuai dengan teori Linguistik Lanskap yang dianggap Gabungan teori Linguistik Terapan, Sosiolinguistik, Antropologi, Sosiologi, Psikologi, dan Geografi Kultural menurut Landry dan Bouhis (1997) merupakan pemakaian bahasa untuk tanda jalan umum, papan reklame, nama jalan dan tempat, nama kedai, nama bangunan pemerintah dalam kelompok daerah, wilayah, atau kota. Pendapat ini diperluas oleh Shohamy dan Gorter (2009) yang menyatakan bahwa Linguistik Lanskap merupakan bahasa dalam lingkungan, kata, dan citra yang dipajang di ruang publik dan menjadi pusat perhatian di suatu wilayah yang bertumbuh kembang pesat.

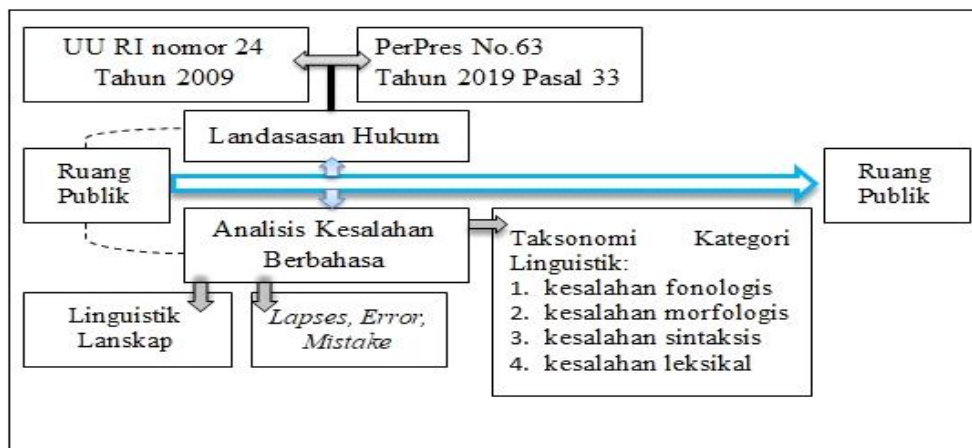
Berdasarkan ilmu linguistik tentang kesalahan berbahasa apabila ditinjau lebih dalam, Corder dalam Fisiak (1981) menyatakan bahwa kesalahan berbahasa terdiri atas tiga istilah, yakni *lapses*, *error*, *mistake*. *Lapses* adalah kesalahan berbahasa akibat penutur beralih cara untuk menyatakan sesuatu sebelum tuturan (kalimat) selesai dinyatakan secara lengkap. Kesalahan ini terjadi akibat ketidaksengajaan dan tidak disadari oleh penuturnya. *Error* adalah kesalahan berbahasa akibat penutur melanggar kaidah atau aturan tata bahasa (*breach of code*). Kesalahan ini terjadi akibat penutur sudah memiliki aturan atau kaidah tata bahasa yang berbeda dari tata bahasa yang lain sehingga berdampak pada ketidaksempurnaan tuturan. *Mistake* adalah kesalahan berbahasa akibat penutur tidak tepat dalam memilih kata atau ungkapan untuk situasi tertentu. Kesalahan ini mengacu

kepada kesalahan akibat penutur tidak tepat menggunakan kaidah yang diketahui benar, bukan karena kurangnya penguasaan bahasa kedua (B2).

Sementara itu, Tarigan (2011) menyatakan bahwa istilah *error* dan *mistake* saling bersinonim atau memiliki makna kurang lebih sama. *Error* berarti kesalahan sedangkan *mistake* berarti kekeliruan. Kesalahan berbahasa mengacu pada penggunaan bahasa yang menyimpang dari kaidah bahasa yang berlaku dalam bahasa itu. Sementara itu, kekeliruan adalah penggunaan bahasa yang menyimpang dari kaidah bahasa yang berlaku dalam bahasa itu, tetapi tidak dipandang sebagai suatu pelanggaran berbahasa, misalnya kekeliruan yang terjadi pada anak (siswa) yang sedang belajar bahasa. Kekeliruan cenderung diabaikan dalam analisis kesalahan berbahasa karena sifatnya tidak acak, individual, tidak sistematis, dan tidak permanen (bersifat sementara).

Apabila ditelaah lebih jauh bentuk kesalahan berbahasa berdasarkan kategori kesalahan di atas. Menurut Tarigan (2011:145) taksonomi kategori linguistik mengklasifikasikan kesalahan-kesalahan berbahasa berdasarkan komponen linguistik atau unsur linguistik tertentu yang dipengaruhi oleh kesalahan. Komponen-komponen linguistik mencakup fonologi (ucapan), sintaksis dan morfologi (tata bahasa, gramatikal), semantik dan leksikon (makna dan kosakata), dan wacana (gaya). Dilanjutkan Tarigan (2011:196) menuturkan taksonomi kategori linguistik dijadikan sebagai dasar penelitian kesalahan berbahasa. Unsur-unsur kesalahan berbahasa yang termasuk dalam kategori linguistik adalah 1) kesalahan fonologis, yang mencakup ucapan bagi bahasa lisan, dan ejaan bagi bahasa tulis; 2) kesalahan morfologis, yang mencakup prefiks, infiks, sufiks, konfiks, simulfiks, dan perulangan kata; 3) kesalahan sintaksis, yang mencakup frasa, klausa, kalimat; 4) kesalahan leksikal atau pilihan kata.

Berdasarkan pemaparan di atas, kegiatan penelitian ini berdasarkan fenomena yang berkembang di masyarakat yang dimuat dalam bentuk sederhana sebagai berikut.



Selanjutnya dapat dideskripsikan berdasarkan gambar tersebut, ruang publik adalah sarana umum yang seharusnya memuat aturan berlaku. Hal ini termuat dalam Undang-Undang RI nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan dan Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia yang tertuang pada Pasal 33 ayat 1, ayat 2, ayat 3, ayat 4 tentang Penggunaan Bahasa, Bagian Kedua Belas tentang Penamaan Geografi, Bangunan atau

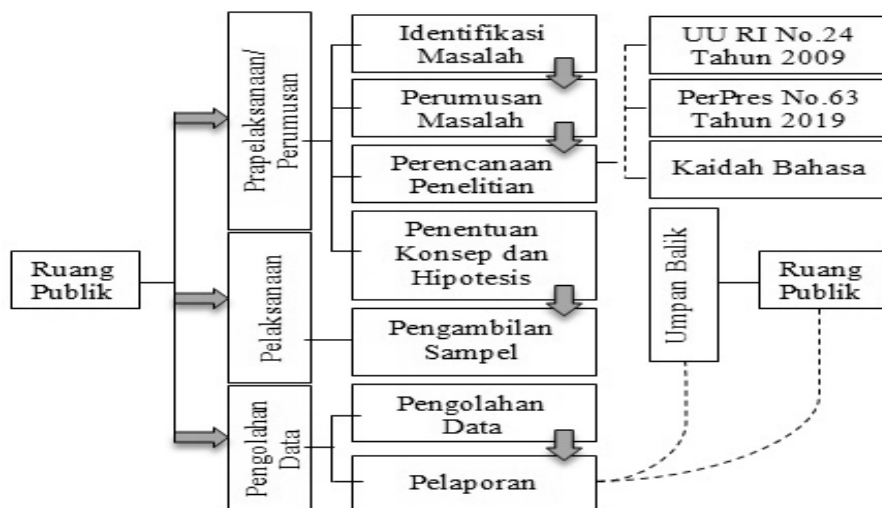
Gedung, Jalan, Apartemen atau Permukiman, Perkantoran, Kompleks Perdagangan, Merek Dagang, Lembaga Usaha, Lembaga Pendidikan, Organisasi yang didirikan atau dimiliki Warga Negara Indonesia atau Badan Hukum Indonesia. Berdasar pada fenomena kesalahan berbahasa dapat dianalisis fenomena tersebut dengan pendekatan persuasif dengan menggunakan parameter ilmu linguistik yang mencakup disiplin linguistik lanskap, jenis kesalahan berbahasa, dan berdasarkan taksonomi kategori linguistik.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Pelaksanaan kegiatan penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode survei dengan tujuan umum metode survei yaitu untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat, serta karakter-karakter yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum. Penelitian survei menurut Singarimbun (dalam Effendi, 2002:13) menyederhanakan langkah-langkah yang lazim digunakan dalam penelitian survei adalah 1) merumuskan masalah penelitian dan menentukan tujuan survei; 2) menentukan konsep dan hipotesis serta menggali kepustakaan, adakalanya hipotesis tidak diperlukan misalnya pada penelitian operasional; 3) mengambil sampel; 4) membuat kuisisioner; 5) melakukan pekerjaan lapangan, termasuk memilih dan mewawancarai; 6) mengolah data; 7) menganalisis laporan. Menurut Sugiyono (2011:11) pengertian metode survei adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis.

Pemenuhan kebutuhan data dan informasi yang sesuai dengan sifat permasalahan agar data dan informasi yang diperoleh cukup lengkap digunakan sebagai dasar dalam membahas masalah yang ada. Oleh karenanya dalam penelitian survei perlu ditunjang dengan metode penelitian asosiatif dan analisis deskriptif. Dilanjutkan Sugiyono (2011:207) penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala. Data yang diperoleh kemudian diolah, dianalisis dan diproses lebih lanjut dengan dasar-dasar teori yang telah dipelajari untuk menarik kesimpulan. Sedangkan Analisis deskriptif merupakan cara yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa dan bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Selanjutnya analisis dilakukan melalui pendekatan kuantitatif yang menggunakan metode statistik yang relevan untuk menguji hipotesis. Untuk itu, ditempuh langkah-langkah yang dimulai dari operasionalisasi variabel, rancangan pengukuran hipotesis, dan metode pengumpulan data.

Adapun prosedur penelitian yang digunakan dalam kegiatan penelitian ini adalah diadopsi dari rancangan penelitian survei, yaitu sebagai berikut.



Selanjutnya dalam penelitian ini hal-hal yang dilakukan dalam memotret penggunaan bahasa Indonesia pada ruang publik adalah 1) merumuskan masalah penelitian, menentukan tujuan survei, dan penentuan sampel; 2) menentukan konsep dan hipotesis serta menggali kepustakaan dengan landasan taksonomi kategori linguistik kesalahan fonem, morfem, sintaksis, dan semantik; 3) pemotretan kesalahan penggunaan bahasa Indonesia; 4) pengolahan data; dan 5) merumuskan hasil dan pelaporan.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Data penelitian ini berupa kesalahan pemakaian bahasa seperti kesalahan fonologi, morfologi, sintaksis, dan leksikon yang terdapat pada media luar ruang berupa penulisan iklan, spanduk, papan nama, dan baliho yang tersebar di Kota Bogor dalam kurun waktu Agustus—November 2019 dengan jumlah objek sebanyak 45. Adapun pengumpulan data dan analisis data dilakukan dengan langkah sebagai berikut.


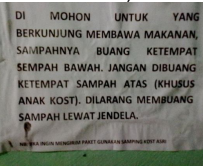


- 1) Mengidentifikasi pemakaian bahasa pada media luar ruang yang tersebar di gedung perkantoran, instansi, pasar tradisional, dan pusat-pusat perbelanjaan.
- 2) Melakukan pendokumentasian data pemakaian bahasa pada media luar ruang melalui pemotretan.
- 3) Mengidentifikasi kesalahan-kesalahan pemakaian berdasarkan kategori linguistik; kesalahan fonologi, morfologi, sintaksis, dan leksikon.
- 4) Menganalisis kesalahan-kesalahan.

Frekuensi kesalahan bahasa berdasarkan kategori linguistik, kesalahan berbahasa dapat dibedakan menjadi empat, yaitu kesalahan fonologi, morfologi, sintaksis, dan leksikon. Frekuensi kemunculan kesalahan dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel Frekuensi Kesalahan Berdasarkan Jenisnya**

No.	Jenis Kesalahan	Jumlah	%
1	Fonologi	0	0
2	Morfologi	37	82,22
3	Sintaksis	5	11,11
4	Leksikon	2	4,44
5	Semantik	1	2,22
	Jumlah	45	100

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat jelas bahwa dari 45 kesalahan yang ada, terdapat 0 (0%) kesalahan fonologi, 37 (82,22%) kesalahan morfologi, 5 (11,11%) kesalahan sintaksis dan 2 (4,44%) kesalahan leksikon, dan 1 (2,22%) kesalahan semantik. Dari tabel tersebut maka dapat diketahui bahwa jenis kesalahan yang frekuensi kesalahannya paling besar, yakni morfem atau dalam bentuk kesalahan penggunaan kata yang benar yaitu sebesar 82,22%. Demikian kesalahan fonologi merupakan kesalahan yang paling banyak dijumpai dalam baliho, iklan, papan nama maupun poster di Kota Bogor. Kesalahan bahasa tersebut dapat dilihat dari data penelitian yang penulis dapatkan berupa foto-foto sebagai bukti otentik. Adapun sebagai contoh dari 45 objek bentuk kesalahan tersebut dipaparkan dalam tabel berikut.

No.	Frekuensi Kesalahan dan Pembeneran			Kesalahan
	Ruang	Salah	Benar	
1	Idekos (pribadi bersifat umum) 	Dilarang menitipkan motor disini kecuali yang kost!!!	Dilarang menitipkan motor/kendaraan, kecuali penghuni idekos.	Sintaksis
2	Idekos (pribadi bersifat umum) 	<b>Di mohon</b> untuk yang berkunjung membawa makanan, sampahnya buang <b>ketempat sampah</b> bawah. Jangan dibuang <b>ketempat</b> sampah atas (khusus anak <b>kost</b> ). Dilarang membuang sampah lewat jendela.	1) Dimohon bagi yang membawa makanan, sampah harap dibuang ke tempat sampah yang berada di bawah. Jangan membuang sampah ke tempat sampah yang ada di atas (kecuali penghuni idekos). 2) Dilarang membuang sampah melalui jendela.	Morfem dan Sintaksis
3	Plang dagang 	<b>WARTel Pulsa-E</b>	WARTEL Pulsa Elektronik	Morfem
4	Plang dagang 	<b>ANEKA JUSS</b>	ANEKA JUS	Morfem
5	Plang dagang 	<b>Laundry</b> satuan: - <b>Bed Cover</b> - <b>Sprey</b> - Pakaian - Karpet - Kasur Palembang	Tempat cuci pakaian satuan: - <i>Bed Cover</i> - <i>Seprai</i> - Pakaian - Karpet - Kasur Palembang	Morfem
6	Plang informasi 	DIBELI LAPTOP / NET BOOK BAGUS – RUSAK SMS/CALL : 0818-0957-5140	DIBELI LAPTOP/NETBOOK BAGUS/RUSAK SMS/CALL : 081809575140	Morfem
7	Plang nama dagang 	Penggunaan nama dagang menggunakan bahasa asing (bahasa Inggris)	Penggunaan nama dagang seharusnya menggunakan bahasa Indonesia	Morfem dan sintaksis

No.	Frekuensi Kesalahan dan Pembetulan			Kesalahan
	Ruang	Salah	Benar	
8	Nama dagang	Sahira Butik Hotel M-D	Hotel Sahira Butik D-M	Sintaksis (pola)
9	Nama dagang	Whiz Prime Hotel Pajajaran Bogor D-M	Hotel Whiz Prime Pajajaran Bogor D-M	Sintaksis (pola)
10	Nama dagang	Salak Padjadjaran Hotel D-M	Hotel Salak Padjadjaran D-M	Sintaksis (pola)

## SIMPULAN

Hakikat pemertabatan bahasa Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang RI nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan; dan Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa, Bagian Kedua Belas tentang Penamaan Geografi, Bangunan atau Gedung, Jalan, Apartemen atau Permukiman, Perkantoran, Kompleks Perdagangan, Merek Dagang, Lembaga Usaha, Lembaga Pendidikan, Organisasi yang didirikan atau dimiliki Warga Negara Indonesia atau Badan Hukum Indonesia dengan Pasal 33 ayat 1—4.

Pemakaian bahasa di ruang publik Kota Bogor secara umum dapat masih banyak ketidaktepatan dalam tataran morfem, sintaksis, dan pola frasa/kalimat. Hal ini diakibatkan oleh ketidaktahuan pengguna dalam pemakaian bahasa yang benar. Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebanyak 45 objek tulisan ruang publik di Kota Bogor, terdapat 0 (0%) kesalahan fonologi, 37 (82,22%) kesalahan morfologi, 5 (11,11%) kesalahan sintaksis dan 2 (4,44%) kesalahan leksikon, dan 1 (2,22%) kesalahan semantik. Dari tabel tersebut maka dapat diketahui bahwa jenis kesalahan yang frekuensi kesalahannya paling besar, yakni morfem atau dalam bentuk kesalahan penggunaan kata yang benar yaitu sebesar 82,22%, dan pola kalimat. Demikian kesalahan fonologi merupakan kesalahan yang paling banyak dijumpai dalam baliho, iklan, papan nama maupun poster di Kota Bogor.

Oleh itu pentingnya pemertabatan dalam penggunaan bahasa Indonesia yang benar ditunjang oleh kesadaran masyarakat dan informasi pembetulan perlu diberikan, dengan tujuan sebagai bentuk kecintaan dan kebanggaan terhadap pemakaian bahasa Indonesia. Karena Indonesia adalah negara besar dan menjunjung tinggi keberadilan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Artawa, Ketut dan I Wayan Mulyawan. 2015. *Keberadaan Out Door Sign di Kawasan WisataKuta (Kajian Linguistik Landscapes)*. Denpasar: Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Sastra, Universitas Udayana.
- Dasuki, Sholeh. (2015). *Pemakaian Bahasa Indonesia dalam Ruang Publik di Kota Surakarta*. *Jurnal Seminar Nasional Pendidikan Bahasa Indonesia 2015*. ISSN: 2477636X.
- Effendi, Sofian dan Tukiran. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Gorter, Durk. (2006). *Further Possibilities for Linguistic Landscape Research*. Clevedon: Multi Lingual Matters Ltd.
- Hendrastuti, Rekto. (2015). *Variasi Penggunaan Bahasa pada Ruang Publik di Kota Surakarta*. Kendari: Jurnal Kandai, Vol. 11 No 1 Mei 2015.
- Landry, Rodrigue and Bourhis, Richard Y. (1997). *Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study*. *Journal of Language and Social Psychology* 16, 23—49



- Muliawan, Jasa Ungguh. (2014). *Metodelogi Penelitian Pendidikan dengan Studi Kasus*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Muqri, Mutia dkk. (2016). *Penggunaan Bahasa pada Papan Nama di Ruang Publik Jalan Protokol Jakarta*. Jakarta: Jurnal Arkhais, Vol 7, No. 2 Juli—Desember 2016.
- Pambayun, Jaduk Gilang. (2017). *Rekonstruksi Pemikiran Habermas di Era Digital*. Magelang: *Jurnal Komunitas dan Kajian Media*, Vol. I, No. 1 Oktober 2017.
- Paryono, Yani. (2018). *Tantangan Pemartabatan Bahasa Indonesia di Ruang Publik di Surabaya, Jawa Timur*. Jakarta: Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan, Kemendikbud.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia.
- Pusat Bahasa. (2008). *Pengindonesiaan Kata dan Ungkapan Asing*. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Shohamy, Elena and Durk Gorter (eds). (2009). *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*. New York: Routledge.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Bandung.
- Tarigan. (2011). *Pengajaran Analisis Kesalahan Berbahasa*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan.

