

**INTERFERENSI BAHASA ASING TERHADAP PENGGUNAAN BAHASA INDONESIA  
PADA MEDIA LUAR RUANG DI KOTA CURUP, KABUPATEN REJANGLEBONG**  
*Foreign Language Interference towards Bahasa Indonesia in Outdoor Media in Curup City,  
Rejanglebong Regency*

**Dendi Wijaya**

Kantor Bahasa Provinsi Bengkulu  
dendi.wijaya@kemdikbud.go.id

**Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan sumber data penelitian berupa tulisan yang terdapat pada media luar ruang di sepanjang jalan-jalan protokol di Kota Curup, seperti Jalan Merdeka, Jalan M.H. Thamrin dan Jalan Sukowati. Adapun data penelitian ini berupa bentuk-bentuk interferensi yang terdapat dalam tulisan di media luar ruang Kota Curup. Teknik pengumpulan data dilakukan secara *purposive*, yaitu mengambil semua kasus yang relevan dengan kriteria tertentu melalui penggunaan berbagai metode. Analisis data dilakukan dengan memperhatikan bentuk leksikal dan gramatikal dalam redaksi yang terdapat pada media luar ruang. Dari hasil analisis data ditemukan beberapa bentuk interferensi bahasa asing terhadap bahasa Indonesia. Pertama, bentuk interferensi leksikal yang paling banyak ditemukan di kain rentang dan baliho. Kedua interferensi gramatikal khususnya interferensi sintaksis pada penamaan toko di pusat pertokoan Kota Curup. Ketiga, pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang kosakata baku yang sudah ada di dalam bahasa Indonesia masih sangat kurang.

**Kata Kunci:** interferensi, leksikal, gramatikal, bahasa asing, bahasa Indonesia

**Abstract**

*This research is a qualitative descriptive study with the research data source in the form of writing on outdoor media along the protocol streets in Curup City, such as Merdeka Street, M.H. Thamrin Street, and Sukowati Street. The data of this research are in the form of interference which is contained in the writing in the media outside the city of Curup. The data collection technique was carried out purposively, namely taking all cases that were relevant to certain criteria through the use of various methods. Data analysis was carried out by paying attention to the lexical and grammatical forms in the editorial found in outdoor media. From the results of data analysis, it is found that there are several forms of foreign language interference to Indonesian. First, a form of lexical interference that is most commonly found in span fabrics and billboards. The second is grammatical interference, especially syntactic interference in the naming of shops in the shopping center of Curup City. Third, people's knowledge and understanding of the standard vocabulary that already exists in Indonesian is still lacking.*

**Keywords:** *interference, lexical, grammatical, foreign language, Indonesian*

**PENDAHULUAN**

Bahasa Indonesia sebagai bahasa negara dan bahasa nasional sudah seharusnya mendapat tempat dan kedudukan yang sesuai dengan Sumpah Pemuda dan amanat konstitusi yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 29 Tahun 2009. Faktanya, masih banyak ditemukan penggunaan bahasa asing yang liar dan masif khususnya di pusat-pusat perbelanjaan/pertokoan. Bahkan, penggunaan bahasa asing sudah merambah ke institusi-

institusi pemerintah yang seharusnya menjaid garda terdepan dalam membendung pengaruh penggunaan bahasa asing di Indonesia. Hal ini jika dibiarkan akan menjadi ancaman bagi keberadaan bahasa Indonesia di kalangan masyarakatnya sendiri.

Dalam menghadapi gempuran bahasa asing, berbagai upaya telah dilakukan, salah satunya adalah terbitnya Perpres Nomor 63 Tahun 2019 yang mengatur tentang

pengutamaan penggunaan bahasa Indonesia sebagai bahasa negara. Sebelumnya, amanat Undang-Undang Dasar yang diturunkan ke dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 juga menjadi salah satu dasar pengutamaan bahasa Indonesia yaitu tentang Bendera Negara Sang Merah Putih, Bahasa Indonesia, Lambang Negara Garuda Pancasila, dan Lagu Kebangsaan Indonesia Raya merupakan jati diri bangsa dan identitas Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Fenomena maraknya penggunaan bahasa asing tidak luput menghampiri kota kecil di Provinsi Bengkulu, Kota Curup yang merupakan jalur transit dan lintas antarprovinsi serta kota dengan jumlah kepadatan penduduk tertinggi kedua setelah Kota Bengkulu. Sebagai salah satu kota penyangga di Provinsi Bengkulu, pusat-pusat pertokoan di jalan-jalan protokol menjamur dengan berbagai macam nama yang dipadupadankan dengan bahasa asing. Salah seorang pemilik kafe menuturkan bahwa penggunaan bahasa asing pada nama tempat usaha bukan tanpa alasan, upaya menarik minat pelanggan khususnya kalangan milenial menjadi faktor utama penggunaan bahasa asing tersebut. Namun, jika kita cermati lebih detail, pernyataan tersebut mengandung makna bahwa penggunaan bahasa Indonesia dianggap kurang menjual dan akan berpengaruh pada tingkat kedatangan pengunjung. Pemahaman semacam ini perlu diluruskan agar masyarakat Indonesia sadar bahwa bahasa Indonesia merupakan identitas dan jati diri bangsa sehingga patut diberikan tempat yang lebih tinggi di atas bahasa asing.

Dalam kajian pragmatik, fenomena semacam ini dinamakan dengan interferensi atau penggunaan bahasa asing akibat latar belakang pengguna, entah itu sebagai seorang dwibahasawan atau hanya ikut-ikutan tren saja. Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti mencoba menelusuri bagaimana bentuk interferensi yang terdapat pada redaksi dalam media luar ruang di Kota Curup yang terpasang di sepanjang jalan-jalan protokol, seperti Jalan M.H. Thamrin, Jalan Merdeka, dan Jalan Sukowati. Di samping itu, peneliti juga menggali lebih jauh pandangan masyarakat mengenai penggunaan bahasa asing di media luar ruang Kota Curup.

## **LANDASAN TEORI INTERFERENSI**

Sebagai salah satu bahasa dengan jumlah penutur paling banyak, bahasa Indonesia tidak luput dari pengaruh bahasa-bahasa asing. Tanpa disadari, pengaruh bahasa asing justru lebih dominan daripada pola penggunaan bahasa Indonesia yang semestinya. Salah satu gejala yang sangat banyak ditemukan adalah interferensi bahasa asing terhadap bahasa Indonesia. Hal ini tentu disebabkan oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal. Kesadaran dan pengetahuan pelaku usaha ataupun pemangku kepentingan menjadi salah satu faktor mendasar yang sulit untuk diubah, sedangkan kondisi dan situasi budaya dan ekonomi menjadi hal yang tidak bisa lepas dalam penggunaan bahasa asing di media luar ruang. Interferensi bahasa asing terhadap bahasa Indonesia dapat terjadi dalam berbagai bentuk seperti pada bentuk leksikal maupun gramatikal. Chaer (1995) menyatakan bahwa interferensi bahasa merupakan gejala

sosiolinguistik yang disebabkan oleh kedwibahasaan seorang penutur. Penguasaan lebih dari satu bahasa oleh seorang penutur akan menjadi salah satu faktor utama mengapa interferensi itu terjadi.

Sementara itu, Weinreich (1968) menyatakan bahwa Interferensi adalah penyimpangan norma bahasa dalam penggunaan akibat pengaruh bilingual terhadap bahasa lain. Lebih khusus lagi, Weinreich mengatakan interferensi didefinisikan sebagai penyimpangan terhadap norma kedua bahasa yang terjadi dalam ucapan penutur dwibahasa. Lain halnya dengan Alwasilah (1985) yang menyatakan bahwa interferensi merupakan bentuk kesalahan karena adanya kecenderungan menuturkan ujaran suatu bahasa ke dalam bahasa lain, baik dalam bentuk bunyi, bentuk kata, dan tata bahasa.

Secara garis besar, Yusuf (1994) membagi bentuk interferensi ke dalam beberapa jenis. Pertama, interferensi terjadi pada bunyi bahasa yang disebut juga dengan *phonic interference*. Jenis interferensi semacam ini disebabkan oleh faktor kedwibahasaan pengguna bahasa itu sendiri. Kedua, interferensi gramatikal (*Grammatical Interference*), interferensi ini lebih mengarah pada bentuk gramatikal bahasa sumber yang masuk ke dalam bahasa sasaran. Bentuk interferensi semacam ini umumnya terjadi pada tataran morfologi dan sintaksis. Ketiga, interferensi leksikal, interferensi ini lebih kepada pemakaian kosakata asing ke dalam bahasa sasaran atau resipien. Latar belakang penutur yang dwibahasa bahkan multibahasa

tentu menjadi salah satu indikator utama apakah interferensi itu terjadi atau tidak.

Jika dilihat dari unsur penyebab terjadi interferensi, Jendra (1991:105) mengungkapkan ada tiga hal utama, yaitu: bahasa sumber, bahasa penerima, dan unsur serapan. Bahasa sumber yang dimaksud adalah bahasa yang menjadi penyumbang terjadinya interferensi baik secara leksikal maupun gramatikal, sedangkan bahasa sasaran atau bahasa penerima merupakan bahasa yang mengalami campur kode atau alih kode akibat dari masuknya bahasa sumber. Sementara itu, unsur serapan yang dimaksud di sini adalah unsur-unsur yang secara leksikal ataupun gramatikal diserap oleh bahasa penerima.

Menurut Ardiana (1940), ineterferensi dapat dibagi menjadi lima jenis, yaitu interferensi kultural, interferensi semantic, interferensi leksikal, interferensi fonologis, dan interferensi gramatikal. sementara itu, Jendra (1991) membagi khusus interferensi semantik yang dapat diperinci menjadi interferensi penambahan, interferensi pengurangan, dan interferensi pernggantian. Pembagian bentuk interferensi semantic oleh Jendra didasarkan pada perubahan makna yang terjadi selama interferensi itu terjadi.

## **MEDIA LUAR RUANG**

Media luar ruang merupakan media promosi baik komersil ataupun non-komersil yang bersifat persuasif, yang ditempatkan di luar ruangan dan dipasang di tempat-tempat strategis yang dengan mudah dapat dibaca oleh orang. Santoso (2009) mendefinisikan media luar ruang sebagai media dengan ukuran besar yang dipasang di tempat-tempat terbuka dan dapat dengan mudah dilihat oleh masyarakat,

seperti tepi jalan, pusat perbelanjaan, atau tempat-tempat lain seperti gedung, tembok, kendaraan, dan lain-lain. Umumnya media luar ruang berisi promosi produk barang dan jasa, imbauan, layanan, dan ucapan. Kasali (1992) mengungkapkan bahwa media luar ruang mengikutsertakan banyak hal, seperti tempat usaha, izin, pemasangan, serta perawatan dan pengawasan. Kasali juga menambahkan beberapa jenis media luar ruang, antara lain: papan reklame, spanduk, poster, *neon box*, *furniture street*, *transit*, dan balon udara.

Yulisar (1999) mengelompokkan media luar ruang berdasarkan isi pesan, bahan, sifat informasi, dan teknis pemasangannya. Berdasarkan isi pesannya, media luar ruang dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu Media komersial dan media non-komersil. Media komersial merupakan media luar ruang yang bertujuan untuk kepentingan komersial atau dagang sedangkan media non-komersil lebih mengutamakan pada pelayanan masyarakat. Sementara itu, media luar ruang yang dilihat dari sifatnya juga dibedakan menjadi dua yaitu bersifat langsung dan tidak langsung. Bersifat langsung maksudnya adalah media luar ruang yang penempatannya berdasarkan tempat usaha atau bangunan sebagai identitas usaha atau kegiatan, sedangkan bersifat tidak langsung artinya media luar ruang tersebut dipasang tidak berdasarkan kegiatan atau identitas suatu bangunan.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan ini bertujuan membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual, akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan

antarfenomena yang diselidiki (Nazir, 2009: 54). Sumber data penelitian ini berupa tulisan yang terdapat pada media luar ruang di sepanjang jalan-jalan protokol di Kota Curup, seperti Jalan Merdeka, Jalan M.H. Thamrin, dan Jalan Sukowati. Ketiga lokasi tersebut ditentukan berdasarkan tingkat keramaian dan secara strategis mudah dilihat dan diamati oleh masyarakat umum. Pemilihan Kota Curup sebagai lokus penelitian juga didasarkan pada tingkat pertumbuhan ekonomi, kemajuan kota, populasi, serta Kota Curup sebagai jalur transit bagi pengendara menuju kota-kota selanjutnya, seperti Kota Lubuk Linggau dan Kota Palembang.

Adapun data penelitian ini berupa bentuk-bentuk interferensi yang terjadi dalam penulisan informasi di media luar ruang. Teknik pengambilan data dilakukan secara *purposive*, yaitu mengambil semua kasus yang relevan dengan kriteria tertentu melalui penggunaan berbagai metode. Di samping itu, sebagai data dukung, dilakukan juga wawancara kepada pemilik usaha yang nama usahanya dijadikan sampel dalam penelitian.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Interferensi suatu bahasa oleh penutur sangat dipengaruhi oleh kedwibahasaan si penutur bahasa itu sendiri. Tidak hanya ragam lisan, ragam tulis pun tidak luput dari fenomena kebahasaan yang satu ini. Salah satu ragam tulis yang seringkali mengalami interferensi adalah ragam iklan dan pengumuman. Kedua hal ini tentu banyak kita temukan khususnya di media luar ruang yang ada di sekitar kita. Dalam penelitian ini, peneliti berfokus bentuk interferensi bahasa asing terhadap bahasa

Indonesia yang digunakan di media luar ruang di Kota Curup. Dalam kasus media luar ruang di Kota Curup, peneliti menemukan beberapa bentuk interferensi bahasa asing terhadap bahasa Indonesia. Pertama, bentuk interferensi leksikal yang paling banyak ditemukan di kain rentang dan baliho. Kedua interferensi gramatikal khususnya interferensi sintaksis pada penamaan toko di pusat bisnis.

**1. Inteferensi Leksikal (*Lexical Interference*)**

Interferensi leksikal merujuk pada interferensi yang terjadi pada tataran leksem, baik berupa kata, tingkat kelompok kata, bahkan frasa. Berdasarkan data yang telah dikelompokkan, interferensi leksikal yang terjadi umumnya pada tataran kata, baik kata dasar maupun kata jadian. Beberapa temuan akan disajikan dalam tabel dan dijabarkan satu-persatu.

Data	Perbaikan
hijab dan jilbab	jilbab/hijab
bahan bangunan besi dan kaca	menjual bahan bangunan
gedung aula islamic centre	aula <i>islamic centre</i>
siswa/i	siswa
dirgahayu bhayangkara ke-74	dirgahayu bhayangkara
selamat hari raya idul fitri	selamat idulfitri
bebas	gratis
salon covid 19 (virus)	studio Covid-19
bakery and coffee shop	toko roti dan warung kopi
download	unduh
online	daring
new normal	kenormalan baru
supermarket	swalayan
accessories/handphone	aksesoris/ponsel
warehouse	perabot rumah tangga

stationary, gift, baby shop	atk, kado, dan perlengkapan bayi
merry christmas/happy new year	selamat natal dan tahun baru
coffeeshop	kedai kopi
toko eva woman	toko pakaian wanita eva
import	impor
textile	tekstil
gordyn	gorden
praktek	praktik
central	sentral
aqiqah	akikah
qitanan	kitanan

Data di atas merupakan bentuk interferensi leksikal bahasa asing yaitu bahasa Inggris, bahasa Sanskerta, dan bahasa Arab terhadap bahasa Indonesia. Umumnya, kata atau frasa yang digunakan sudah memiliki padanannya dalam bahasa Indonesia, tetapi data di lapangan menunjukkan bahwa masih banyak pelaku usaha dan pemangku kepentingan yang masih menggunakan bahasa asing dan tidak mengetahui padanannya di dalam bahasa Indonesia. Berikut disajikan beberapa inteferensi leksikal yang dianalisis secara semantis.



**Gambar 1. Gedung Aula Islamic Centre**

Data di atas merupakan salah satu data yang ditemukan di Jalan Sukowati, Kota Curup. Pada data tersebut ditemukan kata atau frasa yang secara kaidah kebahasaan perlu

diluruskan. Jika dilihat dari komposisi bahasa yang digunakan, ditemukan adanya interferensi bahasa Inggris yaitu frasa *Islamic Centre*. Data terdiri atas dua baris, pertama adalah tulisan ‘gedung’ dan kedua frasa ‘*aula Islamic Centre*’. Jika dilihat dari komposisi kata, tulisan tersebut menggunakan dua bahasa yaitu bahasa Indonesia untuk kata gedung dan aula, serta bahasa Inggris untuk frasa ‘Islamic centre’. Kata ‘gedung’ dikutip dari KBBI edisi V merujuk pada sebuah bangunan tembok dan sebagainya yang berukuran besar sebagai tempat kegiatan, seperti perkantoran, pertemuan, perniagaan, dan lain sebagainya. Sementara itu, kata aula merujuk pada ruang besar (di gedung, sekolah, dan sebagainya) untuk rapat, upacara, dan sebagainya.

Dari kedua definisi kata tersebut, dapat dijelaskan bahwa kedua kata tersebut memiliki relasi makna. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa aula bermeronimi dengan gedung, bahwa aula merupakan bagian dari gedung. Namun, saat ini justru aula umumnya tidak menjadi bagian dari sebuah bangunan melainkan bangunan tersendiri baik berada dalam satu kompleks bangunan ataupun tidak. Artinya, penggunaan kata gedung dan aula dianggap sama dalam hal ruang besar yang digunakan sebagai tempat kegiatan atau pertemuan. Oleh karena itu, dilihat dari segi relasi makna, kedua kata tersebut akan tumpang-tindih jika digunakan secara bersamaan.

Dalam hal penggunaan bahasa asing, data tersebut mengandung unsur bahasa asing baik dari segi struktur morfologis maupun pilihan kata. Frasa ‘Islamic centre’ merupakan frasa dalam bahasa asing yang bermakna pusat

kajian Islam/pusat keislaman/pusat studi Islam. Dengan kata lain, penggunaan bahasa asing (baik struktur maupun pilihan kata) yang dicampuradukkan dengan struktur dan pilihan kata dalam bahasa Indonesia sangatlah tidak sesuai dengan prinsip pengutamakan bahasa Indonesia. Oleh karena itu, penggunaan bahasa di media luar ruang semacam ini dipandang sangat perlu untuk dipantau dan diperbaiki.



Gambar 2. Dirgahayu Bhayangkara ke-74

Gambar 2 merupakan baliho yang terpasang di depan Kodim 0409 Rejanglebung yang berisi tentang ucapan selamat kepada korps kepolisian RI. Akan tetapi penulisan ucapan tersebut mengandung makna yang tidak tepat jika ditelisik lebih jauh. Ucapan “Dirgahayu Bhayangkara ke-74” yang dimaksudkan untuk mengucapkan selamat hari jadi ke-74 Bhayangkara merupakan bentuk interferensi bahasa Sanskrit terhadap bahasa Indonesia. Kata ‘dirgahayu’ sendiri berarti umur panjang.

*Sanskerta* दिर्घायुस् *dirghāyus a* 'umur panjang'

Sumber: KBBI V

Oleh karena itu, ucapan “Selamat Hari Jadi ke-74 Bhayangkara” dianggap lebih tepat baik secara struktur maupun kesejajaran makna. Adapaun penggunaan kata *dirgahayu* sebaiknya langsung diikuti oleh objek yang

diberi ucapan selamat, sehingga menjadi “Dirgahayu Bhayangkara”.



**Gambar 3. Selamat Hari Raya Idul Fitri 1441 H**

Gambar 3, ‘Selamat Hari Raya Idul Fitri’ sudah sangat lazim ditemukan di berbagai media luar ruang, khususnya menjelang perayaan hari tersebut. Hal ini sudah menjadi sorotan lembaga-lembaga pemerhati penggunaan bahasa sejak lama, khususnya Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. Penggunaan “hari raya” dalam ucapan tersebut dianggap suatu kemubaziran karena makna hari raya sebenarnya sudah direpresentasikan dalam kata ‘idulfitri’ yang berasal dari bahasa arab, id dan fitr, idl berarti merayakan dan al-fitr berbuka.

### Idul.fit.ri

Etimologi:

Arab عيد **'id n sg m** 'perayaan' dari

Arab عاد **'āda v** 'kembali; mengunjungi'

dan

Arab الفطر **al-fitr n sg m** 'buka puasa' dari

Arab فطر **faṭara v** 'menciptakan; meragi; mebatalkan puasa'

Dengan kata lain, Idulfitri merupakan bentuk interferensi leksikal yang berasal dari bahasa Arab yang sudah diserap menjadi bahasa Indonesia.



**Gambar 4. Penerimaan Mahasiswa Baru 2020/2021**

Gambar di atas tidak hanya menitikberatkan pada biaya pendaftaran melainkan metode pembayaran yang dilakukan secara *online*. Kata *online* di dalam bahasa Indonesia sudah dipadankan dengan kata daring atau singkatan dari dalam jaringan. Bentuk interferensi leksikal pada gambar di atas sangat umum ditemukan. Dengan kata lain, masih banyak masyarakat yang belum mendapatkan informasi tentang padanan-padanan kata yang memang sudah ada di dalam bahasa Indonesia.

#### 5.4.4 Interferensi Gramatikal (*Grammatical Interference*)

Dalam penulisan nama toko atau media luar ruang lainnya, seringkali ditemukan penggunaan frasa bahkan kalimat dalam bahasa asing yang menyentuh tatanan gramatikal atau yang biasa disebut sebagai interferensi gramatikal. Bentuk interferensi gramatikal lebih kepada penggunaan struktur bahasa asing yang dicampurkan ke dalam sistem kalimat di dalam bahasa Indonesia.

Berdasarkan data penelitian, peneliti menemukan adanya interferensi gramatikal berupa struktur frasa dalam bahasa Inggris yang digunakan pada nama-nama toko dan perhotelan yang ada di Kota Curup. Jika dilihat dari unsur-unsur pembentuknya, nama-nama tersebut merupakan frasa endosentrik atributif, masing-masing unsur pembentuknya tidak memiliki kedudukan yang setara, dengan kata lain satu unsur bergantung dengan unsur lainnya. Frasa endosentrik atributif memiliki pola DM, yaitu unsur pusat yang diterangkan dan unsur atributif atau unsur penjelas yang menerangkan.

sebagai contoh,

Hotel Nala Sea Side

D M

Akan tetapi, hasil temuan di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar nama tempat dan bangunan menggunakan pola frasa bahasa asing khususnya bahasa Inggris, unsur yang menerangkan berada di depan unsur utama atau unsur yang dijelaskan, sebagai contoh,

Prima Foto

M D

Berikut sejumlah data nama bangunan yang mengikuti pola frasa asing.

Data	Padanan
Prima Foto	Studio Foto Prima
Limouz Distro	Distro Limouz
Jakarta Textile	Toko Tekstil Jakarta
Maya Fashion	Toko Busana Maya
Toko Aneka Cosmetic	Toko Kosmetik Aneka
Stasiun Clothing	Toko Pakaian Stasiun
Santa Computer	Toko Komputer Santa
Eva Kolumbia Laundry	Penatu Eva Kolumbia

Nini Furniture	Toko Mebel Nini
Royal Photo	Studio Foto Royal
Rizki Phone Center	Toko Ponsel Rizki
Mandiri Ban	Toko Ban Mandiri
Echa Studio Photo	Studio Photo Echa
Matahari Furniture	Toko Furnitur Matahari
Toko Fikri Sport	Toko Olahraga Fikri
Idaman Shoes	Toko Sepatu Idaman
Oxygen Shoes	Toko Sepatu Oxygen
Marina Hotel	Hotel Marina
Jaya Ponsel	Toko Ponsel Jaya

Stereotip masyarakat tentang bahasa memang sudah menjalar ke berbagai segi, seperti politik, bisnis, pendidikan, kesetaraan, bahkan taraf kesuksesan. Bahasa asing, khususnya bahasa Inggris sebagai bahasa internasional berpengaruh sangat besar terhadap persepsi masyarakat. Atensi masyarakat terhadap bahasa asing yang begitu menjanjikan memotivasi mereka untuk meningkatkan kemampuan berbahasa asing mereka agar mendapat status sosial yang tinggi. Hal ini juga memberikan pengaruh yang sangat luar biasa terhadap sektor perekonomian di Kota Curup. Berdasarkan data di lapangan, hampir seratus persen nama-nama pusat perbelanjaan/pertokoan mengandung unsur bahasa asing. Bahasa asing umumnya digunakan sebagai penjelas nama toko dari apa yang ditawarkan oleh toko tersebut.

Data di atas menunjukkan sejumlah nama toko yang mengandung unsur bahasa asing dalam penamaan toko. Jika dicermati dari tabel tersebut, penggunaan bahasa asing umumnya berada setelah nama diri. Secara tidak langsung, penamaan tersebut sudah mengalami interferensi bahasa asing baik dari

segi kosakata maupun dari segi struktur. Jika dilihat dari segi sosiolinguistik ada beberapa faktor yang menyebabkan masyarakat cenderung melakukan interferensi bahasa asing terhadap bahasa Indonesia dalam menamai toko mereka. Pertama, bahasa asing cenderung dianggap lebih bergengsi dan sederhana dalam segi penulisan. Bayangkan, untuk merujuk pada toko sepatu saja, pemilik toko hanya menggunakan kata 'shoes' saja itu sudah cukup. Kedua, sulitnya masyarakat mencari padanan kata yang dapat menggantikan bahasa asing dalam penamaan. Hal ini seringkali ditemukan khususnya di toko-toko penjual makanan dan barang-barang elektronik. Ketiga, kurangnya pemahaman masyarakat terkait pentingnya penguatamaan bahasa Indonesia sebagai bahasa negara. Masyarakat beranggapan bahwa bahasa Indonesia tidak akan punah mengingat penutur bahasa Indonesia masih sangat banyak.

Namun, penutur bahasa Indonesia sebenarnya pun belum memahaminya apalagi berbicara tentang lunturnya dan kurangnya penggunaan bahasa Indonesia. Ketiga, *branding* atau penjenamaan dengan menggunakan unsur bahasa asing dinilai lebih menjual dibandingkan menggunakan bahasa Indonesia. Persepsi semacam ini yang cukup sulit dihilangkan di dalam masyarakat. Alasan omset dan penjualan menjadi hal yang sangat sulit diubah meskipun memungkinkan untuk dibantah. Terakhir, kurangnya pengetahuan masyarakat tentang undang-undang yang mengatur penamaan nama bangunan, pusat pertokoan, hingga rupa bumi. Aturan-aturan yang menyangkut

masalah penamaan seprtinya memang harus gencar disosilaisasikan mengingat pentingnya pengutamakan bahasa Indonesia sebagai bahasa negara.

## SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana interferensi bahasa asing terhadap bahasa Indonesia terjadi di media luar ruang. Dari penelitian ini disimpulkan bahwa penulisan redaksi pada media luar ruang banyak terinterferensi oleh bahasa asing, khususnya bahasa Inggris dan sebagian bahasa Arab dan bahasa Sanskerta.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menyarankan agar dilakukan kegiatan dalam bentuk sosialisasi dan aksi terhadap pemangku kepentingan dan pelaku bisnis agar mengetahui cara penulisan yang baik dan benar untuk media luar ruang di Kota Curup.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adriana, Leo Idra. 1990. Analisis Kesalahan Berbahasa. Surabaya: FPBS IKIP Surabaya.
- Alwasilah, A. Chaedar. 1985. Beberapa Madhab dan Dikotomi Teori Linguistik. Bandung: Angkasa.
- Chaer, Abdul. 1994. Linguistik Umum. Jakarta: Rineka Cipta.
- Jendra, I. Wayan. 1991. Dasar-Dasar Sosiolinguistik. Denpasar: Ikayana.
- Kasali, Rhenald. 1992. Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Komariah, Siti. 2008. Interferensi Bahasa Inggris dalam Bahasa Indonesia pada Surat Kabar di Surabaya. Departemen Pendidikan Nasional, Pusat Bahasa: Balai Bahasa Jawa Timur.

- Nazir, Moh. 2009. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Weinreich, Uriel. 1968. *Language in Contact*. Mouton: The Hauge Paris.
- Yulisar, B. 1999. *Studi Faktor Nilai Strategis Lokasi dalam Penempatan Reklame* (Thesis). Bandung: ITB.
- Yusuf, Suhendra. 1994. *Teori Terjemah Pengantar ke Arah Pendekatan Linguistik dan Sociolinguistik*. Bandung: Bandar Maju.
- <https://prpm.dbp.gov.my>
- <https://kbbi.kemdikbud.go.id>