

## **IDENTITAS DIRI PADA NAMA-NAMA RUMAH MAKAN DI KOTA PONTIANAK**

### ***SELF-IDENTITY IN THE NAMES OF RESTAURANTS AT PONTIANAK CITY***

**Wahyu Damayanti**

Balai Bahasa Kalimantan Barat  
wahyu\_b7320@yahoo.com

#### **ABSTRAK**

Usaha kuliner makin banyak diminati oleh sebagian besar masyarakat penikmat kuliner. Salah satu cara bagi pengusaha kuliner agar usaha kulinernya lebih dikenal yaitu dengan memberikan nama yang unik agar penikmat kuliner penasaran untuk mengunjunginya. Pemberian nama merupakan salah satu upaya mengetahui nilai budaya masyarakat pemiliknya. Tujuan penelitian mendeskripsikan wujud identitas diri pada nama-nama rumah makan di Pontianak. Teori yang digunakan menggunakan metode kualitatif. Teknik-teknik pendukungnya adalah (1) penentuan lokasi penelitian, (2) teknik penentuan informan yang menggunakan teknik *purposive sampling* yang dikembangkan dengan menggunakan teknik *snowball sampling*. (3) teknik pengumpulan data yang meliputi cara observasi, wawancara, studi dokumen atau studi pustaka, (4) validasi data, (5) analisis data, dan terakhir (6) penulisan hasil penelitian. Hasil penelitian ini adalah terdapat wujud identitas diri pada banyak suku daerah di Indonesia diantaranya Padang, Jawa, Melayu, Palembang dan dari negara asing seperti Arab, Inggris, Thailand, Itali, dan Jepang.

**Kata kunci:** identitas, nama, rumah, makan, pontianak

#### **ABSTRACT**

*Culinary business is increasingly in demand by most culinary connoisseurs. One way for culinary entrepreneurs so that their culinary business is better known is by giving a unique name so that culinary connoisseurs are curious to visit it. Giving a name is an effort to find out the cultural value of the community owner. The purpose of this study is to describe the form of self-identity in the names of restaurants in Pontianak. The theory used uses qualitative methods. The supporting techniques are (1) determining the location of the study, (2) determining the informant technique using purposive sampling techniques developed using snowball sampling techniques. (3) data collection techniques that include observation, interviews, document studies or literature studies, (4) data validation, (5) data analysis, and finally (6) writing of research results. The results of this study are that there is a form of self-identity in many ethnic groups in Indonesia including Padang, Java, Malay, Palembang and from foreign countries such as Arabic, English, Thai, Italian, and Japanese.*

**Keywords:** identity, name, house, food, pontianak

## **PENDAHULUAN**

Usaha kuliner makin banyak diminati oleh sebagian besar masyarakat penikmat kuliner. Bagi pengunjung di suatu daerah, tentunya tidak lepas yang pertama dikunjungi yaitu tempat kuliner. Ciri khas suatu daerah biasanya dikenal karena memproduksi kuliner yang banyak diminati dan dinikmati oleh pendatang baru.

Jika suatu daerah telah terkenal dengan nama kuliner secara otomatis daerah tersebut akan banyak dikunjungi wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Bahkan tidak segan-segan bagi penikmat kuliner akan merogoh koceknya hanya untuk menikmati makanan kesukaannya.

Salah satu cara bagi pengusaha kuliner agar usaha kulinernya lebih dikenal yaitu dengan memberikan nama yang unik agar penikmat kuliner penasaran untuk mengunjunginya. Hal ini ditemukan pada sebagian besar nama dagang kuliner yang ada di Kota Pontianak. Pemberian nama merupakan salah satu upaya mengetahui nilai budaya masyarakat pemiliknya. Hal ini terkait dengan pendapat Iswary dalam Mappau (2019: 34) bahwa setiap bahasa yang diekspresikan dalam bentuk leksikal merupakan representasi atau realitas dari budaya terkait.

Selain nama sebagai representasi pikiran, nama juga digunakan sebagai penanda identitas seseorang. Sebagaimana pendapat Kridalaksana (1993: 144) bahwa kata yang dipakai untuk menyebut diri seseorang. Dengan kata lain, nama diri merupakan kata yang berfungsi sebagai sebutan untuk menunjuk orang atau sebagai penanda identitas. Sejalan dengan hal tersebut, Sibarani (1993:8) menyatakan nama adalah suatu kata atau kelompok kata yang digunakan untuk mengidentifikasi dan menyebut orang, hewan, benda dan tempat.

Wilayah Kota Pontianak sendiri berpenduduk multietnis, seiring dengan itu tentunya dalam hal pilihan kuliner masyarakatnya memiliki selera kuliner sangat bervariasi. Usaha kuliner di Kota Pontianak sudah menjamur, sehingga variasi kulinernya banyak tersedia tergantung dari selera masing-masing penikmat kuliner.

Pertama yang menjadi tujuan penikmat kuliner (konsumen) biasanya nama rumah makan tersebut. Nama rumah makan menjadi ciri khas konsumen untuk mengetahui jenis kuliner apa saja yang dijual oleh pedagang kuliner. Nama rumah makan di Kota Pontianak bervariasi dan memiliki ciri khas tersendiri, biasanya dari nama rumah makan dengan mencantumkan nama daerah ataupun perpaduan bahasa asing. Hal ini jelas sekali merefleksikan upaya etnis memertahankan bahasa komunitasnya di tengah gempuran budaya lain di era globalisasi mengingat usaha kuliner atau komoditi tradisional tengah mengalami ancaman yang serius dari kuliner atau komoditi yang berasal dari mancanegara (Wijana, 2014: 56—64).

Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana wujud identitas diri pada nama-nama rumah makan di Kota Pontianak. Tujuan penelitian ini mendeskripsikan wujud identitas diri pada nama-nama rumah makan di Pontianak. Manfaat penelitian secara teoritis menambah referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Secara praktis penelitian yang relevan bisa dikembangkan menjadi penelitian yang inovatif dan terkini guna menambah wawasan penelitian yang baru.

Penelitian yang relevan sebelumnya dari Wijana (2014) dengan judul *Bahasa, Kekuasaan, dan Resistansinya: Studi Tentang Nama-Nama Badan Usaha di Daerah Istimewa Yogyakarta*, hasil penelitiannya yaitu tampak bahwa selain bahasa Inggris yang terutama, beberapa bahasa asing lain seperti Itali, Perancis, Cina, dan Jepang turut memengaruhi praktik penamaan pada badan usaha. Dalam beberapa hal, bahasa Indonesia dan bahasa Jawa yang terdominasi menunjukkan resistansinya dengan menciptakan nama-nama yang secara fonologi, leksikal, dan gramatikal sama tau mirip dengan ekspresi bahasa yang mendominasinya.

Penelitian lainnya oleh Suparwati (2013) dengan judul *Representasi Identitas Tionghoa melalui Kuliner di Kelurahan Kampung Bugis, Singaraja, Bali sebagai Sumber Materi Ajar Sejarah SMA Kelas XII Jurusan Bahasa*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa latar belakang representasi identitas etnis Tionghoa di Kelurahan kampung Bugis, Singaraja, Bali dikaji dari aspek kuliner ada dua faktor yang sangat berpengaruh yaitu faktor sistem kepercayaan etnis Tionghoa dan faktor sosial budaya di wilayah tersebut. Penelitian yang akan dilakukan berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini lebih cenderung mengupas tentang nama-nama rumah makan sebagai wujud identitas diri suatu daerah.

Teori yang digunakan sebagaimana pendapat Wijana (2016: 196), manusia adalah makhluk individual dan makhluk sosial. Sebagai makhluk individual mereka berusaha memenuhi berbagai kebutuhan pribadinya, baik yang bersifat materi maupun spiritual. Dengan sifat ini, ia berusaha memisahkan diri dengan tetap menghargai atau menghormati eksistensi dan hak-hak orang atau kelompok lain sehingga kehidupan bermasyarakat tetap berjalan secara harmonis. Secara teoritis, di dalam berinteraksi dengan individu atau secara lebih luas dengan kelompok masyarakat yang lain, penutur bahasa dapat melakukan dua macam strategi, yakni strategi adaptasi dan strategi identifikasi.

Walaupun diasumsikan bahwa akomodasi berbahasa akan lebih dihargai dibandingkan dengan divergensi bahasa, Giles et al. (1991) memberi beberapa catatan tentang masalah konvergensi dan divergensi ini. Tiga diantaranya yang dirasa cukup penting dalam hubungan ini adalah:

1. Penutur tidak selamanya perlu melakukan konvergensi bahasa di dalam berbicara karena tidak setiap penutur mampu melakukan peniruan-peniruan. Adapun yang kadang-kadang dilakukan adalah penutur berkonvergensi terhadap apa yang seharusnya dilakukan oleh lawan bicaranya, bukan terhadap tuturan yang direalisasikan.
2. Terdapat motivasi yang berbeda-beda untuk masalah divergensi dan konvergensi ini. Seringkali dirasa perlu untuk memertahankan identitas tanpa berarti penutur memusuhi lawan bicaranya.
3. Konvergensi tidak selamanya dipandang positif dan divergensi selalu dipandang negatif, khususnya apabila konvergensi atau akomodasi itu bertujuan untuk mengejek atau merendahkan variasi bahasa tertentu.

Berkaitan dengan ketiga penjelasan tersebut, pada kenyataannya pencantuman nama identitas diri pada nama dagang kuliner di Pontianak terlihat nyata dan jelas. Kebanyakan dari jasa penyedia kuliner lebih memilih memertahankan identitas, yakni memilih nama-nama dari bahasa etnis itu sendiri

dibandingkan dengan memilih nama-nama yang berasal dari bahasa Indonesia atau bahasa asing. Jadi strategi divergensi lebih menonjol dibandingkan dengan strategi konvergensi.

Selain teori di atas, teori lain yang digunakan dalam tulisan ini adalah teori antropolinguistik dengan mengacu pada cara kerja Spradley (2006) dan Duranti (2000). Etnografi akarnya dari ilmu antropologi merupakan kegiatan penelitian untuk memahami cara orang-orang berinteraksi dan bekerja sama melalui fenomena yang teramati dalam kehidupan sehari-hari. Duranti (2000) mengenalkan konsep “linguistik-antropologi” yang ia gagas sebagai salah satu bentuk wilayah interdisipliner yang mempelajari “bahasa” sebagai sumber budaya dan ujaran sebagai bentuk kegiatan budaya. Senada dengan hal tersebut (Kramsch, 1998: 3) menyatakan bahwa kata-kata yang digunakan mencerminkan perilaku, sudut pandang, dan keyakinan yang dianut oleh penuturnya. Molinowski via Hymes (1964: 4) mengemukakan bahwa melalui etnolinguistik kita dapat menelusuri bagaimana bentuk-bentuk linguistik dipengaruhi oleh aspek budaya, sosial mental, dan psikologis.

Kramsch (2000: 3) menegaskan hubungan antara bahasa dan budaya: Bahasa mengekspresikan realitas kultural, fakta, ide, peristiwa yang dapat diteruskan karena berhubungan dengan pengetahuan tentang dunia dan merefleksikan sikap dan kepercayaan serta pandangan masyarakat; bahasa menambah realitas kultural, tidak hanya mengekspresikan pengalaman, tetapi juga menciptakan pengalaman lewat bahasa, menciptakan makna yang mudah dimengerti dan diterima oleh kelompok mereka sendiri; bahasa menyimbolisasikan realitas kultural.

## **METODE PENELITIAN**

Kajian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif. Menurut Sukmadinata (2009: 94), penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut pandang atau perspektif partisipan. Partisipan adalah orang-orang yang diajak wawancara, diobservasi, diminta memberikan data, pendapat, pemikiran, dan persepsinya. Teknik-teknik pendukungnya adalah (1) penentuan lokasi penelitian, (2) teknik penentuan informan yang menggunakan teknik *purposive sampling* yang dikembangkan dengan menggunakan teknik *snowball sampling*, (3) teknik pengumpulan data yang meliputi cara observasi, wawancara, studi dokumen atau studi pustaka, (4) validasi data, (5) analisis data, dan terakhir (6) penulisan hasil penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Memberi nama pada hakikatnya adalah bagian dari aktivitas berbahasa. Dari tata cara pemberian nama ini kemudian terefleksi bagaimana sikap etnis ini terhadap bahasa yang digunakannya. Karena bahasa merupakan elemen terpenting dari sebuah kebudayaan (Koentjaraningrat, 1981: 57), maka penggunaan bahasa untuk kepentingan penamaan juga merefleksikan pandangan pemakaiannya terhadap bahasa yang bersangkutan.

Strategi divergensi, seperti telah dikemukakan pada landasan teori, dilakukan dengan menggunakan unsur-unsur bahasa daerah atau ciri khas daerah

setempat. Untuk memertahankan kesan itu, nama-nama dagang kuliner perlu dilabeli dengan unsur-unsur bahasa etnis. Berikut beberapa data berkaitan dengan identitas diri pada nama-nama rumah makan di Pontianak.

Bahasa Minangkabau sebagai bahasa yang diturunkan dari Proto Melayu, juga secara jelas merefleksikan fenomena ini. Oleh karena itulah kata-kata Minangkabau yang memiliki referensi kerabat, marga, tempat, waktu, nama gunung, nama bunga, nama tokoh dan lain sebagainya.

Hampir di sepanjang jalan protokol Kota Pontianak terdapat nama-nama rumah makan Padang. Penikmat masakan Padang juga sangat banyak di sini, sehingga tidak heran menjamur nama-nama rumah makan yang berciri khas Padang, diantaranya.

1. Warung Makan Mak Etek (paman)

Secara struktur bahasa Minang, Mak Etek adalah kata sapaan untuk paman (saudara laki-laki ibu) yang kecil bagi masyarakat Minangkabau. Berarti bahwa sistem kekerabatan pada sapaan *Mak Etek* digunakan dalam penamaan rumah makan.

2. Rumah Makan Bundo Kandung

Bundo Kandung merupakan sapaan khas perempuan Minangkabau. Bagi masyarakat Minangkabau kedudukan perempuan sangat terhormat. Ia merupakan pewaris keturunan sistem matrilineal. Pada satu kaum (klan) yang tidak memiliki anak perempuan maka kaum tersebut dianggap punah. Bagi masyarakat Minang, Bundo Kandung disimbolkan sebagai Bundo Kandung di rumah Gadang kalau pergi tempat bertanya, pulang tempat berberita, minta minum bagi yang kehausan, minta makan bagi yang kelaparan, dan panji payung menuju surga.

3. Rumah Makan Buyuang

Kata sapaan Buyuang setara dengan kata sapaan Bujang di Minangkabau. Kata sapaan ini ditunjukkan untuk anak laki-laki, biasanya untuk anak laki-laki yang tertua.

4. Warung Makan Campago

Campago adalah sejenis bunga cempaka dalam bahasa Indonesia. Menurut KBBI (daring) cempaka, (1) pohon tinggi hingga 25 cm, kayu teras dapat dibuat sarung senjata yang indah bunganya berwarna kuning dan berbau harum, cempaka kuning kanti. (2) bunga cempaka.

5. Sate Padang Caniago

Caniago merupakan satu diantara empat suku tertua di Minangkabau. Suku lainnya yaitu Koto, Piliang, dan Bodi. Penamaan Caniago merefleksikan bahwa pemilik rumah makan bersuku Caniago dengan tujuan memertahankan identitas kesukuan.

6. Rumah Makan Siang Malam

Rumah makan siang malam biasanya buka selama 24 jam, atau siang malam. Hal ini berarti menandakan waktu operasionalnya siang malam. Di Kota Padang biasanya rumah makan siang malam beroperasi selama 24 jam. Berbeda dengan di Kota Pontianak penamaan Rumah Makan Siang Malam tidak sesuai dengan namanya.

7. Rumah Makan Salido

Salido merupakan satu daerah di kabupaten pesisir selatan yang terkenal dengan kesenian rebab pesisir. Rebab pesisir adalah kesenian tradisional yang bercerita dengan menggunakan biola.

8. Rumah Makan Siti Nurbaya

Siti Nurbaya merupakan nama tokoh fiksi dalam roman Siti Nurbaya. Dia seorang wanita cantik yang memadu kasih dengan Samsul Bahri, akan tetapi Datuk Maringgih juga mencintai Siti Nurbaya.

9. Rumah Makan Ombak Sunu

Ombak Sunu merupakan nama satu tempat di Kabupaten Pariaman, daerah ini terletak di pinggir pantai barat Pulau Sumatera.

10. Rumah Makan Singgalang

Singgalang adalah satu diantara gunung yang ada di Sumatera Barat. Tinggi gunung ini 2877 meter. Ciri khas dari Gunung Singgalang diantaranya bunga Eldewis dan sayuran kol singgalang. Sayuran kol singgalang adalah sayuran khas nasi Kapau yang terkenal di Minangkabau.

11. Rumah Makan Saiyo

Kata Saiyo bermakna seia. Kata seia berarti sependapat dan biasanya diikuti dengan kata sekato yang berarti sekata.

12. Rumah Makan Pariaman

Pariaman adalah nama satu kabupaten di pesisir barat Sumatera Barat.

13. Rumah Makan Angso Duo

Angso Duo merupakan nama pulau yang letaknya dekat dengan Kabupaten Pariaman. Angso Duo menjadi terkenal karena dipake sebagai sampiran pada pantun berikut ini:

Pulau Pandan jauh di tengah

Di balik pulau Angso Duo

Hancur badan di kandung tanah

Budi baik dikanang juo

Selain nama-nama rumah makan khas Padang, nama-nama ruman makan khas Jawa juga dominan ditemukan di sepanjang jalan Kota Pontianak, diantaranya yang memakai nama daerah dari Jawa Tengah, Daerah Istimewa Yogyakarta, dan Jawa Timur yaitu kota Solo, Yogya, dan Lamongan, seperti terlihat dalam (14) s.d. (20) di bawah ini:

14. Ayam Bakar Wong Solo

15. Soto Solo

16. Ayam Goreng Kremes Khas Solo 2

17. Ayam Kremes Solo

18. Warung Yogya

19. Rumah Makan Dapoer Lamongan

20. Lamongan Cak Fadil

Data di atas menandakan bahwa nama-nama rumah makan yang menyediakan menu khas Jawa, baik itu jawa tengahan, jawa timuran maupun yogyakarta juga menjamur di Pontianak. Selain itu, terdapat juga nama-nama rumah makan yang memiliki makna bahasa Jawa diantaranya pada (21) s.d. (28).

21. Warung Makan Sido Mampir

22. Soto & Tempe Mendoan “Ojo Lali” Khas Jawa,

23. Ayam Penyet & Ikan Bakar Bu Lina Masakan Wong Jowo
24. Nasi Goreng Mas Dhani
25. Nasi Goreng Mas Guntur
26. Ayam Geprek Ndhower
27. Warung Japon
28. Cobek Penyet

*Sido Mampir, Ojo Lali, Masakan Wong Jowo, Mas Dhani, Mas Guntur, Ndhower, Japon, dan Cobek Penyet.* Masing-masing adalah frase bahasa Jawa yang secara berturut-turut bermakna ‘jadi mampir’, ‘jangan lupa’, ‘masakan orang Jawa’, ‘Mas Dhani dan Mas Guntur’ adalah sapaan laki-laki dewasa di daerah Jawa, ‘bibir tebal jika kepedasan’, ‘Jawa Pontianak’, dan ‘cobek diulek’. Dari data-data di atas sangat kentara sekali kekhasan identitas diri Jawa.

Di Pontianak juga terdapat nama-nama rumah makan yang berciri khas Jawa Barat seperti pada data (29) s.d. (31).

29. Siomay Bandung
30. Cilok Bandung
31. Seblak TetehMoy

Makanan siomay, cilok, dan seblak merupakan makanan khas daerah Jawa Barat. Dikarenakan kota Pontianak kota dengan multietnis banyak pendatang dari luar kota Pontianak, maka banyak juga variasi makanan khas setiap daerah. Siomay terbuat dari ikan yang dihancurkan, diolah dengan dikukus, saat dihidangkan dimakan dengan saus kacang, cilok akronim dari aci dicolok bahan mentahnya dari kanji biasanya dimakan saat santai, seblak merupakan olahan dari krupuk dan dikolaborasikan dengan makanan bergizi lainnya seperti bakso, telur, dan lain sebagainya dihidangkan saat panas-panas. Semua jenis makanan pada data (29) s.d. (31) hidangan dari Jawa Barat makanya muncul nama Bandung di belakang nama rumah makan tersebut.

Satu diantara penduduk asli Pontianak yaitu Melayu, tentunya banyak juga nama-nama rumah makan yang bercirikhas Melayu Pontianak diantara pada data Melayu (32) s.d. (38).

32. Rumah Makan Tok Ali
33. Warung Makan Bubur Padas Pak Ngah
34. Warung Mak Kundil
35. Ayam Geprek Bang Doel
36. Warung Pak Usu
37. Bakso Meraong
38. Pisang Comel X Hi Chick Geprek

Kata sapaan kekerabatan (32—36) sering dicantumkan pada nama-nama rumah Melayu Pontianak. pencantuman sapaan kekerabatan pada nama rumah makan banyak ditemukan seperti *Tok Ali, Pak Ngah, Mak Kundil, Bang,* dan *Pak Usu*. Kata sapaan tersebut memiliki arti dan makna masing-masing. Tok adalah singkatan kata sapaan Datuk, Pak Ngah adalah singkatan kata sapaan anak tengah, Mak Kundil adalah tokoh yang dikenal oleh masyarakat Melayu Pontianak, Bang adalah kata sapaan untuk laki-laki dewasa, Pak Usu adalah kata sapaan untuk anak bungsu sehingga disingkat Pak Usu. Untuk data (37—38) merupakan kata sifat

dari bahasa Melayu Pontianak. Arti dari *meraong* yaitu menjerit dan arti dari kata *comel* yaitu cerewet. Dari data yang bercirikhaskan Melayu Pontianak mereflesikan diri bahwa nama-nama rumah makan tersebut lebih cenderung menghadirkan masakan Melayu.

Selain dari Padang, Jawa, Mealyu ternyata makanan ciri khas Palembang juga ditemukan di Pontianak. Beberapa nama rumah makan terdapat pada (39—41).

39. Empek-empek Wong Kito

40. Empek-empek Nurali

41. Empek-empek Mami

Empek-empek merupakan makanan khas Palembang, bahan olahan dari ikan disajikan dengan kuah cuko. Pengunjung rumah makan akan jeli dan cermat jika terdapat nama rumah makan empek-empek, pastinya olahan ikan makanan khas Palembang. Hal yang istimewa pada nama rumah makan ini yaitu pencantuman nama makanan di awal dan diikuti nama diri, nama tempat, nama produk seperti wong kito ‘orang kita’, nurali nama tempat di kota Pontianak, dan mami merupakan kata sapaan produk buatan mami.

Produk makanan asing juga ditemukan di kota Pontianak, seperti makanan khas Turki dan Arab yaitu kebab. Kata kebab berasal dari bahasa Persia atau Arab yang berarti daging yang digoreng. Kebab merupakan makanan khas Timur Tengah. Hal itu dijadikan nama rumah makan atau nama lapak kuliner di Pontianak. Beberapa data terdapat pada (42—43).

42. Kebab Turki Baba Rafi

43. Kebab Habib

Baba merupakan sapaan untuk laki-laki dan habib adalah nama depan dari lelaki berbangsa Arab terkadang juga nama belakang, yang berarti ‘yang tercinta’. Selain dari nama jenis makanannya pencantuman sapaan dalam bahasa Arab juga ada pada lapak kuliner tersebut.

Nama rumah makan dengan ciri khas makanan produk asing selain Arab juga ada dari Inggris, Italia, Thailand, dan Jepang. Nama rumah makan dengan bahasa asing khususnya bahasa Inggris mendominasi di Pontianak pada (44—72).

44. Happy Chicken

45. Mom’s Choice

46. Fluffy Egg Tart

47. Bo’s Coffee Tree Café Kopi Obor

48. Rotiboy

49. Texas Chicken

50. Ss Fried Chicken

51. Food Fiesta

52. Powermilk

53. Roasted Chesnut

54. Soursally Mini

55. Café Cappucinno Wawa

56. Banana Stick Pandu

57. Crunch N’crunch

58. Angow Juice

59. Jly Desserts
60. Tofu Dessert Hut
61. Grill Me
62. Terassa Steak House
63. Daily Fresh Corn
64. Breadlife
65. Dailyfresh Waffle
66. Dallas Fried Chicken
67. Taro House
68. Hamock Café
69. Jojo Juice
70. Bibah Dessert
71. Vegas Fried Chicken
72. Kentucky Fried Chicken

Selain produk makanannya memang berasal dari negara asing, dalam pencantuman nama rumah makan juga secara otomatis menggunakan struktur frase berpola M (Menerangkan)-D (Diterangkan) (MD) sebagaimana pada data (44—72). Kuliner produk asing banyak yang menyenangkan, dikarenakan masyarakat bisa jadi penasaran bagaimana cita rasa dan sajian makanan asing.

Selain bahasa Inggris, juga terdapat produk-produk makanan ataupun minuman dari Thailand, Jepang, dan Itali. Adapun contoh nama-nama rumah makan ataupun lapak kuliner yang menggunakan istilah makanan atau minuman Thailand, Jepang, dan Itali terdapat pada (73—80).

#### Thailand

73. Aroi Nom Nom
74. Mame Thai Bread Bun & Nougat
75. Aroi Mak Mak

#### Itali

76. Pizza Hut
77. Pizza Star Hots

#### Jepang

78. Ichiban Sushi
79. Marugame Udon & Tempura
80. Katsu

Pada data (73—80) nama rumah makan yang tidak kalah menjamur dengan rumah makan yang menyediakan ala Eropa diantaranya Thailand, Jepang, dan Itali juga tersedia di Kota Pontianak. Menu yang tersedia merupakan makanan ala negeri tersebut.

Fenomena menarik di Kota Pontianak tentang penamaan rumah makan yang merefleksikan identitas suku, bangsa, dan budaya. Artinya bahwa pola keterbukaan masyarakat Pontianak memberi peluang masuknya pengaruh budaya luar. Di sisi lain, masyarakat Pontianak memiliki tradisi makan bersama yang disebut dengan saprahan. Tradisi saprahan masih berlanjut dan dipertahankan sampai saat ini. Inilah ciri masyarakat yang berkembang.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa wujud identitas diri nama-nama rumah makan di Pontianak diantaranya refleksi masyarakat dalam memertahankan identitas diri mereka di luar daerah. Wujud identitas diri dengan pencantuman nama-nama rumah makan di Pontianak berdasarkan dari makanan yang dijual dan dihidangkan, biasanya tidak jauh dari ciri khas makanan daerah tersebut. Untuk menonjolkan kekhasan daerah pelaku rumah makan memberikan nama sesuai dengan menu hidangan yang disajikan agar dikenal oleh masyarakat luas.

Hasil penelitian ini terdapat wujud identitas diri nama-nama rumah makan di Kota Pontianak terdapat pada banyak suku daerah di Indonesia dan luar negeri, diantaranya Padang, Jawa, Melayu, Palembang. Untuk luar negeri diantaranya Arab, Inggris, Thailand, Itali, dan Jepang. Beberapa nama rumah makan mencantumkan kata-kata yang terkait dengan berbagai konsep dari daerah masing-masing baik itu kata sapaan kekerabatan, nama tempat, nama makanan khas, nama suku, kisah cerita, waktu, dan ungkapan makna. Selain itu, ada beberapa nama rumah makan yang tidak memiliki makna namun menu yang disajikan sudah mencerminkan suatu daerah tertentu.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Duranti, Alessandro. (2000). *Linguistic Anthropology Reprinted*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Giles, H., Coupland, N., & Coupland, I. (1991). *Accommodation Theory: Communication, Context and Consequence*. Dalam H. Giles, J. Coupland & N. Coupland (ed), *Contexts of Accommodation: Development in Applied linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hymes, Dell. (1964). *Language in Culture and Society*. New York: Harper and Row. Iswary.
- Koentjaraningrat. (1981). *Pengembangan Bahasa Nasional sebagai Unsur Kebudayaan Nasional: Politik Bahasa Nasional*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Kramsch, Claire. (1998). *Language and Culture*. Oxford: Oxford University Press.
- Kridalaksana, Harimurti. (1993). *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia
- Mappau, Ramlah. (2019). *Representasi Masyarakat Turatea dalam Sistem Penamaan*. Dalam *Jurnal Sawerigading*. Nomor 1. Volume 25.
- Sibarani, Robert. (1993). *Pemberian Nama Sebagai Awal Pemunculan Linguistik: Makna Nama dalam Bahasa Nusantara*. Bandung: PT Bumi Siliwangi.
- Spradley, James P. (2006). *Metode Etnografi*. Yogyakarta: Tiara Wacana. Edisi I.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan*. Cetakan kelima. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Suparwati. N. K, Trisna. (2014). *Representasi Identitas Tionghoa melalui Kuliner di Kelurahan Kampung Bugis, Singaraja, Bali sebagai Sumber Materi Ajar Sejarah SMA Kelas XII Jurusan Bahasa*. Dalam *Jurnal Widya Winata*. Volume 2. Nomor 1.

- Wijana, I.D.P. (2014). Bahasa, Kekuasaan, dan Resistansinya: Studi tentang Nama-Nama Badan Usaha di DIY. Dalam *Humaniora*, 26 (1).
- (2016). Bahasa dan Etnisitas: Studi tentang Nama-Nama Rumah Makan Padang. Dalam *Linguistik Indonesia*. Masyarakat Linguistik Indonesia. Volume 34, Nomor 2.