Interferensi Bahasa pada Papan Reklame Tempat Wisata di Kota Bogor

Fajar Kurniadi[1], Ritu Yadav[2]
{fajarkurniadi.unindra@gmail.com[1], ritu0803@gmail.com[2]}

Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia[1]; Jawaharlal Nehru University, New Delhi, India[2]

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi interferensi bahasa pada papan reklame tempat wisata di Kota Bogor. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan kajian linguistik, khususnya sosiolinguistik. Data penelitian sebagaimana tercantum dalam ringkasan hasil awal berupa 20 papan reklame. Pengumpulan data dijelaskan melalui teknik pengamatan dan pencatatan, yaitu mengamati penggunaan bahasa pada papan reklame, mencatat bentuk kebahasaan, kemudian mengelompokkannya berdasarkan klasifikasi interferensi. Peneliti bertindak sebagai instrumen penelitian. Berdasarkan rekapitulasi hasil awal, seluruh 20 papan reklame (100%) diklasifikasikan mengandung interferensi sintaksis, sedangkan interferensi fonologi, morfologi, dan semantik tidak ditemukan. Temuan awal tersebut menunjukkan bahwa aspek struktur kalimat menjadi kategori yang paling menonjol dalam penggunaan bahasa pada papan reklame yang diteliti. Meskipun demikian, penetapan bentuk interferensi sintaksis perlu ditunjukkan melalui kutipan atau dokumentasi setiap papan reklame agar klasifikasi dapat diperiksa dan direplikasi.

Kata kunci: Linguistik, interferensi, papan reklame, tempat wisata

Language Interference on Billboards at Tourist Attractions in Bogor City

Abstract. *This study aims to identify language interference on billboards at tourist attractions in Bogor City. It employs a qualitative approach to linguistic analysis, particularly sociolinguistics. The research data, as stated in the preliminary findings summary, consist of 20 billboards. Data collection is described as observation and note-taking: the researchers observed language use on the billboards, recorded the linguistic forms, and classified them according to the types of interference. The researchers acted as the research instruments. Based on the preliminary data summary, all 20 billboards (100%) were classified as containing syntactic interference, while phonological, morphological, and semantic interference were not identified. These preliminary findings indicate that sentence structure is the most prominent aspect in the language used on the billboards examined. Nevertheless, the identification of syntactic interference needs to be demonstrated through quotations or photographic documentation of each billboard so that the classification can be examined and replicated.*

Keywords: Linguistics*, interference, billboards, tourist attractions*

1 Pendahuluan

Bahasa pada ruang publik tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk citra suatu tempat dan memengaruhi cara pengunjung memahami lingkungan. Pada kawasan wisata, papan reklame dan berbagai bentuk tanda tertulis menjadi bagian dari komunikasi antara pengelola, pelaku usaha, masyarakat, dan wisatawan. Pilihan bahasa, susunan kata, serta bentuk kalimat pada media tersebut dapat memperlihatkan bagaimana bahasa digunakan untuk menarik perhatian sekaligus menyampaikan informasi. Kajian terhadap bahasa pada ruang publik berkaitan dengan lanskap linguistik. Lanskap linguistik mengkaji kehadiran bahasa pada tanda-tanda publik dan komersial serta hubungan penggunaannya dengan konteks sosial. Penelitian Oentari (2026) mengenai Kebun Raya Bogor menunjukkan bahwa bahasa Indonesia menjadi bahasa dominan dalam berbagai kategori tanda informasional, sementara bahasa Inggris mendukung aksesibilitas internasional dan bahasa lain digunakan secara selektif untuk tujuan tertentu [1]. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa penggunaan bahasa di kawasan wisata perlu dipahami dengan mempertimbangkan fungsi tanda dan konteks penggunanya.

Penelitian mengenai papan reklame juga telah mengkaji papan reklame di sepanjang Jalan Margonda Raya, Depok. Penelitian tersebut melaporkan adanya interferensi bahasa pada 17 dari 26 papan reklame dan campur kode bahasa asing pada 25 dari 26 papan reklame [2]. Penelitian lain membahas interferensi bahasa Indonesia pada papan reklame di Jalan Raya Cinere, Depok. Kajian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif dan analisis isi serta melaporkan dominasi kategori sintaksis pada data yang diteliti [3]. Konteks penggunaan bahasa pada media publik juga berkaitan dengan kebijakan bahasa. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 mengatur penggunaan bahasa Indonesia, antara lain pada nama geografi, informasi produk, serta rambu umum, penunjuk jalan, fasilitas umum, spanduk, dan alat informasi lain yang merupakan pelayanan umum [4]. Ketentuan lebih lanjut mengenai penggunaan bahasa Indonesia diatur melalui Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 [5]. Penerapan ketentuan tersebut perlu dibaca sesuai dengan jenis dan fungsi media yang diteliti; papan reklame komersial, papan petunjuk, dan tanda pelayanan umum tidak selalu berada dalam kategori fungsi yang sama.

Dalam kajian sosiolinguistik, interferensi bahasa dapat dipahami sebagai masuknya unsur-unsur suatu bahasa ke dalam penggunaan bahasa lain sehingga memengaruhi kaidah kebahasaan yang digunakan. Fenomena ini umumnya terjadi akibat adanya kontak bahasa dalam kehidupan masyarakat yang menggunakan lebih dari satu bahasa. Kontak bahasa dapat berlangsung melalui interaksi langsung, pendidikan, media massa, perkembangan teknologi, maupun aktivitas ekonomi dan pariwisata. Dalam konteks masyarakat Indonesia, penggunaan bahasa Indonesia sering kali berdampingan dengan bahasa daerah dan bahasa asing. Keadaan tersebut memungkinkan terjadinya pengaruh antarbahasa, baik secara sadar maupun tidak sadar. Pengaruh tersebut dapat muncul ketika seseorang menggunakan kosakata, bentuk kata, struktur kalimat, atau makna dari bahasa lain dalam suatu tuturan maupun tulisan.

Interferensi bahasa pada papan reklame memiliki karakteristik yang berbeda dengan interferensi dalam komunikasi lisan. Pada komunikasi lisan, penyimpangan kaidah bahasa dapat terjadi secara spontan karena penutur tidak selalu memiliki kesempatan untuk memeriksa kembali bentuk bahasa yang digunakan. Sebaliknya, papan reklame merupakan media komunikasi tertulis yang umumnya dirancang terlebih dahulu sebelum dipublikasikan. Oleh karena itu, penggunaan bentuk bahasa yang tidak sesuai dengan kaidah menjadi hal yang menarik untuk diteliti. Papan reklame biasanya dibuat dengan mempertimbangkan aspek pemasaran, estetika, keterbacaan, dan daya tarik visual. Pertimbangan tersebut terkadang menyebabkan ketepatan penggunaan bahasa tidak menjadi prioritas utama. Akibatnya, dapat ditemukan penggunaan kosakata asing, pembentukan kata yang tidak sesuai dengan aturan morfologi bahasa Indonesia, serta susunan kalimat yang dipengaruhi oleh struktur bahasa lain.

Interferensi dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa aspek kebahasaan, yaitu fonologi, morfologi, sintaksis, dan semantik. Keempat aspek tersebut dapat digunakan sebagai landasan untuk mengidentifikasi bentuk penyimpangan bahasa yang terdapat pada papan reklame. Interferensi fonologi berkaitan dengan pengaruh sistem bunyi suatu bahasa terhadap bahasa lain. Dalam bentuk tertulis, gejala ini dapat diamati melalui penyesuaian atau penulisan kata yang tidak sesuai dengan kaidah ejaan bahasa Indonesia akibat pengaruh pelafalan bahasa lain. Sementara itu,

interferensi morfologi berkaitan dengan proses pembentukan kata, seperti penggunaan imbuhan, pengulangan, dan penggabungan kata. Penggunaan unsur asing yang diberi imbuhan bahasa Indonesia tanpa mengikuti ketentuan penyerapan yang tepat dapat menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam analisis.

Selanjutnya, interferensi sintaksis berkaitan dengan pengaruh struktur atau tata kalimat suatu bahasa terhadap bahasa lainnya. Gejala ini dapat ditemukan dalam susunan frasa, klausa, maupun kalimat yang tidak mengikuti pola sintaksis bahasa Indonesia. Sebagai contoh, penggunaan susunan kata yang mengikuti pola bahasa asing dapat menyebabkan konstruksi kalimat bahasa Indonesia menjadi kurang tepat. Adapun interferensi semantik berhubungan dengan perubahan atau pergeseran makna suatu kata akibat pengaruh bahasa lain. Penggunaan kata yang secara bentuk terlihat sesuai, tetapi memiliki makna atau konteks penggunaan yang berbeda dari makna yang lazim dalam bahasa Indonesia, dapat menjadi salah satu gejala yang perlu dikaji. Pengelompokan berdasarkan empat aspek tersebut memungkinkan penelitian dilakukan secara lebih sistematis sehingga setiap bentuk interferensi dapat dijelaskan berdasarkan karakteristik kebahasaannya.

Kawasan wisata menjadi salah satu ruang yang potensial memperlihatkan keberagaman penggunaan bahasa. Hal ini disebabkan oleh keberadaan pengunjung yang berasal dari latar belakang bahasa dan budaya yang berbeda. Pengelola tempat wisata dan pelaku usaha perlu menyampaikan informasi yang dapat dipahami oleh berbagai kelompok pengunjung. Bahasa Indonesia memiliki peran penting sebagai bahasa nasional yang dapat digunakan untuk menjangkau masyarakat secara luas. Di sisi lain, bahasa Inggris kerap digunakan sebagai bahasa internasional untuk memberikan kesan modern dan memudahkan komunikasi dengan wisatawan mancanegara. Penggunaan bahasa asing pada papan reklame tidak selalu dapat dikategorikan sebagai interferensi karena pemakaiannya dapat memiliki tujuan komunikatif dan komersial tertentu. Oleh sebab itu, analisis perlu membedakan antara penggunaan bahasa asing yang memang disengaja sebagai strategi komunikasi dan penggunaan unsur bahasa asing yang menimbulkan ketidaksesuaian terhadap kaidah bahasa Indonesia.

Selain berfungsi sebagai media promosi, papan reklame juga memiliki peran dalam membangun identitas dan karakter kawasan wisata. Penggunaan bahasa yang menarik dapat memberikan kesan tertentu kepada pengunjung, sedangkan penggunaan bahasa yang kurang tepat berpotensi menimbulkan kesalahan pemahaman informasi. Dalam hal ini, ketepatan bahasa menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan oleh pengelola tempat wisata dan pelaku usaha. Informasi yang disampaikan melalui papan reklame sebaiknya tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki kejelasan makna dan ketepatan struktur bahasa. Dengan demikian, penggunaan bahasa pada ruang publik dapat mendukung terciptanya lingkungan komunikasi yang informatif, efektif, dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Penelitian tentang interferensi bahasa pada papan reklame juga memiliki relevansi terhadap upaya pembinaan dan pengembangan bahasa Indonesia. Papan reklame merupakan media yang dapat dilihat dan dibaca oleh banyak orang sehingga penggunaan bahasanya berpotensi memengaruhi kebiasaan berbahasa masyarakat. Apabila bentuk bahasa yang kurang tepat digunakan secara berulang, masyarakat dapat menganggap bentuk tersebut sebagai penggunaan yang lazim. Oleh karena itu, pengamatan terhadap penggunaan bahasa pada media publik diperlukan untuk mengetahui bentuk-bentuk penyimpangan yang muncul sekaligus memberikan gambaran mengenai kondisi penggunaan bahasa Indonesia dalam kehidupan sehari-hari. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak yang terlibat dalam pembuatan dan pemasangan papan reklame agar lebih memperhatikan ketepatan penggunaan bahasa tanpa menghilangkan unsur kreativitas dan daya tarik promosi.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini diarahkan untuk mengidentifikasi interferensi bahasa pada papan reklame tempat wisata di Kota Bogor. Permasalahan penelitian dirumuskan sebagai berikut: bagaimana bentuk interferensi bahasa yang terdapat pada papan reklame tempat wisata di Kota Bogor? Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi dan mengklasifikasikan interferensi bahasa berdasarkan aspek fonologi, morfologi, sintaksis, dan semantik.

2 Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan tersebut digunakan untuk menggambarkan bentuk penggunaan bahasa pada papan reklame berdasarkan data kebahasaan yang diamati. Fokus kajian diarahkan pada interferensi bahasa dalam empat aspek, yaitu fonologi, morfologi, sintaksis, dan semantik. Data penelitian dalam ringkasan hasil awal berjumlah 20 papan reklame yang berada di tempat wisata di Kota Bogor. Teknik pengumpulan data yang disebutkan adalah pengamatan dan pencatatan. Pengamatan dilakukan terhadap teks yang tercantum pada papan reklame, sedangkan pencatatan dilakukan dengan memindahkan bentuk bahasa yang relevan ke dalam kartu data. Data kemudian dikelompokkan berdasarkan aspek kebahasaan yang menjadi fokus penelitian.

Peneliti bertindak sebagai instrumen penelitian. Analisis dilakukan melalui tahapan identifikasi bentuk bahasa, pencatatan data, klasifikasi berdasarkan kategori interferensi, dan penarikan simpulan. Klasifikasi sintaksis perlu didasarkan pada bukti struktur frasa, klausa, atau kalimat yang dapat dibandingkan dengan kaidah bahasa Indonesia. Oleh karena itu, dokumentasi foto dan transkripsi teks setiap papan reklame merupakan bukti penting untuk memastikan ketepatan analisis.

Informasi mengenai waktu pengambilan data, nama atau lokasi spesifik objek wisata, teknik penentuan sampel, serta daftar transkripsi 20 papan reklame belum tercantum dalam bahan awal yang diterima. Unsur-unsur tersebut perlu dilengkapi dari catatan penelitian lapangan sebelum naskah digunakan sebagai laporan penelitian final.

3 Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan rekapitulasi hasil yang tercantum dalam abstrak awal, penelitian mencakup 20 papan reklame di tempat wisata Kota Bogor. Seluruh papan reklame tersebut diklasifikasikan mengandung interferensi sintaksis. Dengan demikian, jumlah data pada kategori sintaksis mencapai 20 papan reklame atau sekitar 100% dari keseluruhan data. Sementara itu, interferensi fonologi, morfologi, dan semantik dilaporkan tidak ditemukan.

Hasil tersebut memperlihatkan bahwa kategori sintaksis menjadi satu-satunya kategori interferensi yang tercatat dalam rekapitulasi awal. Dalam kajian bahasa tulis, analisis sintaksis berkaitan dengan hubungan ant kata dalam frasa, hubungan ant unsur dalam klausa, serta pembentukan kalimat. Suatu bentuk tidak dapat langsung dinyatakan sebagai interferensi sintaksis hanya karena kalimatnya singkat, tidak lengkap, atau menggunakan gaya promosi. Peneliti perlu menunjukkan unsur bahasa yang memengaruhi struktur tersebut dan menjelaskan bentuk penyimpangannya berdasarkan kaidah bahasa yang dijadikan acuan.

Temuan ini memiliki kedekatan tema dengan penelitian Chadis, Agustin, dan Muzaki (2018) tentang papan reklame di Jalan Raya Cinere, Depok, yang juga melaporkan dominasi interferensi sintaksis [3]. Kesamaan pola hasil tersebut dapat menjadi bahan perbandingan, tetapi tidak dengan sendirinya membuktikan bahwa karakteristik papan reklame di Kota Bogor sama dengan papan reklame di Cinere. Perbandingan yang sahih harus didasarkan pada data teks, konteks pemasangan, dan prosedur klasifikasi yang dapat ditelusuri.

Berdasarkan konteks kawasan wisata, papan reklame berfungsi sebagai media promosi dan penyampai informasi. Penelitian mengenai lanskap linguistik Kebun Raya Bogor menunjukkan bahwa pilihan bahasa pada tanda publik berkaitan dengan fungsi informasi, pengaturan ruang, dan kebutuhan pengunjung [1]. Oleh sebab itu, analisis papan reklame sebaiknya tidak hanya menilai bentuk kalimat, tetapi juga memperhatikan fungsi komunikatifnya. Bentuk bahasa yang sengaja dipadatkan untuk kepentingan slogan, misalnya, perlu dibedakan dari konstruksi yang benar-benar menunjukkan pengaruh sistem bahasa lain.

Meninjau dari sisi kebijakan, penggunaan bahasa pada ruang publik perlu memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 mengatur kewajiban penggunaan bahasa Indonesia pada kategori media tertentu, termasuk rambu umum,

penunjuk jalan, fasilitas umum, spanduk, dan alat informasi lain yang merupakan pelayanan umum [4]. Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 menjadi peraturan pelaksana terkait penggunaan bahasa Indonesia [5]. Namun, penerapan ketentuan tersebut pada setiap objek perlu mempertimbangkan apakah papan yang dianalisis merupakan media informasi pelayanan umum, penunjuk, atau reklame komersial.

Secara keseluruhan, rekapitulasi awal menunjukkan dominasi kategori sintaksis pada 20 papan reklame yang diteliti. Akan tetapi, bahan yang tersedia belum memuat contoh teks asli dari papan reklame, foto dokumentasi, ataupun uraian analisis per data. Karena itu, pembahasan bentuk-bentuk interferensi sintaksis secara rinci belum dapat disajikan secara bertanggung jawab. Penyajian contoh data, bentuk yang dianggap terpengaruh, bentuk pembanding yang sesuai kaidah, dan alasan klasifikasi merupakan bagian yang harus ditambahkan setelah lembar data lapangan diperiksa.

4 Simpulan

Berdasarkan rekapitulasi hasil awal, dari 20 papan reklame tempat wisata di Kota Bogor, seluruhnya atau 100% diklasifikasikan mengandung interferensi sintaksis. Interferensi fonologi, morfologi, dan semantik tidak ditemukan dalam rekapitulasi tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa aspek struktur kalimat menjadi kategori yang paling menonjol pada data yang dilaporkan. Meskipun demikian, simpulan mengenai bentuk interferensi sintaksis perlu diperkuat dengan transkripsi dan dokumentasi setiap papan reklame agar proses identifikasi serta klasifikasinya dapat diverifikasi.

Referensi

[1] Oentari, B. S. (2026). Language, regulation, and practice in the informational linguistic landscape of Bogor Botanical Garden. LITERA, 25(1), 42–56. https://doi.org/10.21831/ltr.v25i1.95732

[2] Ahmad, M. G., Muzaki, A., & Anam, A. K. (2018). Interferensi bahasa dan campur kode pada papan reklame sepanjang Jalan Margonda Raya, Depok, Jawa Barat. Proceedings Universitas Pamulang, 1(1), "Bahasa, Sastra, dan Politik di Era Siber". https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Proceedings/article/view/2141/0

[3] Chadis, Agustin, Y., & Muzaki, A. (2018). Interferensi bahasa Indonesia pada papan reklame sepanjang Jalan Raya Cinere, Depok: Analisis deskriptif. Seminar Nasional dan Diskusi Panel Multidisiplin Hasil Penelitian & Pengabdian kepada Masyarakat. Universitas Indraprasta PGRI. https://proceeding.unindra.ac.id/index.php/dispanas2018/article/download/22/77

[4] Republik Indonesia. (2009). Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan. https://peraturan.bpk.go.id/Details/38661/uu-no-24-tahun-2009

[5] Republik Indonesia. (2019). Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia. https://peraturan.bpk.go.id/Details/121661