Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia
Volume: 6 | Nomor 02 | November 2026
E-ISSN: 2809-238X
DOI: 10.47709/jbsi.v6i02.9725

Multilingualisme pada Tanda Usaha di Ruang Publik Tanjung Bumi, Madura: Analisis Lanskap Linguistik

Author:
R. Kholishul Mukhlish[1]
Eka Susylowati[2]
Afiifah Al Rosyiidah[3]
Miftahur Roifah[4]

Afiliation:
Universitas Trunodjoyo Madura[1,2,3,4]

Corresponding email
r.kholishulmukhlish@gmail,com[1]
eka.susylowati@trunojoyo.ac.id[2]
afiifah.rosyiidah@trunojoyo.ac.id[3]
miftahur.roifah@trunojoyo.ac.id[4]

Histori Naskah:
Submit: 2026-10-02
Accepted: 2026-10-30
Published: 2026-11-01

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Abstrak:
Papan nama usaha merupakan wujud lanskap linguistik yang memperlihatkan pilihan bahasa pelaku usaha di ruang publik. Tanjung Bumi, Bangkalan, Madura, dikenal sebagai sentra batik tulis dan kawasan perdagangan pesisir, tetapi belum dikaji dari sisi lanskap linguistik. Penelitian ini menganalisis bentuk tampilan bahasa dan fungsi bahasa pada papan nama usaha di kawasan tersebut. Penelitian deskriptif kualitatif ini menganalisis 53 papan nama usaha yang didokumentasikan langsung di koridor komersial Tanjung Bumi. Data diklasifikasikan menurut tipologi monolingual, bilingual, dan multilingual, dianalisis dari segi fungsi informatif dan simbolisnya, serta dikaji pola penempatan teksnya (vertikal atau horizontal). Frekuensi digunakan sebagai statistik deskriptif pendukung penafsiran. Temuan lapangan menunjukkan bahwa format *bilingual* merupakan yang paling dominan (60,4%), diikuti oleh format *monolingual* (26,4%) dan *multilingual* (13,2%). Kombinasi bahasa Inggris-Indonesia mencatat frekuensi kemunculan tertinggi (41,5%), sedangkan bahasa Madura hanya muncul dalam 13,2% dari total data. Bahasa Arab mencakup porsi yang signifikan (18,9%), khususnya pada identitas usaha yang menampilkan nuansa religius. Secara fungsional, bahasa Inggris lebih sering digunakan secara simbolis untuk menampilkan citra modern, sementara bahasa Indonesia, Madura, dan Arab terutama digunakan untuk tujuan informasional serta untuk menegaskan identitas budaya atau keagamaan. Pola-pola linguistik yang ditemukan pada papan nama usaha di Tanjung Bumi memperlihatkan strategi semiotik adaptif yang diterapkan oleh para pemilik usaha untuk memadukan daya tarik komersial berorientasi global dengan identitas lokal serta nilai-nilai keagamaan, sekaligus menunjukkan terbatasnya kehadiran bahasa Madura dalam ranah komersial publik.

Kata kunci: Lanskap linguistik; Multilingualisme; Tampilan Bahasa; Tanda Usaha; Tanjung Bumi

Pendahuluan

Ruang publik berfungsi sebagai titik temu bagi berbagai kepentingan sosial, ekonomi, dan budaya yang diekspresikan melalui beragam bentuk visual, termasuk teks tertulis pada papan nama tempat usaha. Dalam ranah sosiolinguistik, penggunaan bahasa di ruang public mulai dari papan reklame dan rambu jalan hingga papan nama dikaji dalam bidang lanskap linguistik *(linguistic landscape)*. Lanskap linguistik dipahami sebagai bahasa yang tampak pada tanda-tanda di ruang publik, seperti rambu jalan, papan reklame, nama jalan, nama tempat, dan papan nama toko, yang dapat dilihat oleh semua orang (Shabrina, Zakiyah, and

Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia
Volume: 6 | Nomor 02 | November 2026
E-ISSN: 2809-238X
DOI: 10.47709/jbsi.v6i02.9725

Susylowati 2023; Zakiyah, Susylowati, and Shabrina 2024) dan yang mencerminkan penggunaan bahasa dalam masyarakat setempat (Ricardo, Larasanti, and Yustanto 2026).

Pilihan bahasa pada papan penanda publik dapat dipengaruhi oleh pertimbangan ekonomi dan arus globalisasi. Bahasa Inggris, misalnya, dikaitkan dengan upaya menarik konsumen dan menampilkan citra modern (Shabrina et al. 2023; Ricardo et al. 2026), dan pada kawasan wisata bahasa Inggris banyak digunakan seiring berkembangnya pariwisata (Datang, Munawarah, and Triwinarti 2022). Di Indonesia, fenomena ini telah membentuk lanskap linguistik di berbagai kota Penelitian di Kota Padang meneliti 236 papan nama di Jalan Khatib Sulaiman dan menemukan tujuh variasi penggunaan bahasa, yang meliputi papan nama ekabahasa (bahasa Indonesia dan bahasa Inggris), dwibahasa (Indonesia–Inggris, Indonesia–Minangkabau, dan Indonesia–Arab), serta tribahasa (Indonesia–Inggris–Minangkabau dan Indonesia–Inggris–Arab), di mana bahasa Inggris pada tanda *bottom-up* mendominasi fungsi informatif komersial sekaligus fungsi simbolis modernitas dan status sosial (Zahara and Wijana 2022). Secara khusus dalam sektor usaha kuliner, sebuah studi yang menganalisis nama 396 tempat usaha kuliner di Surakarta menemukan bahwa bahasa Inggris sering digunakan, baik dalam konteks *monolingual* maupun *bilingual* untuk menjalankan fungsi informatif sekaligus simbolis (Purnanto et al. 2021).

Kecamatan Tanjung Bumi di Kabupaten Bangkalan memiliki profil yang berbeda dari kawasan-kawasan tersebut. Wilayah pesisir ini dikenal sebagai sentra batik tulis yang menggerakkan perdagangan lokal dan menjadi titik temu penduduk setempat, pedagang dari luar daerah, dan wisatawan. Observasi awal terhadap 33 papan nama usaha yang pertama kali didokumentasikan di koridor komersialnya menunjukkan keragaman bahasa yang menarik: papan nama memuat lima bahasa (Indonesia, Inggris, Arab, Madura, dan Jawa), 29 di antaranya memuat bahasa Inggris, sedangkan bahasa Madura hanya muncul pada tujuh papan nama. Temuan awal ini mengisyaratkan bahwa bahasa daerah hadir secara terbatas di tengah bahasa lain, tetapi belum menjelaskan bagaimana bahasa-bahasa itu dipadukan dalam satu papan nama dan peran apa yang dijalankan masing-masing.

Studi kebahasaan sebelumnya di Madura telah menyoroti berbagai wilayah dengan karakteristik daerah yang khas. Di Kecamatan Kamal, sebuah studi oleh Zakiyah, Susylowati, and Shabrina (2024) terhadap 277 papan nama usaha menunjukkan bahwa bahasa Indonesia mendominasi (53%), sementara penggunaan bahasa Madura tergolong minim. Dalam konteks yang berbeda, penelitian oleh Shabrina, Zakiyah, and Susylowati (2023) mengenai usaha kuliner di kawasan kampus Bangkalan menemukan adanya preferensi yang lebih kuat terhadap bahasa Inggris dan bahasa asing lainnya dibandingkan bahasa daerah. Sementara itu, Putikadyanto et al. (2024) mengidentifikasi delapan variasi bahasa di Pamekasan, dengan bahasa Indonesia muncul sebagai pilihan yang paling dominan. Pola dominasi bahasa nasional serupa juga teramati pada lanskap perkotaan di luar Madura; sebagai contoh, penelitian Ferdiyanti (2016) di Surabaya mencatat adanya perpaduan antara bahasa Indonesia, bahasa daerah, dan bahasa asing pada papan informasi publik di kawasan perkotaan.

Kajian-kajian di Madura tersebut terutama memetakan keberadaan dan sebaran bahasa pada kawasan tertentu. Zakiyah et al. (2024) menelaah keberadaan, distribusi, dan faktor yang memengaruhi bahasa pada papan nama usaha, Shabrina et al. (2023) mengidentifikasi bahasa pada nama usaha makanan, dan Putikadyanto et al. (2024) mendeskripsikan jenis bahasa serta kesetiaan berbahasa Indonesia. Sepanjang penelusuran penulis, hubungan antara bentuk tampilan bahasa, fungsi bahasa, dan penonjolan visual dalam satu papan nama belum menjadi fokus utama kajian-kajian tersebut. Padahal, mengetahui bahasa apa yang dominan belum menjawab bahasa mana yang menonjol dan berperan sebagai apa. Penelitian ini karena itu

Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia
Volume: 6 | Nomor 02 | November 2026
E-ISSN: 2809-238X
DOI: 10.47709/jbsi.v6i02.9725

mengintegrasikan tiga kerangka analisis, yaitu tipologi tampilan bahasa (monolingual, bilingual, dan multilingual) (Sudarmanto et al. 2023), fungsi informatif dan simbolis (Zakiyah et al. 2024; Ricardo et al. 2026), serta penempatan teks secara vertikal atau horizontal (Ricardo et al. 2026), untuk melihat apakah bahasa yang berperan simbolis sekaligus yang paling menonjol secara visual. Kontribusi penelitian ini dengan demikian bersifat lokasional, yaitu menghadirkan Tanjung Bumi sebagai kawasan sentra batik dan perdagangan pesisir yang belum dikaji, dan analitis, yaitu menghubungkan bentuk, fungsi, dan penempatan bahasa.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pemerintah daerah dan para pemangku kepentingan di sektor bisnis mengenai pola penggunaan bahasa di ruang publik Tanjung Bumi, termasuk sejauh mana bahasa Madura sebagai bahasa daerah masih terlihat dalam ranah perdagangan. Secara teoretis, penelitian ini bertujuan memperkaya kajian mengenai lanskap linguistik di Indonesia, khususnya terkait wilayah dengan karakteristik ekonomi berbasis kerajinan dan perdagangan pesisir, sebuah topik yang masih minim mendapat perhatian dalam penelitian-penelitian sebelumnya.

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tersebut, penelitian ini berfokus pada dua masalah utama yaitu bentuk penyajian bahasa *(language display)* yang terdapat pada papan nama usaha di Tanjung Bumi baik yang bersifat *monolingual, bilingual, maupun multilingual*, serta fungsi linguistik yang terkandung dalam papan-papan nama tersebut, khususnya terkait fungsi informatif dan simbolisnya.

Studi Literatur

Lanskap linguistik menelaah bahasa pada tanda publik melalui dua fungsi utama. Fungsi informatif berkaitan dengan pesan komunikasi yang dimaksudkan oleh pembuat tanda, misalnya menjelaskan jenis usaha, sedangkan fungsi simbolis berkaitan dengan penandaan nilai, citra, atau identitas melalui pilihan bahasa, misalnya modernitas, orientasi global, atau identitas local (Zakiyah et al. 2024; Ricardo et al. 2026). Berdasarkan pembuatnya, tanda dibedakan menjadi tanda top-down, yaitu tanda yang dibuat oleh pihak berwenang, dan tanda bottom-up, yaitu tanda yang dibuat secara mandiri oleh individu atau pelaku usaha; papan nama usaha termasuk tanda bottom-up (Zakiyah et al. 2024; Ricardo et al. 2026). Berdasarkan jumlah bahasanya, tanda dibedakan menjadi monolingual (satu bahasa), bilingual (dua bahasa), dan multilingual (tiga bahasa atau lebih) (Sudarmanto et al. 2023). Pada tanda yang memuat lebih dari satu bahasa, penempatan teks dapat bersifat vertikal, yaitu satu bahasa diletakkan di atas bahasa lain sehingga bahasa yang berada di atas tampil lebih dominan, atau horizontal, yaitu bahasa diletakkan berdampingan pada baris yang sama dengan penekanan yang relatif seimbang (Ricardo et al. 2026). Ketiga kerangka tersebut bekerja pada tingkat yang berbeda sehingga dapat dirangkai secara berurutan: tipologi tampilan bahasa menjawab bahasa apa dan berapa banyak yang tampil, analisis fungsi menjawab peran apa yang dijalankan tiap bahasa, dan analisis penempatan menjawab seberapa menonjol bahasa itu secara visual. Rangkaian ini memungkinkan pembacaan hubungan antara peran dan penonjolan, yang menjadi kontribusi analitis penelitian ini. Dalam menafsirkan temuan, kehadiran bahasa daerah dilihat terutama sebagai petunjuk visibilitasnya di ruang publik; sebagian kajian di Indonesia mengaitkannya dengan vitalitas bahasa, misalnya di Kota Kupang, tempat bahasa lokal ditemukan terpinggirkan pada tanda di ruang publik (Benu et al. 2023; Rohmah and Widya Nur Wijayanti 2023). Pilihan bahasa pada ranah komersial juga dikaitkan dengan pertimbangan ekonomi dan citra modern (Shabrina et al. 2023; Ricardo et al. 2026).

Studi mengenai lanskap linguistik di Madura mengungkap dinamika yang beragam. Zakiyah et al. (2024) menemukan bahwa para pelaku usaha di Kamal cenderung menggunakan bahasa Indonesia untuk menunjukkan kepatuhan terhadap kebijakan bahasa nasional, di samping penggunaan bahasa asing seperti

Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia
Volume: 6 | Nomor 02 | November 2026
E-ISSN: 2809-238X
DOI: 10.47709/jbsi.v6i02.9725

bahasa Inggris, Korea, Mandarin, dan Arab. Di kawasan kampus Bangkalan, Shabrina et al. (2023) mencatat adanya kecenderungan penggunaan bahasa Inggris untuk menampilkan citra eksklusivitas pada tempat-tempat makan. Sementara itu, studi oleh Putikadyanto et al. (2024) di Pamekasan, yang mencakup 704 elemen linguistik, mengonfirmasi dominasi bahasa Indonesia dibandingkan dengan ragam bahasa lainnya.

Di wilayah lain di Indonesia, Rohmah and Widya Nur Wijayanti (2023) menemukan tingkat kepatuhan yang tinggi terkait penggunaan bahasa nasional di Mojosari. Sakhiyya and Martin-Anatias (2023) menyoroti dinamika antara kebijakan bahasa tingkat makro dan praktik tingkat mikro di Yogyakarta, Semarang, dan Depok. Purwanto and Filia (2020) mengamati pentingnya daya tarik komersial dalam iklan restoran di Pontianak, sementara Sari and Savitri (2021) menunjukkan adanya hubungan antara variasi bahasa dan karakteristik kawasan komersial di Sidoarjo. Temuan-temuan ini memperkuat pola yang diamati dalam studi Ferdiyanti (2016) di Surabaya, yang mengindikasikan bahwa lanskap linguistik perkotaan di Jawa Timur pada umumnya masih didominasi oleh bahasa Indonesia, di samping bahasa daerah dan bahasa asing.

Di luar konteks Madura, penelitian mengenai lanskap linguistik di wilayah lain di Indonesia menawarkan poin perbandingan yang relevan. Di Kota Padang, Zahara and Wijana (2022) meneliti 236 tanda di ruang publik dan mengidentifikasi tujuh variasi penggunaan Bahasa mencakup papan nama ekabahasa, dwibahasa, hingga tribahasa, di mana bahasa Inggris pada tanda *bottom-up* mendominasi fungsi informatif komersial sekaligus fungsi simbolis yang merepresentasikan modernitas, profesionalisme, dan status sosial. Dengan fokus khusus pada sektor kuliner, Purnanto et al. (2021) menganalisis nama dari 396 tempat usaha kuliner (mulai dari warung dan restoran hingga kafe dan bistro) di sepanjang jalan utama Surakarta; mereka menemukan bahwa bahasa Inggris digunakan secara luas, baik dalam konteks *monolingual* maupun *bilingual* untuk menjalankan fungsi informatif sekaligus simbolis. Sementara itu, penelitian oleh Fakhiroh and Rohmah (2018) di Sidoarjo mengungkap adanya variasi linguistik pada papan nama usaha yang mencerminkan karakter kawasan komersial setempat, sehingga melengkapi temuan Sari and Savitri (2021) mengenai wilayah yang sama.

Selain itu, sebuah studi oleh Ricardo, Larasanti, and Yustanto (2026) mengenai kedai kopi di Surakarta menemukan bahwa meskipun bahasa Inggris berfungsi sebagai bahasa pendamping yang mencerminkan gaya hidup perkotaan, bahasa Jawa sering kali ditempatkan pada posisi utama dalam hal tata letak guna mempertahankan karakter lokal. Temuan ini mengindikasikan bahwa dominasi simbolis suatu bahasa tidak selalu berbanding lurus dengan penonjolan visualnya.

Dari segi metodologi, studi-studi ini menunjukkan beragam teknik pengumpulan data, mulai dari observasi dan dokumentasi fotografi langsung di lapangan (Benu et al. 2023; Shabrina et al. 2023) hingga pemanfaatan aplikasi virtual Google Street View (Zakiyah et al. 2024). Perbedaan teknik ini memengaruhi cakupan dan kedalaman data yang diperoleh; dokumentasi langsung di lapangan, seperti yang diterapkan dalam penelitian ini, memungkinkan perekaman detail visual seperti ukuran huruf, warna, dan penempatan teks yang diperlukan bagi analisis penempatan (Ricardo et al. 2026), sedangkan teknik virtual menawarkan efisiensi waktu dan cakupan geografis yang lebih luas.

Secara sintesis, kajian-kajian tersebut sejalan dalam dua hal: bahasa Indonesia umumnya dominan, dan bahasa asing, terutama Inggris, dikaitkan dengan citra modern dan daya tarik pasar (Purnanto et al. 2021; Ricardo et al. 2026). Perbedaan muncul pada nasib bahasa lokal. Bahasa daerah jarang dijumpai atau terpinggirkan di Kamal, Sidoarjo, Kupang, dan pada nama usaha makanan di Bangkalan (Zakiyah et al.

Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia
Volume: 6 | Nomor 02 | November 2026
E-ISSN: 2809-238X
DOI: 10.47709/jbsi.v6i02.9725

2024; Fakhiroh and Rohmah 2018; Benu et al. 2023; Shabrina et al. 2023, tetapi bahasa Jawa ditonjolkan pada kedai kopi Surakarta, yang menunjukkan bahwa kehadiran dan penonjolan bahasa lokal bergantung pada kawasan dan sektor usaha. Keterbatasan umum kajian-kajian ini ialah cakupannya yang banyak berfokus pada kota besar atau sektor kuliner, penelaahan penempatan teks yang secara eksplisit hanya ditemukan pada Ricardo et al. (2026) di antara kajian yang dirujuk di sini, serta tidak diperiksanya motivasi pembuat tanda sehingga penafsiran fungsi bersifat inferensial.

Secara keseluruhan, tinjauan terhadap literatur yang ada menunjukkan bahwa penelitian mengenai lanskap linguistik di Madura belum mencakup wilayah yang bercirikan sebagai kawasan sentra batik dan perdagangan pesisir seperti Tanjung Bumi, serta belum mengkaji aspek pemosisian secara mendalam. Penyertaan analisis analisis yang mengaitkan bentuk, fungsi, dan penempatan bahasa merupakan kontribusi baru dari studi ini.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dalam kerangka lanskap linguistik. Unit analisisnya adalah papan nama usaha, yang diklasifikasikan menurut tampilan bahasanya serta ditafsirkan fungsi dan penempatannya. Frekuensi dan persentase digunakan sebagai statistik deskriptif untuk menunjukkan kecenderungan pada sampel, bukan untuk menguji hubungan antarvariabel atau menggeneralisasi ke seluruh populasi; penafsiran tetap bersifat kualitatif.

Penelitian dilakukan di koridor komersial utama Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan, Madura. Sampel ditentukan secara purposif dengan kriteria inklusi: (a) papan nama usaha komersial (toko, warung, usaha batik, jasa, dan kios) yang terpasang di ruang publik, baik berupa papan, spanduk, maupun tulisan pada fasad; (b) memuat teks kebahasaan pada nama usaha atau keterangannya; dan (c) terdokumentasi dengan jelas. Papan dan rambu milik pemerintah (tanda top-down), iklan produk yang tidak memuat nama usaha, serta papan yang tidak terbaca dikeluarkan dari sampel. Jumlah sampel tidak ditetapkan dengan rumus statistik, melainkan mengikuti papan nama yang memenuhi kriteria dan berhasil didokumentasikan. Pengumpulan dilakukan dalam dua tahap, yaitu 33 papan nama pada tahap awal dan 20 papan nama pada tahap lanjutan untuk melengkapi papan nama yang belum terdokumentasi pada tahap awal, terutama yang berbahasa Indonesia, sehingga seluruhnya 53 papan nama. Jumlah ini tidak dimaksudkan mewakili seluruh kawasan Tanjung Bumi.

Data dikumpulkan melalui observasi langsung dan dokumentasi foto. Penelitian ini tidak melibatkan wawancara dengan pemilik usaha, sehingga fungsi dan penempatan bahasa ditafsirkan dari bentuk dan tata letak teks pada papan nama.

Analisis dilakukan dalam tiga langkah berurutan. Pertama, tampilan bahasa diklasifikasikan menurut jumlah bahasa pada papan nama (Sudarmanto et al. 2023). Setiap papan nama dihitung sebagai satu datum, dan bahasa diidentifikasi dari kata atau frasa pada nama usaha beserta keterangannya. Nama diri pemilik (misalnya Ridho atau Raihan) tidak dihitung sebagai penanda bahasa tersendiri, sedangkan kata atau frasa bermakna (misalnya Istiqomah atau Barokah) dihitung. Papan nama dengan satu bahasa disebut monolingual, dua bahasa bilingual, dan tiga bahasa atau lebih multilingual. Kedua, fungsi bahasa dianalisis dengan membedakan fungsi informatif dan simbolis (Zakiyah et al. 2024; Ricardo et al. 2026). Teks dibedakan menjadi teks utama (nama usaha) dan teks pendukung (keterangan produk atau jasa). Teks dikategorikan berfungsi informatif apabila menyampaikan jenis usaha, produk, atau layanan, dan berfungsi simbolis apabila terutama menandai citra, nilai, atau identitas (misalnya modern, religius, atau lokal); satu

Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia
Volume: 6 | Nomor 02 | November 2026
E-ISSN: 2809-238X
DOI: 10.47709/jbsi.v6i02.9725

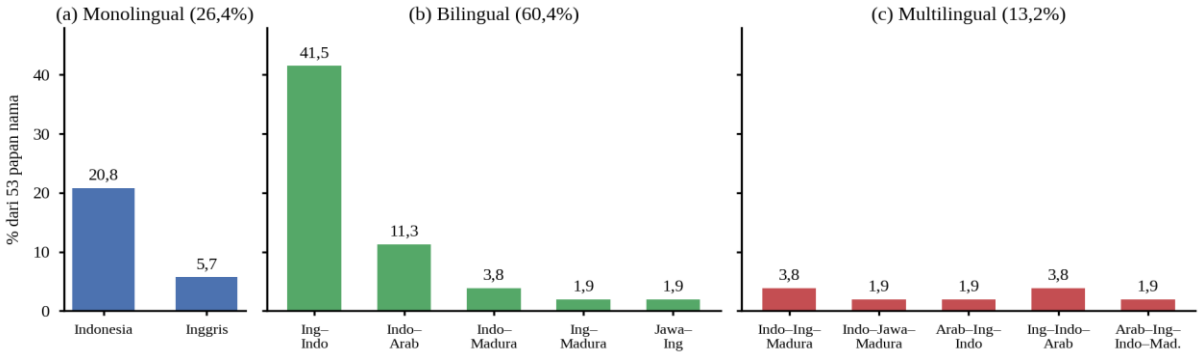
teks dapat menjalankan kedua fungsi. Ketiga, penempatan teks dianalisis berdasarkan hubungan vertikal dan horizontal antarbahasa (Ricardo et al. 2026). Pada papan nama yang memuat lebih dari satu bahasa dan fotonya memungkinkan pengamatan, diperiksa bahasa mana yang diletakkan di atas atau di sebelah kiri dan berukuran lebih besar, sehingga hubungan antarbahasa dinyatakan vertikal atau horizontal dan bahasa yang menonjol dapat ditentukan. Hasil langkah kedua dan ketiga dibandingkan untuk melihat apakah bahasa yang berfungsi simbolis juga yang paling menonjol secara visual.

Hasil

Dari 53 papan nama, 32 (60,4%) berupa tampilan bilingual, 14 (26,4%) monolingual, dan 7 (13,2%) multilingual. Rincian kombinasi bahasa disajikan pada Tabel 1 dan Gambar 1.

Tabel 1. Distribusi Kombinasi Tampilan Bahasa pada Tanda Usaha di Tanjung Bumi

Kategori	Kombinasi Bahasa	Jumlah (n)	Persentase (%)
Monolingual	Bahasa Indonesia	11	20,8
	Bahasa Inggris	3	5,7
Bilingual	Inggris-Indonesia	22	41,5
	Indonesia-Arab	6	11,3
	Indonesia-Madura	2	3,8
	Inggris-Madura	1	1,9
	Jawa-Inggris	1	1,9
Multilingual	Indonesia-Inggris-Madura	2	3,8
	Indonesia – Jawa – Madura	1	1,9
	Arab-Inggris-Indonesia	1	1,9
	Inggris-Indonesia-Arab	2	3,8
	Arab-Inggris-Indonesia-Madura	1	1,9
Total		53	100,0



Gambar 1. Persentase kombinasi tampilan bahasa pada tanda usaha di Tanjung Bumi: (a) monolingual, (b) bilingual, (c) multilingual (dari N = 53)

Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia
Volume: 6 | Nomor 02 | November 2026
E-ISSN: 2809-238X
DOI: 10.47709/jbsi.v6i02.9725

Rekapitulasi kemunculan setiap bahasa disajikan pada Tabel 2. Karena satu papan nama dapat memuat lebih dari satu bahasa, jumlah dan persentase pada tabel ini tidak dijumlahkan dan totalnya melebihi 100%. Bahasa Indonesia muncul pada 48 papan nama (90,6%), bahasa Inggris pada 33 (62,3%), bahasa Arab pada 10 (18,9%), bahasa Madura pada 7 (13,2%), dan bahasa Jawa pada 2 (3,8%).

Tabel 2. Frekuensi Kemunculan Setiap Bahasa pada Tanda Usaha di Tanjung Bumi

Bahasa	Jumlah Data	Persentase (%)
Bahasa Indonesia	48	90,6
Bahasa Inggris	33	62,3
Bahasa Arab	10	18,9
Bahasa Madura	7	13,2
Bahasa Jawa	2	3,8

Catatan: satu papan nama dapat memuat lebih dari satu bahasa; persentase dihitung dari 53 papan nama sehingga totalnya melebihi 100%.

Selain frekuensi, setiap kategori memiliki ciri linguistik dan visual tertentu. Ciri tersebut diringkas pada Tabel 3 berdasarkan papan nama yang fotonya dapat diamati.

Tabel 3. Ciri Linguistik dan Visual Setiap Kategori

Kategori	Ciri linguistik	Ciri visual (penempatan)
Monolingual Indonesia (11)	Nama berupa kata bermakna umum atau nama diri disertai jenis usaha (Apotek Bintang Agung, Toko Jaya Abadi, Bakso Gemilang)	Nama pada baris terbesar; keterangan produk atau slogan berukuran lebih kecil di bawahnya (Toko Jaya Abadi, Apotek Bintang Agung)
Monolingual Inggris (3)	Merek atau istilah umum di bidangnya (Star Mart, IFIX88 Service iPhone)	Star lebih besar daripada Mart; Service iPhone lebih besar daripada keterangan tambahan
Bilingual Inggris–Indonesia (22)	Unsur Inggris membentuk nama atau penanda usaha (Barbershop, Cell, Laundry, Frozen Food); keterangan layanan berbahasa Indonesia	Pada Ridho Cell nama menonjol dan rincian layanan lebih kecil; pada Raphy Barbershop Pria Moderen kedua baris berukuran sama
Bilingual Indonesia–Arab (6)	Kata Arab-Islami bermakna sebagai nama (Istiqomah, Tawakkal, Barokah, An-Nur, Al-Mukarromah) disertai penanda usaha berbahasa Indonesia (Pangkas Rambut, Toko Mas, Warung)	Pada Pangkas Rambut Istiqomah kedua unsur berukuran sebanding
Bilingual berunsur Madura atau Jawa (4)	Madura sebagai nama (Kor Asokkor, Tretan) atau slogan (Tambhena Pelkak pada DRI TEA); unsur Jawa pada Trijaya Laundry	Kor Asokkor menonjol sebagai nama; Tambhena Pelkak dan Laundry lebih kecil di bawah nama

Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia
Volume: 6 | Nomor 02 | November 2026
E-ISSN: 2809-238X
DOI: 10.47709/jbsi.v6i02.9725

Multilingual (7)	Tiga sampai empat bahasa dalam satu papan: nama berunsur Arab, Madura, atau Indonesia dengan keterangan Inggris atau Indonesia (Madani Fried Chicken, Kopi Lek Coffee & Eatery, Arizdihar Beauty Store)	Nama pada ukuran terbesar; keterangan jenis usaha lebih kecil di bawahnya (Kopi Lek, Arizdihar Beauty Store)

Pembahasan

Pembahasan berikut disusun berdasarkan tiga kategori tampilan bahasa yang teridentifikasi dalam data *monolingual*, *bilingual*, dan *multilingual*. Untuk setiap kategori, disajikan persentase serta analisis mengenai fungsi bahasa yang menyertainya (informatif dan simbolis), sehingga kedua pertanyaan penelitian dapat terjawab.

Monolingual

Tampilan monolingual ditemukan pada 14 papan nama (26,4%), terdiri atas 11 berbahasa Indonesia (20,8%) dan 3 berbahasa Inggris (5,7%) (Gambar 2). Papan nama berbahasa Indonesia, seperti Toko Jaya Abadi, Apotek Bintang Agung, dan Bakso Gemilang, memuat nama usaha pada baris terbesar dan keterangan produk atau slogan dengan huruf lebih kecil di bawahnya. Bahasa Indonesia di sini terutama menjalankan fungsi informatif, yaitu menyampaikan jenis usaha secara langsung. Dominasi bahasa Indonesia ini sejalan dengan temuan di Kamal (Zakiyah et al. 2024) dan Pamekasan (Putikadyanto et al. 2024). Zakiyah et al. (2024) menafsirkan dominasi tersebut sebagai kesetiaan pada kebijakan bahasa pemerintah pusat. Penelitian ini tidak memiliki data tentang motivasi pemilik usaha sehingga pola serupa hanya dapat dibaca sebagai konsisten dengan, dan bukan bukti bagi, kepatuhan pada kebijakan; pilihan bahasa Indonesia juga dapat dipengaruhi kebiasaan dan keterbacaan bagi warga setempat.

Papan nama monolingual berbahasa Inggris, yaitu Star Mart dan IFIX88 (Service iPhone, Ready Sparepart), memperlihatkan pembagian peran dalam satu bahasa: pada Star Mart unsur Star ditampilkan lebih besar daripada Mart, dan pada IFIX88 jenis layanan lebih besar daripada keterangan tambahan. Penggunaan bahasa Inggris tanpa teks pendukung berbahasa Indonesia dapat dibaca sebagai penanda citra modern dan profesional, sejalan dengan asosiasi bahasa Inggris dengan modernitas dan gaya hidup urban pada kedai kopi di Surakarta (Ricardo et al. 2026) dan dengan kesan mewah pada nama usaha makanan di Bangkalan (Shabrina et al. 2023), meskipun hal ini juga dapat berkaitan dengan lazimnya istilah tersebut pada bidang usahanya.

Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia
Volume: 6 | Nomor 02 | November 2026
E-ISSN: 2809-238X
DOI: 10.47709/jbsi.v6i02.9725



Gambar 2. Contoh papan nama monolingual: (a) Toko Jaya Abadi, (b) Apotek Bintang Agung, (c) Bakso Gemilang (bahasa Indonesia); (d) Star Mart, (e) IFIX88 (bahasa Inggris)

Bilingual

Tampilan bilingual merupakan kategori terbesar, yaitu 32 papan nama (60,4%), dengan kombinasi Inggris–Indonesia paling banyak (41,5%), disusul Indonesia–Arab (11,3%), Indonesia–Madura (3,8%), serta Inggris–Madura dan Jawa–Inggris (masing-masing 1,9%) (Gambar 1b dan Gambar 3).

Pada kombinasi Inggris–Indonesia, unsur Inggris umumnya membentuk nama atau penanda jenis usaha (misalnya Barbershop, Cell, Laundry, dan Frozen Food), sedangkan keterangan layanan ditulis dalam bahasa Indonesia. Pada Ridho Cell, istilah Inggris berada pada baris yang menonjol dan rincian layanan (jual beli ponsel, pulsa, dompet elektronik) berukuran lebih kecil, sehingga peran simbolis dan penonjolan visual berada pada bahasa yang sama, sedangkan fungsi informatif dijalankan bahasa Indonesia pada teks yang lebih kecil. Pada Raphy Barbershop Pria Moderen kedua baris berukuran sama sehingga hubungan keduanya lebih setara. Pola ini sejalan dengan asosiasi bahasa Inggris dengan modernitas dan daya tarik pasar pada kedai kopi Surakarta (Ricardo et al. 2026), usaha kuliner Surakarta (Purnanto et al. 2021), dan usaha makanan di Bangkalan (Shabrina et al. 2023). Perbedaannya dengan kedai kopi Surakarta terletak pada penonjolan: di Surakarta bahasa lokal sering menempati posisi utama, sedangkan pada contoh di Tanjung Bumi unsur Inggris cenderung menempati posisi utama.

Kombinasi Indonesia–Arab ditemukan pada enam papan nama (11,3%), misalnya Pangkas Rambut Istiqomah, Toko Mas Al-Mukarromah, Warung Sate An-Nur, dan Warung Barokah. Kata Arab-Islami berfungsi sebagai nama yang dapat dibaca sebagai penanda nilai religius, sementara kata Indonesia (Pangkas Rambut, Toko Mas, Warung) menyampaikan jenis usaha. Karena pemilik usaha tidak diwawancarai, motif religius ini merupakan penafsiran berdasarkan makna kata; kata-kata tersebut juga lazim dipakai sebagai nama dalam masyarakat Muslim sehingga tidak harus dimaksudkan sebagai pilihan bahasa Arab yang disengaja.

Bahasa Madura pada tampilan bilingual muncul dalam dua pola. Pada Toko Kor Asokkor, frasa Madura menjadi nama utama dan menonjol secara visual, sedangkan kata Toko (Indonesia) lebih kecil. Pada DRI TEA, nama berbahasa Inggris berukuran besar dan slogan Madura Tambhena Pelkak (‘obatnya haus’) ditampilkan lebih kecil di bawahnya sebagai teks pendukung yang akrab bagi pembaca lokal. Dengan demikian, bahasa Madura dapat berperan sebagai nama utama maupun slogan pendukung, dan tidak selalu

Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia
Volume: 6 | Nomor 02 | November 2026
E-ISSN: 2809-238X
DOI: 10.47709/jbsi.v6i02.9725

berada pada posisi sekunder. Kombinasi Jawa–Inggris pada Trijaya Laundry (1,9%) merupakan satu-satunya contoh unsur Jawa pada tampilan bilingual; klasifikasi unsur Jawa pada Trijaya bersifat interpretatif sehingga tidak dapat dikaitkan dengan asal pemilik usaha.



Gambar 3. Contoh papan nama bilingual: (a) Raphy Barbershop Pria Moderen, (b) Ridho Cell, (c) Pangkas Rambut Istiqomah, (d) Toko Kor Asokkor, (e) DRI TEA, (f) Toko Mas Al-Mukarromah, (g) Trijaya Laundry

Multilingual

Tampilan multilingual paling sedikit, yaitu tujuh papan nama (13,2%) dengan lima kombinasi (Gambar 1c dan Gambar 4). Madani Fried Chicken (Arab–Inggris–Indonesia–Madura) merupakan satu-satunya papan nama empat bahasa: Madani (Arab) dan Fried Chicken (Inggris) dapat dibaca membawa citra religius dan modern, sedangkan frasa Madura Ajem Bungkol Bakar (‘ayam bakar utuh’) menjelaskan menu secara informatif bagi pembaca lokal. Pada Kopi Lek (Indonesia–Inggris–Madura), kata Kopi (Indonesia) dan sapaan Madura Lek membentuk nama utama, sedangkan Coffee & Eatery (Inggris) ditampilkan lebih kecil sebagai keterangan jenis usaha. Pada Arizdihar Beauty Store, unsur Arab dan Inggris membentuk nama, dan keterangan Pusat Skincare Body Care yang lebih kecil memberi informasi produk. Pada BRI Link Agen (Toko Silfia Salafiyah), merek BRI Link dan nama toko bernuansa Arab ditampilkan menonjol, sedangkan daftar layanan berbahasa Indonesia berukuran kecil.

Pola yang tampak pada kategori ini adalah pembagian peran yang lebih berlapis: bahasa Arab, Madura, atau Indonesia dapat membentuk nama utama yang menandai identitas, sedangkan bahasa Inggris atau Indonesia pada teks yang lebih kecil memberi informasi jenis usaha. Dengan hanya tujuh papan nama, pola ini hanya dapat dibaca sebagai gambaran pada contoh yang diamati dan bukan generalisasi.

Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia
Volume: 6 | Nomor 02 | November 2026
E-ISSN: 2809-238X
DOI: 10.47709/jbsi.v6i02.9725



Gambar 4. Contoh papan nama multilingual: (a) Madani Fried Chicken, (b) Kopi Lek, (c) Arizdihar Beauty Store, (d) BRI Link Agen (Toko Silfia Salafiyah)

Terkait visibilitas bahasa Madura, unsur Madura hanya muncul pada tujuh papan nama (13,2%), jauh lebih jarang daripada bahasa Indonesia dan Inggris, sejalan dengan kajian di Bangkalan dan Kamal (Shabrina et al. 2023; Zakiyah et al. 2024). Temuan ini menunjukkan terbatasnya kehadiran bahasa Madura pada papan nama usaha. Namun, karena data hanya berasal dari papan nama usaha dan tidak mencakup penggunaan bahasa dalam percakapan sehari-hari, temuan ini tidak dapat disimpulkan sebagai rendahnya vitalitas bahasa Madura secara keseluruhan; kehadiran bahasa daerah pada papan nama hanyalah salah satu petunjuk visibilitas (Benu et al. 2023). Ketika hadir, bahasa Madura justru menempati posisi menonjol sebagai nama (Kor Asokkor, Kopi Lek) atau sebagai slogan lokal (Tambhena Pelkak, Ajem Bungkol).

Secara ringkas, rumusan masalah pertama dijawab oleh dominannya tampilan bilingual, disusul monolingual dan multilingual. Rumusan masalah kedua dijawab oleh pola pembagian peran: bahasa Inggris dan Arab cenderung memegang fungsi simbolis dan sering membentuk nama utama, bahasa Indonesia cenderung memegang fungsi informatif, dan bahasa Madura berfungsi sebagai nama atau slogan lokal. Pada contoh yang diamati, bahasa yang berperan simbolis umumnya juga yang paling menonjol secara visual, sedangkan keterangan informatif berukuran lebih kecil.

Kesimpulan

Papan nama usaha di Tanjung Bumi didominasi tampilan bilingual, dengan pasangan Inggris–Indonesia yang paling sering muncul, sedangkan bahasa Arab hadir cukup nyata dan bahasa Madura hanya pada sebagian kecil papan nama. Secara fungsional, pola yang tampak adalah pembagian peran antarbahasa: bahasa Inggris dan Arab cenderung membentuk nama utama yang menonjol dan bermakna simbolis, bahasa Indonesia cenderung menyampaikan informasi jenis usaha, dan bahasa Madura berfungsi sebagai nama atau slogan lokal ketika hadir.

Secara teoretis, penelitian ini menunjukkan bahwa tipologi tampilan bahasa, fungsi, dan penempatan teks dapat dirangkai untuk melihat bahwa pada papan nama yang diamati, peran simbolis dan penonjolan visual cenderung berada pada bahasa yang sama, sedangkan peran informatif dijalankan teks yang lebih kecil. Temuan ini menambah bukti bahwa dominasi suatu bahasa pada tanda usaha perlu dibedakan dari penonjolannya, dan bahwa bahasa lokal dapat menonjol sebagai nama meskipun jarang hadir.

Secara praktis, temuan ini dapat menjadi bahan bagi pemerintah daerah dan pelaku usaha di Tanjung Bumi untuk mendorong penggunaan bahasa Madura, misalnya sebagai nama atau slogan pada papan nama usaha di kawasan sentra batik, tanpa mengorbankan keterbacaan informasi dalam bahasa Indonesia. Penelitian ini

Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia
Volume: 6 | Nomor 02 | November 2026
E-ISSN: 2809-238X
DOI: 10.47709/jbsi.v6i02.9725

terbatas pada 53 papan nama dari satu kawasan tanpa wawancara dengan pemilik usaha, sehingga motif pilihan bahasa dan vitalitas bahasa Madura dalam penggunaan sehari-hari belum dapat disimpulkan. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan wawancara pemilik usaha dan membandingkan kawasan lain di Madura.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan apresiasi dan ucapan terima kasih kepada Dr. Eka Susylowati, S.S., M.Hum., atas bimbingan dan arahan beliau selama pelaksanaan penelitian ini, serta kepada tim peneliti Universitas Trunojoyo Madura atas dukungan dan fasilitas yang telah diberikan.

Referensi

Benu, Naniana N., I. Ketut Artawa, Made Sri Satyawati, and Ketut Widya Purnawati. 2023. "Local Language Vitality in Kupang City, Indonesia: A Linguistic Landscape Approach." *Cogent Arts & Humanities* 10(1):2153973.

Datang, Frans Asisi, Sri Munawarah, and Wiwin Triwinarti. 2022. "International Review of Humanities Studies SIGNAGE IN PUBLIC SPACES : IMPACT OF TOURISM ON THE LINGUISTIC LANDSCAPE OF LABUAN BAJO International Review of Humanities Studies Data on the Number of Hotel Rooms in Labuan Bajo." 7(1):92–107.

Fakhiroh, Zakiyatul, and Zuliati Rohmah. 2018. "Linguistic Landscape in Sidoarjo City." *NOBEL: Journal of Literature and Language Teaching* 9(2):96–116.

Ferdiyanti, Intan Novita. 2016. "Multilingualisme Dalam Lanskap Linguistik Di Wilayah Kota Surabaya."

Purnanto, Dwi, Henry Yustanto, Bakdal Ginanjar, and Dany Ardhian. 2021. "English Operation in Public Space: Linguistic Landscape in Culinary Business of Surakarta, Indonesia." *Journal of Language and Linguistic Studies* 18(1).

Purwanto, Dwi, and Filia Filia. 2020. "Fungsi Strategis Bahasa Dalam Kegiatan Ekonomi: Sebuah Kajian Linguistik Lanskap Iklan Restoran Di Kota Pontianak." *LITERATUS* 2(2):123–32.

Putikadyanto, Agus Purnomo Ahmad, M. Arifin Alatas, Albaburrahim Albaburrahim, and Mochammad Ilyas Junjunan. 2024. "Multilingualisme Dan Kesetiaan Berbahasa Indonesia: Studi Lanskap Linguistik Di Ruang Publik Pamekasan, Madura." *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa* 13(1):58–70.

Ricardo, Pradana, Fadhilah Larasanti, and Henry Yustanto. 2026. "Multilingualism In The Linguistic Landscape Of Coffee Shops In Surakarta." *Journal of Language and Applied Linguistics* 7(1):1–18.

Rohmah, Zuliati, and Eka Widya Nur Wijayanti. 2023. "Linguistic Landscape of Mojosari: Language Policy, Language Vitality and Commodification of Language." *Cogent Arts & Humanities* 10(2):2275359.

Sakhiyya, Zulfa, and Nelly Martin-Anatias. 2020. "Reviving the Language at Risk: A Social Semiotic Analysis of the Linguistic Landscape of Three Cities in Indonesia." *International Journal of Multilingualism* 20(2):290–307.

Sari, Rizky Novita, and Agusniar Dian Savitri. 2021. "Penamaan Toko Di Sidoarjo Kota: Kajian Lanskap Linguistik." *Bapala* 8(04).

Shabrina, Kartika Ninggar, Fitriyatuz Zakiyah, and Eka Susylowati. 2023. "Multilingualism Pada Landskap

Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia
Volume: 6 | Nomor 02 | November 2026
E-ISSN: 2809-238X
DOI: 10.47709/jbsi.v6i02.9725

Di Ruang Publik: Analisis Multilingualism Pada Penamaan Usaha Makanan Di Kabupaten Bangkalan." *Journal of Social, Culture, and Language* 2(1):101–12.

Sudarmanto, Budi A., Tri Wahyuni, Endro N. W. Aji, Drajat A. Murdowo, Retno Hendrastuti, Ketut Artawa, and Naniana N. Benu. 2023. "The Languages on the Border of Indonesia and Timor Leste: A Linguistic Landscape Study." *Cogent Arts & Humanities* 10(2):2273145.

Zahara, Ikrima, and Dewa Putu Wijana. 2022. "The Function of English Usage on Linguistic Landscape of Padang: A Case Study on Khatib Sulaiman Street." *Lingua Didaktika: Jurnal Bahasa Dan Pembelajaran Bahasa* 16(1):26–43.

Zakiyah, Fitriyatuz, Eka Susylowati, and Kartika Ninggar Shabrina. 2024. "Language Used in Shop Signs in Kamal, Madura: Virtual Landscape Linguistics Using Google Street View." P. 1022 in *E3S Web of Conferences*. Vol. 499. EDP Sciences.