

## BAHASA, KEKUASAAN, DAN RESISTANSINYA: STUDI TENTANG NAMA-NAMA BADAN USAHA DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

*I Dewa Putu Wijana\**

### ABSTRACT

*This paper aims to describe the domination of foreign languages on the use of Indonesian and local languages, and the resistance of the dominated languages in the naming of public enterprises in Yogyakarta. All the data presented in this paper were obtained through observation of the names of public enterprise found in Yogyakarta and classified based on their origins and the ways of creating resistance. The results show that besides English as the most prominent language, several other foreign languages such as Arabic, Italian, French, Chinese, and Japanese also influence the enterprise naming practices. In some cases, some resistance was shown in Indonesian and Javanese through the creation of names which orthographically, lexically, and grammatically resemble or are similar to the expressions in the dominating languages. Indonesian people should be seriously aware of this domination and efforts be made to successfully maintain Indonesian and the local languages.*

**Keywords:** *domination, enterprise, resistance*

### ABSTRAK

Makalah ini menguraikan dominasi bahasa-bahasa asing terhadap penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa-bahasa daerah, dan resistansi bahasa-bahasa yang terdominasi di dalam praktik penamaan badan-badan usaha di Yogyakarta. Seluruh data yang disajikan didapatkan dari pengamatan nama-nama badan usaha yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta, yang kemudian diklasifikasikan berdasarkan asalnya dan cara-cara penciptaan resistansinya. Dari hasil penelitian tampak bahwa selain bahasa Inggris yang terutama, beberapa bahasa asing lain, seperti Itali, Perancis, Cina, dan Jepang turut mempengaruhi praktik penamaan itu. Dalam beberapa hal, bahasa Indonesia dan bahasa Jawa yang terdominasi menunjukkan resistansinya dengan menciptakan nama-nama yang secara fonologis, leksikal, dan gramatikal sama atau mirip dengan ekspresi bahasa yang mendominasinya. Dominasi ini hendaknya sepenuhnya disadari dalam upaya mempertahankan keberadaan bahasa Indonesia dan bahasa-bahasa daerah.

**Kata Kunci:** badan usaha, dominasi, resistansi

---

\* Jurusan Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

## PENGANTAR

Bahasa dan kebudayaan tidak hadir terisolasi, tetapi selalu berada dalam pengaruh bahasa dan budaya lain. Oleh karenanya, bahasa dan kebudayaan akan selalu berubah, baik sebagai akibat hubungannya secara internal dengan kelompok-kelompok masyarakat yang membentuknya, maupun karena interaksinya dengan bahasa dan kebudayaan yang lain. Sehubungan dengan ini, tidak dapat dipungkiri bila pada saat ini hampir tidak mungkin ada sebuah bahasa yang sama sekali tidak terpengaruh dari bahasa yang lain. Folley (2001:382) mengungkapkan bahwa masyarakat yang dipandang sangat terisolir pun tidak mungkin melepaskan diri dari fenomena ini, seperti terlihat dalam kutipan berikut:

*“No society is truly isolated, no matter how nomadic and seemingly remote its people may be. All societies engage in relations with other societies, no matter sporadic this may be, and the type of contacts individuals may have with other societies is a major source of social inequality”.*

Hal seperti ini juga terlihat di dalam kehidupan masyarakat Indonesia, termasuk pula dengan hal-hal yang berkaitan dengan pemakaian bahasa Indonesia dan bahasa-bahasa daerah yang terdapat di dalamnya. Dalam upaya mengembangkan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional, bahasa resmi, dan sebagai bahasa pengembang ilmu pengetahuan dan teknologi, peranan keberadaan bahasa daerah, dan bahasa asing tidak dapat diabaikan. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 24 tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta lagu kebangsaan, pasal 37, 38, dan 39 secara jelas mengisyaratkan peranan bahasa daerah dan bahasa asing itu (hlm. 41-42). Walaupun di dalam ketiga pasal undang-undang ini kedudukan bahasa asing, dan bahasa daerah berada di bawah kedudukan bahasa Indonesia, di dalam pergaulan bangsa pada praktiknya, peranan sejumlah bahasa asing, khususnya bahasa Inggris tampak mendominasi penggunaan bahasa Indonesia, lebih-lebih bahasa-bahasa daerah. Luasnya pengaruh

bahasa Inggris terhadap bahasa-bahasa di dunia tercermin dari perkembangan jumlah penuturnya menurut catatan pada tahun 1985 yang mencapai lebih dari 315 juta penutur asli, 300 juta penutur bahasa kedua, dan 100 juta penutur asing, padahal 400 tahun sebelumnya hanya lima sampai 7 juta penutur asli (Alwasilah, 1997:9). Selain jumlah penutur, indikator lain yang menyebabkan besarnya dominasi bahasa Inggris terhadap bahasa-bahasa lain di dunia adalah persebaran penduduk, ekonomi, kebudayaan, dan ideologi (Mackey, 1973:5-8; Wijana, 2001:1025). Wijana (2012:55-57) dalam penelitiannya mengenai perkembangan bahasa gaul remaja Indonesia menemukan bahwa jumlah kata asing, khususnya bahasa Inggris di dalam bahasa gaul Indonesia jauh lebih besar daripada istilah-istilah bahasa daerah yang ada di Indonesia. Sebaliknya bila ditelusur, berapa jumlah kosa kata istilah slang bahasa Indonesia atau bahasa daerah yang masuk ke dalam slang bahasa Inggris atau bahasa asing lainnya, mungkin tidak ada, atau pasti jumlahnya sangat kecil. Hal ini agaknya berlaku juga pada pemakaian istilah di bidang kehidupan yang lain (periksa Wijana, 2009:200-207; Wijana, 2011:7). Selanjutnya, sebagai akibat dari kebijakan bahasa nasional, pemakaian bahasa daerah, khususnya bahasa Jawa terhimpit oleh pemakaian bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional, seperti telah dibuktikan oleh Munandar (2013:92-102) dalam tulisannya tentang *Pemakaian bahasa Jawa dalam Situasi Kontak Bahasa di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Lebih jauh lagi tentang bahasa Jawa, dialek Solo Yogya yang lebih berprestise terus mendominasi dialek bahasa Jawa Banyumas yang secara sosial, ekonomi, dan kultural lebih rendah (Wijana, 2005:154-159). Semakin lama dominasi pemakaian bahasa asing di Indonesia semakin besar, dan meliputi seluruh aspek kehidupan masyarakat Indonesia, terutama yang berkaitan dengan aspek-aspek kebudayaan dan gaya hidup yang modern. Pada saat sekarang ini nama-nama orang dan produk, serta jasa yang berbau asing sudah tidak terhitung jumlahnya. Lama-kelamaan dominasi ini akan terus menghimpit nama-nama asli Indonesia dan

daerah yang pada hakikatnya merupakan kekayaan budaya yang bernilai luhur yang mesti dijaga dan dipertahankan, dan diwariskan kepada generasi penerus. Situasi ini pada hakikatnya merupakan cerminan dari semakin rendahnya peranan sosial, ekonomi, dan politik yang dimainkan oleh Negara Indonesia dibandingkan dengan Negara-negara yang mendominasinya, seperti Inggris, Amerika, Perancis, Jepang, Cina, dsb. Makalah ini akan membahas permasalahan dominasi berbagai bahasa asing terhadap pemakaian bahasa Indonesia dan bahasa Jawa dengan mengambil kasus penamaan badan-badan usaha, seperti toko, rumah makan, bengkel, dsb. yang terdapat di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data yang disajikan didapat dari pengamatan atas nama-nama badan usaha yang terdapat di daerah Istimewa Yogyakarta yang terlebih dahulu diklasifikasikan berdasarkan asal-usulnya dan cara-cara mengkreasikan resistansinya. Studi semacam ini, walaupun dalam lingkup yang kecil, memiliki peranan yang sangat penting di dalam upaya memahami bagaimana dominasi masyarakat atau bangsa yang memiliki status sosial, politik, dan ekonomi yang lebih besar terhadap kelompok masyarakat atau bangsa yang memiliki status sosial, politik, dan ekonomi yang lebih rendah, serta bagaimana upaya kelompok masyarakat atau bangsa yang terdominasi ini bertahan di dalam percaturan sosial, politik, dan ekonomi itu.

Memang tidak dapat disalahkan bahwa bentuk-bentuk kebahasaan sebagai sebuah lambang atau penanda (*signifiant*) tidak memiliki hubungan yang inheren dengan makna yang ditandainya (*signifie*) (Harris, 2001:34). Akan tetapi, pandangan ini terbatas pada hakikat tanda kebahasaan yang sangat sempit. Kearbitreraan hubungan antara penanda dan petanda ini tidak dapat dipertahankan bila disadari bahwa bahasa memiliki hubungan yang amat dengan masyarakat penuturnya sehingga bahasa tidak pernah bersifat netral dari pengaruh struktur masyarakat dan kebudayaan para penuturnya itu. Sehubungan dengan tanda kebahasaan ini, Voloshinov (1973:21-23) mengatakan bahwa penggunaan bentuk-bentuk kebahasaan dipengaruhi

oleh kondisi kemasyarakatan dan interaksi anggota-anggota yang terlibat di dalamnya sehingga tak ubahnya bagaikan pertarungan antar kelas-kelas sosial masyarakat bersangkutan:

*“The form of signs are conditioned above all by the social organization of the participants involved and also by the immediate conditioned of their interaction. Furthermore, sign becomes an arena of the class struggle. In other words the linguistic sign is open to different orientation and evaluation in the social world ”*

Bakhtin menyebut hubungan antara berbagai bentuk bahasa dengan orientasi sosial ini dengan istilah “*Heteroglossia*” (Masthrie, et als. 2009:314). Dalam pertarungan inilah kemudian tampak dominasi kelompok masyarakat yang satu atas kelompok masyarakat yang lainnya. Kelompok masyarakat dengan status sosial, politik, dan ekonomi yang lebih rendah memandang positif budaya masyarakat yang status sosial, politik, dan ekonomi yang lebih kuat sehingga dengan sangat mudah kebudayaannya didominasi oleh kebudayaan luar (Folley, 2001:383). Karena bahasa adalah satu unsur kebudayaan yang terpenting, dan unsur kebudayaan yang paling konsisten mencerminkan perubahan-perubahan sosial yang terjadi di tengah-tengah masyarakatnya, pemakaian bahasa dapat digunakan sebagai indikasi bagaimana dominasi budaya tertentu terhadap budaya yang lain di dalam suatu masyarakat (Basso, 1967, 471; Masthrie et als., 2009:243). Sementara itu, secara teoretis, setiap terjadi dominasi atau hegemoni suatu budaya (termasuk pula di dalamnya bahasa) terhadap budaya yang lain, terjadi pula resistansi-resistansi dari budaya yang terdominasi sebagai bentuk perlawanan terhadap budaya yang mendominasinya. James Scott seperti yang dikutip oleh (Masthrie, et als. 2009:325) mengemukakan bahwa resistansi, seperti halnya dominasi, tidak dapat diperkirakan, disadari, atau tampak jelas. Bentuk resistansi yang paling efektif adalah perlawanan-perlawanan yang dilakukan dengan bentuk yang lain. Dari kerangka pikir ini dapat dihipotesiskan bahwa pemakaian bahasa, yang salah satu wujudnya adalah penamaan badan-badan

usaha dalam berbagai manifestasinya merupakan cermin dari terjadinya hegemoni dan resistansi sebuah kebudayaan terhadap kebudayaan yang lainnya.

### **DOMINASI BAHASA-BAHASA ASING TERHADAP BAHASA INDONESIA DAN BAHASA JAWA, SERTA BAHASA DAERAH LAIN**

Tentu merupakan sesuatu yang sangat berlebihan bila dikatakan bahwa bahasa Indonesia dan bahasa Jawa akan didominasi oleh bahasa asing, dan akan bisa punah karena tidak mampu bersaing dengan bahasa-bahasa asing itu. Hilangnya bahasa Indonesia dan bahasa daerah itu masih sangat lama karena lingkup penggunaan dan jumlah penutur bahasa kedua bahasa ini masih cukup luas dan besar. Status bahasa Indonesia berdasarkan *Sustainable Use Model for Language Development* yang dikembangkan oleh Lewis & Simon (2010:103-120) masih merupakan bahasa yang berada di tingkatan “*national*”, yakni berada di level 2 dari 13 tingkatan pada skala EGIDS (*Expanded Graded Intergenerational Disruption Scale*), sedangkan bahasa Jawa berada di tingkatan “*developing*”, yakni di level 6 dari jumlah tingkatan yang sama (13) itu (periksa juga Tjia, 2013:5-6). Bahasa dengan status “*national*” adalah bahasa yang digunakan dalam ranah pendidikan, ranah kerja, mass media, dan pemerintahan di tingkat nasional. Sementara itu, bahasa dengan tingkatan “*developing*” adalah bahasa yang masih banyak pemakainya dengan karya-karya sastra dalam bentuknya yang standar digunakan oleh sejumlah orang walaupun bentuknya belum begitu berkembang atau bertahan. Kendatipun masih cukup aman statusnya, bila tidak ada usaha-usaha yang serius untuk membina dan mempertahankan keberadaannya, tidak mustahil Bahasa Indonesia dan Bahasa Jawa lambat laun keadaannya semakin memprihatinkan, seperti apa yang akan diuraikan berikut ini.

Pada saat ini memang masih banyak badan-badan usaha di daerah Istimewa Yogyakarta, terutama badan usaha milik perseorangan (swasta)

yang masih menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa daerah. Nama-nama badan usaha yang menggunakan bahasa Indonesia misalnya (1) s.d. (5) berikut:

- (1) Toko Muara Salju
- (2) Soto Kudus Gadjah Mada
- (3) Bakso Lapangan Tembak,
- (4) Batik Puspa Kencana, dsb.
- (5) Toko Murah Jaya

Selain itu, masih banyak juga nama badan-badan usaha yang memakai bahasa Jawa, seperti terlihat dalam (6) s.d. (10) di bawah ini:

- (6) Restoran Pringsewu.
- (7) Moro kangen
- (8) Omah Sate
- (9) Ngudi Rejeki.
- (10) Mas Kenthos

*Pringsewu, Moro Kangen, Omah Sate, Ngudi Rejeki, dan Mas Kenthos* masing-masing adalah frase bahasa Jawa yang secara berturut-turut bermakna ‘bambu seribu’, ‘datang karena rindu’, ‘rumah sate’, ‘mencari rejeki’, dan ‘Kak(ak) Kenthos (biji salak)’. Dalam kaitannya dengan nama-nama rumah makan, dapat dicatat di sini bahwa rumah makan Padang paling konsisten mempertahankan kekhasan nama-nama dari bahasa daerahnya. Kebanggaan terhadap kekhasan budaya dan entitas kedaerahan ini menyebabkan kata-kata bahasa Minangkabau tidak tergantikan oleh bahasa asing. Karenanya, hingga saat ini masih ditemui nama-nama rumah makan (10) s.d. (14) berikut ini di Daerah Istimewa Yogyakarta.

- (11) Rumah Makan Padang Buyung Upik
- (12) Rumah Makan Padang Lembah Anai
- (13) Rumah Makan Padang Mato Air
- (14) Rumah Makan Bunga Palo
- (15) Rumah Makan Andalas

*Buyung Upik* frase Minangkabau yang merupakan panggilan untuk ‘anak laki-laki dan perempuan’, *Lembah Anai* mengacu pada ‘nama

tempat di daerah Minangkabau, *Mato Air* bermakna 'mata air', *Bunga Palo* bermakna 'bunga pala', dan *Andalas* adalah nama lain dari 'Pulau Sumatera'. Selain itu, ada pula rumah makan Padang yang mengambil nama-nama dari bahasa Indonesia, misalnya (16) s.d. (20) berikut:

- (16) Rumah Makan Padang Sederhana.
- (17) Rumah Makan Padang Duta Minang
- (18) Rumah Makan Padang Mutiara Minang
- (19) Rumah Makan Minang Ria
- (20) Rumah Makan Murah Meriah

Walaupun demikian keadaannya, pada saat ini sudah semakin banyak nama-nama badan usaha di Daerah Istimewa Yogyakarta menggunakan bahasa Inggris atau bahasa asing secara keseluruhan. Untuk ini dapat diperhatikan nama (21) s.d. (25) di bawah ini:

- (21) Hyperbox Family Karaoke & Cafe Resto
- (22) Gaby Collection
- (23) Giant
- (24) Universal Entertainment
- (25) Metro Barber

Kata-kata asing yang digunakan ada juga yang diadaptasi atau dinaturalisasi ejaannya, seperti perubahan *efficiency* menjadi *Efisiensi* pada (26) dan *cell (ular)* menjadi *Sell* (27), *Corner* menjadi *korner* (28), *Café* menjadi *Kafe* (29), dan *Laundry* menjadi *londre* (30) dibawah ini:

- (26) Efisiensi
- (27) Agatha Sell
- (28) Kiddie Korner
- (29) Kafe
- (30) Londre

Sekarang ini semakin sedikit saja nama-nama badan usaha yang menggunakan kata *penjahit*, *ayam (goreng)*, *bengkel*, *toko baju*, *dsb*. Kata-kata ini di perkotaan sudah banyak yang berubah menjadi *taylor*, *chicken*, *collection*, *boutique*, lebih-lebih bila badan usaha itu relatif besar, seperti terlihat dalam (31) s.d. (35) di bawah ini:

- (31) Waspada Taylor
- (32) Olive Chicken; Yogya Chicken.
- (33) Anissa Collection
- (34) Aizza Boutique
- (35) Yanto Motor

Kata *penatu* yang beberapa puluh tahun yang lalu masih digunakan, sekarang ini sudah tidak ada lagi, semuanya sudah berganti dengan *laundry*. Perhatikan (36) s.d. (38) di bawah ini:

- (36) Mekar Laundry
- (37) Zaka Laundry
- (38) Zona Laundry

Yang lebih menarik lagi, agaknya sekarang cara berpikir asing sudah mulai merambati atau mengubah pola berpikir masyarakat Indonesia. Hal ini terbukti dengan semakin banyaknya struktur frase berpola M(enerangkan)-D(iterangkan) (MD) ditemukan di dalam penamaan badan-badan usaha di Yogyakarta. Walaupun unsur yang diterangkan itu benar-benar merupakan kata bahasa Indonesia asli atau sudah lama menjadi warga kosa kata bahasa Indonesia pungutan. Misalnya perhatikan nama-nama badan usaha (39) s.d. (43) di bawah ini:

- (39) Yoga Pancing
- (40) Yuki Kerudung
- (41) Omega Buah; Noval Buah
- (42) Ndaru Ban; Wibowo Ban
- (43) Jogja Sprei

Bila kaidah pemakaian bahasa Indonesia masih disadari, (39) s.d. (43) akan ditulis seperti (44) s.d. (48) di bawah ini karena *pancing*, *kerudung*, *buah*, dan *ban* adalah bahasa Indonesia, serta *sprei* adalah kata bahasa Belanda yang sudah lama diintegrasikan ke dalam bahasa Indonesia. Agaknya kepekaan akan struktur yang asli sekarang sudah mulai luntur, dan ditinggalkan karena lebih terpicat dengan struktur-struktur yang berbau asing:

- (44) Pancing Yoga
- (45) Kerudung Yuki
- (46) Buah Omega; Buah Noval

(47) Ban Ndaru; Ban Wibowo

(48) Sprei Jogja

Selain bahasa Inggris, bahasa-bahasa lain yang mendominasi pemakaian bahasa Indonesia dan bahasa Jawa, atau bahasa daerah-daerah yang lain adalah bahasa Arab, bahasa Cina, bahasa Prancis, dan bahasa Jepang. Tidak hanya produk-produk industri banyak berlabel nama-nama Jepang, nama-nama toko yang menggunakan bahasa Jepang ada juga yang menghiasi pinggiran jalan di kota Yogyakarta. Adapun contoh nama-nama badan usaha yang memakai bahasa Arab, bahasa Cina, dan bahasa Jepang terlihat dalam (49) s.d. (50).

(49) Aizza

(50) Anissa Collection

(51) Rizky

(52) Sate Al Kautsar

(53) La Risa; La Luna

(54) Toko Shen

(55) Chang Hong

(56) Asiong: Obat Kuat

(57) Kenzo Motor

(58) Shoshin Motor

## RESISTANSI BAHASA INDONESIA DAN BAHASA DAERAH TERHADAP DOMINASI BAHASA ASING

Pakar yang telah meneliti bagaimana resistansi sebuah bahasa terhadap bahasa yang mendominasinya adalah James Scott (Periksa Masthrie, et als. 2009:325-326). Dia mengamati bagaimana perlawanan para petani terhadap tuan-tuan tanahnya di daerah Sedarka, nama yang disamarkan dari sebuah desa di Malaysia. Dalam penelitian ini Scott membedakan dua jenis perilaku yang ditunjukkan oleh para petani, yakni perilaku “*on stage*” dan perilaku “*off stage*”. Perilaku yang pertama adalah perilaku ketika para petani berinteraksi dengan para tuan tanah dan elit-elit lokalnya, sedangkan perilaku yang kedua adalah perilaku para petani ketika berinteraksi dengan sesama petani ketika para elit lokal tidak berada

di sekitar mereka. Dijelaskan oleh Scott bahwa ketika berinteraksi secara “*on stage*”, para petani menggunakan kata *Haji Kadir* dan *haji Pak* untuk menyebut para tuan tanah. Sementara itu, ketika berbicara dengan sesama petani mereka menggunakan frase *Kadir Ceti* dan *Haji Broom*. Di depan para tuan tanah dan para elitnya mereka menghormati dengan menggunakan haji, sebutan untuk semua orang yang sudah menunaikan rukun islam yang ke lima ke Tanah Suci. Akan tetapi, di luar itu mereka melakukan cibiran karena sering menyebut tuan tanah itu Kadir Ceti yang mengacu kepada ‘rentenir, orang yang sering membungakan uang pinjaman’, dan Haji Broom ‘sapu’ yang diambil dari bahasa Inggris karena perilaku mereka yang sering “menyapu bersih” para petani yang miskin. Perilaku para petani di dalam melakukan resistansi terhadap para tuan tanah tidak hanya tampak pada penggunaan nama, tetapi tampak pula dalam penggunaan gaya bahasa, ragam bahasa, peribahasa, dsb. Sementara itu, Halliday (1978:175) menciptakan istilah “Anti-language” untuk menyebut bahasa khusus yang digunakan oleh kaum terdominasi. Lebih lanjut dia mengatakan bahwa “anti-language” adalah metafora bagi penggunaan bahasa sehari-hari yang dapat dibedakan menjadi metafora fonologis, metafora gramatikal, dan metafora semantis. Anti-language pada hakikatnya merupakan bentuk perlawanan dari kelompok-kelompok yang bertindak represif. Oleh karena itulah, bentuk-bentuk pemakaian bahasa di dalam masyarakat, seperti slang, bahasa CB, permainan bahasa pada anak-anak adalah pemberontakan terhadap bentuk bahasa standar yang diajarkan oleh sekolah-sekolah dan para orang tua. Variasi-variasi bahasa ini bukanlah merupakan bentuk bahasa sendiri yang memiliki kaidah fonologis, gramatikal, dan leksikal tersendiri terlepas dari fenomena sosial kemasyarakatan di sekitarnya. Lalu, bila dikaitkan dengan penamaan badan-badan usaha, bentuk perlawanan ini jelas sekali tampak pada penamaan yang menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa daerah yang maknanya disimpangkan atau dieja secara tidak semestinya. Sebagai bentuk perlawanan

terhadap bahasa Inggris, Italia, dan Arab misalnya, huruf *s* diubah menjadi *z* atau *zz*; *r* diubah menjadi *rr*; *k* diubah menjadi *x*, *ck* atau *q*; *i* diubah menjadi *y*; *l* diubah menjadi *ll*; seperti terlihat dalam nama-nama badan usaha berikut:

- (59) Rumah Makan Terrazzi
- (60) Sambal Pedazz
- (61) Ayam Gemez
- (62) Benafix
- (63) Kenstity
- (64) Laundry Q-loan
- (65) Kullino
- (66) Baquill HP
- (67) Bakso Josh Bush
- (68) KentuckuFried Chikcen
- (69) Milky Wae

Dari nama-nama di atas terlihat juga adanya metafora semantik (*semantic metaphor*), seperti *George* 'nama depan mantan presiden Amerika' dipadukan dengan kata bahasa Jawa *jos* 'hebat atau bagus sekali', *Kentucky* 'nama tempat di Amerika' dipadukan dengan kalimat bahasa Jawa ragam krama *Kentucku* 'disuruh membeli'. Selebihnya adalah kata-kata bahasa Jawa atau bahasa Indonesia yang ejaannya disimpangkan. Misalnya *terasi* menjadi *terazzi*; *pedas* menjadi *pedazz*; *gemes* menjadi *gemez*; *ben apik* 'supaya bagus' menjadi *benafix*; *kenstity* 'disuruh hemat atau hati-hati' menjadi *kenstity*; *kiloan* 'per kilo' menjadi *Q-loan*; *kulino* 'terbiasa' menjadi *kullino*; *bakul* 'pedagang' menjadi *baquill*. Adapun contoh-contoh lainnya adalah *Milky Wae* (69) yang mengacaukan frase bahasa Inggris *milky way* 'lintasan susu dalam astronomi' dengan *milky wae* 'diberi susu (melek) saja'. Sementara itu, resistansi terhadap bahasa Perancis dilakukan dengan mengubah huruf *k* menjadi *que*, seperti terlihat dalam nama salon kecantikan (70) di bawah ini:

- (70) Serba Cantique

Hanya ada satu contoh nama badan usaha yang menunjukkan perlawanan terhadap bahasa Cina,

yakni toko obat kuat yang maksudnya 'supaya kuat' (71) berikut ini:

- (71) Ben Kwat

Akhirnya, resistansi terhadap bahasa Jepang dilakukan dengan mengubah kata-kata bahasa Jawa atau bahasa Indonesia sedemikian rupa sehingga menyerupai sistem fonologis atau ortografis bahasa Jepang. Misalnya nama-nama badan usaha (72) s.d. (77) berikut:

- (72) Okeiki
- (73) Isakuiki
- (74) Shukaku
- (75) Takashimura
- (76) Karaoke Karoaku
- (77) Kakiku: Reflexiology

*Okeiki* 'oke ini' adalah perpaduan bahasa Inggris *Okay* 'OK' dan bahasa Jawa *Iki* 'ini'. *Isakuiki* adalah kalimat bahasa Jawa yang bermakna 'ini yang saya bisa'. *Shukaku* adalah frase bahasa Indonesia informal yang bermakna 'kesukaan saya'. *Takashimura* adalah kalimat pasif bahasa Jawa yang bermakna 'saya beri murah', dan *Karaoke karoaku* adalah klausa bahasa Jawa yang bermakna 'berkaraoke dengan saya', serta *kakiku* 'kaki saya' adalah frase bahasa Indonesia yang berparafrase dengan 'kaki saya'.

## SIMPULAN

Dari uraian di atas terlihat bahwa dominasi bahasa asing, seperti Bahasa Inggris, bahasa Italia, Perancis, Cina, bahasa Arab, begitu meraja lela. Nama-nama badan usaha yang menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa daerah kian lama kian terdesak oleh nama-nama dari bahasa asing walaupun di sana sini memang ditemukan resistansi atas dominasi itu dengan menciptakan nama-nama Indonesia atau daerah yang secara ortografis, leksikal, dan gramatikal mirip atau serupa dengan kata-kata asing. Semakin besarnya dominasi ini pada hakikatnya merupakan cerminan dari semakin besarnya peranan sosial, politik, dan ekonomi yang

dimainkan oleh negara-negara itu dibandingkan dengan peranan yang serupa yang dimainkan oleh Negara Indonesia. Fenomena ini terjadi bersamaan dengan kian maraknya pemakaian anasir-anasir kebudayaan dari pemilik bahasa asing itu oleh masyarakat Indonesia. Walaupun bahasa Indonesia dan bahasa Jawa masih jauh dari kategori bahasa yang akan mengalami kepunahan, dominasi yang terus mengancam eksistensi kebudayaan daerah dan nasional ini tidak boleh dibiarkan. Untuk ini, diperlukan sebuah strategi kebudayaan yang mampu menjadi daya tangkal untuk melawan dominasi itu. Tentu saja dalam hal ini strategi itu hanya mampu berjalan secara efektif bila didukung oleh adanya sikap positif masyarakat Indonesia akan kebudayaan nasional dan kebudayaan daerahnya. Dalam kaitannya dengan bahasa, sikap positif ini tak lain dan tak bukan adalah kebanggaan masyarakat Indonesia untuk menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa daerahnya. Tanpa itu, langkah apa pun yang dilakukan untuk mengembangkan bahasa Indonesia dan bahasa daerah tidak akan mendatangkan hasil yang memuaskan.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Alwasilah, A. Chaedar. (1997). *Politik Bahasa dan Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa dan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2011). *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera Bahasa, dan Lambang Negara, Serta Lagu Kebangsaan*. Jakarta.
- Basso, K. (1967). "Semantic Aspects of Linguistic Acculturation", dalam *American Anthropologist*. 69 (5): 471-477.
- Folley, William A. (2001). *Anthropological Linguistics: An Introduction*. Oxford: Blackwell.
- Halliday, M.A.K. (1978). *Language as Social Semiotics: The Social Interpretation of Language and Meaning*. London: Edward Arnold.
- Harris, Roy. (2001). *Saussure and His Interpreters*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Lewis, M. Paul and Gary F. Simons. (2010). *Assesing Endangerment: Expanding Fishman's GIDS*. *Revue Roumaine de Linguistique*, 55, hlm. 103-120.
- Mackey, William F. (1973). *Three Concepts of Geolinguistics*. Montreal: Recherche Internationale de Bilinguisme.
- Mestherie, Rajend, Joan Swarn, Ana Deumert & William L. Leap. (2004). *Introducing Sociolinguistics*. Second edition, Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Munandar, Aris. (2013). "Pemakaian Bahasa Jawa dalam Situasi Kontak Bahasa di Daerah Istimewa Yogyakarta". *Humaniora*. Vol. 25. No. 1, hlm. 92-102.
- Tjia, Johnny. (2013). "Isu Kebertahanan dalam Usaha Pencagaran Bahasa". *Proceedings Internasional Seminar language maintenance and Shift III*, Master Program in Linguistics, Diponegoro University in Collaboration with Balai Bahasa Jawa Tengah.
- Voloshinov, V.N. (1973). *Marxism and the Philosophy of Language*. Diterjemahkan oleh L. Matejka & I.R. Titunik, Cambridge, M.A.: Harvard University Press.
- Wijana, I Dewa Putu. (2001). "Bahasa Indonesia Orde Baru di antara Bahasa Indonesia dan Bahasa Asing". *Kebijakan Kebudayaan di Masa Orde Baru*. Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Kemasyarakatan dan Kebudayaan LIPI & Ford Foundation.
- \_\_\_\_\_. (2005). "Pemertahanan Dialek Banyumas terhadap Dominasi Dialek Solo Yogya". *Humaniora*. No. 2. Juni, hlm. 154-159.
- \_\_\_\_\_. (2009). "Inventarisasi Kosa Kata Bahasa Daerah". *Panorama Pengkajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*. Persembahkan untuk 65 Tahun Usia Prof. Dr. H.D. Edi Subroto. Surakarta: Program S3 dan S2 Pascasarjana dan Fakultas Sastra & Seniropa Universitas Sebelas Maret.



- \_\_\_\_\_. (2011). "Pemertahanan dan Pengembangan Bahasa Indonesia". *Jala Bahasa*. Semarang: Balai Bahasa Provinsi Jawa Tengah.
- \_\_\_\_\_. (2012). "Peranan Bahasa-bahasa Daerah dalam Perkembangan Bahasa Gaul Remaja Indonesia". *Proceedings International Seminar*

*Language Maintenance and Shift II*. Semarang: Master Program in Linguistics Diponegoro University in Collaboration with Balai Bahasa Jawa Tengah.