

## NEW NORMAL DALAM TANDA RUANG PUBLIK: SEBUAH KAJIAN LANSKAP LINGUISTIK

I Putu Permana Mahardika, Husni

<sup>1</sup>Dinas Pendidikan, Kepemudaan, dan Olahraga Provinsi Bali, <sup>2</sup>Universitas Dayanu Ikhsanuddin, Baubau  
permanamahardika@gmail.com; husnifahri0@gmail.com

### ABSTRAK

*Penelitian berjudul New Normal dalam Tanda Ruang Publik: Sebuah Kajian Lanskap Linguistik memiliki tujuan khusus untuk menjelaskan fenomena new normal atau tatanan kehidupan baru yang disebabkan oleh Covid-19. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengumpulkan data, dengan melakukan pengamatan langsung, dan melakukan dokumentasi dengan teknik fotografi. Data dalam penelitian ini diperoleh dari pusat perbelanjaan, tempat ibadah, tempat wisata, dan jalanan di wilayah Kota Denpasar dan Kuta. Analisis data dilakukan menggunakan teori Lanskap Linguistik oleh Landry dan Bourhis. Hasil menunjukkan bahwa, terdapat frasa new normal pada tanda ruang publik mengalami pergeseran makna. Frasa tersebut digunakan tidak hanya sebagai ajakan kepada masyarakat untuk melaksanakan tatanan kehidupan era baru, sesuai Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/328/2020 tentang Protokol Kesehatan bagi Masyarakat di Tempat dan Fasilitas Umum dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian Coronavirus Disease 2019 (Covid-19), tetapi juga sebagai sarana promosi usaha, barang, maupun jasa. Di sisi lain, penggunaan bahasa pada tanda ruang publik new normal didominasi oleh bahasa Indonesia, bahasa asing (Inggris), serta bahasa Indonesia dan asing. Tanda ruang publik berbahasa Indonesia dominan dikeluarkan oleh otoritas pemegang kebijakan wilayah, sedangkan bahasa asing dan bahasa Indonesia dominan dikeluarkan oleh pihak swasta.*

**Kata Kunci:** Lanskap Linguistik, New Normal, Covid-19

### PENDAHULUAN

Dilansir dari Badan Kesehatan Dunia atau yang dikenal dengan WHO (*World Health Organization*), pada tanggal 9 Maret 2020 secara resmi menyatakan bahwa virus corona (Covid-19) sebagai sebuah pandemi yang melanda dunia. Pandemi yang melanda dunia tersebut menyebabkan terbatasnya kegiatan yang dapat dilakukan oleh masyarakat, sehingga menyebabkan perekonomian dunia menjadi krisis. Guna menghadapi tantangan yang mengharuskan sumber daya manusia untuk beradaptasi dengan situasi pandemi Covid-19, dan terlebih belum ditemukannya vaksin, serta pengobatan definitif, Covid-19 diprediksi akan memperpanjang masa pandemi sehingga akan memperburuk perekonomian negara. Agar perekonomian dapat tetap berjalan, pemerintah melalui Menteri Kesehatan mengeluarkan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/328/2020 tentang Protokol Kesehatan bagi Masyarakat di Tempat dan Fasilitas Umum dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian *Coronavirus Disease 2019* (Covid-19), yang mengharuskan masyarakat untuk melakukan perubahan pola hidup dengan tatanan dan adaptasi kebiasaan baru (*new normal*) agar dapat hidup produktif dan terhindar dari penularan Covid-19.

*New normal* sebagai sebuah kebiasaan baru di tengah-tengah masyarakat menyebabkan munculnya fenomena-fenomena kebahasaan yang menarik perhatian. Salah satu fenomena kebahasaan yang tampak adalah pada tanda ruang publik. Kajian kebahasaan pada tanda ruang publik, seperti pada papan reklame, papan toko komersial, dan papan informasi publik merupakan ranah dari lanskap linguistik (LL). Pemilihan *new normal* pada tanda ruang publik sebagai sebuah lokus penelitian adalah karena intensitas dan dinamika LL yang terdapat pada ruang publik relatif tinggi. Hal tersebut tampak pada ragam bahasa yang digunakan. Keragaman bahasa yang digunakan cenderung disesuaikan pada letak tanda ruang publik tersebut ditempatkan, dan keragaman bahasa yang digunakan juga mengandung fungsi. Hal tersebut sejalan dengan yang disampaikan oleh Landry dan Bourhis (1997) bahwa LL sebagai sebuah tanda ruang publik memiliki dua fungsi, yaitu sebagai fungsi simbolik dan fungsi informatif.

## METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Data diperoleh dari pusat perbelanjaan, tempat ibadah, tempat wisata, dan jalanan di wilayah Kota Denpasar dan Kuta, mengingat kedua daerah tersebut merupakan daerah yang memiliki banyak ruang publik di daerah Bali selatan, yang merupakan pusat perekonomian di Bali. Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik fotografi (lih. Gorter, 2013). Sejalan dengan Gorter (2013), Hult (2009) menjelaskan bahwa, secara metodologis, analisis lanskap linguistik bergantung fotografi dan analisis visual. Metode pengumpulan data inti adalah dengan melakukan kegiatan fotografi di ruang-ruang publik yang terdapat frasa *new normal*. Data yang telah dikumpulkan kemudian dipilah berdasarkan bentuk bahasa dan fungsi bahasa untuk memenuhi klasifikasi penelitian.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teori lanskap linguistik atau *linguistic landscape* (LL). Dalam beberapa tahun terakhir, penelitian interdisipliner yang terus berkembang telah mengadopsi istilah LL untuk menggambarkan masalah visibilitas bahasa serta interaksi antara berbagai bahasa di ruang publik. Puzey (2016) menyatakan bahwa penelitian LL telah banyak bersinggungan dengan bidang-bidang lain seperti sosiolinguistik, multilingualisme, kebijakan bahasa, geografi budaya, semiotika, sastra, pendidikan, dan psikologi sosial. Di sisi lain, hasil kajian LL juga sangat relevan dengan bidang-bidang yang lebih luas, seperti seni dan arsitektur, periklanan, pariwisata, perencanaan kota dan pedesaan, transportasi, serta kesehatan masyarakat.

Landry dan Bourhis (1997:25) memberikan terminologi LL dalam tulisannya yang berjudul *Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study*, seperti di bawah berikut:

*'The language of public road signs, advertising billboards, street names, places names, commercial shop signs, and public signs on government buildings combine to form the linguistic landscape of a given territory, region, or urban agglomeration'.*

'Bahasa yang terdapat pada rambu-rambu jalan, papan iklan, nama jalan, nama tempat, papan toko komersial, dan papan informasi publik pada gedung pemerintah yang bergabung membentuk lanskap linguistik suatu wilayah, kawasan, atau aglomerasi perkotaan tertentu'.

Definisi LL yang dikemukakan oleh Landry dan Bourhis (1997) merupakan dasar bagi kajian LL. Sejalan dengan Landry dan Bourhis (1997), lebih lanjut Shohamy dan Gorter (2009:1) memberikan penjelasan mengenai LL, yaitu:

*'... language in the environment, words and images displayed and exposed in public spaces, that is the center of attention in this rapidly growing area referred to as linguistic landscape (LL).'*

'... bahasa pada lingkup, kata-kata dan gambar-gambar yang ditampilkan dan diekspos di ruang publik, itulah yang menjadi pusat perhatian di wilayah yang berkembang dengan pesat ini disebut dengan lanskap linguistik'

Berdasarkan definisi LL yang dikemukakan oleh Shohamy dan Gorter (2009:1), memberikan gambaran bahwa LL dapat mencakup bahasa yang berbentuk kata-kata dan gambar visual yang terdapat di ruang publik.

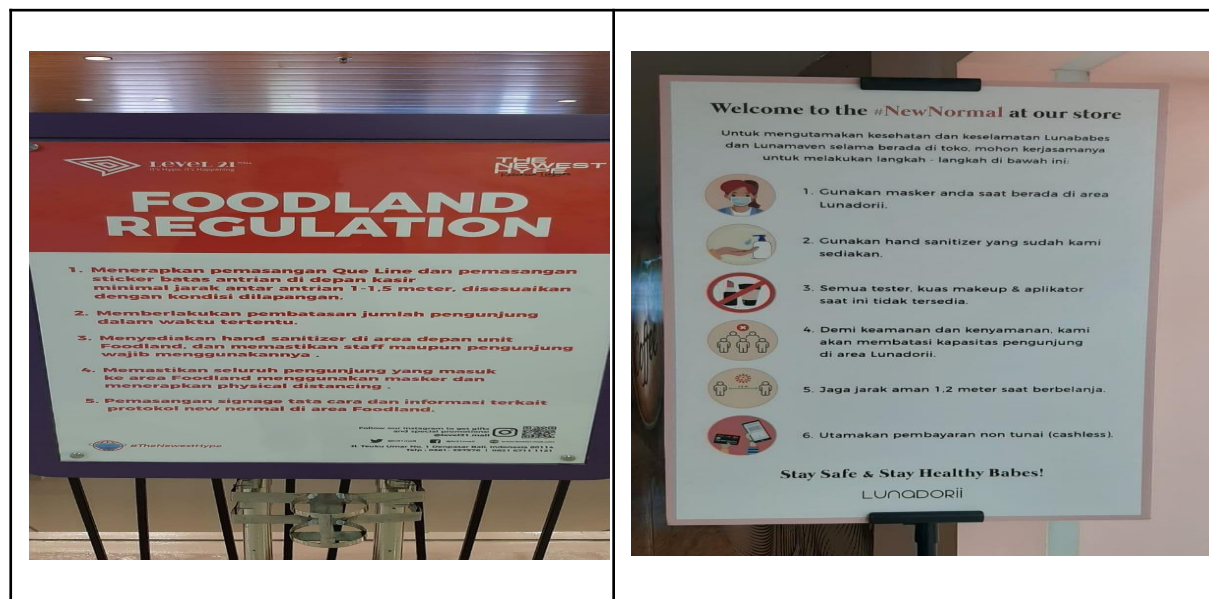
Analisis LL bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai interaksi bahasa dan penggunaan bahasa yang terjadi di ruang publik. Ben-Rafael (2009:40) menjelaskan bahwa unit analisis LL mengacu kepada objek linguistik yang menandai ruang publik. Ben-Rafael (2009:40) juga menambahkan bahwa fenomena linguistik yang menjadi ciri ruang publik harus dilihat sebagai fakta sosial yang variasinya harus dikaitkan dengan fenomena sosial.

## ANALISIS

Analisis data fenomena *new normal* pada tanda ruang publik dengan menggunakan perspektif lanskap linguistik (LL). Untuk memperoleh gambaran umum mengenai fokus penelitian dilakukan dengan analisis domain atau ranah, yang dilakukan berdasarkan bentuk-bentuk bahasa yang digunakan pada tanda *new normal* di ruang publik. Bahasa-bahasa yang tertulis pada LL *new normal*, dibuat oleh masyarakat pelaku usaha, pengelola tempat ibadah, pemerintah, dinas yang terkait. Oleh karena itu, bentuk-bentuk bahasa yang digunakan dapat diklasifikasikan berdasarkan ragam resmi (*top-down*) dan ragam tidak resmi atau

santai (*bottom-up*). Bentuk-bentuk bahasa ragam resmi (*top-down*) dapat dijumpai pada papan-papan di instansi pemerintah, objek dan daya tarik wisata, papan nama jalan, papan petunjuk arah, dan usaha pariwisata profesional. Di sisi lain, bentuk-bentuk bahasa ragam santai atau tidak resmi (*bottom up*) tersebar luas pada usaha-usaha perekonomian, papan himbauan, dan lain-lain. Bentuk-bahasa yang termuat dalam LL menjadi sebuah ciri yang menandakan situasi tertentu yang sedang terjadi di masyarakat (bdk. Darmawan, 2019).

Secara kritis, analisis menelaah penggunaan frasa *new normal* pada tanda ruang publik, seperti yang terdapat pada pusat perbelanjaan, tempat wisata, dan jalanan. Tempat-tempat tersebut merupakan tempat kontak bahasa terjadi, sehingga fenomena *new normal* pada tanda ruang publik dengan penggunaan dua bahasa atau bilingual kerap ditemukan.



Gambar 1. LL Bilingual di Pusat Perbelanjaan

Sumber: Permana Mahardika (2021)

Selain bentuk-bentuk bilingual, tanda *new normal* pada ruang publik juga ditemukan tanda yang berbentuk monolingual seperti yang tampak gambar di bawah berikut.



Gambar 2.1. LL Monolingual Bahasa Indonesia

Gambar 2.2. LL Monolingual Bahasa Inggris

Sumber: Permana Mahardika (2021)

LL sebagai sebuah tanda ruang publik seperti yang ditunjukkan oleh Gambar 1 dan Gambar 2, mengindikasikan bahwa adanya penggunaan bahasa, baik yang bersifat bilingual maupun monolingual. Gorter (2006) memberikan pemahaman bahwa LL “sebagai pendekatan baru dalam mengkaji fenomena multilingualisme”, yaitu cara inovatif yang digunakan untuk menelaah suatu topik pada sosiolinguistik. Penggunaan bahasa secara bilingual maupun monolingual banyak ditemukan pada LL *new normal* di

kawasan perkotaan, hal tersebut dikarenakan daerah perkotaan terdapat banyak perusahaan-perusahaan komersial yang menjual barang dan jasa, dan instansi-instansi pemerintah. Dengan demikian, penggunaan bahasa pada LL baik yang bersifat bilingual maupun monolingual dapat disesuaikan dengan target, yaitu kepada siapa LL tersebut ditujukan. Sebagai contoh, penggunaan bahasa Indonesia pada LL *new normal* yang secara khusus memang LL tersebut ditujukan kepada masyarakat lokal; sebaliknya penggunaan bahasa Inggris pada LL *new normal*, yang memang LL tersebut ditujukan atau ditargetkan untuk wisatawan asing yang notabene menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa kesehariannya. Di sisi lain, penggunaan bahasa pada LL *new normal*, juga dapat dilihat dari otoritas yang memproduksi LL *new normal* tersebut, misalnya penggunaan bahasa Indonesia pada LL *new normal*, yang tampak pada Gambar 2.1 di atas. Gambar tersebut mengindikasikan bahwa, pemroduksi LL *new normal* seperti pada gambar 2.1 adalah instansi pemerintah (*top-bottom*). Sementara itu, penggunaan bahasa asing (bahasa Inggris) pada Gambar 2.2, diproduksi oleh pihak swasta (*bottom-up*).



Gambar 3. LL *New Normal* sebagai Sarana Promosi  
Sumber: Permana Mahardika (2021)

Penelitian LL pada ruang publik telah banyak dilakukan pada zona komersial, seperti daerah-daerah dengan sejumlah restoran, dan toko-toko besar. Daerah-daerah tersebut cenderung menampilkan variasi penggunaan bahasa jika dibandingkan dengan LL pada sektor pemerintah. Penggunaan bahasa yang terkandung dalam LL yang terdapat pada restoran maupun toko-toko besar, memperoleh maknanya berdasarkan fenomena ekstralinguistik, seperti adanya kepentingan politik dan ekonomi yang mengarah pada penciptaan dan penempatan LL tersebut (lih. Scollon dan Scollon, 2003).

Penggunaan frasa *new normal* pada LL tidak hanya berisi ajakan atau himbauan kepada masyarakat mengenai penerapan protokol kesehatan akibat adanya pandemi yang disebabkan oleh virus Covid-19. Akan tetapi, frasa tersebut juga digunakan sebagai sebuah sarana promosi barang, produk, dan jasa, seperti yang tampak pada Gambar 3. Sehubungan dengan hal tersebut, LL *new normal* dapat dikatakan sebagai sebuah sarana promosi yang digunakan untuk menarik lebih banyak pelanggan. Claus (dalam Cenoz dan Gorter, 2009:5) menjelaskan bahwa nilai ekonomi yang terdapat pada LL dapat dilihat berdasarkan jumlah eksposur, nilai pasar lokasi bisnis, dan pendapatan yang dihasilkan oleh LL karena banyak pelanggan yang mampir ketika mereka melihat LL tersebut. Dengan demikian, LL memiliki dimensi ekonomi yang penting dalam menjual produk, terlebih dengan adanya momen tatanan kehidupan baru atau *new normal*, sehingga dengan menggunakan *new normal* sebagai sarana promosi pembuat LL dapat menyelamatkan kondisi perekonomian industrinya, serta dapat menekan risiko pemutusan hubungan kerja (PHK) terhadap karyawannya.

Selain pada pusat perbelanjaan, tempat wisata, dan jalanan, LL *new normal* juga ditemukan pada tempat ibadah. Penggunaan LL pada tempat ibadah tampak seperti gambar di bawah berikut.





Gambar 3. LL *New Normal* di Tempat Ibadah  
Sumber: Permana Mahardika (2021)

Penggunaan *new normal* pada ruang tanda publik di tempat ibadah cenderung digunakan untuk mengatur penyelenggaraan kegiatan keagamaan, yang sesuai dengan Surat Edaran Kementerian Agama Republik Indonesia, Nomor: 15 Tahun 2020, tentang Panduan Penyelenggaraan Kegiatan Keagamaan di Rumah Ibadah dalam Mewujudkan Masyarakat Produktif dan Aman Covid di Masa Pandemi. LL *new normal* pada tempat ibadah berisi himbauan yang ditujukan kepada masyarakat untuk melaksanakan ibadah di rumah ibadah masing-masing dengan tetap menaati protokol kesehatan, terutama dalam rangka pencegahan dan persebaran Covid-19 dan perlindungan masyarakat dari risiko ancaman dampaknya. LL *new normal* pada tempat ibadah juga dikombinasikan dengan salah satu ayat yang terdapat pada kitab suci.

## KESIMPULAN

LL *new normal* sebagai sebuah tanda yang hadir di tengah masyarakat akibat adanya dampak dari Covid-19 memberikan celah bagi kajian lanskap linguistik. *New normal* digunakan tidak hanya sebagai ajakan kepada masyarakat untuk melaksanakan tatanan kehidupan era baru, tetapi juga sebagai sarana promosi usaha, barang, maupun jasa. Di sisi lain, penggunaan bahasa pada tanda ruang publik *new normal* didominasi oleh bahasa Indonesia, bahasa asing (Inggris), serta bahasa Indonesia dan asing. Tanda ruang publik berbahasa Indonesia dominan dikeluarkan oleh otoritas pemegang kebijakan wilayah, sedangkan bahasa asing dan bahasa Indonesia dominan dikeluarkan oleh pihak swasta.

## DAFTAR PUSTAKA:

- Ben-Rafael, Eliezer. 2009. A Sociological Approach to the Study of Linguistic Landscapes. Dalam *Linguistic Landscape, Expanding the Scenery*, ed. Elana Shohamy dan Durk Gorter, 20–54. New York: Routledge.
- Cenoz, J., & Gorter, D. (2006). Linguistic landscape and minority languages, *International Journal of Multilingualism* (special issue), 3 (1), (67-80).<http://dx.doi.org/10.1080/14790710608668386>
- Darmawan, Rahmat. 2019. *Lanskap Linguistik di Kawasan Wisata Danau Toba*. Medan: Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Sumatera Utara.
- Gorter, Durk. 2006. *Further Possibilities for Linguistic Landscape Research*. Clevedon: Multi Lingual Matters Ltd.
- Gorter, Durk. 2013. *Linguistic Landscapes in a Multilingual World*. Annual Review of Applied Linguistics (2013), 33, 190–212.
- Hult, F. 2009. *Language ecology and linguistic landscape analysis*: In Shohamy, E and Gorter, G (eds), *Linguistic landscape: Expanding the scenery* (pp.313-331), New York and London: Routledge.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. 2020. Keputusan Menteri Kesehatan Tentang Panduan Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) di Tempat Kerja Perkantoran dan Industri dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha pada Situasi Pandemi. Jakarta.

- Landry, Rodrigue dan Bourhis, Richard Y. 1997. *Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality an Empirical Study*. Journal of Language and Social Psychology, 16 pp. 23--49.
- Menteri Agama Republik Indonesia. 2020. Surat Edaran No. 15 Tentang Panduan Penyelenggaraan Kegiatan Keagamaan di Rumah Ibadah Dalam Mewujudkan Masyarakat Produktif dan Aman Covid di Masa Pandemi. Jakarta
- Puzey, Guy. 2016. *Linguistic Landscapes*. Dalam *The Oxford of Handbook of Names and Naming*, ed. Carole Hough, 476--496. Oxford: Oxford University Press.
- Scollon, Ron dan Scollon, Suzie Wong. 2003. *Discourse in Place: Language in the Material World*. London dan New York: Routledge.
- Shohamy, Elana dan Gorter, D. 2009. *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*. London dan New York: Routledge.
- van Mensel, Luk et. al. 2016. *Linguistic Landscape*. Chapter submission to the *Oxford Handbook of Language and Society*.

### **Biodata:**

- |                          |                                                            |
|--------------------------|------------------------------------------------------------|
| a. Nama Lengkap          | : I Putu Permana Mahardika                                 |
| b. Institusi/Universitas | : Dinas Pendidikan, Kepemudaan, dan Olahraga Provinsi Bali |
| c. Alamat Surel          | : permanamahardika@gmail.com                               |
| d. Pendidikan Terakhir   | : S-2 Linguistik                                           |
| e. Minat Penelitian      | : Linguistik Sistemik Fungsional                           |
|                          |                                                            |
| a. Nama Lengkap          | : Husni                                                    |
| b. Institusi/Universitas | : Universitas Dayanu Ikhsanuddin, Baubau                   |
| c. Alamat Surel          | : husnifahri0@gmail.com                                    |
| d. Pendidikan Terakhir   | : S-2                                                      |
| e. Minat Penelitian      | : Linguistik Antropologi                                   |