

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini memaparkan bagian-bagian dari pendahuluan yang mencakup latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, cakupan penelitian, dan struktur organisasi tesis.

1.1 Latar Belakang Penelitian

Billboard atau papan reklame merupakan salah satu media komunikasi massa yang masih dianggap efektif dalam mempromosikan produk atau menginformasikan pesan kepada khalayak. *Billboard* memiliki keunggulan yang mampu menjangkau hampir seluruh masyarakat baik di kota maupun di daerah lokal. Hal ini didukung oleh Haris (2020) yang menjelaskan bahwa *billboard* menjadi bukti kemajuan teknologi dalam media komunikasi massa. Keberadaan *billboard* menjadi solusi untuk masyarakat yang tidak dapat mengakses informasi *online* karena terkendala kebutuhan alat untuk mengakses, membayar dan usaha lebih dalam mendapatkan informasi yang diinginkan.

Alasan *billboard* masih sanggup bertahan hingga sekarang dibandingkan media komunikasi lainnya adalah informasi yang disampaikan berupa pesan singkat namun tetap jelas. Kemudian untuk penyampaian informasi tepat sasaran ditujukan pada masyarakat yang melewati *billboard*. Selaras dengan pemaparan Nurkumala (2021) mengenai media luar ruangan dalam hal ini *billboard* yang terletak di tempat strategis, mampu membantu masyarakat untuk mendapat informasi yang berkembang di sekitarnya.

Oleh karena itu, peranan media sangat penting untuk menentukan distribusi informasi sampai kepada kelompok yang dituju. Salah satunya *billboard* sebagai salah satu media komunikasi luar ruangan. Hal tersebut didukung oleh Keller (2005) yang memaparkan mengenai keunggulan dan kelemahan dari media-media sebagai upaya penyampaian informasi seperti media cetak, audio, dan audio

visual. Keunggulan *billboard* atau papan reklame yaitu salah satunya tepat sasaran bagi masyarakat yang melewati *billboard*.

Penyampaian informasi tidak terlepas dari fenomena kebahasaan yang beranekaragam bukan hanya dalam tuturan saja, namun juga dalam tekstual seperti dalam *billboard*. Faktor yang memunculkan fenomena bahasa adalah keanekaragaman ras, etnis dan budaya. Sejalan dengan fenomena tersebut Suari (2021) menerangkan bahwa keanekaragaman memunculkan fenomena bahasa. Hal ini disebabkan situasi dan kondisi pada ras, etnis dan budaya yang beranekaragam membuat masyarakat menggunakan bahasa ibu, bahasa asing bahkan bahasa campuran dalam berkomunikasi atau disebut variasi bahasa dalam masyarakat (Aisyah, 2023).

Variasi bahasa yang hidup di masyarakat merupakan bukti adanya unsur linguistik yang ditemukan pada media publik atau media luar ruangan di sebuah wilayah. Selain variasi bahasa banyak juga ditemukan penggunaan ejaan, pemilihan kata (diksi) dan struktur kalimat yang sesuai kaidah kebahasaan yang mewakili perkembangan linguistik. Hal ini selaras dengan penelitian milik Nurkumala (2021) yang menjelaskan bahwa faktor linguistik seperti ejaan, diksi dan struktur kalimat ditemukan dalam media luar ruangan di suatu wilayah.

Faktor linguistik yang membahas mengenai fenomena bahasa yang dapat ditemukan dalam media luar ruangan sebuah wilayah adalah lanskap linguistik. Lanskap linguistik yang dipelopori oleh Landry dan Bourhis (1997) menjelaskan mengenai ragam bahasa yang ditemukan pada tanda-tanda di ruang publik, seperti tanda nama jalan, nama tempat, nama toko dan kantor, *billboard* maupun penunjuk arah (Erikha, 2020).

Lanskap linguistik dalam perkembangannya memiliki fungsi utama yang dipelopori oleh Landry dan Bourhis (1997). Dua fungsi utama antara lain fungsi informasi dan fungsi simbolis. Fungsi informasi berfokus pada maksud tulisan dan seperti apa maksud pesan yang diinformasikan kepada masyarakat, sedangkan

fungsi simbolis dimaksudkan sebagai bahasa yang digunakan dalam mempresentasikan budaya dan komunitas sosial yang hidup di wilayah tersebut (Erikha, 2020). Oleh karena itu, lanskap linguistik diartikan sebagai objek kebahasaan yang menandai ruang publik, baik dari fungsi informasi atau simbolis budaya. Selaras dengan pendapat Gorter (2006, hlm 3): “*Landscape linguistic refers to linguistic objects that mark the public space*”.

Teori mengenai lanskap linguistik berkembang berdampingan dengan rumpun ilmu lain seperti sosiolinguistik, hal ini didukung pendapat Spolsky dalam (Gorter, 2009) yang membahas tentang teori linguistik pada papan tanda. Selain sosiolinguistik, disiplin ilmu lainnya adalah variasi bahasa (multilingual), kebijakan bahasa, psikologi bahasa dan sosial, literasi, semiotik, dan tidak terkecuali kajian pariwisata (Puzey, 2016).

Pariwisata dewasa ini menjadi salah satu industri terbesar di dunia khususnya di Indonesia. Didukung oleh Sari (2018) yang menyebutkan bahwa pariwisata menjadi salah satu industri utama penghasil devisa dan juga berkontribusi langsung pada pendapatan tiap daerah. Selain dari segi ekonomi, pengembangan potensi pariwisata suatu daerah menjadi salah satu upaya manusia untuk mengelola ruang yang dimilikinya, sehingga manusia dapat mengambil keuntungan (Puspita, 2022).

Keberadaan pariwisata diidentikkan dengan kegiatan rekreasi, bersenang-senang dan pergi ke tempat-tempat yang memiliki pemandangan alam. Orang yang melakukan kegiatan pariwisata dinamakan wisatawan. Selaras dengan penjelasan Logayah (2016) tentang filosofi pariwisata pada mulanya tumbuh dan berkembang dari kebutuhan manusia sebagai sarana melepas penat (*resfreshing*) dari pekerjaan rutin sehari-hari. Untuk memperoleh kesenangan, orang dapat bepergian ke tempat yang menarik dan memiliki keindahan alam yang disebut objek wisata.

Objek dan daya tarik wisata menjadi modal usaha dalam pengembangan kepariwisataan. Terlebih lagi di daerah yang memiliki potensi wisata dan dibuktikan dengan angka kunjungan yang banyak seperti salah satunya kota Bandung. Hal tersebut berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kota Bandung (2006). Kota Bandung memiliki daya tarik dalam hal wisata yaitu wisata alam yang melengkapi wisata budaya, wisata pendidikan, wisata konvensi, wisata olahraga dan wisata boga (kuliner). Oleh karena itu, Bandung berhasil masuk jajaran *World Trending Destinations 2024* versi Tripadvisor kategori *Best of The Best Destinations Travelers Choice* (RI, 2024).

Wisata di Bandung yang masih menjadi kegemaran wisatawan adalah wisata alam. Didukung oleh pendapat Windanengsih (2018) yang memaparkan data mengenai jumlah wisatawan di Kota Bandung menduduki peringkat pertama terbanyak dibandingkan kota lain, yaitu dengan jumlah 24.180.715 wisatawan (data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat 2018).

Data tersebut diperkuat dengan pendapat Puspita (2022) yang menjelaskan bahwa wisata alam atau wisata pedesaan (*rural tourism*) mampu menjadi wisata alternatif yang memiliki daya tarik berupa budaya dan keunikan lokal. Wisata alam, selain dapat dinikmati keindahannya berpotensi juga untuk diteliti segala aspek yang terkandung di dalamnya. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya penelitian yang menjelaskan destinasi wisata alam di Bandung. Penelitian mengenai wisata alam seperti yang dilakukan oleh Gani (2024) di Tebing Keraton Kota Bandung. Penelitian selanjutnya dilakukan di wisata alam Gunung Puntang Kabupaten Bandung oleh Octaviany (2018). Penelitian selanjutnya milik Abdullah (2023) membahas tentang daya tarik wisata alam Lembang dan Tangkubanparahu. Penelitian milik Utami (2021) di wisata Upas Hill. Penelitian milik Windanengsih (2018) membahas wisata alam Taman Hutan Ir. H. Djuanda di Bandung. Penelitian selanjutnya milik Khoir (2020) tentang studi kasus *Tourism Village* di Bandung.

Berdasarkan beberapa penelitian yang penulis elaborasi seperti milik Puspita (2022), Gani (2024) dan Octaviany (2018), hanya menampilkan wisata alam (*natural tourism*), wisata desa (*village tourism*) atau pariwisata pedesaan (*rural tourism*). Dengan demikian masih terbuka peluang eksplorasi penelitian mengenai wisata kota (*urban tourism*) di Kota Bandung ini. Padahal, Bandung merupakan kota yang memiliki banyak daya tarik untuk mendatangkan wisatawan atau masyarakat luar Kota Bandung untuk datang. Selaras dengan pendapat Warsana (2021) yang mengatakan bahwa Bandung dikenal sebagai kota *Paris Van Java* karena gagasan kota kreatif dan kota kosmopolitan yang saat ini melekat dan menjadi daya tarik bagi masyarakat di luar Kota Bandung untuk mengunjungi kota ini.

Pada wisata kota (*urban tourism*) di Bandung ditemukan beberapa fenomena sosial dan budaya yang berkembang salah satunya fenomena pola konstruksi bahasa yang digunakan dalam ruang publik. Seperti pemikiran Ferdinand de Saussure tentang perkembangan linguistik salah satunya konstruksi bahasa. Pembahasan yang termasuk ke dalam konstruksi bahasa menurut Saussure yaitu fonologis, morfologis, sintaksis, semantik dan pragmatik Sukyadi (2013). Akan tetapi, peneliti akan membatasi pembahasan hanya seputar morfologis dan sintaksisnya saja. Hal tersebut disebabkan, objek yang digunakan peneliti berupa data tekstual dan fokus penelitiannya adalah untuk mengetahui pola struktur kata dan kalimat yang terdapat dalam papan iklan (*billboard*) di Kota Bandung.

Oleh karena itu, penelitian ini memiliki tujuan untuk menelisik seperti apa pola konstruksi bahasa pada salah satu media luar ruangan yaitu papan iklan (*billboard*) di daerah wisata urban Kota Bandung sebagai sebuah studi kasus lanskap linguistik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan bentuk penelitian kualitatif. Alasan menggunakan metode tersebut adalah karena hasil penelitian ini dapat didapatkan dengan mengumpulkan data-data berupa pelbagai bentuk konstruksi bahasa yang membentuk sebuah pola pada *billboard* di Kota Bandung. Data yang sudah diperoleh selanjutnya disusun secara

cermat dan sistematis menjadi bentuk deskripsi konstruksi bahasa pada papan iklan (*billboard*) di daerah wisata urban kota Bandung. Penjelasan penelitian kualitatif diungkapkan oleh Sugiyono (2014) dalam Nurkumala (2021) bahwa penelitian kualitatif disebut juga sebagai penelitian naturalistik karena dilakukan pada kondisi yang alamiah.

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk kepada pemaparan latar belakang, maka diketahui bahwa penelitian tentang lanskap linguistik belum banyak ditemukan di wisata urban khususnya di Kota Bandung. Penyebab hal tersebut karena wisata urban di kota-kota besar mengalami perkembangan yang cepat, sehingga menjadi pengaruh besar terhadap gerak dinamis suatu lanskap linguistik.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis mengembangkan penelitian mengenai lanskap linguistik ini pada pembahasan konstruksi bahasa yang ditemukan dalam *billboard* di Kota Bandung sebagaimana dirujuk pada teori milik Ferdinand de Saussure (1916) untuk memandu penelitian ini, berikut adalah pertanyaan penelitian yang memandu penelitian ini.

- 1) Bagaimanakah pola ortografi yang dikonstruksi pada *billboard* di daerah wisata urban Kota Bandung?
- 2) Bagaimanakah pola kosakata dan diksi yang dikonstruksi pada *billboard* di daerah wisata urban Kota Bandung?
- 3) Bagaimanakah pola tata bahasa yang dikonstruksi pada *billboard* di daerah wisata urban Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah

- 1) untuk menelisik pola ortografi yang dikonstruksi pada *billboard* di daerah wisata urban Kota Bandung,

- 2) untuk menggambarkan pola kosakata dan diksi yang dikonstruksi pada *billboard* di daerah wisata urban Kota Bandung
- 3) untuk menelaah pola tata bahasa yang dikonstruksi pada *billboard* di daerah wisata urban Kota Bandung.

1.4 Cakupan Penelitian

Penelitian ini menelisik pola konstruksi bahasa yang terkandung pada *billboard* di Kota Bandung. Penggunaan pola konstruksi bahasa pada suatu wilayah, menjadi bukti adanya kreativitas yang diciptakan dalam perkembangan bahasa. Hal ini didukung oleh pendapat Schreyer (2021) yang memaparkan bahwa konstruksi bahasa merupakan bahasa yang diciptakan dan dikembangkan oleh individu maupun kelompok dengan senagaja dan dapat berubah seiring berjalannya waktu.

Konstruksi bahasa yang dibahas dalam penelitian ini adalah pola konstruksi bahasa berupa morfologi dan sintaksis dengan membahas ortografi, kosakata, diksi dan tata bahasa yang digunakan pada *billboard* di wilayah wisata urban Kota Bandung. Selaras dengan pendapat Adelman (2014) tentang penjelasan istilah konstruksi bahasa (*constructed language*) digunakan untuk menunjukkan bahasa memiliki fonologi, morfologi, sintaksis dan alfabet yang dikaitkan dengan bahasa sebagai penemuan manusia.

Penelitian ini mengambil data berupa pesan yang bentuk tekstual dari konstruksi bahasa pada *billboard* di daerah wisata urban Kota Bandung. Jalan yang menjadi ruang lingkup wisata urban Kota Bandung antara lain Jalan Riau, Jalan Dago, Jalan Braga, Jalan Cihampelas, Jalan Asia Afrika, Jalan Setiabudi. Jalan-jalan tersebut merupakan jalanan utama yang terkenal dengan pusat perbelanjaan karena dipenuhi dengan mall, restoran, kafe dan sebagainya. Seperti Jalan Riau (sekarang Jalan R.E Martadinata) menjadi salah satu kawasan komersil di Bandung. Jalan ini dikenal sebagai tempat berbelanja atau identik dengan FO atau *Factory Outlet* Handayani (2017). Dengan demikian *billboard* banyak ditemukan di jalan-jalan yang disebutkan. Dengan cakupan yang luas ini,

Nurul Alfiah Ajeng Wahyu, 2024

ANALISIS KONSTRUKSI BAHASA PADA PAPAN IKLAN (BILLBOARD) DI DAERAH WISATA URBAN KOTA BANDUNG: SEBUAH STUDI LANSKAP LINGUISTIK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

penelitian akan memberikan gambaran mendalam mengenai pola konstruksi bahasa yang ditemukan dalam media *billboard* di Kota Bandung.

Cakupan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori lanskap linguistik yang digagas Landry dan Bourhis (1997) mengenai kejelasan dan eksistensi bahasa yang digunakan pada ruang publik serta tanda-tanda komersil di sebuah kota. Secara praktis, lanskap linguistik memiliki hubungan dengan penggunaan bahasa di ruang publik yang digunakan pada penunjuk jalan, papan reklame, nama jalan, nama tempat, penunjuk pada toko dan sebagainya. Lanskap linguistik dikaji pada wilayah masyarakat urban yang memiliki destinasi wisata perkotaan dan banyak ditemukan fenomena kebahasaan dari wisata tersebut (Pramadhani, 2022).

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat mengungkapkan keragaman bahasa yang digunakan pada *billboard* sebagai cerminan pluralitas linguistik kota tersebut. Hal ini penting untuk memahami dinamika sosial dan budaya yang ada. Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana bahasa digunakan dalam konteks nyata sehari-hari, termasuk preferensi bahasa masyarakat dan pola interaksi dengan pelbagai bahasa yang ada di sekitar masyarakat. Penelitian ini juga dapat memberikan gambaran tentang *tren* dan perubahan dalam penggunaan bahasa seiring waktu, yang berguna untuk pelbagai pemangku kepentingan di kota tersebut.

1.6 Definisi Operasional

Pembahasan dalam penelitian dibatasi dengan beberapa istilah-istilah berikut untuk menghindari persoalan yang dibicarakan menyimpang dari tujuan semula dan tidak menimbulkan kesalahan tafsir istilah.

- 1) Lanskap linguistik** adalah bahasa yang terdapat pada rambu-rambu jalan umum, papan iklan, nama jalan, nama tempat, tanda toko komersial, dan papan informasi publik di sebuah wilayah.

Nurul Alfiah Ajeng Wahyu, 2024

ANALISIS KONSTRUKSI BAHASA PADA PAPAN IKLAN (BILLBOARD) DI DAERAH WISATA URBAN KOTA BANDUNG: SEBUAH STUDI LANSKAP LINGUISTIK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- 2) **Konstruksi bahasa** adalah bahasa yang diciptakan, bahasa yang direncanakan oleh manusia pada periode waktu tertentu dengan tujuan seni (fiksi ilmiah dan fantasi) atau hanya sebagai hobi yang menyenangkan (Goodall, 2022).
- 3) **Ortografi** adalah sistem yang digunakan dalam penulisan suatu bahasa. Ortografi membahas bunyi dan bentuk kata baik dalam pemakaian bahasa untuk situasi resmi maupun tidak resmi (Suparwa, 2008).
- 4) **Kosakata** adalah kumpulan kata yang dimiliki oleh suatu bahasa dan memberikan makna ketika digunakan.
- 5) **Diksi** adalah pilihan kata yang mengandung ketepatan makna, kesesuaian situasi dan nilai rasa yang ada pada pembaca atau pendengar.
- 6) **Tata Bahasa** adalah pola dan aturan yang harus diikuti dalam mempelajari bahasa dengan benar.
- 7) **Teks** adalah bentuk tuturan yang dilakukan secara sendiri atau monolog yang menjadi esensi perwujudan suatu bahasa (Stubbs, 1983) dan (Nababan, 1987).
- 8) **Kode** adalah istilah yang merujuk pada idiolek, dialek, sosiolek, *register* atau bahasa yang bervariasi (Marjohan, 1995).
- 9) **Papan iklan (billboard)** adalah bentuk iklan luar ruangan yang digunakan untuk menampilkan pesan iklan, gambar, atau informasi promosi di area publik. Papan iklan (*billboard*) atau papan reklame biasanya terdiri dari struktur besar dengan permukaan datar yang dirancang untuk menampung pesan atau gambar dan dapat dilihat oleh orang yang melintas di sekitarnya.
- 10) **Kota Bandung** adalah sebuah kota besar yang terletak di Jawa Barat, Indonesia. Bandung adalah ibu kota provinsi Jawa Barat dan memiliki populasi yang besar serta memiliki peran penting dalam ekonomi, pendidikan dan budaya di Indonesia.
- 11) **Wisata urban** adalah sebuah bentuk pengembangan pariwisata dengan lokasi wisata yang berada di dalam kota, elemen-elemen kota bahkan kota itu sendiri menjadi suatu komoditas utama pariwisata (Kurniansah, 2018).

1.7 Sistematika Penulisan Tesis

Tesis ini ditulis mengikuti susunan berikut ini

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri atas enam subbab, pertama latar belakang penelitian untuk mengetahui alasan penelitian ini dilakukan. Kedua, rumusan masalah penelitian untuk memfokuskan pembahasan di penelitian ini. Ketiga, tujuan penelitian berdasarkan pada rumusan masalah. Keempat, manfaat penelitian dari segi teoritis dan praktis. Kelima, definisi operasional guna menjelaskan singkat istilah-istilah pada penelitian ini. Keenam, sistematika penulisan tesis untuk menjelaskan singkat bagaimana penelitian ini tersusun.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini memberikan uraian tentang kajian pustaka, penelitian yang relevan, dan kerangka berpikir yang menjadi rujukan penelitian ini sesuai dengan masalah yang menjadi latar belakang penelitian. Terdapat beberapa pengertian dari para pakar mengenai sosiolinguistik mencakup lanskap linguistik dan ruang lingkup lanskap linguistik. Disebutkan juga lanskap linguistik dan konstruksi bahasa di daerah wisata urban Kota Bandung.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan proses penelitian yang dibagi menjadi empat subbab. Pertama, desain yang digunakan pada penelitian ini. Kedua, data pada penelitian ini. Ketiga, bagaimana pengumpulan datanya. Keempat, bagaimana analisis data pada penelitian ini seperti teknik analisis data dan prosedur penelitian.

BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pemaparan temuan dan hasil analisis data, hasil penelitian dan juga data-data penelitian yang ditinjau dari teori-teori yang digunakan.

Nurul Alfiah Ajeng Wahyu, 2024

ANALISIS KONSTRUKSI BAHASA PADA PAPAN IKLAN (BILLBOARD) DI DAERAH WISATA URBAN KOTA BANDUNG: SEBUAH STUDI LANSKAP LINGUISTIK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Melalui analisis konstruksi bahasa dari pola data tekstual yang mengandung ortografi, kosakata dan tata bahasa pada papan iklan (*billboard*) di daerah wisata urban Kota Bandung.

BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

Bab ini berisi keseluruhan simpulan, implikasi dari hasil penelitian, rekomendasi yang perlu ditindaklanjuti pada penelitian selanjutnya, dan keterbatasan peneliti dalam menulis tesis. Simpulan berisi pemaparan berupa deskripsi yang sesuai dengan rumusan masalah. Implikasi dan rekomendasi ditujukan kepada masyarakat dan para peneliti lainnya yang akan meneliti hal serupa. Keterbatasan berupa kesukaran-kesukaran yang dialami penulis selama meneliti.