SIKAP MASYARAKAT MEDAN TERHADAP PENGGUNAAN BAHASA ASING DI RUANG PUBLIK

(*THE ATTITUDE OF MEDAN SOCIETY TOWARDS THE USE OF FOREIGN LANGUAGE IN PUBLIC PLACES*)

T. Syarfina
Balai Bahasa Provinsi Sumatera Utara
Jalan Kolam (Ujung) Medan Estate, Medan
Ponse: 081396169995
Pos-el: tengku_fina@yahoo.co.id

Tanggal naskah masuk: 23 Juli 2014
Tanggal revisi terakhir: 30 April 2015

Abstract

Some *linguists reckon that an attitude involves a positive and negative or good and bad assessment system in relation to social objects. Based on such background, this writing intends to observe the attitude of Medan society towards the use of foreign language in public places. It aims at describing Medan society's opinion and attitude towards such use using qualitative and quantitative method. Variables in questions are sex, age, occupation, and education. The result showed that the respondents based on variable of sex prioritized the use of Indonesian language over foreign language. The younger respondents were found to put more pride on the use of foreign language over the use of Indonesian language. On the contrary, the older respondents were found to be more proud of using the Indonesian language. Based on the occupation most of the respondents agreed to use Indonesian language more than foreign language. It was also found that respondents with higher education prioritized the use of Indonesian language.*

Key words*: attitudes, the use of foreign language*

Abstrak

Para ahli bahasa berpendapat bahwa sikap melibatkan satu sistem penilaian yang positif dan negatif atau yang baik dan buruk yang berhubungan dengan objek sosial. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini adalah untuk melihat sikap masyarakat Medan terhadap pemakaian bahasa asing di ruang publik. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan pendapat dan sikap masyarakat Medan terhadap penggunaan bahasa asing di ruang publik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Variabel yang diamati adalah jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendidikan. Berdasarkan variabel jenis kelamin, ditemukan sikap yang mengutamakan penggunaan bahasa Indonesia daripada bahasa asing. Pada variabel usia ditemukan bahwa kalangan muda merasa bangga dengan banyaknya penggunaan kata asing dibandingkan dengan kalangan tua. Berdasarkan variabel pekerjaan, tidak tampak adanya perbedaan yang signifikan karena mereka berpendapat sangat setuju mengutamakan penggunaan bahasa Indonesia daripada bahasa asing. Begitu juga dari variabel pendidikan ditemukan bahwa kalangan yang berpendidikan tinggi mempunyai sikap lebih mengutamakan bahasa Indonesia.

Kata kunci: sikap, penggunaan bahasa asing

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Globalisasi telah merekatkan jarak antartempat yang terbentang jauh menjadi sedekat dalam gambar peta. Globalisasi menyeret manusia ke dalam tempo kehidupan yang serbacepat. Manusia kini tidak ingin direpotkan dengan segala *tetek-bengek* atau pernak-pernik yang dianggap menghambat animo mereka. Era global menuntut kita untuk menggunakan bahasa yang berfungsi sebagai sarana komunikasi. Masyarakat Kota Medan yang berada dalam situasi bilingual dan multilingual sering dihadapkan pada situasi kedwibahasaan. Hal ini memungkinkan terjadinya campur kode (*code switching*), interferensi (*interference*), dan alih kode (*code-switching*). Mengapa demikian? Karena dalam situasi seperti inilah bahasa Indonesia yang mereka gunakan sering tidak benar yang sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia. Gejala seperti ini menyebabkan terjadinya perubahan situasi tindak tutur, dan perubahan ini memengaruhi penggunaan dan perkembangan kosakata bahasa Indonesia. Disinyalir, bahasa Indonesia melalui kosakata dewasa ini mengalami gangguan. Kita begitu mudah menemukan kata-kata asing yang sebenarnya masih dapat diisi dengan kata-kata dalam bahasa Indonesia pada ruang publik di Kota Medan.

Pada salah satu toko *fesyen* terdapat serangkaian tempat penjualan baju *oke* harga *oke* yang kerapkali dinamakan *factory outlet, boutique, fashion, collection,* atau *distro (distribution store)*. Kata *boutique* sebenarnya telah lama diserap ke dalam bahasa Indonesia menjadi butik. Namun, masih banyak pengusaha yang lebih gemar menggunakan kata aslinya. Kata *florist* sering digunakan di belakang nama usaha mereka, padahal bahasa Indonesia sudah memiliki kata *perangkai bunga*. Dalam dunia kecantikan, ditemukan penggunaan aneka istilah *whitening* dan *anti wrinkle*. Masyarakat lebih menyukai istilah *download* daripada *unduh*, serta *upload* daripada *unggah*. Masyarakat cenderung memakai istilah *website* daripada *laman*, *e-mail* daripada *pos-el*, dan *mouse* daripada *tetikus*.

Istilah asing juga banyak dipakai di dunia kedokteran, ekonomi, militer, dan hampir seluruh bidang kehidupan lainnya. Hal itu memang tidak mungkin terbantahkan karena serbuan istilah asing itu datang dengan berbagai sebab, di antaranya, (1) persinggungan terhadap istilah asing dengan segala sesuatu yang dianggap baku, misalnya, belakangan ini marak istilah *bully*, padahal padanan dalam bahasa Indonesia sudah ada, yaitu 'rundung' atau 'risak', (2) nama benda-benda yang berasal dari bahasa asing, misalnya *computer*, (3) belum tersedianya padanan kata dalam bahasa Indonesia, dan (4) sikap antipati masyarakat pemakai istilah asing itu terhadap padanan istilah lokal. Maka, setiap waktu istilah asing dengan mudah berdatangan dan tentu saja agresi tersebut dapat mendesak istilah lokal yang siap pakai.

Fakta yang berkembang saat ini tampaknya menunjukkan kondisi yang sebaliknya. Berdasarkan fakta, terdapat kecenderungan kuat penggunaan bahasa Indonesia dalam berbagai ranah kehidupan telah terdesak atau tergeser oleh bahasa asing. Kecenderungan seperti ini, antara lain, dapat dilihat pada berbagai media iklan, kain rentang, baliho, nama-nama toko, nama-nama hotel, nama-nama pusat perbelanjaan, nama-nama perumahan, nama-nama salon, nama-nama usaha jasa pencucian pakaian, jahit-menjahit pakaian, nama-nama pusat kebugaran, nama-nama bank, nama-nama stasiun televisi swasta, dan lain-lain (Jauhari, 2008). Penggunaan bahasa asing pada lembaga pendidikan, misalnya, kita sering mendengar istilah *play group*, *full day school*, *baby smile school*, dan lain-lain. Kita juga sudah terbiasa mendengar kata-kata asing, seperti *manager*, *driver*, *cleaning service*, *room boy*, *meeting*, *marketing*. Kata *chinese food* atau *sea food* dipakai untuk menjelaskan menu makanan mereka pada pedagang-pedagang kaki lima. Kecenderungan menggunakan bahasa asing ini terjadi di berbagai kota besar di Indonesia, seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan, Semarang, Yogyakarta, dan Ujungpandang.

Mengingat kecenderungan menggunakan bahasa asing ini sangat luas dan terjadi di berbagai kota di Indonesia, fokus penelitian ini hanya

diarahkan pada sikap masyarakat Medan terhadap pemakaian bahasa asing di ruang publik.

Kepedulian masyarakat pengguna bahasa terhadap penggunaan bahasa Indonesia itu berkaitan erat dengan sikap bahasa seseorang. Garvin dan Mathiot (dalam Suwito, 1983) mengemukakan bahwa sikap bahasa itu setidak-tidaknya mengandung tiga ciri pokok, yaitu kesetiaan bahasa (loyalitas bahasa), kebanggaan bahasa, dan kesadaran akan norma bahasa. Dengan demikian, ketika seseorang akan menggunakan suatu bahasa, ketepatan dan kebenaran bahasa yang digunakan salah satu faktornya adalah sikap bahasa.

1.2 Masalah

Jika dilihat dari latar belakang masalah di atas, permasalahan yang timbul dalam penelitian tentang sikap masyarakat Medan terhadap pemakaian bahasa asing di ruang publik dampaknya terhadap perkembangan bahasa Indonesia sangatlah luas. Oleh karena itu, perlu diadakan perumusan masalah. Masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1) Bagaimana pendapat masyarakat terhadap penggunaan bahasa asing di ruang publik di Kota Medan?
2) Bagaimana sikap masyarakat Kota Medan terhadap penggunaan bahasa asing di ruang publik?
3) Bagaimana sikap masyarakat Kota Medan terhadap penggunaan bahasa Indonesia?

1.3 Tujuan

Berdasarkan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan "Sikap masyarakat Medan terhadap pemakaian bahasa asing di ruang publik". Penelitian ini bertujuan untuk:

1) mendeskripsikan pendapat masyarakat terhadap penggunaan bahasa asing di ruang publik di Kota Medan;
2) mendeskripsikan sikap masyarakat Kota Medan terhadap penggunaan bahasa asing di Kota Medan; dan
3) mendeskripsikan sikap masyarakat Kota Medan terhadap penggunaan bahasa Indonesia.

1.4 Metode

Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif, dan korelasional variabel utama penelitian ini adalah sikap bahasa dan variabel pengamatan. Variabel pengamatannya adalah (1) jenis kelamin, (2) usia, (3) pekerjaan, dan (4) pendidikan.

Data yang digunakan adalah data yang diperoleh melalui: (1) melakukan wawancara terarah dengan sebagian dari mereka berdasarkan daftar pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya, (2) menyebarkan angket, yang berpedoman pada skala likert untuk mengetahui sikap bahasa masyarakat Kota Medan. Data yang diperoleh adalah data kuantitatif, yaitu data tersebut merupakan angka-angka dari hasil pengukuran dengan menggunakan angket dan tes.

Setelah terkumpul, data diolah dengan langkah-langkah sebagai berikut: (1) tahap pertama membuat tabulasi skor angket sikap bahasa masyarakat Kota Medan; (2) tahap kedua membuat skor keseluruhan hasil tes.

Angket yang didistribusikan adalah butir angket dalam bentuk pilihan berganda (*multiple choice*) dengan lima buah opsi pilihan jawaban dengan bobot skala 5,4,3,2, dan 1. Opsi yang memiliki bobot 5 berarti sikap responden terhadap bahasa Indonesia semakin positif, sedangkan opsi yang mengandung bobot 1 berarti sikap responden terhadap bahasa Indonesia sangat negatif. Setiap satu butir angket memiliki opsi pilihan jawaban a, b, c, d, dan e, yang masing-masing memiliki bobot 5,4,3,2, atau 1.Oleh karena itu, responden yang memperoleh nilai angket dengan bobot yang tinggi mengindikasikan sikapnya terhadap bahasa Indonesia semakin positif. Sebaliknya, responden yang memperoleh nilai angket dengan bobot yang rendah, sikapnya terhadap bahasa Indonesia semakin negatif.

Tahap terakhir adalah tahap uji statistik untuk mengetahui korelasi antarvariabel. Pada tahap terakhir ini digunakan program komputer

Statistics Package for Social Scientist (SPSS). Untuk melihat signifikansi perbedaan, digunakan empat macam analisis statistik, yaitu T-Test, Anova, Bonferroni, dan Games-Howell. Ukuran yang digunakan dalam menentukan signifikansi pada penelitian ini adalah (1) p=0,01: sangat signifikan, sangat nyata, atau sangat berarti, (2) p=0,05: signifikan (Sudjana, 1989:230).

T-Test digunakan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya perbedaan rerata indeks dari dua kelompok variabel. Pada penelitian ini T-Test melihat perbedaan antara sikap bahasa laki-laki dan perempuan.

Anova digunakan untuk mengetahui signifikansi perbedaan rerata indeks lebih dari dua kelompok variabel. Anova melihat perbedaan antara sikap dari variabel pekerjaan, pendidikan, dan usia.

Responden penelitian ini adalah penduduk yang tinggal di wilayah Kota Medan. Dari sekitar 2.036.018 penduduk Kota Medan, diambil 144 orang penduduk sebagai percontoh dengan teknik pengambilan percontoh acak berstrata (*stratified random sampling*).

2. Kerangka Teori

Penelitian ini bertolak dari data penelitian berupa jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan melalui kuesioner. Dengan kata lain, objek penelitian ini adalah tanggapan yang berisikan sikap responden terhadap penggunaan bahasa asing di ruang publik. Untuk itu, perlu ditegaskan konsep sikap bahasa yang menjadi pegangan dalam penelitian ini.

Agar dapat memahami apa yang disebut sikap bahasa (*language attitude*), terlebih dahulu haruslah dijelaskan apa itu sikap. Sikap adalah 'perbuatan dan sebagainya yang berdasarkan pada pendirian atau keyakinan'. Selanjutnya, bahasa diberi arti 'sistem lambang bunyi yang arbitrer yang digunakan oleh anggota suatu masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasikan diri.' Artinya, *sikap* dapat merujuk pada posisi berdiri yang tegak, bentuk tubuh, perilaku, tindakan dan perbuatan berdasarkan pada pandangan, pendirian, keyakinan dan pendapat terhadap sesuatu hal atau peristiwa. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa sikap bahasa adalah 'suatu perbuatan atau pendirian terhadap bahasa sendiri dan bahasa asing' (KBBI, 2003).

Jika membicarakan sikap bahasa, perlu disikapi dua akar kata, yaitu *sikap* dan *bahasa*. *Sikap* adalah perilaku, gerak-gerik, dan perbuatan berlandaskan pendirian, pandangan, pendapat, dan keyakinan. *Bahasa*, baik bahasa daerah, bahasa nasional, maupun bahasa asing, adalah alat komunikasi yang digunakan oleh penutur ataupun pemakai bahasa untuk mengutarakan kehendak, maksud, atau harapan agar dapat bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasikan diri. Jadi, sikap bahasa adalah suatu posisi mental atau perasaan terhadap bahasa sendiri atau bahasa orang lain (Ridwan, 2006:211).

Menurut Sumarsono dan Patana (2004:363), dalam masyarakat multilingual, sikap bahasa seseorang ditentukan oleh beberapa faktor, di antaranya adalah topik pembicaraan (pokok masalah yang dibicarakan), kelas sosial masyarakat pemakai, kelompok umur, jenis kelamin, dan situasi pemakaian.

Secord dan Backman (1964) mengemukakan bahwa sikap merupakan sesuatu ketepatan tentang perasaan, pikiran, dan sifat seseorang individu untuk berperilaku terhadap suatu aspek situasi. Para ahli bahasa berpendapat bahwa sikap melibatkan satu sistem penilaian yang positif dan negatif, baik atau buruk, berhubungan dengan objek sosial.

Sikap terdiri atas tiga unsur, yaitu unsur kognitif, konatif, dan afektif. Unsur kognitif menyangkut masalah pengetahuan alam sekitar dan gagasan, yang kategorinya dipergunakan dalam proses berpikir. Unsur konatif berhubungan dengan perilaku atau perbuatan seseorang dalam mengambil keputusan terakhir terhadap suatu keadaan. Unsur afektif berhubungan dengan masalah penilaian baik, suka atau tidak suka terhadap suatu situasi. Apabila seseorang mempunyai rasa baik atau senang pada suatu situasi, seseorang itu dapat dikatakan mempunyai *sikap positif,* dan sebaliknya memiliki *sikap negatif* (Lambert, 1976). Hal itu perlu diperhatikan

karena sikap itu bisa positif dan negatif, sikap terhadap bahasa pun demikian (Chaer, 2004).

Selanjutnya, Halim (1983:156) yang mengutip pendapat Garvin dan Mathiot, mengatakan bahwa sikap bahasa setidak-tidaknya mengandung tiga ciri pokok, yaitu:

(1) sikap kesetiaan, yang mendorong suatu masyarakat bahasa mempertahankan bahasanya, dan bila perlu mencegah adanya pengaruh asing,
(2) sikap kebanggaan bahasa, yang mendorong orang mengembangkan bahasanya dan menggunakannya sebagai lambang identitas dan kesatuan masyarakat,
(3) sikap kesadaran akan adanya norma bahasa, yang mendorong orang menggunakan bahasanya dengan cermat dan santun, merupakan faktor yang sangat besar pengaruhnya terhadap perbuatan, yaitu kegiatan penggunaan bahasa.

Ketiga ciri yang dikemukakan di atas merupakan ciri-ciri sikap positif terhadap bahasa. Apabila ketiga ciri bahasa tersebut melemah atau sudah menghilang dari diri seseorang atau dari suatu komunitas, berarti telah terjadi sikap negatif terhadap seseorang atau sekelompok masyarakat tutur tersebut. Jadi, rasa bangga terhadap bahasa yang dimilikinya sudah tidak ada lagi. Berkenaan terhadap sikap negatif bahasa tersebut, jalan yang harus ditempuh adalah mengubah sikap negatif tersebut menjadi sikap positif. Mengubah sikap tersebut dengan cara melalui pendidikan bahasa yang dilaksanakan berdasarkan norma-norma bahasa, juga norma-norma sosial dan budaya yang ada di dalam masyarakat itu sendiri.

Pendekatan terhadap sikap bahasa dapat dilakukan melalui psikologi sosial karena bahasa berkaitan dengan tingkah laku manusia dalam hubungan sosialnya yang mencakup keadaan mental manusia, baik positif, netral, maupun negatif terhadap bahasa.

Fasold (dalam Ridwan, 2006:215) berpendapat bahwa penutur atau pemakai bahasa dapat mengevaluasi sesuatu bahasa itu mempunyai ciri kaya, miskin, indah, jelas, lemah lembut, dan sebagainya berlandaskan pendapat dan rasa bahasanya. Selanjutnya, Fasold juga berpendapat bahwa sikap merupakan gejala mental yang menggambarkan keadaan minda individual. Sikap dapat berkaitan dengan diri sendiri dan juga dengan orang lain. Sikap dapat bersifat positif, negatif, atau netral.

Berdasarkan pandangan Fasold di atas, terdapat kaidah sikap bahasa antara lain adalah sebagai berikut.

(1) Sikap yakin merupakan motivasi kuat dalam pembinaan dan peningkatan kemampuan bahasa.
(2) Sikap liberal merupakan sikap terlalu terbuka tanpa batasan. Sikap seperti ini membahayakan kebanggaan atas bahasa sendiri dan terlalu mengagungkan bahasa lain. Misalnya, dalam hal penyerapan unsur bahasa asing tanpa berusaha terlebih dulu mencari dari khazanah bahasa sendiri.
(3) Sikap menurut bimbingan merupakan sikap positif terhadap kaidah atau aturan kebahasaan. Sikap ini mengarah pada kecendekiaan dan kearifan berbahasa.
(4) Sikap acuh tak acuh merupakan sikap berbahasa seenaknya tanpa terlalu memperhitungkan akibat psikologis atau sosial.

Untuk pemertahanan suatu bahasa, khususnya bahasa nasional kita bahasa Indonesia, perlu dikembangkan sikap positif. Pengembangan sikap positif adalah suatu langkah dan upaya dalam pembinaan dan pengembangan sikap dan rasa bangga dalam memiliki dan menggunakan bahasa Indonesia. Jika dihadapkan pada pilihan, misalnya menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa asing, kita akan memiliki sikap bahasa untuk:

(1) lebih mendahulukan dan mengutamakan bahasa Indonesia;
(2) jika telah terdapat padanan dalam bahasa Indonesia, lebih mendahulukan pemakaian padanannya;
(3) bahasa Indonesia harus menjadi "ladang bahasa bersama" yang harus diolah dan disuburkan.

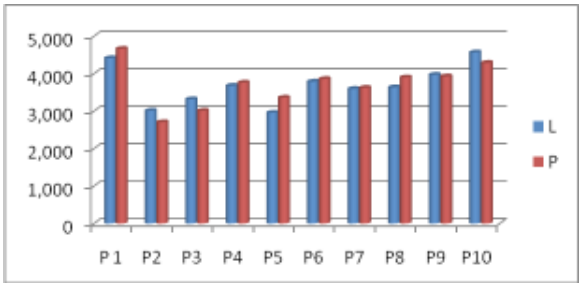
3. Hasil dan Pembahasan

Pendapat masyarakat terhadap penggunaan bahasa asing di ruang publik berdasarkan variabel jenis kelamin adalah sebagai berikut.

Melalui analisis terhadap 144 responden perempuan (P) dan laki-laki (L), diperoleh simpulan bahwa secara umum tidak ada perbedaan yang signifikan. Perbedaan yang tidak signifikan terlihat pada hasil analisis uji T (t -0,362; p=0,718).

Gambar 1 menunjukkan hasil perhitungan statistik. Garis vertikal menunjukkan sepuluh komponen pertanyaan (P1-P10). Tuturan laki-laki dan perempuan ditunjukkan grafik: (■) untuk tuturan perempuan dan (■) untuk tuturan laki-laki. Kemudian, garis vertikal menunjukkan angka rerata pendapat responden. Grafik tersebut memperlihatkan ada perbedaan antara responden laki-laki dan perempuan.

Para responden sangat banyak melihat penggunaan kata/istilah asing pada papan nama, reklame, nama gedung, spanduk, dan lain-lain. L lebih bangga (3,013) dengan banyaknya penggunaan kata asing di Kota Medan dibandingkan dengan P(2,708), yang terkadang kurang memahami maksudnya. Menurut P (3,013), jika seseorang menuliskan kata asing untuk keperluan usaha atau keperluan pribadi agar dianggap hebat, tetapi menurut P supaya mengikuti perkembangan (*trend*) waktu.

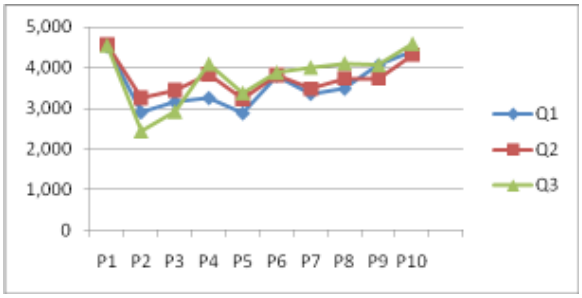


Gambar 1 Perbandingan Pendapat Berdasarkan Variabel Jenis Kelamin

Para P (3,861) lebih setuju apabila pemerintah mengimbau para usahawan dan masyarakat menggunakan kata Indonesia dalam menamai papan nama atau papan reklame dibandingkan dengan L(3,791). Mereka setuju bahwa penggunaan kata asing memperlihatkan kurang setianya kita terhadap bahasa nasional kita, yaitu bahasa Indonesia. L sangat setuju mengutamakan penggunaan bentuk bahasa Indonesia daripada bahasa asing, dan P setuju dengan pendapat tersebut.

Pendapat masyarakat berdasarkan variabel usia adalah sebagai berikut. Pada variabel usia, usia terdiri atas tiga kelompok, yaitu kelompok usia 15 s.d. 25 tahun (Q1), 26 s.d. 45 tahun (Q2), dan 46 s.d. 65 tahun (Q3). Setelah dianalisis terhadap variabel usia jumlah responden Q1(48), Q2 (48), dan Q3 (48), diperoleh simpulan bahwa secara umum ada perbedaan yang signifikan. Perbedaan yang signifikan terlihat pada hasil analisis uji Anova (F=7.625; p=0,001).

Gambar 2 menunjukkan hasil perhitungan statistik. Garis vertikal menunjukkan sepuluh komponen pertanyaan, yaitu tentang pendapat masyarakat terhadap penggunaan bahasa asing di ruang publik di Kota Medan. Responden Q1, Q2, dan Q3 ditunjukkan oleh garis-garis bergelombang. Kemudian, garis vertikal menunjukkan angka rerata pendapat Q1, Q2, dan Q3. Dari grafik tersebut tampak adanya perbedaan antara pendapat Q1, Q2, dan Q3 terhadap penggunaan bahasa asing di ruang publik di Kota Medan.



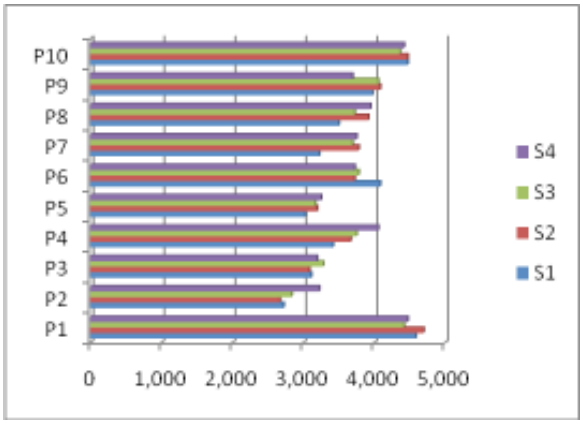
Gambar 2 Perbandingan Pendapat pada Variabel Usia

Para responden sangat banyak melihat penggunaan kata/istilah asing pada papan nama, reklame, nama gedung, spanduk, dan lain-lain. Q1 merasa bangga (3,250) dengan banyaknya penggunaan kata asing di Kota Medan dibandingkan dengan Q2 (2,895) dan Q3 (24375), yang terkadang kurang memahami maksudnya. Menurut Q1 (3.1458) dan Q2 (3.4375), jika seseorang menuliskan kata asing untuk keperluan usaha atau keperluan pribadi agar

dianggap hebat, menurut Q3 (2.9167) supaya mengikuti perkembangan (*trend*) waktu.

Para Q1 (3.7917) kurang setuju apabila pemerintah mengimbau para usahawan dan masyarakat menggunakan kata Indonesia dalam menamai papan nama atau papan reklame dibandingkan dengan Q2 dan Q3 (3.8750). Mereka setuju bahwa penggunaan kata asing memperlihatkan kurang setianya kita terhadap bahasa nasional kita, yaitu bahasa Indonesia. Q1 dan Q2 berpendapat setuju, dan Q3 berpendapat sangat setuju untuk mengutamakan penggunaan bentuk bahasa Indonesia daripada bahasa asing.

Pendapat masyarakat berdasarkan variabel pekerjaan adalah sebagai berikut. Melalui analisis terhadap 144 responden berdasarkan variabel pekerjaan, yaitu S1(36), S2 (36), S3(36), dan PR(36) diperoleh simpulan bahwa secara umum tidak ada perbedaan yang signifikan. Perbedaan yang tidak signifikan terlihat pada hasil analisis uji Anova (F=0.109; p=0,955).



Gambar 3 Perbandingan Pendapat Berdasarkan Variabel Pekerjaan

Gambar di atas menunjukkan hasil perhitungan statistik dasar masyarakat Kota Medan berdasarkan variabel pekerjaan. Garis vertikal menunjukkan sepuluh komponen pertanyaan. Responden S1, S2, S3, dan PR digambarkan oleh garis-garis bergelombang. Kemudian, garis vertikal menunjukkan angka rerata pendapat S1, S2, S3, dan PR. Dari grafik tersebut tampak adanya perbedaan antara pendapat S1, S2, S3, dan PR terhadap penggunaan bahasa asing di ruang publik di Kota Medan.

Para responden sangat banyak melihat penggunaan kata/istilah asing pada papan nama, reklame, nama gedung, spanduk, dan lain-lain. S1 (2.722), S2 (2.666), dan S3 (2.833) merasa tidak bangga dibandingkan dengan PR yang merasa kurang bangga (3.222) dengan banyaknya penggunaan kata asing di Kota Medan. Menurut S1, S2, dan PR, jika seseorang menuliskan kata asing untuk keperluan usaha atau keperluan pribadi agar dianggap hebat, tetapi menurut S3 supaya mengikuti perkembangan (*trend*) waktu.

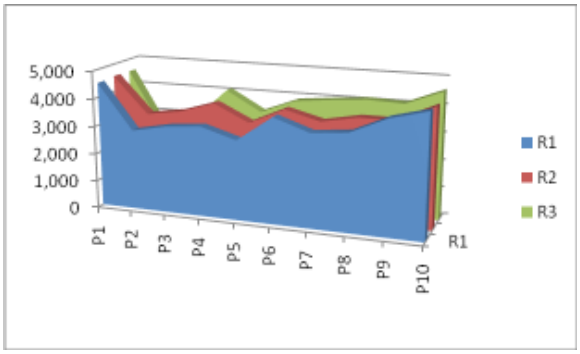
Para S2 (3.791) setuju apabila pemerintah mengimbau para usahawan dan masyarakat menggunakan kata Indonesia dalam menamai papan nama atau papan reklame dibandingkan dengan S1,S3, dan PR. S1,S3, dan PR kurang setuju dengan pendapat apabila pemerintah mengimbau para usahawan. S2, S1, dan S3 setuju dibandingkan PR yang kurang setuju bahwa penggunaan kata asing memperlihatkan kurang setianya kita terhadap bahasa nasional kita, yaitu bahasa Indonesia. Mereka berpendapat sangat setuju mengutamakan penggunaan bahasa Indonesia daripada bahasa asing.

Pendapat masyarakat berdasarkan variabel pendidikan adalah sebagai berikut. Analisis terhadap 144 responden variabel pendidikan dibedakan atas tiga kelompok, yaitu mereka yang berpendidikan menengah SMA dan yang sederajat (R1), mereka yang berpendidikan tinggi S-1 atau (R2), dan mereka yang berpendidikan Pascasarjana (S-2, S-3) atau (R3). Dari hasil analisis R1 (48), R2 (48), dan R3 (48), diperoleh simpulan bahwa secara umum ada perbedaan yang signifikan. Perbedaan yang signifikan terlihat pada hasil analisis uji Anova (F=7.625; p=0,001 dan p=0,001).

Gambar 4 menunjukkan hasil perhitungan statistik. Garis vertikal menunjukkan sepuluh komponen pertanyaan, yaitu tentang pendapat masyarakat terhadap penggunaan bahasa asing di ruang publik di Kota Medan. Responden R1, R2, dan R3 digambarkan oleh garis-garis bergelombang. Kemudian, garis vertikal menunjukkan angka rerata pendapat R1, R2, dan R3. Dari grafik tersebut tampak adanya perbedaan antara pendapat R1, R2,

dan R3 terhadap penggunaan bahasa asing di ruang publik di Kota Medan.

Para responden sangat banyak melihat penggunaan kata/istilah asing pada papan nama, reklame, nama gedung, spanduk, dan lain-lain. R1 dan R3 (2.833) merasa tidak bangga dibandingkan dengan R2 yang merasa kurang bangga (3.222) dengan banyaknya penggunaan kata asing di Kota Medan.



Gambar 4 Perbandingan Pendapat Berdasarkan Variabel Pendidikan

Menurut R1 dan R2, seseorang menuliskan kata asing untuk keperluan usaha atau keperluan pribadi mengikuti perkembangan (*trend*) waktu, tetapi menurut R3 supaya memperlihatkan kepandaiannya.

R1 (3.791) kurang setuju apabila pemerintah mengimbau para usahawan dan masyarakat menggunakan kata Indonesia dalam menamai papan nama atau papan reklame dibandingkan dengan R2 dan R3. R2 dan R3 setuju dengan pendapat apabila pemerintah mengimbau para usahawan. R1 dan R3 setuju dibandingkan R2 yang kurang setuju bahwa penggunaan kata asing memperlihatkan kurang setianya kita terhadap bahasa nasional kita, yaitu bahasa Indonesia. Mereka berpendapat setuju mengutamakan penggunaan bahasa Indonesia daripada bahasa asing.

Tabel 1 Pendapat Masyarakat terhadap Penggunaan Bahasa Asing di Ruang Publik

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Kita banyak melihat penggunaan kata/istilah asing pada papan nama, papan reklame, nama gedung, spanduk, dan lain-lain.	63.2	27.8	9.0	0.0	0.0
2	Kita bangga dengan banyaknya penggunaan kata asing di Kota Medan atau di sekitar tempat tinggal Anda.	5.6	17.4	51.4	9.0	16.7
3	Jika seseorang menuliskan kata asing untuk keperluan usaha atau keperluan pribadinya untuk mengikuti *trend*	45.1	19.4	13.9	12.5	9.0
4	Penggunaan kata-kata asing di Kota Medan membuat Anda semakin memahami maksudnya.	28.5	36.8	19.4	9.0	6.2
5	Anda suka menggunakan kata/istilah asing.	2.8	38.2	36.8	16.7	5.6
6	Pemerintah mengimbau para usahawan dan masyarakat menggunakan kata Indonesia dalam menamai papan nama atau papan reklame.	26.4	45.8	15.3	9.0	3.5
7	Penggunaan kata asing dapat meningkatkan jumlah penjualan dan daya tarik pembeli di bidang usaha.	32.6	30.6	11.8	15.3	9.7
8	Apakah Anda setuju penggunaan bahasa asing memperlihatkan kecendekiaan dan wawasan yang luas tentang pendidikan bagi pemakainya?	21.5	49.3	15.3	12.5	1.4
9	Apakah Anda setuju penggunaan kata asing memperlihatkan kurang setianya kita terhadap bahasa nasional kita bahasa Indonesia?	29.2	45.8	17.4	6.2	1.4
10	Jika sudah ada bentuk Indonesianya, apakah Anda setuju pengutamaan bentuk Indonesia daripada bentuk asingnya?	66.0	20.8	4.2	8.3	0.7

Keterangan:
SS= Sangat Setuju; S= Setuju; KS= Kurang Setuju; TS= Tidak Setuju; STS= Sangat Tidak Setuju

Dari tabel itu dapat dirumuskan pendapat masyarakat Kota Medan terhadap penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik. Dominan jawaban responden adalah sangat setuju dan setuju dengan sepuluh butir pertanyaan di atas.

4. Penutup

4.1 Simpulan

Analisis pada kajian ini telah menemukan jawaban atas pertanyaan penelitian tentang pendapat masyarakat terhadap penggunaan bahasa asing di ruang publik.Mereka kurang bangga dengan banyaknya penggunaan kata asing di Kota Medan atau di sekitar tempat tinggalnya walaupun mereka suka menggunakan kata/istilah asing. Mereka setuju apabila pemerintah mengimbau para usahawan dan masyarakat menggunakan kata Indonesia dalam menamai papan nama atau papan reklame. Bahkan, mereka berpendapat bahwa penggunaan kata asing memperlihatkan kurang setianya kita terhadap bahasa nasional kita, bahasa Indonesia. Pendapat mereka, apabila sudah ada bentuk Indonesianya, diutamakanlah penggunaan bahasa Indonesia pada ruang publik di Kota Medan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan kata asing di ruang publik (umum) kurang penting bagi masyarakat Kota Medan walaupun bahasa asing itu perlu dikuasai. Akan tetapi, mereka setuju kata asing terpaksa harus digunakan, misalnya, demi kepentingan pariwisata mancanegara. Masyarakat berpendapat bahwa penggunaan bahasa (kata) asing di tempat-tempat umum tidak memperlihatkan kebanggaan terhadap bahasa Indonesia. Mereka mengatakan bahwa bahasa Indonesia harus menjadi tuan di tanahnya sendiri, bukan bahasa asing yang mendominasi Kota Medan.

Masyarakat berpendapat sangat setuju bahwa kata asing yang digunakan di ruang publik diganti dengan kata yang sudah ada di dalam bahasa Indonesia.Bahasa asing digunakan di tempat yang menuntut penggunaan bahasa asing (misalnya di seminar internasional). Mereka juga berpendapat bahwa sangat setuju bahasa asing tetap sebagai bahasa asing, bahasa Indonesia tetap sebagai bahasa negara dan bahasa nasional. Bahasa Indonesia harus digunakan di mana pun dan untuk keperluan apa pun untuk mengejar kemajuan zaman. Menurut masyarakat, bahasa Indonesia adalah jati diri dan alat pemersatu bangsa. Selain itu, penggunaan bahasa Indonesia menunjukkan kepercayaan diri dan kesetiaan pada bangsa. Penguasaan bahasa Indonesia dapat dijadikan salah satu syarat untuk menerima pekerja asing di Indonesia.

Dengan demikian, terlihat bahwa ada perbedaan persepsi masyarakat terhadap penggunaan bahasa asing di ruang publik. Juga terdapat perbedaan yang signifikan sikap pemakaian bahasa asing di ruang publik antara variabel pada kajian ini. Perbedaan ini terbukti melalui analisis yang dilakukan terhadap masyarakat Kota Medan.

4.2 Saran

Berdasarkan temuan dari hasil penelitian, umumnya masyarakat tidak terlalu suka dengan hadirnya bahasa asing di ruang publik. Oleh karena itu, diharapkan pemerintah Kota Medan dapat mengambil kebijakan dalam pemakaian bahasa asing di ruang publik. Diharapkan juga dunia usaha harus mematuhi ketentuan yang berlaku, jika memakai bahasa asing, haruslah terlebih dahulu memakai bahasa Indonesia.

Daftar Pustaka

Alwi, Hasan. 2003. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi III. Jakarta: PN. Balai Pustaka.

Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2004. *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: Bhineka Citra.

Halim, Amran. 1983. *Sikap Bahasa dan Pelaksanaan Kebijaksanaan Bahasa Nasional*. Jakarta: Depdikbud.

Jauhari, Edy. 2008. "Makna Pemakaian Bahasa Asing di Kalangan Pelaku Bisnis Lokal di Surabaya: Sebuah Kajian dalam Rangka Menyongsong Undang-Undang Kebahasaan". *Makalah dalam Kongres IX Bahasa Indonesia*, 28 Oktober – 1 November 2008. Jakarta: Pusat Bahasa.

Lambert, W.E. 1976. "A Social Psychology of Bilingualism". Dalam *Journal of Social Issues.*

Ridwan, H.T.A. 2006. *Bahasa dan Linguistik*. Jakarta: Mestika.

Secord, P.F dan Backman, C. W. 1964. *Social Psychology*. New York: Mc Graw-Hill.

Sudjana. 1989. *Metoda Statistika*. Bandung: Tarsito.

Sumarsono dan Patana. 2004. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Sabda.

Suwito. 1983. *Pengantar Awal Sosiolinguistik: Teori dan Problema*. Sala: Haenary Offset.