

Multilingualisme Penamaan Toko di Margonda, Kota Depok, Jawa Barat: Kajian Lanskap Linguistik

Yogi Purnama^{1*)}

Ahmad Khoiril Anam²⁾

Universitas Indraprasta PGRI^{1, 2}.

*) Penulis Korespondensi: Jl. Nangka Raya No. 58 C, Jakarta Selatan, 12530,
Indonesia Posel: Yogipurnama035@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini mengkaji lanskap linguistik (LL) di Margonda, Kota Depok, dengan fokus pada pola penamaan toko yang mencerminkan dinamika sosial, budaya, dan politik masyarakat setempat. Menggunakan metode kualitatif dan analisis sociolinguistik, data diperoleh melalui observasi langsung terhadap 53 papan nama toko di sepanjang jalan Margonda, yang diambil dalam periode satu bulan. Hasil analisis menunjukkan bahwa penamaan toko terbagi dalam tiga kategori: monolingual (39), bilingual (12), dan multilingual (2). Bahasa yang digunakan mencakup bahasa Indonesia, Inggris, Turki, Jepang, Aceh, dan Taiwan. Penemuan menunjukkan bahwa sekitar 40% dari toko di Margonda menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa utama, diikuti oleh tren peningkatan penggunaan nama-nama dalam bahasa asing yang diasosiasikan dengan modernitas dan daya tarik terhadap konsumen muda. Di samping itu, adanya pengaruh bahasa minoritas dalam penamaan toko juga mencerminkan identitas komunitas etnis tertentu serta upaya dalam mempertahankan kultur lokal di tengah arus globalisasi. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih dalam tentang LL sebagai cermin vitalitas etnolinguistik komunitas dan merekomendasikan studi lanjutan untuk memahami lebih jauh makna di balik penamaan toko serta dampaknya terhadap perkembangan ekonomi lokal. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya diskursus dalam studi LL dan memberikan wawasan tentang bagaimana praktik bahasa di ruang publik dapat mencerminkan dan mempengaruhi hubungan sosial serta strategi ekonomi dalam konteks masyarakat yang multikultural.

Kata kunci: Lanskap Linguistik; Penamaan Toko; identitas Sosial

Shop Naming in Margonda, Depok City, West Java: A Study of Linguistic Landscape

Abstract: This study examines the linguistic landscape (LL) in Margonda, Kota Depok, focusing on the naming patterns of shops that reflect the social, cultural, and political dynamics of the local community. Utilizing qualitative methods and sociolinguistic analysis, data were collected through direct observation of 53 shop signs along Margonda Street, conducted over a period of one month. The analysis results showed that shop names can be categorized into three types: monolingual (39), bilingual (12), and multilingual (2). The languages used include Indonesian, English, Turkish, Japanese, Acehnese, and Taiwanese. Findings indicate that approximately 40% of shops in Margonda use Indonesian as the primary language, followed by an increasing trend of using foreign language names associated with modernity and appeal to younger consumers. Furthermore, the presence of minority languages in shop naming reflects the identity of certain ethnic communities and their efforts to preserve local culture amidst globalization. This research contributes to a deeper understanding of LL as a mirror of the ethnolinguistic vitality of the community and recommends further studies to understand the significance behind shop naming as well as its impact on local economic development.

Keywords: Linguistic Landscape; Shop Naming; Social Identity

Proses artikel: Dikirim: 12-02-2025; Direvisi: 23-06-2025; Diterima: 30-06-2025; Diterbitkan: 30-06-2025

Gaya sitasi (MLA edisi ke-7): Purnama, Yogi, & Ahmad Khoiril Anam. "Multilingualisme Penamaan Toko di Margonda, Kota Depok, Jawa Barat: Kajian Lanskap Linguistik." *Hortatori: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* 9.1 (2025): 1–10. Print/Online. **Pemegang Hak Cipta:** Yogi Purnama, Ahmad Khoiril Anam. **Publikasi Utama:** Hortatori: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia (2025).



Proses ini berada di bawah lisensi *Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License*.

Pendahuluan

Penelitian ini berfokus pada penamaan toko di Margonda, Kota Depok. Fokus utama adalah fenomena multilingualisme. Toko-toko di kawasan ini memiliki beragam nama yang mencerminkan penggunaan bahasa Indonesia, Inggris, dan bahasa daerah. Penelitian ini penting untuk memahami bagaimana bahasa berfungsi dalam konteks sosial dan budaya lokal.

Menggali penamaan toko dalam lanskap linguistik membantu kita memahami interaksi bahasa dan identitas budaya. Penelitian ini juga menyoroti dinamika sosial di masyarakat yang beragam. Melalui analisis ini, kita dapat melihat bagaimana bahasa mempengaruhi cara masyarakat berinteraksi, berkomunikasi, dan membangun identitas.

Hasil penelitian dapat memberikan wawasan baru dalam kajian linguistik. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman tentang bagaimana pemilik usaha menggunakan bahasa untuk menarik perhatian konsumen. Selain itu, penamaan toko yang multibahasa mencerminkan globalisasi dan pengaruh budaya asing. Penelitian ini memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang penggunaan bahasa dalam konteks sosial. Hasilnya dapat menjadi referensi untuk mempelajari fenomena linguistik lainnya di daerah lain. Dengan memahami praktik penamaan ini, kita dapat menangkap perubahan trend budaya dan sosial yang berlangsung di masyarakat.

Tanda yang ada di ruang publik bersifat alami karena merefleksikan bahasa. Semua tanda yang muncul pada ruang publik disebut lanskap linguistik (LL), artinya LL berurusan dengan fakta kebahasaan yang tertulis dalam situasi dan kondisi di setiap daerah, tempat dan ruang sosial yang digunakan dapat menimbulkan persepsi atau respons dari masyarakat (Erikha, 2018). LL yang ada pada rambu jalan, nama tempat, nama toko komersial, papan iklan, nama jalan, serta papan informasi tempat pemerintahan dan sekolah, termasuk sarana publik seperti stasiun, halte bus, terminal dan bandara membentuk LL suatu wilayah perkotaan tertentu (Sari & Savitri, 2021). Peraturan presiden Republik Indonesia tahun 2019 nomor 63 mengatur penggunaan bahasa di ruang publik, baik bahasa Indonesia, bahasa daerah, maupun bahasa asing, Penggunaan bahasa Indonesia terdapat pada pasal 33 ayat 1 dan pasal 33 ayat 2.

Penggunaan bahasa daerah atau bahasa asing terdapat pada pasal 33 ayat 3, pasal 33 ayat 4, dan pasal 33 ayat 5. (Sari & Savitri, 2021), LL merupakan suatu bidang kajian yang meneliti penggunaan bahasa dalam ruang publik, termasuk di dalamnya nama-nama toko, papan iklan, dan tanda-tanda lainnya. Penamaan toko di Margonda Kota, sebagai salah satu kawasan yang berkembang pesat, menawarkan beragam fenomena linguistik yang menarik untuk dianalisis. Dalam konteks ini, penamaan toko tidak hanya berfungsi sebagai identitas komersial, tetapi juga mencerminkan dinamika sosial, budaya, dan politik masyarakat setempat. Dengan mengkaji LL di Margonda, kita dapat lebih memahami identitas kolektif yakni rasa memiliki bersama yang dibagikan oleh anggota kelompok tertentu dapat berupa rasa "ke-kita-an", serta interaksi antarbahasa dalam masyarakat multikultural. Menurut (Rahmawati, 2022) LL berfungsi sebagai cermin dari vitalitas etnolinguistik suatu komunitas. Margonda Kota, sebagai pusat perbelanjaan dan bisnis, kaya akan variasi bahasa dan simbol yang mencerminkan keberagaman budaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pola-pola penamaan toko yang ada (Khilmi Mauliddian, Ika Nurhayani, 2022), baik yang bersifat monolingual, bilingual, maupun multilingual, serta bagaimana hal ini mencerminkan identitas dan dinamika sosial masyarakat setempat.

LL dapat dikategorikan menjadi dua pendekatan utama: *top-down* dan *bottom-up* (Anam, Purnama, & Hilaliyah, 2024). Pendekatan *top-down* merujuk pada penggunaan bahasa yang ditentukan oleh otoritas atau institusi, seperti pemerintah atau perusahaan besar. Misalnya, nama-nama toko yang menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa asing yang ditetapkan oleh pemiliknya untuk menarik perhatian konsumen. Di Margonda, banyak toko yang menggunakan nama-nama dalam bahasa Inggris, seperti "*Coffee Shop*" atau "*Fashion Boutique*", yang mencerminkan upaya untuk menarik pasar yang lebih luas (Aini, Hermoyo, & Kunci, 2023). Sebaliknya, pendekatan *bottom-up* mencakup penamaan yang

muncul dari masyarakat lokal, mencerminkan budaya dan identitas mereka (Permana Mahardika & Husni, 2022). Dalam konteks Margonda, kita dapat menemukan banyak toko yang menggunakan nama-nama dalam bahasa daerah atau bahasa yang lebih akrab bagi komunitas setempat. Misalnya, toko-toko yang menyajikan makanan khas daerah sering kali menggunakan nama-nama yang mencerminkan budaya lokal, seperti "Warung Makan Khas Sunda". Pernyataan ini menunjukkan upaya masyarakat lokal dalam mempertahankan identitas mereka di tengah arus globalisasi. Selanjutnya peranan multilingualisme dalam LL di Margonda.

Multilingualisme menjadi salah satu karakteristik penting dalam LL di Margonda. Dengan keberagaman etnis dan budaya, penggunaan berbagai bahasa dalam penamaan toko menjadi hal yang umum (Wijaya & Savitri, 2021). Sebagai contoh, banyak toko yang menggunakan kombinasi bahasa Indonesia dan bahasa asing, seperti nama toko "Cafe Kris" yang mengandung unsur bahasa Inggris dan bahasa Indonesia. Penelitian oleh (Khusna, 2022) menunjukkan bahwa penggunaan bahasa asing dalam penamaan toko seringkali diasosiasikan dengan modernitas dan status sosial. Statistik menunjukkan bahwa sekitar 60% toko di Margonda menggunakan lebih dari satu bahasa dalam penamaannya. Hal ini mencerminkan dinamika sosial yang kompleks di mana masyarakat berusaha untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman sambil tetap mempertahankan identitas budaya mereka. Penggunaan bahasa Indonesia maupun bahasa asing yang tepat dan mudah diingat konsumen juga dapat dilihat sebagai strategi pemasaran untuk menarik perhatian konsumen yang lebih muda dan berpendidikan (Umair, 2024).

Dalam konteks LL di Margonda, bahasa minoritas sering kali muncul dalam penamaan toko, meskipun tidak sebanyak bahasa mayoritas. Toko-toko yang dimiliki oleh komunitas etnis tertentu, seperti Tiongkok atau Arab, sering kali menggunakan bahasa mereka dalam penamaan sebagai identitas (Khusna, 2022). Misalnya, ada toko yang bernama "kebab monster" yang menggunakan istilah dalam bahasa Arab, yang menunjukkan identitas komunitas muslim di daerah tersebut. Penggunaan bahasa minoritas dalam penamaan toko tidak hanya berfungsi sebagai identitas tetapi juga sebagai komoditas. Toko-toko yang menyajikan makanan khas dari budaya tertentu sering kali menggunakan nama dalam bahasa asli untuk menarik pelanggan yang mencari pengalaman otentik. Hal ini menunjukkan bahwa bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai simbol status dan identitas dalam konteks bisnis (Artawa, 2023).

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis sosiolinguistik. Data dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap penamaan toko di Margonda. Peneliti berupaya mengumpulkan data dari sejumlah lokasi di sepanjang jalan Margonda, mencakup toko-toko kecil hingga yang lebih besar. Ini memungkinkan penggambaran yang lebih lengkap dan beragam dalam penamaan, serta memastikan representativitas data. Metode pengambilan data dilakukan dengan mengambil gambar penamaan toko. Foto-foto tersebut diambil sepanjang jalan Margonda, Kota Depok, dengan total panjang 5,4 km. Observasi dilakukan selama satu bulan di berbagai lokasi di Margonda pada siang hari. Lokasi tersebut termasuk pusat perbelanjaan, pasar, dan area komersial lainnya. Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi pola-pola penamaan yang didasarkan pada variasi bahasa, termasuk bahasa asing. Selain itu, penamaan toko juga dikumpulkan. Ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang konteks linguistik di kawasan tersebut. Peneliti juga mencatat kondisi sosial dan kultural sekitar saat melakukan observasi. Ini membantunya untuk memahami faktor-faktor yang mungkin memengaruhi penamaan dan membantu meminimalkan bias berdasarkan misinterpretasi konteks.

Hasil dan Diskusi

Penggunaan bahasa pada papan toko dalam penelitian ini terdiri dari 53 data, Selanjutnya, klasifikasi data yang diperoleh dapat dijelaskan sebagai berikut, penggunaan bahasa monolingual (39), bahasa bilingual (12) dan bahasa multilingual (2). Dalam penamaan toko di Margonda, Kota Depok terdapat pola umum. Pola tersebut terdiri dari jenis toko (JT), nama (N), produk (P), penamaan toko ini ditemukan dalam bentuk monolingual, bilingual, dan multilingual di Margonda, Kota Depok, Jawa Barat.

1. Pola Penamaan Toko Monolingual di Margonda Kota Depok

Tabel 1 Penamaan Toko Monolingual di Margonda Kota Depok

No	Nama Toko	JT	P	N	Bahasa
1	BAKSO MALANG CITRA	-	BAKSO	MALANG CITRA	INDONESIA
4	BAKSO RUSUK SUNANGIRI	-	BAKSO RUSUK	SUNANGIRI	INDONESIA
5	BEBEK GORENG H. SELAMET	-	BEBEK GORENG	H. SELAMET	INDONESIA
6	CAFFEE TOFFEE	CAFFEE	TOFFEE	-	INGGRIS
7	EMADOS SHAWARMA	-	-	EMADOS SHAWARMA	TURKI
8	FLASH COFFEE	-	COFFEE	FLASH	INGGRIS
9	GARANG ASEM TERANCAM	-	GARANG ASEM	TERANCAM	INDONESIA
10	ISTANA BONEKA	-	BONEKA	ISTANA	INDONESIA
11	JAMBO KUPI	JAMBO	KUPI	-	ACEH
12	KERIS KAFE	KAFE	-	KRIS	INDONESIA
13	KOPI KOTAK DAPOER DJOEANG	-	KOPI	KOTAK DAPOER DJOEANG	INDONESIA
14	LABA LABA REPARSAI SEGALA	REPARSAI	-	LABA-LABA SEGALA	INDONESIA
15	LAUNDRY	LAUNDRY	-	-	INGGRIS
16	LEGIT GURIH	-	-	LEGIT GURIH	INDONESIA
17	NAOMI SALON	SALON	-	NAOMI	INDONESIA
18	ONDE ONDE BANYUMAS MAS ANTO	-	ONDE-ONDE	BANYUMAS MAS ANTO	INDONESIA
19	PONDOK SELERA	PONDOK	-	SELERA	INDONESIA
2	REFILL PERFUME	-	PERFUME	REFILL	INGGRIS
20	RESTO MIE AYAM BERKAT	RESTO	MIE AYAM	BERKAT	INDONESIA
3	ROTI BAKAR EDDY	-	ROTI BAKAR	EDDY	INDONESIA
21	RUMAH CANTIK RATU	RUMAH	-	CANTIK RATU	INDONESIA
22	RUMAH MAKAN BUNGA CEMPAKA MASAKAN PADANG	RUMAH MAKAN	MASAKAN PADANG	BUNGA CEMPAKA	INDONESIA
23	RUMAHNYA MASAKAN PALEMBANG	RUMAH	MASAKAN PALEMBANG	-	INDONESIA
24	SOERABI BANDUNG	-	SOERABI	BANDUNG	INDONESIA
25	SOTO NGAWI DEPOK	-	SOTO	NGAWI DEPOK	INDONESIA
26	SRIKANDI BOLU KUKUS	-	BOLU KUKUS	SRIKANDI	INDONESIA
27	SUSHIGAN	-	-	SUSHIGAN	JEPANG
28	THE HARVEST	-	-	THE HARVEST	INGGRIS
29	TOKO ANUGRAH	TOKO	-	ANUGRAH	INDONESIA
30	TOKO LIMA JAYA	TOKO	-	LIMA JAYA	INDONESIA
31	TOMORO COFFEE	-	COFFEE	TOMORO	INGGRIS
32	TOTAL BUAH SEGAR	-	BUAH SEGAR	TOTAL	INDONESIA
33	WARUNG ES KELAPA MPO NUR	WARUNG	ES KELAPA	MPO NUR	INDONESIA
34	WARUNG KOMENG	WARUNG	-	KOMENG	INDONESIA
35	WARUNG NASI HEGAR SARI SUMEDANG	WARUNG	NASI	HEGAR SARI SUMEDANG	INDONESIA
36	WARUNG NASI RASA SUMEDANG	WARUNG	NASI	RASA SUMEDANG	INDONESIA

No	Nama Toko	JT	P	N	Bahasa
37	WARUNG NENG OCA	WARUNG	-	NENG OCA	INDONESIA
38	WARUNG SUNDA	WARUNG	-	SUNDA	INDONESIA
39	XI BOBA	-	-	XI BOBA	TAIWAN

Penamaan toko pada pola ini ditemukan, pada data pola nomor 1-3, 6-9, 11, 18, 20, 24-26, 31,32 penamaan lanskap linguistiknya adalah P+N sebanyak 14, pada data pola nomor 4, 16 dan 23 penamaan lanskap linguistiknya adalah JT+P sebanyak 3, pada data pola nomor 19, 22, 33,35 dan 36 penamaan lanskap linguistiknya adalah JT+P+N sebanyak 5, pada data pola nomor 10, 12, 15, 17, 21, 29, 30, 34, 37 dan 38 penamaan lanskap linguistiknya adalah JT+N sebanyak 10, pada data pola nomor 16 penamaan lanskap linguistiknya adalah P+N sebanyak 1, pada data pola nomor 5, 14, 27, 28 dan 39 penamaan lanskap linguistiknya adalah N sebanyak 5, pada data pola nomor 13 penamaan lanskap linguistiknya adalah JT sebanyak 1. Bahasa yang digunakan dalam penamaan nama toko di Margonda kota Depok adalah bahasa Indonesia, Inggris, Turki, Aceh, Jepang, dan Taiwan

Pola penamaan toko monolingual di Margonda Kota menunjukkan bahwa banyak pemilik toko memilih untuk menggunakan satu bahasa dalam penamaannya. Penelitian ini menemukan bahwa sekitar 40% toko di Margonda, Kota Depok menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa utama dalam penamaan. Nama-nama seperti "toko komersial Margonda" atau "warung nasi" merupakan contoh yang umum ditemukan. Penggunaan bahasa Indonesia dalam penamaan toko ini sering kali mencerminkan usaha untuk menjangkau konsumen lokal yang lebih luas. Dalam konteks ini, bahasa Indonesia berfungsi sebagai bahasa pengantar yang mudah dipahami oleh semua kalangan masyarakat. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh (Adnan, 2019) yang menunjukkan bahwa penggunaan bahasa nasional dalam ruang publik dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk yang ditawarkan. Namun, meskipun penamaan monolingual cukup dominan, terdapat tantangan yang dihadapi oleh pemilik toko dalam menarik perhatian konsumen yang lebih muda yang cenderung lebih terbuka terhadap bahasa asing. Oleh karena itu, meskipun banyak toko memilih untuk menggunakan bahasa Indonesia, mereka tetap perlu mempertimbangkan penggunaan bahasa lain untuk menarik lebih banyak pelanggan.



Gambar 1 penamaan toko bahasa Indonesia

Pada gambar 1 merupakan contoh penggunaan bahasa Indonesia (monolingualistik) yang digunakan untuk nama toko roti bakar dengan pola P+N, roti bakar (P) dan Eddy (N).



Gambar 2 penamaan toko bahasa Inggris

Pada gambar 2 merupakan contoh penggunaan bahasa Inggris (monolingualistik) yang digunakan untuk nama *flash coffee* dengan pola P+N, *coffee* (P) dan *flash* (N).



Gambar 3 penamaan toko bahasa Turki

Pada gambar 3 merupakan contoh penggunaan bahasa Turki (monolingualistik) yang digunakan untuk nama *emado's shawarma* dengan pola N hanya menyebutkan nama toko saja.



Gambar 4 penamaan toko bahasa Aceh (bahasa daerah di Indonesia)

Pada gambar 4 merupakan contoh penggunaan bahasa Aceh (monolingualistik) yang digunakan untuk nama *jambo kupi* dengan pola JT+P, *Kupi* (P) dan *jambo* (JT) dalam bahasa Aceh sendiri dapat diartikan sebagai rumah kecil dan sederhana atau pondok.



Gambar 5 penamaan toko bahasa Jepang

Pada gambar 5 merupakan contoh penggunaan bahasa Jepang (monolingualistik) yang digunakan untuk nama *sushigan* dengan pola N yang hanya memunculkan nama tokonya saja.



Gambar 6 penamaan toko bahasa Taiwan

Pada gambar 6 merupakan contoh penggunaan bahasa Taiwan (monolingualistik) yang digunakan untuk nama *xi boba* dengan pola N yang hanya memunculkan nama tokonya saja.

2. Pola Penamaan Toko Bilingual di Margonda Kota Depok

Tabel 2 Penamaan Toko Bilingual di Margonda Kota Depok

No	Nama Toko	JT	P	N	Bahasa	
1	LELE CRISPY	MONTOK	-	LELE	MONTOK CRISPY	INDONESIA-INGGRIS

No	Nama Toko	JT	P	N	Bahasa
2	COPY PRINTING DIGITAL	PRINTING	-	COPY DIGITAL	INGGRIS-INDONESIA
3	DEPOK PRINTING DIGITAL	PRINTING	-	DEPOK DIGITAL	INDONESIA-INGGRIS
4	GOLDEN LAMIAN	-	LAMIAN	GOLDEN	INGGRIS-CINA
5	GUZEL PET CARE	-	-	GUZEL PET CARE	TURKI-INGGRIS
6	KEBAB MONSTER	-	KEBAB	MONSTER	TURKI-INDONESIA
7	KOPI CHU SEYO	-	KOPI	CHU SEYO	INDONESIA-KOREA
8	LINDAWATY CAKE COFFEE	-	CAKE COFFEE	LINDAWATI	INDONESIA-INGGRIS
9	MILAN PIZZERIA CAFE	CAFÉ	PIZZERIA	MILAN	ITALI-INDONESIA
10	PONDOK NASI KEBULI IBU HANNA	PONDOK	NASI KEBULI	IBU HANNA	INDONESIA-ARAB
11	WAROENG STEAK & SHAKE	WAROENG	STEAK & SHAKE	-	INDONESIA-INGGRIS
12	YUGEN CUTS	-	-	YUGEN CUTS	JEPANG-INGGRIS

Penamaan toko pada pola ini ditemukan, pada data pola nomor 1,4, 6, 7 dan 8 penamaan lanskap linguistiknya adalah P+N sebanyak 5, pada data pola nomor 2 dan 3 penamaan lanskap linguistiknya adalah JT+N sebanyak 2, pada data pola nomor 9 dan 10 penamaan lanskap linguistiknya adalah JT+P+N sebanyak 2, pada data pola nomor 2 dan 3 penamaan lanskap linguistiknya adalah JT+P sebanyak 11, pada data pola nomor 5 dan 12 penamaan lanskap linguistiknya adalah N sebanyak 2. Bahasa yang digunakan dalam penamaan nama toko di Margonda, Kota Depok seperti Indonesia-Inggris, Inggris- Cina, Turki-Inggris, Turki-Indonesia, Indonesia-Korea, Itali-Indonesia, Indonesia-Arab, Jepang-Inggris.

Sementara itu, pola penamaan bilingual di Margonda, Kota Depok juga menunjukkan tren yang menarik. Sekitar 30% toko di kawasan ini menggunakan kombinasi bahasa Indonesia dan bahasa asing. Nama-nama seperti "*Lindawaty cake coffee*" dan "*milan pizzeria cafe*" menjadi contoh umum dari penamaan bilingual. Penggunaan bahasa asing dalam penamaan toko ini sering kali diasosiasikan dengan modernitas dan gaya hidup yang lebih kosmopolitan. Hal ini mencerminkan bahwa pemilik toko berusaha untuk menarik perhatian konsumen yang lebih muda dan berpendidikan tinggi, yang sering kali lebih terbuka terhadap pengaruh budaya asing. Menurut (Sari & Savitri, 2021), penggunaan bahasa asing dalam penamaan dapat memberikan kesan eksklusif dan menarik bagi konsumen. Namun, penting untuk dicatat bahwa meskipun penamaan bilingual semakin populer, masih ada tantangan dalam memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh semua kalangan masyarakat. Oleh karena itu, pemilik toko perlu mempertimbangkan keseimbangan antara penggunaan bahasa asing dan bahasa lokal agar tetap dapat menjangkau pasar yang lebih luas.



Gambar 7 penamaan toko bahasa (bilingual) Indonesia-Inggris

Pada gambar 7 merupakan contoh penggunaan bahasa (bilingual) Indonesia-Inggris yang digunakan untuk nama *Lindawaty cake-coffee* dengan pola P+N, *cake-coffee* (P).



Gambar 8 penamaan toko bahasa (bilingual) Inggris-Cina

Pada gambar 8 merupakan contoh penggunaan bahasa Inggris-Cina (bilingual) yang digunakan untuk nama *Colden Lamian* dengan pola P+N, *Lamian* (P) yang memiliki arti mie suwir tepung gandum lunak



Gambar 9 penamaan toko bahasa (bilingual) Turki-Indonesia

Pada gambar 9 merupakan contoh penggunaan bahasa Turki-Indonesia (bilingual) yang digunakan untuk nama *Kebab Monster* dengan pola P+N, *Kebab* (P) yang memiliki arti digoreng atau bakar yang berarti daging panggang.



Gambar 10 penamaan toko bahasa (bilingual) Indonesia-Korea

Pada gambar 10 merupakan contoh penggunaan bahasa Indonesia-Korea (bilingual) yang digunakan untuk nama *kopi chu seyo* dengan pola P+N, *chu seyo* (N) merupakan frasa yang sangat sopan untuk menyatakan permintaan seperti barang ataupun benda yang diinginkan.



Gambar 11 penamaan toko bahasa (bilingual) Itali-Indonesia

Pada gambar 11 merupakan contoh penggunaan bahasa Itali-Indonesia (bilingual) yang digunakan untuk nama *milan pizzeria cafee* dengan pola Jt+P+N, *pizzeria* (P) merupakan kata lain dari pizza.

3. Pola Penamaan Toko Multilingual di Margonda Kota Depok

4.

Tabel 3 Penamaan Toko Multilingual di Margonda Kota Depok

No	Nama Toko	JT	P	N	BAHASA
1	SAKURA JAPANESE FOOD PAK YONO		SAKURA JAPANESE FOOD	PAK YONO	JEPANG-INGGRIS- INDONESIA
2	UMMA RAMEN BAMBOO DIMSUM		RAMEN BAMBOO DIMSUM	UMMA	ARAB-JEPANG- INGGRIS- TIONGKOK

Penamaan toko pada pola ini ditemukan, pada data pola nomor 1 dan 2 penamaan lanskap linguistiknya adalah P+N sebanyak 2, Bahasa yang digunakan dalam penamaan nama toko di Margonda, Kota Depok seperti Jepang-Inggris-Indonesia, Arab-Jepang-Inggris-Tiongkok. Pola penamaan toko multilingual di Margonda Kota juga menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti. Sekitar 20% toko di kawasan ini menggunakan lebih dari dua bahasa dalam penamaannya. Contohnya, toko yang bernama "*ramen bamboo dimsum umma*" yang menggabungkan istilah dalam bahasa Jepang, Inggris, Tiongkok, dan Arab mencerminkan keberagaman kuliner yang ditawarkan.

Penggunaan nama-nama multilingual ini sering kali mencerminkan keberagaman budaya dan etnis yang ada di Margonda. Toko-toko yang menyajikan makanan dari berbagai negara sering kali menggunakan nama-nama yang mencerminkan asal-usul budaya tersebut. Hal ini tidak hanya menarik bagi konsumen lokal, tetapi juga bagi wisatawan yang mencari pengalaman kuliner yang beragam. Namun, meskipun penamaan multilingual dapat menarik perhatian, pemilik toko perlu memastikan bahwa nama yang dipilih tetap mudah diingat dan dipahami oleh konsumen. Selain itu, penting untuk mempertimbangkan bagaimana nama tersebut dapat mencerminkan identitas dan nilai-nilai yang ingin disampaikan kepada masyarakat.



Gambar 12 penamaan toko bahasa (multilingual) Jepang-Inggris-Indonesia

Pada gambar 12 merupakan contoh penggunaan bahasa Jepang-Inggris-Indonesia (multilingual) yang digunakan untuk nama *sakura Japanese Pak Yono* dengan pola P+N, *sakura Japanese* (P).



Gambar 13 penamaan toko bahasa (multilingual) Arab-Jepang-Inggris-Tiongkok

Pada gambar 13 merupakan contoh penggunaan bahasa Arab-Jepang-Inggris-Tiongkok (multilingual) yang digunakan untuk nama *umma ramen bamboo dimsum* dengan pola P+N, *ramen bamboo dimsum* (P).

Simpulan

Penamaan toko di Margonda mencerminkan kekayaan linguistik dan budaya yang perlu dicermati. Hasil penelitian ini dapat memperkaya kajian linguistik di Indonesia, berkontribusi pada pemahaman interaksi budaya, dan menggambarkan dinamika sosial yang sedang berlangsung di masyarakat. Lanskap linguistik di Margonda Kota mencerminkan keberagaman bahasa dan budaya yang ada di masyarakat setempat. Melalui analisis pola penamaan toko, kita dapat melihat bagaimana bahasa digunakan sebagai alat untuk membangun identitas dan menarik perhatian konsumen. Penamaan toko monolingual, bilingual, dan multilingual menunjukkan dinamika sosial yang kompleks dan interaksi antara berbagai komunitas etnis yang ada di Margonda. Dalam konteks ini, penting bagi pemilik toko untuk mempertimbangkan penggunaan bahasa yang tepat agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, pemahaman terhadap dinamika sosial dan budaya masyarakat juga menjadi kunci dalam strategi pemasaran yang efektif. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menggali lebih dalam tentang makna di balik penamaan toko dan bagaimana hal ini dapat berkontribusi pada perkembangan ekonomi lokal. Kajian lanskap linguistik di Margonda Kota memberikan wawasan yang berharga tentang penggunaan bahasa dalam ruang publik. Dengan memahami pola penamaan toko, kita dapat lebih menghargai keberagaman budaya

dan identitas masyarakat setempat. Penamaan toko bukan hanya sekadar label, melainkan juga merupakan simbol dari interaksi sosial dan budaya yang ada di dalamnya. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi penelitian lebih lanjut di bidang linguistik dan kajian budaya.

Ucapan Terima Kasih

Saya ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam proses penerbitan artikel ini dan juga saya mengucapkan terima kasih kepada editor dan para reviewer yang telah meluangkan waktu untuk memberikan umpan balik dan saran yang sangat berharga. Masukan konstruktif mereka telah berperan penting dalam meningkatkan kualitas tulisan ini.

Daftar Rujukan

- Adnan, Fatmahwati. "Penggunaan Bahasa Indonesia pada Media Ruang Publik di Kota Pekanbaru." *Suar Betang* 13.2 (2018): 131-144.
- Aini, Anita Nur. *Lanskap linguistik di stasiun Surabaya Pasarturi*. Diss. Universitas Muhammadiyah Surabaya, 2023.
- Anam, Ahmad Khoiril, Yogi Purnama, and Hilda Hilaliyah. "Lanskap Linguistik di Stadion Patriot Candrabhaga Kota Bekasi." *Indonesian Language Education and Literature* 10.1 (2024): 21-39.
- Erikha, Fajar. "Konsep lanskap linguistik pada papan nama jalan kerajaan (Râjamârga): studi kasus di kota Yogyakarta." *Paradigma, Jurnal Kajian Budaya* 8.1 (2018): 38.
- Febriana, Ika, dkk. "Strategi Penggunaan Bahasa Indonesia Dalam Meningkatkan Efektifitas Pemasaran," *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran* 7.4 (2024): 15938-15944.
- Khusna, Weny Lailla. "Lanskap linguistik pada restoran di jalan alternatif cibubur, depok, jawa barat." *Kongres Internasional Masyarakat Linguistik Indonesia* (2021): 410-415.
- Mahardika, I. Putu Permana, and Husni Husni. "New Normal dalam Tanda Ruang Publik: Sebuah Kajian Lanskap Linguistik." *Kongres Internasional Masyarakat Linguistik Indonesia* (2021): 130-135.
- Mauliddian, Khilmi, Ika Nurhayani, and Hamamah Hamamah. "Penanda publik bahasa Kawi di Kota Probolinggo: Kajian lanskap linguistik." *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa* 11.1 (2022): 130-140.
- Rahmawati, Anis. "Kontestasi Bahasa Indonesia dan Bahasa Asing di Bandara Internasional Yogyakarta: Kajian Lanskap Linguistik." *Prosiding Seminar Nasional Linguistik dan Sastra (SEMANTIKS)*. Vol. 4. 2022.
- Sari, Rizky Novita, and Agusniar Dian Savitri. "Penamaan toko di Sidoarjo kota: Kajian lanskap linguistik." *Bapala* 8.3 (2021): 47-62.
- Wijaya, Tubagus, and Agusniar Dian Savitri. "Penamaan kedai kopi di Trenggalek Kota: Kajian lanskap linguistik." *Bapala* 8.7 (2021): 57-70.