

Sikap bahasa dalam lanskap linguistik Posting-an Akun Instagram bertemakan Kebudayaan Betawi = Language attitude in the linguistic landscape of Batavian Culture-related Instagram Accounts' posts

Rafif Auфа Nanda, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920567279&lokasi=lokal>

Abstrak

Pemilihan penggunaan bahasa di ruang publik dipengaruhi oleh ideologi bahasa, termasuk sikap terhadap bahasa tersebut, yang dapat menunjukkan sikap bahasa secara konatif dari pembuat tanda. Penelitian ini berusaha untuk melihat penggunaan bahasa pada lanskap linguistik maya dalam bentuk takarir posting-an akun Instagram yang bertemakan kebudayaan Betawi dan juga sikap bahasa yang terpampang pada tanda-tanda tersebut. Data disaring berdasarkan tema Idulfitri, yang juga merupakan salah satu unsur kebudayaan Betawi, pada posting-an tahun 2020 hingga 2023. Analisis dilakukan dengan metode campuran dengan mengaitkan eksistensi dan prevalensi bahasa pada lanskap dengan sikap bahasa secara konatif yang terpampang. Hasil menunjukkan bahwa terdapat empat bahasa yang tampak dalam lanskap, yaitu bahasa Indonesia, bahasa Betawi, bahasa Arab, dan bahasa Inggris. Dominasi bahasa Indonesia, sebagai bahasa resmi, menunjukkan sikap positif yang paling dominan di antara bahasa-bahasa lainnya. Sementara itu, bahasa Betawi, sebagai heritage language, menempati urutan kedua dan lebih digunakan untuk menampilkan identitas kebetawian yang dibawa oleh akun tersebut. Bahasa asing lainnya, yaitu bahasa Arab dan Inggris, yang tidak memiliki status resmi di Indonesia juga turut hadir dengan penggunaan yang berkaitan dengan kebutuhan tertentu, seperti bahasa Arab yang berkaitan dengan tema Idulfitri dan bahasa Inggris yang berkaitan dengan istilah-istilah media sosial. Dapat disimpulkan bahwa kecenderungan penggunaan dan sikap terhadap bahasa Indonesia pada lanskap maya ini terlihat paling dominan sebagaimana yang ditemukan dalam penelitian-penelitian lanskap linguistik fisik di Indonesia pada umumnya.

.....Language use choices in public spaces are influenced by language ideology, including the language attitude, that displays the behavioral (or conative) language attitude of the sign maker. This research seeks to observe the language use in the virtual landscape linguistic in the form of Instagram posts' caption of Batavian culture-related Instagram account and the language attitude displayed from the signs. The data were filtered according to the theme chosen, i.e. Eid al-Fitr, which becomes an element of the Batavian culture, ranging from 2020 to 2023 posts. The analysis uses a mixed method by connecting the existence and prevalence of languages with the conative language attitude displayed in the landscape. Results show that there are four languages shown in the landscape, i.e. Indonesian, Batavian, Arabic, and English. The dominance of Indonesian, as the official language, shows the most dominant positive attitude amongst other languages. Besides, Batavian, as a heritage language, takes the second place and is more used to display the Batavian identity that the accounts try to bring up. Other foreign languages, i.e. Arabic and English, which has no official status in Indonesia also appears with need-related uses, such as Arabic which is related to Eid al-Fitr theme and English for technological terms. It can be concluded that the tendency of use and language attitude towards Indonesia in this virtual landscape linguistik appear to be the most dominant as also generally found on many researches on physical linguistic landscape in Indonesia.