Persona: Kajian Bahasa dan Sastra
Vol. 4 (2): 338-357

LANSKAP LINGUISTIK DALAM WACANA IKLAN PADA RUANG PUBLIK DI KOTA PADANG
LINGUISTIC LANDSCAPE IN ADVERTISING DISCOURSE IN PUBLIC SPACES IN PADANG CITY

Annisa Zuhra, Agustina*
[1]Universitas Negeri Padang
*Corresponding Author. Email: agustina@fbs.unp.ac.id

Abstrak
Artikel ini membahas tentang lanskap linguistik dalam wacana iklan pada ruang publik Kota Padang. Oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan: (1) pola lanskap linguistik, (2) bentuk lanskap linguistik, (3) fungsi lanskap linguistik dalam wacana iklan pada ruang publik di kota Padang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, menggunakan metode deskriptif. Data penelitian ini adalah foto iklan cetak, baliho, spanduk, billboard, poster pada ruang publik sepanjang jalan utama di Kota Padang. Instrumen penelitian ini adalah peneliti sendiri, sedangkan metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah metode observasi dan dokumentasi dengan teknik catat-foto iklan sepanjang jalan utama pada ruang publik di Kota Padang. Teknik penganalisisan data melalui 3 tahapan, yaitu klasifikasi data, dan interpretasi data, penyimpulan data. Berdasarkan hasil analisis data, didapat 170 data temuan penelitian dengan rincian sebagai berikut. Pertama, ditemukan tiga pola lanskap linguistik dalam wacana iklan pada ruang publik di Kota Padang, yaitu pola monolingual, pola bilingual, dan pola multilingual. Pola lanskap linguistik yang dominan ditemukan adalah pola bilingual yaitu sebanyak 91 temuan. Kedua, ditemukan dua bentuk lanskap linguistik dalam wacana iklan pada ruang publik di Kota Padang, yaitu bentuk top-down dan bentuk bottom-up. Bentuk lanskap linguistik yang dominan ditemukan adalah bentuk bottom-up yaitu sebanyak 113 temuan. Ketiga, ditemukan lima fungsi lanskap linguistik dalam wacana iklan pada ruang publik di Kota Padang, yaitu fungsi informatif, fungsi simbolik, fungsi pendidikan, fungsi sosial, dan fungsi ekonomi.Fungsi lanskap linguistik yang dominan ditemukan adalah fungsi fungsi informatif yaitu sebanyak 56 temuan.

Kata kunci: *lanskap linguistik, iklan, jalan utama, kota Padang*

Abstract
This article discusses the linguistic landscape in advertising discourse in public spaces in Padang City. Therefore, the purpose of this study is to explain: (1) linguistic landscape patterns, (2) linguistic landscape forms, (3) linguistic landscape functions in advertising discourse in public spaces in Padang City. This type of research is qualitative research, using descriptive methods. The data for this study are printed advertisement photos, billboards, banners, billboards, posters in public spaces along the main roads in Padang City. The research instrument is the researcher himself, while the method used in data collection is the observation and documentation method with the technique of recording advertisement photos along the main roads in public spaces in Padang City. The data analysis technique is through 3 stages, namely data classification, and data interpretation, data conclusion. Based on the results of the data analysis, the following research findings were obtained. First, three linguistic landscape patterns were found in advertising discourse in public spaces in Padang City, namely monolingual patterns, bilingual patterns, and multilingual patterns. The dominant linguistic landscape pattern found was the bilingual pattern, which was 91 findings. Second, two forms of linguistic landscapes were found in advertising discourse in public spaces in Padang City, namely top-down and bottom-up forms. The dominant form of linguistic landscape found was the bottom-up form, with 113 findings. Third, five functions of linguistic landscapes were found in advertising discourse in public spaces in Padang City, namely informative function, symbolic function, educational function, social function, and economic function. The dominant function of linguistic landscape found was the informative function, with 56 findings.

Keywords: *linguistic landscape, advertising, main road, Padang city*

Open Acces under *Attribution-NonCommercial 4.0 International*

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat komunikasi yang digunakan di ruang publik, mencerminkan identitas nasional, dan memudahkan komunikasi bagi masyarakat. Oleh karena itu, dengan bantuan bahasa manusia dapat memahami informasi yang ditemukan. Lanskap linguistik sendiri berkaitan dengan penggunaan bahasa yang terdapat pada rambu-rambu jalan umum, papan iklan, nama jalan, nama tempat, tanda toko komersial, rambu-rambu, papan informasi publik di gedung-gedung pemerintah (Landry dan Bourhis, 1997: 25).

Lanskap linguistik dapat dipahami sebagai kajian mengenai penggunaan bahasa tulis yang ada di ruang publik. Landry dan Bourhis (1997: 27) mengatakan lanskap linguistik merupakan bahasa-bahasa yang terlihat dan dianggap penting yang ditulis oleh pemerintah atau swasta atau bisa juga individu pada suatu teritorial, kawasan, atau daerah urban. Menurut Backhaus (dalam Afiyah, 2019: 11), Lanskap Linguistik adalah semua bahasa visual atau segala bentuk bahasa visual atau tertulis yang terdapat di ruang publik. Kemudian Rahmawati (2022: 76) juga berpendapat bahwa studi lanskap linguistik berfokus pada penggunaan bahasa tertulis dalam tanda-tanda di ruang publik, baik yang bersifat statis maupun dinamis.

Yendra & Artawa (2020: 45) berpendapat bahwa secara umum pola penggunaan bahasa pada lanskap linguistik merupakan penggunaan bentuk linguistik dengan bentuk kode tertentu, kode itu dengan bentuk monolingual, bilingual, atau multilingual yang berfungsi sebagai penanda informasi dan penanda simbolik sebuah wilayah (territory) atau agama (religion). Landry dan Bourhis (dalam Yendra dan Artawa, 2020: 16) membedakan lanskap linguistik anatara tanda-tanda komersial "swasta", dan "pemerintahan". Ben-Rafael, et al. (2006: 10) membedakannya dengan istilah "top-down" untuk tanda resmi dan "bottom-up" untuk tanda pribadi atau swasta.

Yendra dan Artawa (2020: v) menjelaskan terdapat empat fungsi lanskap linguistik, yaitu fungsi informatif, simbolik, pendidikan, dan sosial. Fungsi informatif dimaksudkan sebagai pemberi informasi tentang keanekaragaman linguistik dari area yang ditentukan dan tingkat keterlibatan area dalam proses globalisasi. Fungsi simbolik menunjukkan hubungan antara objek kajian LL dengan status bahasa, kekuatan demografis, dan peran kelembagaan kelompok etnis. Fungsi pendidikan berperan dalam memotivasi pembaca untuk mempelajari bahasa melalui tanda-tanda di ruang publik. Fungsi sosial berperan dalam mencerminkan identitas lokal dan nasional serta menggambarkan sikap kelompok sosial terhadap isu-isu yang terkait dengan tanda-tanda tersebut. Sejalan dengan ini Landry dan Bourhis (1997: 25), menyebutkan bahwa LL memiliki dua fungsi yakni fungsi informasional dan fungsi simbolik yang berkaitan dengan identitas, ekonomi, situasi sosial budaya, dan lain-lain.

Lanskap linguistik memiliki peranan dalam periklanan (Ben-Rafael, et al., 2006). Bahasa yang digunakan pada ruang publik seperti iklan ini menarik untuk diteliti karena dapat mengungkapkan makna, pesan, tujuan, dan konteks yang berusaha dibangun oleh pembuat tanda tersebut. Iklan-iklan ini dipasang di tempat-tempat yang mudah dilihat oleh masyarakat yang melintas, seperti pada banner, spanduk, dan papan reklame. Umumnya, iklan hanya dilihat sekilas karena bukan merupakan informasi utama yang dicari oleh orang-orang yang lewat. Salah satu tempat yang banyak terdapat iklan adalah jalan-jalan utama pada ruang publik di Kota Padang. Jalan-jalan utama pada ruang publik di Kota Padang banyak menyajikan iklan dengan berbagai macam bahasa, ada yang hanya menyampaikan iklan dengan satu bahasa, ada juga yang menyampaikan iklan dengan dua bahasa bahkan sampai tiga bahasa dalam satu iklan. Oleh karena itu, perlu dikaji secara akademis untuk melihat bagaimana penggunaan bahasa tulis yang ada di ruang publik kota Padang, dengan sasaran Jalan Gajah Mada yang lebih dikenal dengan nama Jalan Gunung Pangilun, Jalan KH Ahmad Dahlan, Jalan Jhoni Anwar, Jalan Prof. Dr. Hamka, Jalan S. Parman, Jalan Khatib Sulaiman, Jalan Jendral Sudirman, Jalan Damar, dan Jalan Pemuda

Penelitian tentang lanskap linguistik dalam beberapa tahun terakhir pada media sosial sudah banyak dilakukan, umumnya membahas lanskap linguistik dalam ruang publik, diantaranya dalam penelitian Widiyanto (2019) yang membahas lanskap linguistik pada ruang publik Museum Radya Pustaka Surakarta, Erikha (2018) yang membahs lanskap linguistik pada Papan Nama Jalan

Kerajaan (Rajamarga), Ardhian, dkk (2023) yang membahas lanskap linguistik pada area publik pemakaman Umum Kota Magelang, Lestari (2023) yang membahas variasi lanskap linguistik di ruang publik Magelang, Lailiyah, dkk (2024) yang membahas variasi lanskap linguistik pada ruang publik Lokawisata Situbondon. Penelitian ini menganalisis pola lanskap linguistik, bentuk lanskap linguistik, fungsi lanskap linguistik dalam wacana iklan pada ruang publik di Kota Padang. Pilihan terhadap wacana iklan pada ruang publik di Kota Padang didasarkan atas belum dilakukannya penelitian lanskap linguistik pada ruang publik di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan konsep dan teori lanskap linguistik yang dikemukakan oleh beberapa tokoh di atas.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, menggunakan metode deskriptif, yakni penelitian di mana data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata dan gambar, bukan angka-angka (Moleong, 2012:11). Data penelitian ini adalah adalah foto iklan pada ruang publik meliputi semua iklan baik iklan di instansi seperti kantor-kantor pemerintahan, perusahaan dan iklan di papan-papan pinggir jalan sepanjang jalan utama di Kota Padang, jalan yang akan menjadi sasaran yaitu Jalan Gajah Mada yang lebih dikenal dengan nama Jalan Gunung Pangilun, Jalan KH Ahmad Dahlan, Jalan Jalan Jhoni Anwar, Jalan Prof. Dr. Hamka, Jalan S. Parman, Jalan Khatib Sulaiman, Jalan Jendral Sudirman, Jalan Rasuna Said, Jalan Damar, dan Jalan Pemuda dari Agustus 2024-Maret 2025 sebagai sumber data penelitian. Instrumen penelitian ini adalah peneliti sendiri, dengan bantuan ponsel merek Iphone Xr untuk mengambil dokumentasi foto, dalam pengumpulan data berperan turun langsung ke lapangan untuk mengambil foto, dan mencatat variasi bahasa dalam iklan yang ditemui, lalu mengidentifikasi data yang mengandung lanskap linguistik dan mengklasifikasikan data berdasarkan tujuan penelitian. Data yang telah terklasifikasi divalidasi oleh pakar terkait, kemudian data dianalisis berdasarkan indikator pola lanskap linguistik, bentuk lanskap linguistik, dan fungsi lanskap linguistik, kemudian hasil analisis data dibahas berdasarkan teori dan dibandingkan dengan hasil-hasil penelitian terdahulu, terakhir melakukan penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN

A. *Pola Lanskap Linguistik dalam Wacana Iklan pada Ruang Publik di Kota Padang*

Dari hasil identifikasi data, ditemukan 170 data yang mengandung lanskap linguistik yang diklasifikasikan berdasarkan tiga tujuan penelitian. Berdasarkan pola lanskap linguisik, ditemukan tiga pola lanskap linguistik yang terdapat dalam wacana iklan pada ruang publik di Kota Padang, seperti terlihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Pola Lanskap Linguistik dalam Wacana Iklan pada Ruang Publik di Kota Padang

No	Pola	Temuan Penelitian	Sumber	Jumlah	Total
1.	Monolingual	Inggris	IK	14	
		Indonesia	IK	14	
		Indonesia	InK	31	64
		Inggris	InK	1	
		Indonesia	IC	4	
2.	Bilingual	Indonesia-Inggris	IK	54	
		Indonesia-Minang	IK	2	
		Indonesia-Arab	IK	1	
		Indonesia-Arab	InK	4	91
		Indonesia-Inggris	InK	13	
		Indonesia-Minang	InK	3	
		Indonesia-Cina	InK	1	
		Indonesia-Inggris	IC	8	
		Indonesia-Arab	IC	4	
3.	Multilingual	Indonesia-Inggris-Minang	IK	1	

	Indonesia-Inggris-Minang	InK	4	16
	Indonesia-Inggris-Arab	IC	5	
	Indonesia-Inggris-Cina	IC	4	
	Indonesia-Inggris-Minang	IC	2	
	Jumlah Keseluruhan			**170**

Pola lanskap linguistik dalam wacana iklan pada ruang publik di Kota Padang ditemukan sebanyak 169 data. Pola lanskap linguistik monolingual ditemukan 63 data, bilingual ditemukan 91 data, dan multilingual ditemukan 15 data. Pola lanskap linguistik yang paling dominan adalah pola bilingual yaitu sebanyak 91 data. Berikut ini adalah analisis jenis-jenis ujaran kebencian yang ditemukan.

1. Pola Monolingual

Monolingual adalah situasi di mana individu dalam masyarakat hanya mampu menggunakan satu bahasa untuk berkomunikasi. Berikut ini adalah beberapa data yang mengandung pola monolingual.

1) IK-22

Gambar 1 Jl. Gajah Mada

↓

Saat flu & batuk bikin hari berantakan, redakan dengan Procold
BUKTIKAN SENDIRI
TANPA KANTUK

Data ini mengandung pola monolingual karena hanya menggunakan satu bahasa yaitu bahasa Indonesia. Kalimat bahasa Indonesia ditunjukkan dengan tulisan *Saat flu & batuk bikin hari berantakan, redakan dengan Procold, BUKTIKAN SENDIRI, TANPA NGANTUK*. Lanskap pada data ini berisi pesan yang disebarkan kepada khalayak umum dengan tujuan untuk memperkenalkan produk *Procold*. Huruf yang digunakan untuk penulisan pada papan iklan tersebut terdisri dari dua bentuk yaitu huruf kecil dan huruf kapital, huruf kecil digunakan untuk menjelaskan pesan iklan sedangkan huruf kapital digunakan untuk mempertegas pesan kepada khalayak umum. , dan agar lebih mudah dibaca serta dipahami.

2) InK-1

Gambar 2 Jl. Khatib Sulaiman

↓

bkkbn
yakkinnnnnn.....
Mau Nikah Muda?

Data ini memiliki pola monolingual karena hanya menggunakan satu bahasa yaitu bahasa Indonesia. Frasa bahasa Indonesia ditunjukkan dengan tulisan *yakkinnnnnn..... Mau Nikah Muda?*. Penggunaan satu bahasa yaitu bahasa Indonesia menunjukkan bahwa target *audiens* utama iklan ini adalah masyarakat lokal, terutama generasi muda. *Yakkinnnnnn.....* yang dituliskan dengan huruf berulang dan tanda titik memberikan efek dramatis serta menekankan nada bertanya dan menantang langsung kepada pembaca dengan nada yang lebih kuat. Sedangkan *Mau Nikah Muda?* memberikan memberika reflek pribadi kepada pembaca untuk berpikir ulang mengenai keputusan untuk menikah muda.

2. Pola Bilingual

Bilingual adalah penggunaan dua bahasa dalam masyarakat yang digunakan untuk berkomunikasi baik lisan maupun tulisan. Pola bilingual ini merujuk pada pengggunaan bahasa tulis yang dicampur atau digabungkan dengan bahasa lain. Berikut ini adalah beberapa data yang mengandung pola bilingual.

1) IK-15

Gambar 3 Jl. Gajah Mada

↓

SOMETHING
Low pH Gentle Jelly Cleanser
Cleanser terbaik, gak bikin kulit kering ketarik!
AWARD WINNING
Shopee Mall 100% ORI

Data ini mengandung pola bilingual karena menggunakan dua bahasa dengan menggabungkan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Pola bilingual ditunjukkan dengan tulisan *SOMETHING Low pH Gentle Jelly Cleanser Cleanser terbaik, gak bikin kulit kering ketarik*. Kalimat *Cleanser terbaik, gak bikin kulit kering ketarik* menggunakan bahasa Indonesia untuk menciptakan kesan santai dan akrab serta menarik perhatian konsumen. Sementara *SOMETHING Low pH Gentle Jelly Cleanser* menggunakan bahasa Inggris untuk memberikan kesan lebih modern dan menarik perhatian konsumen kecantikan global. *AWARD WINNING Shopee Mall 100% ORI* memberikan penekanan bahwa produk ini merupakan yang terbaik dan dijamin keasliannya. Bahasa Indonesia digunakan karena merupakan bahasa yang lebih dekat dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari, untuk menjaga daya tarik internasional maka penamaan produk menggunakan bahasa Inggris.

2) IK-65

Gambar 4 Jl. Khatib Sulaiman

↓

MAMBANTANG JALAN PULANG MANJAGO RUMAH BASAMO
SEMEN PADANG JAMINAN MUTU DAN KEKUATAN
Sejak 1910

Data ini memiliki pola bilingual karena menggunakan dua bahasa dengan menggabungkan bahasa Indonesia dan bahasa Minangkabau. Pola bilingual iklan ini ditunjukkan dengan tulisan *MAMBANTANG JALAN PULANG MANJAGO RUMAH BASAMO SEMEN PADANG JAMINAN MUTU DAN KEKUATAN Sejak 1910*. Kalimat utama iklan *MAMBANTANG JALAN PULANG MANJAGO RUMAH BASAMO* menggunakan bahasa Minangkabau yang memiliki makna mendalam mencerminkan nilai-nilai kekeluargaan, ketika perantau memiliki ikatan kuat akan rumah di kampung halaman. Penggunaan bahasa Indonesia untuk *SEMEN PADANG JAMINAN MUTU DAN KEKUATAN Sejak 1910* menggunakan bahasa formal untuk menegaskan identitas dan kualitas produk yang masih bertahan sejak 1910 sampai sekarang.

3) IK-18

Gambar 5 Jl. Khatib Sulaiman

↓

Warisan Luhur Budaya Indonesia
Sarung Tenun
Gajah Duduk
فوطه انتاج اندو نبسيا
Legenda Nusantara

Data ini mengandung pola bilingual karena menggunakan dua bahasa dengan menggabungkan bahasa Indonesia dan bahasa Arab. Pola bilingual iklan ini ditunjukkan dengan tulisan *Warisan Luhur Budaya Indonesia Sarung Tenun Gajah Duduk* فوطه انتاج اندو نبسيا Legenda Nusantara. Bagian utama dalam iklan ini adalah *Warisan Luhur Budaya Indonesia Sarung Tenun Gajah Duduk* yang menggunakan bahasa Indonesai karena target *audiens* produk ini adalah orang Indonesia serta menekankan aspek budaya dan identitas lokal dari produk yang ditawarkan. Sementara itu فوطه انتاج اندو نبسيا menggunakan bahasa Arab untuk mendukung citra produk dan memberikan kesan identik dan relevan dengan konsumen muslim dan orangyang akrab dengan bahasa Arab.

4) InK-25

Gambar 6 Jl. Pemuda

Segenap Karyawan/ti PT. Bank Central Asia Mengucapkan
SELAMAT TAHUN BARU
IMLEK 2576
GONG XI FA CAI

Data ini mengandung pola bilingual karena menggunakan dua bahasa dengan menggabungkan bahasa Indonesia dan bahasa Cina. Pola bilingual iklan ini ditunjukkan dengan tulisan *Segenap Karyawan/ti PT. Bank Central Asia Mengucapkan SELAMAT TAHUN BARU IMLEK 2576 GONG XI FA CAI*. Bahasa Indonesia dalam iklan ini digunakan untuk memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan dapat dibaca dan diahami oleh masyarakat yang bukan merayakan Tahun Baru Imlek. Sedangkan *IMLEK 2576 GONG XI FA CAI* menggunakan bahasa Cina untuk memberikan nuansa budaya Cina yang melekat dengan perayaaan Tahun Baru Imlek ini, mencerminkan kedepulian terhadap hari penting dalam budaya Cina.

2. Pola Multilingual

Multilingual adalah penggunaan tiga atau lebih bahasa dalam masyarakat yang digunakan untuk berkomunikasi baik lisan maupun tulisan. Dalam konteks ini pola multilingual yang merujuk pada pengggunaan bahasa tulis yang dicampur atau digabungkan dengan bahasa lain dalam sebuah iklan. Berikut ini adalah beberapa data yang mengandung pola multilingual.

3) InK-64

Gambar 7 Jl. S. Parman

↓

MELODI PEMERASTU
PARADE MUSIK SENJA 2024
Alah Lamo Indak
FEATURING: ALUMNI UNIVERSITAS BUNG HATTA
DOORS OPEN: 10AM

Data ini memiliki pola multilingual karena menggunakan tiga bahasa dengan menggabungkan bahasa Indonesia, bahasa Inggris, dan bahasa Minangkabau. Pola multilingual iklan ini ditunjukkan dengan tulisan *MELODI PEMERSTU PARADE MUSIK SENJA 2024 Alah Lamo Indak FEATURING: ALUMNI UNIVERSITAS BUNG HATTA DOORS OPEN: 10AM*. Penggunaan bahasa Indonesia *MELODI PEMERSTU PARADE MUSIK SENJA 2024* digunakan untuk mnejelaskan tema acara yang diselenggarakan agar mudah dipahami oleh masyarakat. Untuk penggunaan bahasa Inggris *FEATURING: ALUMNI UNIVERSITAS BUNG HATTA DOORS OPEN: 10AM* memberikan kesan modern dan internasional yang umum digunakan untuk pengumuman acara musik berskala besar. Selain itu bahasa Minangkabau *Alah Lamo Indak* muncul sebagai jati diri dan menciptakan kedekatan emosi dengan pembaca serta membangkitkan jiwa antusias pembaca terhadap acara yang sudah lama dinantikan.

4) IC-12

Gambar 8 Jl. Moh. Yamin

↓

Halal Bihalal Sato Resto
ALL YOU CAN EAT
IDR 99k/pax
Minimum 20 pax
Berlaku mulai 3 April-30 April 2025

Data ini memiliki pola multilingual karena menggunakan tiga bahasa dengan menggabungkan bahasa Indonesia, bahasa Inggris, dan bahasa Arab. Pola multilingual iklan ini ditunjukkan dengan tulisan *Halal Bihalal Sato Resto ALL YOU CAN EAT IDR 99k/pax Minimum 20 pax Berlaku mulai 3 April-30 April 2025*. Penggunaan bahasa Indonesia digunakan untuk memberikan informasi masa berlaku dari program yang tersedia dalam iklan tersebut. Sedangkan penggunaan bahasa Inggris *ALL YOU CAN EAT IDR 99k/pax Minimum 20 pax* memberikan kesan internasional dan kesan modern dari promosi restoran. Selain itu juga terdapat bahasa Arab *Halal Bihalal* yang menunjukkan identitas umat muslim yang saling memaafkan setelah hari lebaran dan tetap menjalin tradisi silaturahmi.

5) IC-9

Gambar 9 Jl. Prof. Dr. Hamka

PIMPINAN & STAF WULING MAJU MOTOR MENGUCAPKAN
HAPPY CHINESE NEW YEAR 2576 *KONGZILI*-2025M

Data ini mengandung pola multilingual karena menggunakan tiga bahasa dengan menggabungkan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, dan bahasa Hokkien. Pola multilingual ditunjukkan dengan tulisan *PIMPINAN & STAF WULING MAJU MOTOR MENGUCAPKAN HAPPY CHINESE NEW YEAR 2576 KONGZILI-2025M*. Penggunaan bahasa Indonesia digunakan agar tetap dapat menjangkau masyarakat umum dan pesan tetap jelas dan mudah dipahami bagi yang bukan sedang merayakan tahun baru Kongzili. Sedangkan frasa dalam bahasa Inggris *HAPPY CHINESE NEW YEAR* memberikan kesan modern dan internasional sesuai dengan perayaan global Kongzili. Selain ini penggunaan bahasa Cina dalam *2576 KONGZILI-2025M* ditujukan untuk menunjukkan penanggalan dalam kalender Tionghoa, yang memperkuat unsur budaya dan tradisi komunitas Tionghoa.

B. *Bentuk Lanskap Linguistik dalam Wacana Iklan pada Ruang Publik di Kota Padang*

Temuan lanskap linguistik berikutnya adalah bentuk lanskap linguistik dalam wacana iklan pada ruang publik di Kota Padang, dapat dilihat berdasarkan tabel berikut.

Tabel 2. Bentuk Lanskap Linguistik dalam Wacana Iklan
pada Ruang Publik di Kota Padang

No	Bentuk	Temuan Penelitian	Sumber	Jumlah	Total
1.	*Top-down*	Kantor Pemerintah Daerah	IK	5	
		Instansi Pendidikan	InK	52	57
		Kantor Kedinasan	IC	0	
2.	*Bottom-up*	Swalayan	IK	81	
		Kantor Organisasi Swasta	InK	5	113
		Spanduk himbauan	IC	27	
		Spanduk kegiatan			
		Poster acara komunitas			
		Poster promosi barang dan jasa			
		Papan informasi			
		Restoran			
		Hotel			
		Jumlah Keseluruhan			**170**

Pola lanskap linguistik yang dominan ditemukan dalam wacana iklan pada ruang publik di Kota Padang adalah bentuk bottom-up yaitu sebanyak 112, sedangkan untuk bentuk top-down hanya ditemukan sebanyak 48 data. Berikut ini adalah analisis bentuk lanskap linguistik dalam wacana iklan pada ruang publik di Kota Padang.

1. Bentuk *Top-down*

Top-down mengacu pada teks lanskap linguistik yang bersifat resmi yang berasal dari atas ke bawah. Merujuk pada pengggunaan bahasa tulis yang dibuat oleh badan atau lembaga publik, tanda di situs-situs publik, pengumuman publik dan nama jalan. Berikut ini adalah beberapa data yang mengandung bentuk *top-down.*

6) InK-8

Gambar 4.10 Jl. Khatib Sulaiman

Pemerintahan Provisi Sumatera Barat

Mengucapkan Selamat Idul *Fitri* 1 *Syawal* 1446 H/2025 M
Taqabbalallahu Minna Wa Minkum Taqabbal Ya Karim, Minal Aidin Wal Faidzin,
Mohan Maaf Lahir & Bathin
Dan Selamat Datang Perantau Minang DI KAMPUNG HALAMAN

Data di atas, terdapat bentuk lanskap linguistik yaitu *top-down*. Data ini mengandung bentuk *top-down* karena berasal dari atas ke bawah yaitu dari Pemerintahan Provisi Sumatera Barat. *Mengucapkan Selamat Idul Fitri 1 Syawal 1446 H/2025 M Taqabbalallahu Minna Wa Minkum Taqabbal Ya Karim, Minal Aidin Wal Faidzin, Mohan Maaf Lahir & Bathin Dan Selamat Datang Perantau Minang DI KAMPUNG HALAMAN* ini merupakan ucapan dan sambutan hangat bagi para perantau Minang yang kembali ke kampung halaman. Lanskap pada data ini berisi pesan yang disebarkan kepada masyarakat umum untuk mempererat hubungan emosional antara pemerintahan dan masyarakat, khusunya para perantau, serta menunjukkan kehadiran pemerintah dalam hari penting umat muslim.

7) InK-65

Gambar 4.11 Jl. Pemuda

DIREKTUL JENDERAL PAJAK (DJP)

AKU SUDAH LAPOR KAMU KAPAN?
LEBIH AWAL LEBIH NYAMAN

Data ini menunjukkan bentuk *top-down* karena berasal dari atas ke bawah yaitu instansi pemerintahan DJP (Direktorat Jenderal Pajak), yang bertanggung jawab atas pengelolaan dan pengawasan pajak. Frasa *AKU SUDAH LAPOR KAMU KAPAN? LEBIH AWAL LEBIH NYAMAN* merupakan ajakan atau dorongan agar masyarakat segera melaporkan pajak mereka dengan tepat waktu atau lebih awal demi kenyamanan. Dalam iklam tersebut tercantum *efiling* yang merupakan sistem pengajuan Surat Pemberitahuan (SPT) secara online. Iklan ini disampaikan untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak dalam melaporkan pajak mereka.

2. Bentuk *Bottom-up*

Bottom-up mengacu pada teks lanskap linguistik yang bersifat individu yang berasal dari bawah ke atas. Lanskap yang bersifat *bottom-up* seperti misalnya penamaan pemilik toko terhadap nama toko, tanda pada bisnis (kantor, pabrik, agen swasta), maklumat pribadi (jual, sewa, mobil atau rumah) dan pengumuman pribadi termasuk iklan lowongan pekerjaan. Berikut ini adalah beberapa data yang mengandung bentuk *bottom-up.*

8) IK-45

Gambar 4.12 Jl. Prof. Dr. Hamka

PT. Dolfa Jaya Property

AWAS!
KUOTA SUBSIDI HAMPIR HABIS
SEKARANG WAKTUNYA MILIKI RUMAH IMPIAN!

Data ini menunjukkan bentuk *bottom-up* karena berasal dari bawah ke atas dari kepentingan masyarakat yang mendorong mereka untuk bertindak. Frasa *AWAS! KUOTA SUBSIDI HAMPIR HABIS SEKARANG WAKTUNYA MILIKI RUMAH IMPIAN!* membangun kesadaran *adiens* dan menagajak kalangan masyarakat agar segera mengambil keputusan. Iklan ini memberikan instruksi untuk segera bertindak mengambil keputusan demi mendapatkan keuntungan.

9) IK-51

Gambar 4.13 Jl. Prof. Dr. Hamka

Komunitas Paralayang dan *Driving Range*

TABING *DRIVING RANGE* & PARALAYANG GAGO-GADO *HILL* LANUD SUTAN SJAHRIR
BUKA SETIAP HARI DARI 06.00 S?D 23.00 WIB
The Good Place
BUKIT GADO-GADO

Data ini menunjukkan bentuk *bottom-up* karena berasal dari bawah ke atas dari komunitas paralayang dan *driving range.* Kalimat *TABING DRIVING RANGE & PARALAYANG GAGO-GADO HILL LANUD SUTAN SJAHRIR BUKA SETIAP HARI DARI 06.00 S?D 23.00 WIB The Good Place BUKIT GADO-GADO* menarik partisipasi masyarakat terutama pecinta olahraga golf dan paralayang untuk mengunjungi lokasi yang dicantumkan. Iklan ini ingin menyampaikan bahwa mereka menyediakan fasilitas untuk olahraga yang dicantumkan serta menjadi tempat yang cocok bagi mereka yang ingin mencoba dan menikmati olahraganya.

C. *Fungsi Lanskap Linguistik dalam Wacana Iklan pada Ruang Publik di Kota Padang*

Temuan lanskap linguistik berikutnya adalah fungsi lanskap linguistik dalam wacana iklan pada ruang publik di Kota Padang, dapat dilihat berdasarkan tabel berikut.

Tabel 2. Fungsi Lanskap Linguistik dalam Wacana Iklan
pada Ruang Publik di Kota Padang

No	Fungsi	Temuan Penelitian	Sumber	Jumlah	Total
1.	Informatif	Papan pengumuman	IK	33	
		Poster promosi	InK	21	56
		Spanduk himbauan	IC	2	
		Spanduk larangan			
2.	Simbolik	Logo, simbol, gambar, slogan	IK	30	
		pendukung iklan	InK	1	31
			IC	0	
3.	Pendidikan	Universitas	IK	0	
		Kedinasan	InK	3	3
			IC	0	
4.	Sosial	Layanan Masyarakat	IK	0	

		Himbauan	InK	32	51
		Ucapan selamat	IC	19	
		Kegiatan sosial			
5.	Ekonomi	Swalayan	IK	23	
		Warung	InK	0	29
		Restoran	IC	6	
		Hotel			
		Jumlah Keseluruhan		**170**	

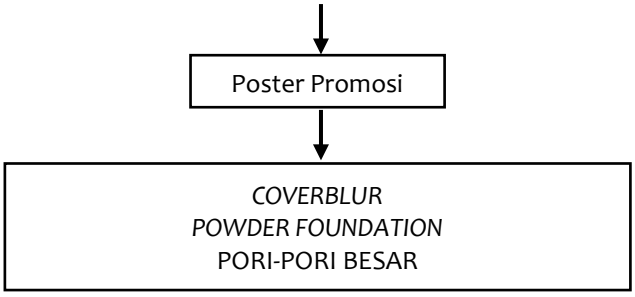
Fungsi lanskap linguistik yang dominan ditemukan dalam wacana iklan pada ruang publik di Kota Padang adalah fungsi informatif yaitu sebanyak 112, selanjutnya fungsi simbolik ditemukan 31 data, pendidikan ditemukan 3 data, sosial ditemukan 51, dan ekonomi ditemukan 28 data. Berikut ini adalah analisis fungsi lanskap linguistik dalam wacana iklan pada ruang publik di Kota Padang.

1. Fungsi Informatif

Fungsi informatif merujuk pada informasi yang terdapat pada teks sebuah iklan yang dapat diamati secara langsung. Cakupan informasi yang disampaikan melalui lanskap linguistik seperti nama tempat, informasi umum, serta informasi mengenai barang dan jasa. Berikut ini adalah beberapa data yang mengandung fungsi informatif.

10) IK-49

Gambar 14 Jl. Gajah Mada



Pada data ini terdapat fungsi lanskap linguistik yaitu fungsi informatif. Data ini mengandung fungsi informatif karena menyampaikan informasi produk kecantikan dengan merek Somethinc. Frasa *COVERBLUR POWDER FOUNDATION PORI-PORI BESAR* memberikan informasi kepada pelanggan mengenai jenis produk dan manfaatnya sebagai bedak dasar yang dapat membantu menutupi pori-pori besar. Fungsi informatif iklan ini dapat terlihat dari penyampaian pesan yang berfokus pada deskripsi pesan bukan pada ajakan untuk membeli produk yang ditawarkan.

11) InK-44

Gambar 15 Jl. Jend. Sudirman

↓

Poster Himbauan

↓

Nan Jombang Dance Company
KABA Festival X 2025
Nan maurak Alek 25-28 April 2025
Acara Dimulai Pukul 20.00 WIB
Ladang Tari *Nan Jombang,* Padang
Seni Pertunjukan Kontemporer Berbasis Tradisi Dari Dalam dan Luar Negeri
#TERUSBERPROSES

Pada data ini terdapat fungsi lanskap linguistik yaitu fungsi informatif. Data ini mengandung fungsi informatif karena memberikan informasi penting terkait pelaksanaan sebuah acara. *Nan Jombang Dance Company KABA Festival X 2025 Nan maurak Alek 25-28 April 2025 Acara Dimulai Pukul 20.00 WIB Ladang Tari Nan Jombang, Padang* menyampaikan informasi secara lengkap dan jelas rinci dari nama acara, tanggal pelaksanaan, waktu pelaksanaan, serta lokasi acara. Selain itu melalui *Seni Pertunjukan Kontemporer Berbasis Tradisi Dari Dalam dan Luar Negeri* akan tergambarkan konsep dan skala kegiatan yang akan diselenggarakan.

2. Fungsi Simbolik

Fungsi simbolik merujuk pada simbol-simbol apa saja yang dihasilkan melalui teks iklan. Fungsi simbolis pada lanskap linguistik dapat dilihat dari bentuk dan ukuran huruf, pewarnaan, kemenonjolan (*salience*) dan lainnya. Berikut ini adalah beberapa data yang mengandung fungsi simbolik.

12) InK-54

Gambar 16 Jl. S. Parman

↓

Gambar dalam iklan

↓

KASIAN DE LHO BARU
OTEWE
SORRY YE
SORRY YE
GUE UDAH NYAMPE

Pada data ini terdapat fungsi lanskap linguistik yaitu fungsi simbolik. Data ini mengandung fungsi simbolik karena membangun citra dan identitas sosial pihak tertentu. Frasa *KASIAN DE LHO BARU OTEWE SORRY YE SORRY YE* memberi kesan iklan yang santai dengan menggunakan gaya komunikasi gaul dan penuh humor generasi muda yang *trend* di media sosial. Iklan ini memberikan penggambaran mengenai identitas sosial bagi kelompok tertentu dengan visual tambahan yang terdapat pada iklan yang ditampilkan.

3. Fungsi Pendidikan

Fungsi pendidikan dalam lanskap linguistik dapat dilihat dari tampilan bahasa di ruang publik yang mengedukasi masyarakat tentang keragaman bahasa yang ada disekitar. Berikut ini adalah beberapa data yang mengandung fungsi pendidikan.

13) InK-37

Gambar 17 Jl. Khatib Sulaiman

Poster Kedinasan

↓

DINAS KEARSIPAN DAN PERPUSTAKAAN "ARSIP DAN PERPUSTAKAAN SEBAGAI SATU RUMAH PERADABAN"
Arsip Melawan Lupa
Buku adalah gerbang dunia dan membaca adalah kuncinya

Pada data ini terdapat fungsi lanskap linguistik yaitu fungsi pendidikan. Data ini mengandung fungsi pendidikan karena menekankan pentingnya arsip dan perpustakaan dalam meningkatkan literasi masyarakat. Frasa *DINAS KEARSIPAN DAN PERPUSTAKAAN "ARSIP DAN PERPUSTAKAAN SEBAGAI SATU RUMAH PERADABAN" Arsip Melawan Lupa* memberikan kesadaran kepada masyarakat umum untuk menumbuhkan rasa penting dalam membaca, mengakses informasi, serta menjaga arsip sebagai bagian pelestarian pengetahuan. *Buku adalah gerbang dunia dan*

membaca adalah kuncinya menegaskan pentingnya literasi dan menjadikannya gondasi utama dalam memperoleh wawasan.

14) InK-43

Gambar 18 Jl. Rasuna Said

Poster Kedinasan

CEGAH STUNTING ITU PENTING
Apa Itu Stuntung
CIRI-CIRI STUNTING
DAMPAK STUNTING
PENCEGAHAN STUNTING

Pada data ini terdapat fungsi lanskap linguistik yaitu fungsi pendidikan. Data ini mengandung fungsi pendidikan karena menekankan pentingnya stunting. *CEGAH STUNTING ITU PENTING* memberikan kesadaran kepada masyarakat umum untuk menumbuhkan rasa waspada dalam masa pertumbuhan anak. Iklan ini memberikan edukasi umum tentang stunting dimulai dari *Apa Itu Stuntung CIRI-CIRI STUNTING DAMPAK STUNTING PENCEGAHAN STUNTING*. Iklan ini mendorong literasi masyarakat terhadap kesehatan dan sikap masyarakat agar lebih peka dan peduli akan pentingnya pencegahan stunting.

4. Fungsi Sosial

Fungsi sosial merujuk pada identitas lokal dan nasional dan mengungkapkan sikap kelompok sosial terhadap masalah tanda. Berikut ini adalah beberapa data yang mengandung fungsi sosial.

15) InK-14

Gambar 19 Jl. Jhoni Anwar

Layanan masyarakat

STOP JUDI *ONLINE*
JUDI HANYA AKAN MEMBUAT RUGI
BERHENTI SEBELUM MENYESAL

Berdasarkan data di atas, terdapat fungsi lanskap linguistik yaitu fungsi sosial. Data ini mengandung fungsi sosial karena bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan dampak negatif judi *online*. Frasa *STOP JUDI ONLINE* memberikan peringatan kepada masyarakat umum bahwa judi *online* memiliki konsekuensi yang merugikan, secara finansial, sosial, maupun psikologi pelaku. *JUDI HANYA AKAN MEMBUAT RUGI BERHENTI SEBELUM MENYESAL* mengingatkan masyarakat umum dengan pesan kuat agar bisa berfikir ulang sebelum melakukan dan terjerumus kepada tindakan buruk yang merugikan.

16) InK-55

Gambar 20 Jl. Jend. Sudirman

↓

Layanan masyarakat

↓

WARGA PADANG AYO BAYAR LISTRIK TEPAT WAKTU
SEBELUM TANGGAL 20 SETIAP BULAN
SETIAP TAGIHAN LISTRIK YANG DI BAYAR SUDAH TERMASUK
PAJAK BARANG JASA TERTENTU

Pada data ini terdapat fungsi lanskap linguistik yaitu fungsi sosial. Data ini mengandung fungsi sosial karena mendorong kepatuhan masyarakat terhadap tanggung jawab untuk membayar listrik tepat waktu. *AYO BAYAR LISTRIK TEPAT WAKTU SEBELUM TANGGAL 20 SETIAP BULAN* mengajak masyarakat agar tepat waktu dan tertib mengikuti peraturan pemerintah demi kebaikan. *SETIAP TAGIHAN LISTRIK YANG DI BAYAR SUDAH TERMASUK PAJAK BARANG JASA TERTENTU* menekankan bahwa pembayaran listrik berpengaruh terhadap pemasukan negara.

5. Fungsi Ekonomi

Fungsi ekonomi merujuk pada tanda-tanda bahasa untuk "merek dagang" yang akan mendukung aktivitas sosial serta ekonomi dan dapat memberikan keuntungan ekonomi setelah menghasilkan dampak positif di bidang ekonomi. Berikut ini adalah beberapa data yang mengandung fungsi ekonomi.

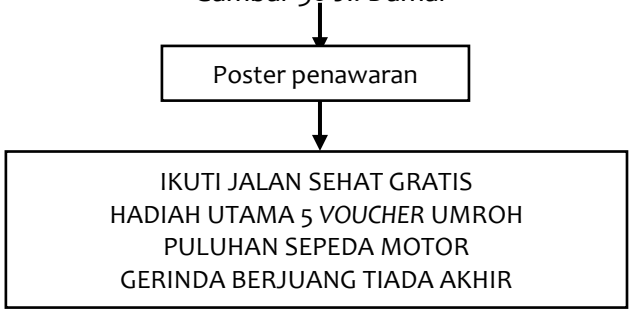
17) IK-7

Gambar 21 Jl. Prof. Dr. Hamka

Berdasarkan data di atas, terdapat fungsi lanskap linguistik yaitu fungsi ekonomi. Data ini mengandung fungsi ekonomi karena bertujuan untuk meningkatkan penjualan Sharp melalui program promosi dengan teknik hadiah dan permainan spin. Frasa *NOVEMBERGETAR SPIN WHEEL BERHADIAH LANGSUNG* menunjukkan bahwa peluang ini hanya berlaku pada bulan November serta memberikan daya tarik tersendiri agar masyarakat umum tertarik dan beranggapan memiliki peluang untuk mendapatkan hadiah tanpa harus menunggu dan mengikuti prosedur yang rumit. *SHARP Be Original* menekankan bahwa program ini adalah bagian dari promosi merek terpercaya di industri elektronik.

18) InK-67

Gambar 30 Jl. Damar



Pada data ini terdapat fungsi lanskap linguistik yaitu fungsi ekonomi. Data ini mengandung fungsi ekonomi karena mendukung aktivitas ekonomi melalui berbagai aktivitas bisnis dan transaksi yang terlibat dalam penyelenggaraan aktivitas ini. Frasa *IKUTI JALAN SEHAT GRATIS* menunjukkan bahwa acara ini terbuka untuk umum dan tanpa dipungut biaya. *HADIAH UTAMA 5*

VOUCHER UMROH PULUHAN SEPEDA MOTOR menekankan bahwa kegiatan ini tidak hanya untuk kesehatan fisik saja namun juga memberikan intensif besar, ini tentu akan menambah semangat masyarakat umum untuk ikut dalam kegiatan ini.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan tiga tujuan penelitian. Pertama, dalam penelitian ini ditemukan tiga pola lanskap linguistik dalam wacana iklan pada ruang publik di Kota Padang, yaitu pola monolingual, pola bilingual, dan pola multilingual. Dari tiga pola lanskap linguistik yang ditemukan dalam wacana iklan pada ruang publik di Kota Padang pola yang dominan adalah pola bilingual. Pola bilingual lebih dominan digunakan pada iklan untuk membangun kesan modern dan global agar terlihat lebih keren dan menarik perhatian. Kedua, ditemukan dua bentuk lanskap linguistik dalam wacana iklan pada ruang publik di Kota Padang, yaitu bentuk top-down dan bottom-up. Bentuk lanskap linguistik yang dominan ditemukan adalah bentuk bottom-up. Temuan tersebut banyak ditemukan pada iklan yang berasal dari indivisu atau kelompok tertentu yang rata-rata menawarkan produk dalam negeri. Ketiga, fungsi lanskap linguistik dalam wacana iklan pada ruang publik di Kota Padang ditemukan lima fungsi lanskap linguistik yaitu fungsi informatif, fungsi simbolik fungsi pendidikan, fungsi sosial, fungsi ekonomi. Fungsi lanskap linguistik yang dominan ditemukan adalah fungsi informatif karena pada dasarkan iklan yang disajikan pada ruang publik memiliki fungsi utam sebagai sumber informasi bagi masyarakat umum.

DAFTAR PUSTAKA

Afiyah. (2019). Representasi Identitas Etnis Melalui Papan Nama Usaha di Kota Pasuruan (Kajian Lanskap Linguistik). *Skripsi*. Malang: Universitas Brawijaya.

Ardhian, D., Zakiyah, M., & Fauzi, N. B. (2023). Pesan dan simbol identitas dibalik kematian: Lanskap linguistik pada area publik tempat pemakaman umum di kota Malang. *LITERA*, 22(1), 90-106.

Ben-Rafael E. et al. 2006. *Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space : The Case of Israel.* Clevedon: Multi Lingual Matters Ltd.

Erikha, F. (2018). Konsep lanskap linguistik pada papan nama jalan kerajaan (Râjamârga): studi kasus di kota Yogyakarta. Paradigma, *Jurnal Kajian Budaya, 8*(1), 38.

Lailiyah, S., Wardhani, D. T. M., & Khissoga, R. H. (2024). Penggunaan Bahasa di Lokawisata Situbondo: Analisis Lanskap Linguistik. *Diglossia: Jurnal Kajian Ilmiah Kebahasaan dan Kesusastraan,* 16(1), 351-365.

Landry, R., & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1): 23-49.

Lestari, Erwin Yuliana. 2023. "Lanskap Linguistik Tanda Peringatan di Ruang Publik Kabupaten Magelang". *Skripsi*. Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tidar.

Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Widiyanto, G. (2019). Lanskap Linguistik di Museum Radya Pustaka Surakarta. *Prosiding Seminar Nasional Linguistik dan Sastra* (Semantiks), Ll.

Yendra dan Artawa, Ketut. 2020. *Lanskap Linguistik: Pengenalan, Pemaparan, dan Aplikasi.* Yogyakarta: Penerbit Deepublish.