

Kompetisi Bahasa dalam Industri Kesehatan: Kajian Lanskap Linguistik Papan Nama Apotek di kecamatan Muncar dan Cluring

Ali Manshur¹ Mohd Bahaudin Ihsan³ Putu Dewi Marlyna Yudana³

Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja Bali

Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja Bali

Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja Bali

Email: ali.manshur@student.undiksha.ac.id

bahaudinihsan12@gmail.com

dewi.marlyna12@undiksha.ac.id

Abstract:

Pharmacy signage in Muncar and Cluring Districts represents the dynamics of language competition in the linguistic landscape of public spaces in the developing healthcare sector amidst the competitive service economy. This study aims to identify the forms of language competition that emerge on pharmacy signage and analyze the social and economic factors that influence language choice. The study employed a qualitative sociolinguistic approach with a linguistic landscape case study design. Data were obtained through field observations and documentation of independent private pharmacy signage, with the researcher acting as the primary instrument. The results indicate that all the signage studied falls into the bottom-up sign category because it was created at the initiative of the business owner. The findings also show that pharmacy signage in Muncar District is dominated by bilingual forms combining Arabic, Javanese, and Indonesian, while in Cluring District, Indonesian is predominantly used monolingually. The use of language variations in Muncar serves to build a religious image and strengthen closeness to local identity, while the dominance of Indonesian in Cluring is oriented towards aspects of understandability, readability, and ease of access to information for the public. This study concludes that pharmacy signage not only serves as a marker of business identity but also serves as a medium for linguistic competition, reflecting the construction of social identity and economic marketing strategies through the use of language as symbolic capital and a commodity to enhance business competitiveness.

Keywords: *Language competition; Linguistic landscape; Pharmacy signage; healthcare industry; language commodification.*

Abstrak

Papan nama apotek di Kecamatan Muncar dan Cluring merepresentasikan dinamika kompetisi bahasa dalam lanskap linguistik ruang publik pada sektor kesehatan yang berkembang di tengah persaingan ekonomi jasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk kompetisi bahasa yang muncul pada papan nama apotek serta menganalisis faktor sosial dan ekonomi yang memengaruhi pemilihan bahasa. Penelitian menggunakan pendekatan sociolinguistik kualitatif dengan desain studi kasus lanskap linguistik. Data penelitian diperoleh melalui observasi lapangan dan dokumentasi terhadap papan nama apotek swasta mandiri, dengan peneliti berperan sebagai instrumen utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh papan nama yang dikaji termasuk kategori tanda bottom-up karena dibuat atas inisiatif pemilik usaha. Temuan juga

memperlihatkan bahwa papan nama apotek di Kecamatan Muncar didominasi bentuk bilingual yang mengombinasikan bahasa Arab, Jawa, dan Indonesia, sedangkan di Kecamatan Cluring lebih banyak menggunakan bahasa Indonesia secara monolingual. Penggunaan variasi bahasa di Muncar berfungsi untuk membangun citra religius serta memperkuat kedekatan dengan identitas lokal, sementara dominasi bahasa Indonesia di Cluring berorientasi pada aspek keterpahaman, keterbacaan, dan kemudahan akses informasi bagi masyarakat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa papan nama apotek tidak hanya berfungsi sebagai penanda identitas usaha, tetapi juga menjadi medium kompetisi bahasa yang mencerminkan konstruksi identitas sosial dan strategi pemasaran ekonomi melalui pemanfaatan bahasa sebagai modal simbolik dan komoditas dalam meningkatkan daya saing usaha.

Kata Kunci: *Kompetisi bahasa; Lanskap linguistik; Papan nama apotek; industri kesehatan; komodifikasi bahasa.*

Pendahuluan

Industri kesehatan menjadi salah satu sektor yang kian kompetitif pada era ekonomi jasa (Rosmayati et al., 2024). Sehingga strategi komunikasi visual berperan penting sebagai sarana membangun citra, menarik pelanggan, serta membedakan identitas suatu usaha. Fenomena ini terlihat pada papan nama apotek yang tidak hanya berfungsi sebagai penunjuk lokasi. Tetapi juga sebagai media yang merepresentasikan identitas linguistik dan simbolik (Sari et al., 2025). Di Kecamatan Muncar dan Cluring, variasi nama apotek yang mengombinasikan bahasa Indonesia, bahasa Yunani, unsur Arab, singkatan maupun bentuk campuran memperlihatkan adanya kompetisi bahasa yang berkaitan dengan nilai ekonomi dan persepsi masyarakat. Penggunaan bahasa tertentu kerap dikaitkan dengan profesionalisme, modernitas, religiusitas, maupun kedekatan lokal yang berpotensi memengaruhi pilihan konsumen (Bryceson & Vuorela, 2020). Dalam kajian lanskap linguistik, tanda-tanda di ruang publik dipahami sebagai cerminan hubungan sosial, budaya, dan ekonomi yang berkembang dalam suatu komunitas (Metro-Roland, 2016). Berbagai penelitian terkini menunjukkan bahwa ruang publik menjadi arena negosiasi identitas serta dominasi bahasa pada beragam sektor, termasuk perdagangan dan pelayanan publik. Oleh karena itu, papan nama apotek di Muncar dan Cluring layak diteliti karena mencerminkan pertemuan antara praktik kesehatan, strategi pemasaran, dan dinamika penggunaan bahasa dalam masyarakat modern.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk-bentuk kompetisi bahasa yang tercermin dalam papan nama apotek di Kecamatan Muncar dan Cluring serta menjelaskan faktor-faktor sosial dan ekonomi yang melatarbelakangi pemilihan bahasa pada ruang publik tersebut. Secara lebih rinci, penelitian ini mengajukan tiga pertanyaan utama sebagai fokus kajian. Pertama, bagaimana distribusi penggunaan bahasa Indonesia, bahasa Yunani, bahasa Arab, dan bentuk campuran yang muncul pada papan nama apotek di kedua kecamatan tersebut? Kedua, bagaimana fungsi informasional dan fungsi simbolik yang terkandung dalam tanda-tanda linguistik tersebut

dapat dijelaskan melalui perspektif Lanskap Linguistik yang dikemukakan oleh Landry dan Bourhis? Ketiga, bagaimana praktik pemilihan bahasa pada papan nama apotek dapat dipahami melalui kerangka Ben-Rafael mengenai konstruksi identitas sosial serta teori komodifikasi bahasa yang memandang bahasa sebagai aset ekonomi dalam persaingan usaha? Pertanyaan-pertanyaan tersebut dirumuskan karena papan nama tidak hanya berfungsi sebagai sarana identifikasi bisnis, tetapi juga sebagai representasi nilai, ideologi, identitas, dan strategi pemasaran yang diproduksi serta dinegosiasikan dalam konteks sosial tertentu (Nursanty et al., 2025). Oleh sebab itu, penelitian ini berupaya menjelaskan keterkaitan antara pilihan bahasa, konstruksi identitas, dan praktik kompetisi dalam industri kesehatan lokal, sekaligus mengungkap bagaimana bahasa dimanfaatkan sebagai sumber daya simbolik dan ekonomi untuk menarik perhatian konsumen serta memperkuat posisi usaha di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

Landasan Teori

Kajian lanskap linguistik mengalami perkembangan yang signifikan dalam lima tahun terakhir dengan perhatian utama pada penggunaan bahasa di ruang publik, hubungan antara bahasa dan pembentukan identitas, serta dampak globalisasi terhadap berbagai praktik kebahasaan dalam masyarakat. Sejumlah penelitian internasional menunjukkan bahwa bahasa Inggris cenderung mendominasi lanskap komersial karena dipandang sebagai simbol modernitas, profesionalitas, prestise, dan akses terhadap jaringan pasar yang lebih luas. Salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Jazul & Bernardo (2017) dengan judul *A Look into Manila Chinatown's Linguistic Landscape: The Role of Language and Language Ideologies*. Penelitian ini mengkaji tentang dominasi dan hegemoniknya Bahasa Inggris di daerah Pecinan Binondo. Di sini bahasa Inggris menantang keberadaan bahasa nasional Filipina.

Di sisi lain, berbagai penelitian juga mengungkap bahwa bahasa lokal tetap dipertahankan dan dimanfaatkan sebagai strategi untuk membangun kedekatan budaya, memperkuat identitas komunitas, serta memperoleh legitimasi sosial di lingkungan setempat. Seperti penelitian yang dilaksanakan oleh Suri & Datang (2024) dengan judul *Language as Social Identity: A Study of Linguistic Landscape in Meulaboh, West Aceh*. Penelitian ini mengkaji lanskap linguistik Kota Meulaboh dengan menganalisis rambu-rambu publik dan hubungannya dengan identitas masyarakat setempat. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan tiga jenis rambu: monolingual, bilingual, dan multilingual, dengan dominasi penggunaan bahasa Indonesia-Inggris. Temuan ini menunjukkan bahwa bahasa di ruang publik tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi tetapi juga mencerminkan identitas sosial dan budaya masyarakat setempat.

Kajian-kajian tersebut umumnya dilakukan pada kawasan wisata, pusat perbelanjaan, lembaga pendidikan, serta ruang urban multibahasa dengan menggunakan kerangka teoretis Landry dan Bourhis maupun Ben-Rafael untuk menjelaskan fungsi informasional dan simbolik tanda-tanda publik. Meskipun demikian, penelitian yang secara khusus membahas kompetisi bahasa dalam sektor kesehatan, terutama melalui papan nama apotek di wilayah semiurban Indonesia, masih relatif jarang ditemukan. Selain itu, pendekatan komodifikasi bahasa yang memandang bahasa sebagai sumber daya simbolik sekaligus ekonomi belum

banyak diterapkan dalam analisis lanskap linguistik pada sektor kesehatan. Keterbatasan tersebut menunjukkan adanya ruang penelitian yang penting untuk dieksplorasi, khususnya dalam menghubungkan praktik penamaan apotek dengan dinamika identitas sosial, strategi pemasaran, orientasi pasar, serta nilai ekonomi yang melekat pada pilihan bahasa di ruang publik.

Penelitian ini didasarkan pada argumentasi bahwa pemilihan bahasa pada papan nama apotek tidak dapat dipandang sebagai tindakan yang netral, melainkan sebagai strategi simbolik yang mencerminkan orientasi pasar, segmentasi konsumen, serta konstruksi identitas usaha yang ingin ditampilkan kepada masyarakat. Menurut teori yang dikemukakan oleh Landry dan Bourhis, bahasa yang hadir dalam ruang publik memiliki fungsi informasional untuk menunjukkan karakteristik komunitas pengguna bahasa (Fitria & Setiawan, 2023). Sekaligus fungsi simbolik yang merepresentasikan status, prestise, dan relasi kekuasaan antarbahasa dalam suatu lingkungan sosial (Desky et al., 2017).

Dalam perspektif Ben-Rafael, lanskap linguistik terbentuk melalui interaksi berbagai aktor sosial yang berupaya menampilkan identitas, nilai, dan kepentingannya melalui tanda-tanda publik yang mereka produksi (Luna, 2023). Sementara itu, teori komodifikasi bahasa menjelaskan bahwa bahasa dapat diposisikan sebagai modal simbolik yang memiliki nilai ekonomi serta dimanfaatkan untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing suatu usaha (Holborow, 2018).

Berdasarkan kerangka teoretis tersebut, penelitian ini mengajukan asumsi bahwa penggunaan bahasa Inggris cenderung diasosiasikan dengan profesionalitas, modernitas, dan orientasi global, bahasa Arab dengan legitimasi religius dan nilai spiritual, sedangkan bahasa Indonesia berfungsi sebagai penanda aksesibilitas, keterjangkauan, dan kedekatan dengan masyarakat lokal. Oleh karena itu, temuan penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah kajian lanskap linguistik sekaligus memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai keterkaitan antara pilihan bahasa, identitas sosial, nilai ekonomi, dan praktik persaingan dalam industri kesehatan pada konteks lokal.

Metode

Unit analisis atau objek material penelitian ini mencakup seluruh unsur kebahasaan dan visual yang termanifestasi pada papan nama apotek swasta mandiri di wilayah semiurban. Secara khusus, penelitian dilaksanakan di Kecamatan Muncar dan Kecamatan Cluring, Kabupaten Banyuwangi. Objek material meliputi transkripsi teks, penamaan, struktur kebahasaan, pemilihan leksikon, serta kategori tanda publik yang terpasang pada bagian luar bangunan apotek. Melalui unit analisis tersebut, peneliti menginventarisasi berbagai variasi linguistik, baik yang menggunakan satu bahasa (monolingual) maupun gabungan dua bahasa (bilingual). Kajian ini menitikberatkan pada bentuk-bentuk kompetisi bahasa yang melibatkan bahasa Indonesia, bahasa Jawa, bahasa Arab, serta unsur serapan bahasa Yunani berbentuk terikat. Analisis papan nama apotek dipandang sebagai representasi nyata identitas sosial sekaligus strategi komunikasi bisnis yang digunakan pelaku usaha dalam membangun citra dan daya saing pada industri kesehatan lokal.

Sumber informasi utama sekaligus instrumen kunci dalam penelitian sosiolinguistik lanskap linguistik ini adalah peneliti sendiri. Dalam pendekatan kualitatif studi kasus, peneliti berperan sebagai perencana, pengumpul data, penganalisis, dan penyusun laporan hasil penelitian (Assyakurrohim et al., 2022). Peneliti terlibat langsung di lapangan untuk mengamati, memetakan, mendokumentasikan, serta merekam data kebahasaan yang terdapat pada bagian eksterior apotek swasta di wilayah penelitian. Kehadiran peneliti sebagai instrumen utama penting untuk menjamin keakuratan data kontekstual dan memahami kondisi sosial-budaya yang melatarbelakangi penggunaan bahasa. Selain itu, peneliti memanfaatkan kepekaan teoretis dalam bidang sosiolinguistik untuk menghubungkan temuan empiris dengan kerangka lanskap linguistik yang dikemukakan oleh Landry dan Bourhis serta Ben-Rafael. Dengan demikian, interpretasi terhadap fungsi informasional dan simbolik tanda-tanda komersial dapat dilakukan secara sistematis, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Proses pengumpulan data dalam penelitian lanskap linguistik ini dilakukan secara sistematis melalui dua teknik utama, yaitu observasi lapangan dan dokumentasi (Putri et al., 2025). Langkah awal dimulai dengan observasi partisipatif-pasif, di mana peneliti melakukan penyisiran (survey) di sepanjang jalan utama Kecamatan Muncar dan Cluring. Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi keberadaan apotek swasta mandiri yang mengonstruksi penandaan jenis usaha secara independen (tanda bottom-up). Setelah objek ditemukan, peneliti menerapkan teknik dokumentasi dengan mengambil foto digital berkualitas tinggi pada papan nama apotek dari sudut pandang frontal. Foto-foto tersebut berfungsi sebagai arsip visual primer yang merekam keaslian teks, warna, lambang, dan tata letak huruf. Peneliti kemudian melakukan transkripsi ortografis terhadap seluruh komponen tekstual pada foto guna mempermudah proses klasifikasi berdasarkan kategori tanda, pola penggunaan bahasa monolingual-bilingual, serta komponen unsur bahasa yang berkompetisi.

Analisis data dilakukan dengan mengintegrasikan model analisis interaktif Miles dan Huberman serta tiga metode analisis sosiolinguistik kritis (Putri et al., 2025). Proses analisis mencakup reduksi data melalui seleksi, penyederhanaan, dan klasifikasi hasil transkripsi papan nama, penyajian data dalam bentuk tabel distribusi dan perbandingan temuan, serta verifikasi data untuk menarik kesimpulan. Metode yang digunakan meliputi analisis isi guna mengidentifikasi kecenderungan distribusi bahasa, analisis wacana untuk mengungkap fungsi informasional dan simbolik tanda publik, serta analisis interpretatif kontekstual. Analisis interpretatif tersebut memanfaatkan teori komodifikasi bahasa untuk menjelaskan bagaimana bahasa digunakan sebagai modal simbolik yang memiliki nilai ekonomi dalam persaingan layanan kesehatan. Melalui perpaduan tahapan dan metode tersebut, keterkaitan antara pilihan bahasa pada papan nama apotek dan karakteristik demografis konsumen dapat dipahami secara lebih komprehensif.

Hasil

Pada bagian ini menyajikan data temuan mengenai pemakaian bahasa pada papan nama apotek di wilayah penelitian. Pengumpulan data empiris tersebut diklasifikasikan secara sistematis berdasarkan karakteristik wilayah dan pola kebahasaan yang muncul di ruang

publik. Selanjutnya, data yang telah dihimpun dipaparkan melalui Tabel 1 untuk Kecamatan Muncar dan Tabel 2 untuk Kecamatan Cluring

Tabel 1. Papan nama Apotek di kecamatan Muncar

N o	Nama Apotek dan Lokasi	Foto/Transkripsi Teks Papan Nama	Kategori Tanda (Ben- Rafael)	Penggunaan Bahasa (Monolingual/Biling ual/Multilingual)	Unsur bahasa yang berkompete nsi
1	AL HANIF (Jalan Raya Sumberayu)	 Teks “Apotek AL HANIF”	Bottom Up (Swasta Mandiri)	Monolingual	Arab
2	WIDODO SEHAT (Jalan Raya Sumberayu)	 Teks: “Apotek WIDODO SEHAT”	Bottom Up (Swasta Mandiri)	Bilingual	(Jawa- Indonesia)
3	ALCASIMA (Jalan Srono- Muncar	 Teks: “Apotek ALCASIMA 4” Buka 24 Jam	Bottom Up (Swasta Mandiri)	Bilingual	(Indonesia- Arab)
4	EMHA FARMA (Jalan Tembok- Kumendung)	 Teks: “EMHA FARMA”	Bottom Up (Swasta Mandiri)	Bilingual	Arab-Yunani (bentuk terikat)
5	AWS “Apotek Widodo Sehat” (Jalan Srono- Muncar)	 Teks: “Apotek AWS” (Solusi Sehat Bersama)	Bottom Up (Swasta Mandiri)	Bilingual	(Jawa- Indonesia)

Pada Tabel 1 memperlihatkan bahwa di Kecamatan Muncar teridentifikasi lima papan nama apotek, yaitu Apotek Al Hanif, Widodo Sehat, Alcasima, Emha Farma, dan AWS. Seluruh papan nama tersebut tergolong sebagai tanda *bottom-up* menurut klasifikasi Ben-Rafael karena dibuat atas inisiatif pemilik usaha swasta, bukan oleh lembaga pemerintah. Berdasarkan pola penggunaan bahasa, ditemukan satu papan nama monolingual dan empat papan nama bilingual, sedangkan bentuk multilingual tidak dijumpai. Apotek Al Hanif menggunakan bahasa Arab secara tunggal sebagai identitas utama. Sementara itu, bentuk bilingual terlihat pada kombinasi bahasa Jawa – Indonesia yang digunakan oleh Widodo Sehat dan AWS, kombinasi bahasa Indonesia – Arab pada Alcasima, serta kombinasi unsur Arab–Yunani pada Emha Farma. Unsur kebahasaan yang muncul mencakup bahasa Indonesia, bahasa Jawa, bahasa Arab, dan unsur Yunani berbentuk terikat. Temuan ini menunjukkan adanya keragaman strategi pemilihan bahasa dalam penamaan apotek di Kecamatan Muncar.

Dominasi bentuk bilingual pada papan nama apotek di Kecamatan Muncar menunjukkan bahwa pemilihan bahasa tidak semata-mata berfungsi sebagai penanda identitas usaha. Tetapi juga sebagai strategi komunikasi yang disesuaikan dengan karakteristik sosial masyarakat setempat (Mustikawati et al., 2023). Kehadiran unsur Arab pada nama seperti Al Hanif, Alcasima, dan Emha merefleksikan upaya membangun citra religius yang selaras dengan nilai-nilai keislaman yang berkembang di masyarakat Banyuwangi. Sebaliknya, penggunaan unsur Jawa pada Widodo Sehat dan AWS menunjukkan kedekatan dengan identitas lokal serta menciptakan kesan akrab bagi konsumen. Bahasa Indonesia berperan memberikan kejelasan informasi dan memudahkan masyarakat mengenali jenis usaha yang ditawarkan (Azizah et al., 2025). Selain itu, penggunaan bentuk hibrida yang mengombinasikan dua unsur bahasa menunjukkan strategi untuk menyeimbangkan kedekatan lokal dengan kebutuhan diferensiasi usaha. Dalam perspektif lanskap linguistik, pilihan bahasa tersebut menjalankan fungsi informasional dan simbolik sekaligus (An & Zhang, 2024). Yaitu menyampaikan identitas usaha secara jelas serta membangun asosiasi religius, lokalitas, profesionalitas, dan kepercayaan yang mendukung daya saing apotek.

Pola pemanfaatan bahasa pada papan nama apotek di Kecamatan Muncar memperlihatkan hubungan yang erat antara identitas sosial, nilai simbolik, dan kepentingan ekonomi sebagaimana dijelaskan dalam teori lanskap linguistik yang dikemukakan oleh Ben-Rafael, Landry dan Bourhis, serta konsep komodifikasi bahasa (Muniroh, 2016). Menurut Ben-Rafael, lanskap linguistik merupakan produk tindakan berbagai aktor sosial yang berupaya menampilkan identitas, nilai, dan kepentingannya melalui tanda-tanda yang hadir di ruang publik (Canakis, 2019). Fenomena tersebut terlihat pada penggunaan unsur Arab yang cukup dominan dalam beberapa nama apotek sebagai representasi identitas religius yang sesuai dengan karakteristik sosial dan budaya masyarakat setempat. Dalam perspektif Landry dan Bourhis, pilihan bahasa yang digunakan pada papan nama tidak hanya menjalankan fungsi informasional untuk memperkenalkan jenis usaha dan memudahkan identifikasi oleh masyarakat (Gorter, 2019). Tetapi juga memiliki fungsi simbolik yang berperan dalam

membentuk citra, prestise, dan persepsi tertentu di kalangan konsumen. Di sisi lain, penggunaan unsur bahasa Jawa dan bahasa Indonesia menunjukkan adanya upaya mempertahankan kedekatan sosial, memperkuat identitas lokal, serta memastikan keterbacaan informasi bagi masyarakat yang menjadi sasaran layanan. Sementara itu, dari sudut pandang komodifikasi bahasa, berbagai pilihan bahasa tersebut dapat dipahami sebagai modal simbolik yang memiliki nilai ekonomi dan dimanfaatkan untuk meningkatkan daya tarik usaha, menciptakan diferensiasi identitas bisnis. Serta memperkuat posisi kompetitif apotek dalam menghadapi persaingan pasar layanan kesehatan lokal yang semakin dinamis dan kompetitif.

Tabel 2. Papan nama Apotek di kecamatan Cluring

N o	Nama Apotek dan Lokasi	Foto/Transk ripsi Teks Papan Nama	Kategori (Ben-Rafael)	Tanda	Penggunaan Bahasa (Monolingual/Biling ual/Multilingual)	Unsur bahasa yang berkompete nsi
1	CLURING RAYA (Jalan Jajag- Benculuk)	 Teks: “CLURING RAYA”	Bottom Up (Swasta Mandiri)		Monolingual	Indonesia
2	FARMATA MA (Jalan Benculuk- Rogojampi)	 Teks: “FARMATA MA”	Bottom Up (Swasta Mandiri)		Bilingual	Yunani (Bentuk terikat) – Indonesia
3	K24 (Jalan Jajag- Benculuk)	 Teks: “K24” Apoteknya Indonesia	Bottom Up (Swasta Mandiri)		Monolingual	Bahasa Indonesia
4	SEMESTA GROUP 101(Jalan Jajag- Benculuk)	 Teks: “SEMESTA	Bottom Up (Swasta Mandiri)		Monolingual	Bahasa Indonesia

GROUP 101”

Di tabel 2 menunjukkan bahwa di Kecamatan Cluring terdapat empat papan nama apotek yang berhasil diidentifikasi, yaitu Cluring Raya, Farmatama, K24, dan Semesta Group 101. Seluruh papan nama tersebut tergolong sebagai tanda *bottom-up* berdasarkan klasifikasi Ben-Rafael karena diprakarsai, diproduksi, dan dipasang oleh pelaku usaha swasta tanpa keterlibatan langsung institusi pemerintah. Dari segi penggunaan bahasa, ditemukan tiga papan nama yang menggunakan satu bahasa (monolingual) dan satu papan nama yang menggunakan kombinasi unsur bahasa (bilingual), sedangkan bentuk multilingual tidak ditemukan. Penggunaan bahasa monolingual tampak pada nama Cluring Raya, K24, dan Semesta Group 101 yang didominasi oleh unsur bahasa Indonesia. Sementara itu, Farmatama menunjukkan bentuk bilingual melalui perpaduan unsur Yunani berbentuk terikat dengan bahasa Indonesia. Variasi linguistik yang muncul meliputi bahasa Indonesia, unsur Yunani, kombinasi angka, serta penamaan yang merujuk pada lokasi dan identitas usaha. Secara keseluruhan, data tersebut menunjukkan bahwa lanskap linguistik apotek di Kecamatan Cluring didominasi oleh penggunaan bahasa Indonesia sebagai pilihan utama dalam strategi penamaan usaha, sehingga mencerminkan kecenderungan komunikasi yang lebih sederhana, langsung, dan mudah dipahami oleh masyarakat setempat.

Dominasi penggunaan bahasa Indonesia pada papan nama apotek di Kecamatan Cluring menunjukkan adanya orientasi komunikasi yang menempatkan kemudahan pemahaman dan kedekatan dengan masyarakat sebagai prioritas utama. Pemilihan nama seperti Cluring Raya, K24, dan Semesta Group 101 memperlihatkan strategi penamaan yang menekankan keterbacaan, kemudahan pengenalan, serta daya ingat yang tinggi bagi konsumen dari berbagai latar belakang sosial. Berbeda dengan wilayah yang menampilkan variasi bahasa lebih beragam, penggunaan unsur bahasa asing di Cluring relatif terbatas sehingga menunjukkan bahwa pelaku usaha lebih berfokus pada kebutuhan pasar lokal daripada membangun citra global, modern, atau eksklusif. Kondisi tersebut juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya masyarakat yang lebih akrab dengan bahasa Indonesia sebagai bahasa komunikasi sehari-hari dalam ruang publik formal (Hafli et al., 2025). Dari perspektif ekonomi, penggunaan bahasa yang familier dapat meningkatkan efektivitas penyampaian informasi sekaligus memperluas jangkauan konsumen karena tidak menimbulkan hambatan pemahaman. Dalam kajian lanskap linguistik, bahasa Indonesia pada papan nama apotek tidak hanya menjalankan fungsi informasional melalui penyampaian identitas usaha secara jelas (Widiyanto & Kemdikbud, 2018). Tetapi juga menjalankan fungsi simbolik yang merepresentasikan aksesibilitas, kedekatan sosial, dan orientasi pelayanan yang berpihak kepada kebutuhan komunitas lokal.

Temuan mengenai papan nama apotek di Kecamatan Cluring menunjukkan bahwa dominasi bahasa Indonesia berkaitan erat dengan konstruksi identitas sosial, fungsi komunikasi, dan kepentingan ekonomi sebagaimana dijelaskan dalam teori Ben-Rafael, Landry dan Bourhis, serta konsep komodifikasi bahasa. Menurut Ben-Rafael, lanskap linguistik merupakan hasil pilihan aktor sosial yang secara sadar menampilkan identitas,

nilai, dan orientasi usahanya melalui tanda-tanda yang hadir di ruang publik (Li, 2026). Dalam konteks Cluring, dominasi bahasa Indonesia menunjukkan orientasi yang kuat terhadap masyarakat lokal sebagai sasaran utama layanan kesehatan. Berdasarkan perspektif Landry dan Bourhis, penggunaan bahasa Indonesia memiliki fungsi informasional yang efektif (Pasaribu & Salmiah, 2024). Karena memudahkan masyarakat mengenali identitas usaha dan memahami informasi yang disampaikan. Sekaligus fungsi simbolik yang membangun kesan dekat, akrab, dan mudah dijangkau. Dari sudut pandang komodifikasi bahasa, pilihan tersebut mencerminkan pemanfaatan bahasa sebagai sumber daya ekonomi yang mampu meningkatkan daya tarik usaha dan memperluas basis konsumen (Heller & Duchêne, 2016). Jika dibandingkan dengan wilayah yang menunjukkan kompetisi bahasa lebih beragam melalui penggunaan unsur Arab, Jawa, maupun bentuk hibrida, lanskap linguistik Cluring memperlihatkan preferensi yang lebih kuat terhadap bahasa yang dianggap paling komunikatif, mudah dipahami, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat setempat.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetisi bahasa pada papan nama apotek di Kecamatan Muncar dan Cluring memperlihatkan pola distribusi yang berbeda sesuai dengan karakteristik sosial dan budaya masing-masing wilayah. Di Kecamatan Muncar ditemukan penggunaan bahasa yang lebih beragam, meliputi unsur bahasa Arab, bahasa Jawa, bahasa Indonesia, dan unsur Yunani berbentuk terikat yang muncul dalam bentuk monolingual maupun bilingual. Dominasi bentuk campuran bahasa menunjukkan bahwa pelaku usaha memanfaatkan berbagai sumber linguistik untuk membangun identitas, membedakan usaha dari kompetitor, serta menarik perhatian konsumen (Kemala & Fajri, 2024). Sebaliknya, papan nama apotek di Kecamatan Cluring lebih banyak menggunakan bahasa Indonesia dengan keterlibatan unsur bahasa lain yang relatif terbatas. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya orientasi komunikasi yang lebih menekankan kemudahan pemahaman, keterbacaan informasi, dan kedekatan dengan masyarakat lokal (Salahuddin, 2024). Seluruh papan nama yang dianalisis termasuk kategori tanda *bottom-up* karena merupakan hasil keputusan dan inisiatif pemilik usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa kompetisi bahasa dalam industri kesehatan lokal berlangsung secara dinamis dan tidak seragam. Muncar menampilkan lanskap linguistik yang lebih heterogen melalui unsur lokal, religius, dan hibrida, sedangkan Cluring memperlihatkan lanskap linguistik yang lebih homogen dengan dominasi bahasa Indonesia sebagai sarana komunikasi utama.

Temuan penelitian ini memiliki kesamaan dengan berbagai kajian lanskap linguistik yang menyatakan bahwa bahasa di ruang publik tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi (Oktavianus, 2022). Tetapi bahasa juga sebagai penanda identitas sosial, nilai simbolik, dan strategi ekonomi (Ivushkina, 2017). Berbagai penelitian terdahulu pada kawasan komersial, pariwisata, pendidikan, dan ruang urban multibahasa menunjukkan bahwa pemilihan bahasa tertentu sering dimanfaatkan untuk membangun citra, meningkatkan prestise, merepresentasikan identitas budaya, maupun menunjukkan afiliasi keagamaan. Hasil penelitian ini memperkuat temuan tersebut melalui penggunaan unsur Arab yang

merepresentasikan religiusitas, unsur Jawa yang mencerminkan kedekatan dengan identitas lokal, serta bahasa Indonesia yang berfungsi sebagai simbol aksesibilitas dan kemudahan layanan. Namun demikian, penelitian ini juga menunjukkan perbedaan dari sejumlah kajian sebelumnya yang umumnya menemukan dominasi bahasa Inggris sebagai simbol modernitas dan globalisasi. Dalam konteks apotek di wilayah semiurban Banyuwangi, bahasa Arab dan unsur lokal justru memiliki posisi yang lebih menonjol. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan memperluas kajian lanskap linguistik ke sektor kesehatan serta menunjukkan bagaimana kompetisi bahasa digunakan sebagai strategi identitas dan pemasaran pada layanan kesehatan lokal (Febriansyah et al., 2025).

Keberagaman penggunaan bahasa pada papan nama apotek di Kecamatan Muncar dan Cluring merepresentasikan perubahan sosial yang menunjukkan semakin eratnya hubungan antara bahasa, identitas budaya, dan aktivitas ekonomi dalam masyarakat kontemporer (Risqiyah et al., 2025). Hasil penelitian memperlihatkan bahwa bahasa tidak lagi berfungsi semata-mata sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai simbol yang dimanfaatkan untuk membangun citra usaha, menegaskan afiliasi sosial, serta menarik perhatian konsumen (Jamilah et al., 2025). Kehadiran unsur bahasa Arab, bahasa Jawa, bahasa Indonesia, dan bentuk hibrida menunjukkan bahwa identitas lokal dan religius tetap memiliki posisi yang kuat di tengah arus modernisasi yang terus berkembang. Di sisi lain, dominasi bahasa Indonesia pada sebagian papan nama menunjukkan adanya orientasi yang menekankan kemudahan akses informasi dan keterjangkauan layanan bagi masyarakat luas. Fenomena ini mengindikasikan bahwa ruang publik dalam sektor kesehatan telah berkembang menjadi arena yang mempertemukan kepentingan budaya dan ekonomi secara bersamaan (Madanipour, 2019). Melalui pemilihan bahasa tertentu, pelaku usaha berupaya menghubungkan nilai-nilai sosial yang hidup dalam masyarakat dengan strategi pemasaran yang diterapkan. Dengan demikian, lanskap linguistik apotek mencerminkan proses adaptasi masyarakat terhadap perubahan sosial (AMPEL & Yusuf, n.d.). Tanpa menghilangkan identitas budaya yang telah mengakar dalam kehidupan lokal (Aslan & Ningtyas, 2025).

Penelitian ini memberikan implikasi teoretis dan praktis yang penting bagi pengembangan kajian lanskap linguistik serta komunikasi publik dalam konteks masyarakat kontemporer. Secara teoretis, temuan mengenai distribusi penggunaan bahasa Indonesia, Arab, Jawa, unsur Yunani, dan bentuk campuran pada papan nama apotek memperkuat pandangan Landry dan Bourhis bahwa bahasa yang hadir di ruang publik memiliki fungsi informasional dan simbolik yang saling melengkapi (Vesya & Datang, 2022). Bahasa tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi mengenai identitas usaha dan jenis layanan yang ditawarkan, tetapi juga membangun makna sosial tertentu seperti religiusitas, kedekatan budaya, profesionalitas, dan kepercayaan. Temuan ini juga mendukung perspektif Ben-Rafael yang memandang lanskap linguistik sebagai hasil tindakan aktor sosial dalam menampilkan identitas dan kepentingannya di ruang publik (Nikolaou, 2017). Secara praktis, hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilihan bahasa dapat dimanfaatkan sebagai strategi komunikasi dan pemasaran untuk menjangkau segmen konsumen yang berbeda (Nuraini et al., 2024). Selain itu, pemerintah daerah dapat memanfaatkan temuan ini sebagai bahan

pertimbangan dalam merumuskan kebijakan pengelolaan lanskap linguistik yang mendukung identitas lokal sekaligus perkembangan sektor kesehatan dan ekonomi masyarakat.

Hasil penelitian ini juga membuka peluang yang luas bagi pengembangan kajian lanskap linguistik pada sektor kesehatan maupun berbagai sektor publik lainnya. Penelitian selanjutnya dapat memperluas objek kajian ke rumah sakit, klinik, laboratorium kesehatan, pusat perbelanjaan, lembaga pendidikan, serta berbagai layanan publik untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai pola kompetisi bahasa di ruang publik. Perluasan wilayah penelitian ke kawasan urban, semiurban, dan pedesaan juga penting dilakukan (Christiawan, 2019). Guna memahami pengaruh konteks sosial, budaya, dan ekonomi terhadap pilihan bahasa yang digunakan oleh pelaku usaha maupun institusi. Selain itu, penambahan jumlah data dan penerapan metode campuran dapat meningkatkan ketepatan serta validitas hasil penelitian. Kajian lanjutan juga perlu mengkaji respons, persepsi, dan preferensi konsumen terhadap penggunaan bahasa tertentu dalam penamaan usaha maupun layanan publik. Integrasi pendekatan sociolinguistik, ekonomi bahasa, dan semiotika ruang publik berpotensi menghasilkan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai hubungan antara bahasa, identitas, dan pasar. Dengan demikian, bahasa dapat dipahami tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sumber daya simbolik dan ekonomi yang berperan penting dalam dinamika masyarakat modern.

Kesimpulan

Temuan utama penelitian ini menunjukkan bahwa papan nama apotek di wilayah semiurban tidak hanya berfungsi sebagai penanda lokasi usaha, tetapi juga menjadi arena kompetisi bahasa yang merefleksikan identitas sosial dan strategi ekonomi pelaku usaha. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pilihan bahasa sangat dipengaruhi oleh karakteristik masyarakat yang menjadi sasaran layanan. Di Kecamatan Muncar, penggunaan bentuk bilingual yang memadukan unsur Arab dan Jawa dimanfaatkan untuk membangun citra religius sekaligus menunjukkan kedekatan dengan budaya lokal. Sebaliknya, di Kecamatan Cluring, dominasi bahasa Indonesia mencerminkan orientasi komunikasi yang menekankan kemudahan pemahaman, aksesibilitas informasi, dan kedekatan dengan konsumen setempat.

Kekuatan penelitian ini terletak pada kontribusinya dalam memperluas perspektif kajian lanskap linguistik melalui pengintegrasian konsep komodifikasi bahasa pada sektor kesehatan. Selama ini, penelitian lanskap linguistik lebih banyak berfokus pada kawasan komersial perkotaan, destinasi wisata, atau pusat perdagangan. Penelitian ini menghadirkan perspektif baru dengan menunjukkan bahwa kompetisi bahasa juga berlangsung pada layanan kesehatan di wilayah semiurban. Selain itu, temuan penelitian berhasil menantang asumsi yang berkembang dalam berbagai studi sebelumnya mengenai dominasi bahasa Inggris pada ruang komersial. Dalam konteks penelitian ini, unsur bahasa Arab dan bahasa lokal justru menempati posisi yang lebih strategis dalam membangun identitas dan daya tarik usaha.

Meskipun memberikan temuan yang penting, penelitian ini masih memiliki sejumlah keterbatasan. Ruang lingkup penelitian hanya mencakup dua kecamatan semiurban dan berfokus pada papan nama apotek swasta mandiri sehingga belum menggambarkan kondisi

yang lebih luas. Selain itu, penelitian ini belum melibatkan variabel seperti usia pemilik usaha maupun persepsi konsumen terhadap penggunaan bahasa pada papan nama. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas wilayah kajian ke kawasan urban dan pedesaan serta menambah objek penelitian pada rumah sakit, klinik, dan layanan kesehatan lainnya. Penggunaan metode campuran juga diperlukan untuk mengkaji preferensi dan respons masyarakat secara lebih mendalam.

Daftar Pustaka

- AMPEL, M. N. N. U. I. N. S., & Yusuf, S. K. (n.d.). *Bahasa Arab dalam Lanskap Linguistik di Rumah Sakit Umum Daerah Haji Surabaya*.
- An, R., & Zhang, Y. (2024). Language choice and identity construction: Linguistic landscape of Jiangnan Road in Wuhan. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 45(10), 4236–4253.
- Aslan, A., & Ningtyas, D. T. (2025). Dialog Identitas: Integrasi Tradisi Keagamaan Lokal di Tengah Arus Budaya Global. *Prosiding Seminar Nasional Indonesia*, 3(2), 71–80.
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9.
- Azizah, N., Handayani, R., Arliani, D., Ramadhani, F., & Hasibuan, I. A. (2025). Analisis Peran Bahasa Indonesia dalam Menjalankan Usaha Mahasiswa Prodi Kewirausahaan: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(2), 8171–8176.
- Bryceson, D. F., & Vuorela, U. (2020). Transnational families in the twenty-first century. In *The transnational family* (pp. 3–30). Routledge.
- Canakis, C. (2019). Further advances in linguistic landscape research: Language and identity-work in public space. *Punctum*, 5(1), 264–270.
- Christiawan, P. I. (2019). Tipe urban sprawl dan eksistensi pertanian di wilayah pinggiran Kota Denpasar. *Jurnal Wilayah Dan Lingkungan*, 7(2), 79–89.
- Desky, A. F., Pujiati, P., Simanihuruk, M., Ismail, R., & Manurung, R. (2017). Language as a status symbol of power in social interactions at a multicultural school in the city of Medan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 20(3), 264–277.
- Febriansyah, R., Santoso, T., & Zeyhudan, A. (2025). Eksplorasi lanskap linguistik: Potret keberlangsungan bahasa lokal dalam modernitas area wisata di Manokwari. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 11(2), 1681–1695.
- Fitria, S. L., & Setiawan, S. (2023). The Use of English on Linguistic Landscape in Tulungagung: The Initial Evidence of Language Battle in Public Space. *E-Journal of Linguistics*, 17(1), 76–92.
- Gorter, D. (2019). 36. Language contact in the linguistic landscape. In *Handbücher zur Sprach-und Kommunikationswissenschaft/Handbooks of Linguistics and Communication Science (HSK)* (pp. 431–441). De Gruyter Mouton.
- Hafli, H., Sugeng, S., & Muzekki, S. (2025). Analisis Dominasi Bahasa Formal dan Gaul Dalam Komunikasi Masyarakat Jakarta Studi Kasus Stasiun Pasar Senen Jakarta. *Jurnal Cendekia Pendidikan*, 3(1), 9–14.
- Heller, M., & Duchêne, A. (2016). Treating language as an economic resource: Discourse, data and debate. *Sociolinguistics: Theoretical Debates*, 139, 156.
- Holborow, M. (2018). Language, commodification and labour: The relevance of Marx. *Language Sciences*, 70, 58–67.
- Ivushkina, T. (2017). Words as indices of social and cultural identity. *International Journal of Language, Literature and Linguistics*, 3(3), 96–102.
- Jamilah, L., Rahmawati, Y., & Yuliani, M. (2025). Strategi Digital Marketing A3 Steakhouse

- dalam Meningkatkan Brand Image di Platform Instagram. *Petanda: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora*, 7(2), 291–303.
- Jazul, M., & Bernardo, A. (2017). A look into Manila Chinatown's linguistic landscape: The role of language and language ideologies. *Philippine Journal of Linguistics*, 48(1), 75–98.
- Kemala, Z., & Fajri, K. (2024). Efektivitas Penggunaan Bahasa Inggris Dalam Penamaan Menu Kuliner Di Missbee Providore Restaurant. *Bogor Hospitality Journal*, 8(1), 99–116.
- Li, J. (2026). Research on Urban Linguistic Landscapes in China and Abroad. In *The Study of the Linguistic Landscapes: Shanghai as an international metropolis* (pp. 1–29). Springer.
- Luna, C. A. (2023). Exploring the Linguistic Landscape of a Heritage Town in the island province of Marinduque, Philippines. *International Journal of Arts, Sciences and Education*, 4(2), 203–215.
- Madanipour, A. (2019). Rethinking public space: between rhetoric and reality. *Urban Design International*, 24(1), 38–46.
- Metro-Roland, M. M. (2016). *Tourists, signs and the city: The semiotics of culture in an urban landscape*. Routledge.
- Muniroh, S. (2016). Analisis Praktik Komodifikasi Bahasa Motivator dalam Acara Seminar Motivasi Berbayar. *Paradigma*, 4(3).
- Mustikawati, A. H., Ardianti, D., & Hermawan, V. (2023). Strategi komunikasi lingkungan dalam penanganan sampah di Kampung Cibunut Berwarna Kota Bandung. *Jurnal Diseminasi Kajian Ilmu Komunikasi*, 1(1), 42–52.
- Nikolaou, A. (2017). Mapping the linguistic landscape of Athens: The case of shop signs. *International Journal of Multilingualism*, 14(2), 160–182.
- Nuraini, N., Syifa, H. T., Saputra, A. J., & Solihatin, E. (2024). Analisis Pemilihan Bahasa dalam Strategi Branding dan Marketing pada Akun TikTok@ baksomasroy. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 18154–18169.
- Nursanty, I. A., Narung, I. G. G., Wahyullah, M., Hidayat, S., & Wardani, R. (2025). Pembuatan Plang Nama Usaha Sebagai Upaya Penguatan Identitas Visual pada UMKM Dodol Ibu Eli di Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat. *Takuana: Jurnal Pendidikan, Sains, Dan Humaniora*, 4(3), 532–540.
- Oktavianus, O. (2022). Multimode and multirole of languages in public spaces. *Jurnal Arbitrer*, 9(1), 71–79.
- Pasaribu, G., & Salmiah, M. (2024). The Function of Language at Medan Train Station: Linguistic Landscape Study. *International Journal Linguistics of Sumatra and Malay*, 3(1), 1–8.
- Putri, A. Y., Purnomo, M. E., Sholikhah, H. A., & Salsabila, N. (2025). Dinamika Multibahasa di Ruang Publik Kota Palembang sebagai Cerminan Identitas dan Globalisasi: Kajian Lanskap Linguistik. *Linguistik Indonesia*, 43(2), 361–375.
- Risqiyah, L. I., Rofiq, A., & Manshur, A. (2025). Bahasa dan Identitas Budaya: Studi Etnolinguistik pada Komunitas Osing di Daerah Macan Putih, Banyuwangi. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 11(2), 2161–2173.
- Rosmayati, S., Maulana, A., & Gunadi, T. (2024). Peluang Dan Tantangan Ekonomi Bisnis Dan Kesehatan Di Era Society 5.0. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 113–130.
- Salahuddin, S. P. (2024). Komunikasi Dalam Organisasi Multikultural. *Komunikasi Sosial Dan Lintas Budaya*, 2(1), 45–58.
- Sari, M., Kulsum, U., Al Bahar, A. H., Hula, I. R. N., & Pallawagau, B. (2025). Transformasi

- An-Naht dalam Identitas Linguistik Muslim Multibahasa: Studi Kasus Media Sosial. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 11(4), 4508–4525.
- Suri, I., & Datang, F. A. (2024). Language as social identity: A study of linguistic landscape in Meulaboh, West Aceh. *JSPH (Jurnal Sosiologi Pendidikan Humanis)*, 9(2), 35–53.
- Vesya, N. F., & Datang, F. A. (2022). Lanskap Linguistik Stasiun MRT Lebak Bulus Grab. *Prosiding Konferensi Linguistik Tahunan Atma Jaya (KOLITA)*, 20(20), 232–243.
- Widiyanto, G., & Kemdikbud, P. B. (2018). Pemakaian Bahasa Indonesia dalam Lanskap Linguistik di Bandara Internasional Soekarno-Hatta. *Prosiding Seminar Dan Lokakarya Pengutamaan Bahasa Negara Lanskap Bahasa Ruang Publik: Dimensi Bahasa, Sejarah, Dan Hukum*, 71–83.