

ABSTRACT

Nadhifa Laila Ardinata. 17.05.1.1.1.00058. A Study of Linguistic Landscape on the Shop Names in *Wisata Sentra Tas* Tanggulangin Sidoarjo. Thesis. English Study Program, Faculty of Social and Cultural Sciences, University of Trunojoyo Madura. Advisor: Dr. Masduki, M.Pd.

This research aims to identify the linguistic landscape on the shop names in *Wisata Sentra Tas* Tanggulangin Sidoarjo. This research identifies the language display, the functions of linguistic landscape, and the reasons of shop owners in choosing particular language on the shop names. The researcher conducted this research by using the theory proposed by Gorter (2006) to identify the language display, the theory proposed by Landry and Bourhis (1997) to find out the functions of linguistic landscape, and the theory proposed by Spolsky and Cooper (1991) to find out the reasons of shop owners in choosing particular language on the shop names.

In this research, the researcher used qualitative method to analyze the data. Data collection is done through content analysis method and interview. The sources of data in this research are the shop names and shop owners in *Wisata Sentra Tas* Tanggulangin Sidoarjo. The data in this research are the words and phrases used on the shop names and the utterances of shop owners that related to the reasons in choosing particular language on the shop names.

The result of this research showed the language display found on the shop names is there are four kinds of language namely Indonesian, English, Arabic, and Javanese. Those languages are used in monolingual with 33 data and bilingual with 17 data. Indonesian dominates the monolingual with 20 data and English with 13 data. Indonesian-English dominates the bilingual with 13 data. The functions of linguistic landscape found on the shop names are informative function and symbolic function. Symbolic function has the highest number with 39 data and followed by informative function with 11 data. The reasons of shop owners in choosing particular language on the shop names are capturing the communicative goal, writing language you know, asserting ownership, following the trend, attracting more visitors, showing the hope of the owner, asserting the number of children's owner, remembering the shop name, and being anti-mainstream.

Keywords : *sociolinguistics, linguistic landscape, Wisata Sentra Tas Tanggulangin*

ABSTRAK

Nadhifa Laila Ardinata. 17.05.1.1.1.00058. Kajian Lanskap Linguistik pada Nama-Nama Toko di *Wisata Sentra Tas* Tanggulangin Sidoarjo. Skripsi. Program Studi Bahasa Inggris, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura. Pembimbing: Dr. Masduki, M.Pd.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi lanskap linguistik pada nama-nama toko di *Wisata Sentra Tas* Tanggulangin Sidoarjo. Penelitian ini mengidentifikasi tampilan bahasa, fungsi lanskap linguistik, dan alasan pemilik toko dalam memilih bahasa pada nama toko. Peneliti melakukan penelitian ini dengan menggunakan teori yang dikemukakan oleh Gorter (2006) untuk mengidentifikasi tampilan bahasa, teori yang dikemukakan oleh Landry dan Bourhis (1997) untuk mengetahui fungsi lanskap linguistik, dan teori yang dikemukakan oleh Spolsky dan Cooper (1991) untuk mengetahui alasan pemilik toko dalam memilih bahasa pada nama toko.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif untuk menganalisis data. Pengumpulan data dilakukan melalui metode analisis konten dan wawancara. Sumber data dalam penelitian ini adalah nama toko dan pemilik toko di *Wisata Sentra Tas* Tanggulangin Sidoarjo. Data dalam penelitian ini adalah kata-kata dan frasa-frasa yang digunakan pada nama toko dan ucapan pemilik toko yang terkait dengan alasan dalam memilih bahasa pada nama toko.

Hasil penelitian ini menunjukkan tampilan bahasa yang ditemukan pada nama toko adalah ada empat jenis bahasa yaitu bahasa Indonesia, bahasa Inggris, bahasa Arab, dan bahasa Jawa. Bahasa-bahasa tersebut digunakan dalam bentuk monolingual dengan 33 data dan bilingual dengan 17 data. Bahasa Indonesia mendominasi bentuk monolingual dengan 20 data dan bahasa Inggris dengan 13 data. Bahasa Indonesia-Inggris mendominasi bentuk bilingual dengan 13 data. Fungsi lanskap linguistik yang ditemukan pada nama toko adalah fungsi informatif dan fungsi simbolik. Fungsi simbolik memiliki jumlah tertinggi dengan 39 data dan diikuti oleh fungsi informatif dengan 11 data. Alasan pemilik toko dalam memilih bahasa pada nama toko yaitu menangkap tujuan komunikatif, menulis bahasa yang akrab, menegaskan kepemilikan, mengikuti tren, menarik lebih banyak pengunjung, menunjukkan harapan pemilik toko, menegaskan jumlah anak pemilik toko, mengingat nama toko, dan anti-mainstream.

Kata kunci : *sosiolinguistik, lanskap linguistik, Wisata Sentra Tas Tanggulangin*