

**ANALISIS BAHASA ASING PADA DAFTAR MENU KAFE
COFFE'DANGAN THE MOCHI DAN IMPLEMENTASINYA DALAM
PEMBELAJARAN TEKS PROSEDUR**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan program studi Strata I pada Jurusan
Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**

Oleh :

ULFA NURUL HIJA

A310160221

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

BAHASA ASING PADA DAFTAR MENU KAFE COFFE'DANGAN THE MOCHI DAN
IMPLEMENTASINYA DALAM PEMBELAJARAN TEKS PROSEDUR

PUBLIKASI ILMIAH

Diajukan Oleh

Ulfa Nurul Hija

A310160221

Telah diperiksa dan disetujui oleh :

Surakarta, 20 April 2020

Dosen Pembimbing



Drs. Yakub Nasucha, M.Hum.

NIDN. 0013055701

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS BAHASA ASING
PADA DAFTAR MENU KAFE COFFE'DANGAN THE MOCHI
DAN IMPLEMENTASINYA DALAM PEMBELAJARAN TEKS PROSEDUR**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Ulfa Nurul Hija
A310160221

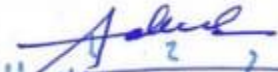
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada hari Selasa, 28 April 2020

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

1. Dr. Yakub Nasucha M.Hum.
Ketua Dewan Penguji
2. Prof. Dr. Harun Joko Prayitno, M.Hum.
Anggota I
3. Dr. Laili Etika Rahmawati, S.Pd, M.Pd.
Anggota II

()
()
()

Surakarta, 28 April 2020

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dekan,




Prof. Dr. Harun Joko Prayitno, M.Hum

NIDN. 00280465-01

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 28 April 2020

Penulis



ULFA NURUL HIJA
A310160221

BAHASA ASING PADA DAFTAR MENU KAFE *COFFE'DANGAN THE MOCHI* DAN IMPLEMENTASINYA DALAM PEMBELAJARAN TEKS PROSEDUR

Abstrak

Fenomena penggunaan bahasa asing sekarang ini secara luas telah digunakan dalam ranah sosial kedai kopi atau kafe, salah satu kafe yang menggunakan bahasa asing adalah kafe Coffedangan the mochi yang terletak di Surakarta. Penelitian ini bertujuan (1).Mengetahui bentuk penggunaan bahasa asing dalam daftar menu pada kafe Coffe'dangan The Mochi.(2.)Mengetahui alasan pengelola kafe Coffe'dangan The Mochi menggunakan bahasa asing dalam daftar menu.(3.)Mengetahui implementasi bahasa asing pada daftar menu kafe Coffe'dangan The Mochi dalam pembelajaran teks prosedur. Teknik analisi data menggunakan metode triangulasi teori, hasil penelitian menunjukkan 1. Bentuk penggunaan bahasa asing dalam daftar menu kafe Coffedangan the Mochi, 2. Alasan pengelola kafe Coffedangan lebih memilih menggunakan bahasa asing dalam daftar menu. 3.implementasi bahasa asing pada daftar menu kafe coffedangan the mochi menggunakan pembelajaran teks prosedur.

Kata kunci : bahasa asing, daftar menu, kafe Coffedangan the mocha

Abstract

The phenomenon of the use of foreign languages is now widely used in the social realm of coffee shops or cafes, one of the cafes that use foreign languages is the Coffedangan the mochi cafe located in Surakarta. This study aims (1). Knowing the use of foreign languages in the menu list at The Mochi Coffe'dangan cafe. (2.) Knowing the reasons for the Mochi Coffe'dangan cafe use foreign languages in the menu list. (3.) Knowing the language implementation foreigners on the menu list of Coffe'dangan restaurant The Mochi in the text learning procedure. The data analysis technique used the theory triangulation method, the results of the study showed 1. Forms of use of foreign languages in the menu list of the Mochi Coffedangan cafe, 2. Reasons for managers of Coffedangan cafes prefer to use foreign languages in the menu list. 3. Implement a foreign language on the coffee shop menu list of the Mochi using text learning procedures.

Keywords: foreign language, menu list, the mochi Coffedangan café

1. PENDAHULUAN

Indonesia termasuk dalam kategori negara berkembang diasia. Jumlah penduduk yang dimiliki juga cukup besar, yaitu menempati urutan keempat di dunia menjadikan persaingan kerja di Indonesia sangat ketat. Di samping itu, dengan terbukanya pasar bebas menuntut calon tenaga kerja memiliki daya saing dan kompetensi diri yang kuat untuk menghadapi tantangan global. Peningkatan akan mutu dan kemampuan tenaga kerja harus diperhatikan juga oleh Pemerintah.

Banyak cara yang dilakukan untuk dapat meningkatkan kualitas calon tenaga kerja, salah satu diantaranya yaitu pembekalan atau pelatihan kemampuan bahasa asing. Dengan bahasa maka komunikasi dapat berjalan dengan lancar.(Novitasari dkk,2010:35).

Bahasa merupakan alat berkomunikasi yang digunakan manusia sehingga bahasa menjadi unsur terpenting dalam kehidupan manusia. Komunikasi yang terjalin juga tidak terlepas dari hubungan bahasa dan kebudayaan. Sumarsono (2004) menyatakan bahwa bahasa dalam hubungannya dengan masyarakat dianggap sebagai perilaku sosial (social behavior) yang dipakai dalam berkomunikasi. Bahasa juga sering dianggap sebagai produk sosial atau produk budaya, bahkan bahasa merupakan bagian tidak terpisahkan dari kebudayaan itu. Bahasa sebagai produk sosial budaya mengantarkan kita pada pemahaman mengenai makna bahasa ditinjau dari sudut pandang masyarakat sebagai pemakai bahasa (Zulaeha, 2016). Fungsi bahasa sebagai media bekerja sama melalui komunikasi juga merupakan sebuah pemahaman mengenai bahasa itu sendiri. Jadi, bahasa dalam masyarakat digunakan untuk menciptakan sebuah hubungan berlandaskan suatu asas.(Riskiansyah dkk,2017 : 26).

Dalam keseharian manusia tak terlepas dari penggunaan bahasa. Penggunaan bahasa ini, seseorang dapat menuangkan berbagai ide, gagasan, pikiran, dan keinginannya dalam menyampaikan pendapat dan informasi¹. Bahasa berperan sebagai alat berinteraksi sesama manusia dalam lingkungan masyarakat mempunyai sifat sosial yaitu penggunaan bahasa di setiap lapisan masyarakat. Bahasa tidak berdiri sendiri, yang hanya dapat digunakan dan dimengerti oleh penutur saja, akan tetapi penggunaan bahasa menjadi lebih akurat apabila antara penutur dan mitra tutur saling mengerti maknanya dengan benar. Fenomena yang sering terjadi dari masa ke masa ini adalah terjadi proses globalisasi. Proses perubahan ini yang disebut Alvin Toffler sebagai gelombang ketiga, setelah berlangsungnya gelombang pertama dalam bidang agrikultur dan gelombang kedua dalam bidang industri. Perubahan ini mengakibatkan terjadi pergeseran kekuasaan dari pusat kekuasaan yang berasal pada tanah, selanjutnya kapital atau modal, dan setelah itu dalam gelombang ketiga pada kewenangan terhadap informasi, yakni ilmu pengetahuan dan teknologi. Akan tetapi proses globalisasi ini lebih banyak ditakuti daripada dipahami untuk kemudian diantisipasi dengan arif dan cermat. Oleh sebab itu rasa kekhawatiran yang

berlebihan,berakibat pada antisipasi yang dijalankan bersifat defensive..(Khasanah dkk,2015: 1-2).

Dalam suatu peristiwa komunikasi, kesepahaman-bersama atau keberhasilan komunikasi akan tercapai tatkala dua partisipan komunikasi memiliki pengetahuan-bersama menyangkut suatu hal yang dikomunikasikan. Fenomena penggunaan bahasa asing untuk menamakan produk lokal sungguh menarik untuk ditelisik. Menarik sebab, meskipun sudah tidak tepat lagi untuk menyebutnya "fenomena" tapi sudah menjadi gejala, ini adalah sebuah xenoglosofilia; yaitu suatu kecenderungan untuk'beringgris-inggris ria' (baca: berbahasa asing), dalam pengertian sederhananya. Menarik untuk diteliti sebab xenoglosofilia ini sudah tidak hanya dipraktikkan dalam lingkup sosio-kultural tertentu saja, seperti contoh pada bidang akademik, tetapi kegandrungan terhadapnya sudah menjamur dan menyebar ke pelbagai ranah praktik sosial. (Harahap, 2010:36).

Menurut Suryawati (2019: 30) situasi demikian digunakan oleh pengelola industri sebagai peluang dalam menjalankan bisnisnya, sebagai misal dalam sektor usaha perhotelan, spa, kuliner, pusat oleh-oleh dan sebagainya.

Berdasarkan pembahasan diatas, penelitian ini hanya berfokus pada daftar menu kafe yang dianalisis berdasarkan proses pembentukannya dalam sosiolinguistik , dan pembahasannya yang berupa makna kata yang terdapat dalam daftar menu , .Penelitian yang dijalankan ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Data yang dianalisis dalam penelitian ini berupa daftar menu pada kafe Coffedangan the mochi. Sehingga peneliti tertarik untuk memilih judul “*Analisis Bahasa Asing Pada Daftar Menu Kafe Coffe’dangan The Mocha dan Implementasinya dalam Pembelajaran Teks Prosedur*”

Secara etimologi sosiolinguistik merupakan penggalan dari kata bahasa Inggris *society* ‘masyarakat’, dan *linguistics* ‘ilmu bahasa’. Setelah digabungkan kata *society* berubah *socio* ‘masyarakat’. dengan demikian, terjadi perubahan fonem /ei/ menjadi /o/ serta pelepasan fonem /t/ dan /y/, sehingga *society linguistics* berubah menjadi *sociolinguistics*. *sociolinguistics* diintegrasikan kedalam bahasa Indonesia menjadi sosiolinguistik. Dengan demikian arti kata sosiolinguistik adalah ‘ilmu bahasa dan masyarakat pengguna bahasa’.(Abdul Ngalm dkk,2015:17).Dari beberapa konsep tersebut dapat dikembangkan bahwa sosiolinguistik dalam

hakikatnya, berupa salah satu cabang ilmu bahasa (linguistic) yang mengkaji, atau meneliti integrasi antara konsep kebahasaan yang bervariasi dengan berbagai aspek kehidupan masyarakat yang heterogen, diadopsi ke dalam bidang kajian yang meliputi agama, budaya, pendidikan, pembelajaran, politik, social ekonomi, dan sebagainya. Karakteristik kajian sosiolinguistik, diantaranya ada empat, a. Sosiolinguistik sebagai salah satu cabang linguistic, b. bersifat variatif. C. menelaah hubungan antar bahasa yang bervariasi dengan kehidupan masyarakat yang heterogen. D. bahasa memiliki multifungsi (*multifunction*). (Abdul Ngalim dkk, 2015: 24-25).

Dalam pembelajaran sosiolinguistik juga mengkaji tentang variasi bahasa, variasi bahasa adalah keberagaman bahasa yang berdasarkan oleh karakteristik kebahasaan dan komunitas pemakain bahasa. Dengan demikian variasi bahasa pada hakikatnya berupa keanekaragaman bahasa baik internasional, nasioanl daerah atau bahasa ibu, dialek maupun tingkat tutur. Bahasa international secara umum, yang telah diakui adalah bahasa inggris. Seperti yang dijelaskan sebelumnya juga disebutkan, bahwa adanya bilingual atau multilingual adalah salah satu faktor terjadinya interferensi. Interferensi, mungkin berupa campur kode (*code mixing*) dan atau alih kode (*code switching*). Misalnya: dalam bahasa iklan, dakwah, dan kampanye, tidak jarang kita jumpai peristiwa bahasa campur dan alih kode.

1.1 *Buy one get one*, ‘beli satu gratis Satu.

1.2 GRATIS HELLO KITTY Shopping Village Hadiah Undian Grand Prize 20 Pemenang (Alfamart Promo Edisi 13:1-15 Juli 2013).

1.3 Berkesempatan mengunjungi SANRIO HELLO KITTY TOWN.

Dari cuplikan iklan tersebut menunjukkan adanya tiga tuturan yang beralih kode dari bahasa inggris ke bahasa Indonesia dan campur kode, selain itu sajian promosi dengan model pemberian hadiah semacam itu, merupakan salah satu contoh adanya pemilihan metode promosi penjualan (*sales promotion*). Penyajian promosi seperti ini juga dapat memantapkan daya tarik pada calon pembeli. Faktor penyebab adanya variasi bahasa adalah karakteristik sosiolinguistik yang bersifat variatif. Sementara itu variasi bahas terwujud oleh adanya bilingualism atau multilingualisme, serta kesadaran akan adanya situasi berbahasa yang berbeda-beda. Bilingualism adalah penguasaan dua bahasa atau lebih, dengan tingkat penguasaan perbendaharaan kata yang berbeda-beda. Artinya

masih ada tingkat penguasaan bahasa ibu yang masih dominan dibandingkan dengan penguasaan bahasa kedua. Bahasa kedua disini untuk masyarakat Indonesia, diantaranya bahasa Indonesia dan bahasa asing.(abdul ngalim dkk:2015)

Bahasa merupakan sebuah sistem yang berpengaruh dalam mengungkapkan sebuah gagasan, baik secara tulis ataupun secara lisan¹. Pemahaman seseorang terhadap suatu gagasan akan mudah jika pengungkapan gagasan itu ditata secara teratur, rapi, dan lugas. Di Indonesia selain terdapat bahasa Indonesia, juga terdapat banyak bahasa daerah yang membuat masyarakat setiap daerah berkomunikasi dengan bahasa yang berbeda-beda. Bahasa Indonesia berperan sebagai bahasa persatuan bangsa Indonesia. merupakan bentuk jati diri bangsa untuk memperkuat kesatuan seluruh warga negara. Warga negara Indonesia wajib menggunakan bahasa Indonesia sebagai alat komunikasi sehari-hari di lingkungan masyarakat ataupun lingkungan pekerjaan. Hal ini berlaku juga bagi kewarganegaraan asing yang memilih menetap di Indonesia sebagai pekerja atau sebagai konsultan, Namun, dalam kenyataannya pemakaian bahasa Indonesia berbanding terbalik dengan amanah Undang-Undang. Dalam situasi resmi tidak jarang terjadi, adanya unsur penggunaan selain bahasa Indonesia dengan dalih demi kelancaran dalam pemberian informasi. Selain itu, bahasa Indonesia perlahan-lahan dilupakan pada perkembangan teknologi yang canggih untuk saat ini. Hal tersebut ditakutkan akan berimbas pada pergeseran bahasa Indonesia. Pergeseran bahasa adalah fenomena bahasa menggeser bahasa lain atau bahasa yang tak tergeser oleh bahasa lain(Sumarsono, 2012:27). Pergeseran bahasa terjadi apabila pengguna bahasa memilih suatu bahasa baru untuk menggantikan bahasa sebelumnya. Biasanya, bahasa yang bersifat dominan atau dengan alasan prestise. Adapun Faktor yang menyebabkan pergeseran bahasa dijelaskan dalam buku “Sosiolinguistik Perkenalan Awal” (2004) oleh Abdul Chaer dan Leonie Agustin adalah transmigrasi penduduk, dan ekonomi². Pertama, faktor perpindahan/transmigrasi penduduk, pergeseran pemakaian bahasa yang disebabkan oleh perpindahan dari masyarakat tutur satu ke masyarakat tutur lainnya. Contoh seseorang yang berbahasa ibu bahasa Jawa, dengan dalih mencukupi kebutuhan sehari-hari memutuskan untuk melakukan transmigrasi ke Kalimantan, maka secara otomatis bahasa yang digunakan sebelumnya yaitu bahasa Jawa, perlahan-lahan akan bergeser atau berganti menjadi bahasa Kalimantan atau bahasa Indonesia karena menyesuaikan dengan masyarakat tutur yang baru demi kelancaran

komunikasi. Kedua, faktor ekonomi, kemajuan ekonomi juga menyebabkan suatu bahasa memiliki nilai ekonomi tinggi. Seperti contoh, saat ini orang-orang mewajibkan dirinya untuk menguasai dalam berbahasa Inggris, sehingga orang-orang mulai berpaling dari bahasa pertamanya atau bahkan menjadikan bahasa Inggris sebagai bahasa ibu dibandingkan bahasa Indonesia². Kedua faktor tersebut, sudah tentu terjadi pada generasi saat ini yang sering disebut dengan generasi millennial, yang selalu ingin diakui dan dilihat eksistensinya.(Putri.2017:47).

Pergeseran bahasa pada umumnya menentukan proses penggantian penggunaan suatu bahasa dengan bahasa yang lainnya pada seorang penutur maupun pada suatu masyarakat tutur. Salah satu aspek penting dalam ranah penggunaan bahasa di masyarakat adalah pemilihan bahasa (language choice), yaitu dipilihnya bahasa tertentu dalam ranah tertentu (Lukman, 2014). Pergeseran suatu bahasa umumnya terjadi karena adanya persaingan bahasa pertama dengan bahasa kedua yang digunakan di dalam suatu masyarakat tutur. Hadirnya bahasa kedua dalam suatu masyarakat tutur menimbulkan persaingan atau kontak bahasa antara bahasa pertama (B1) dan bahasa kedua (B2) atau kedwibahasaan. Lukman (2014) mengemukakan bahwa situasi kedwibahasaan membawa pengaruh pada pemakaian dan pemilihan bahasa dalam berbagai ranah kehidupan, rumah, pasar, tempat kerja, dengan tetangga, tempat ibadah, sekolah, puskesmas, kantor desa, kantor camat, kantor bupati, dan kantor polisi. Pilihan bahasa dapat pula dipengaruhi oleh faktor internal yaitu bahasa penutur dan faktor eksternal meliputi situasi, topik percakapan, dan maksud/tujuan tuturan (Widianto & Zulaeha, 2016). Selain itu, pilihan bahasa yang digunakan dapat berupa variasi bahasa tunggal, alih kode, dan campur kode (Tamrin, 2018). Pemilihan kode tutur seseorang berpengaruh terhadap keefektifan dalam berkomunikasi sehingga penggunaan bahasa yang sesuai sebaiknya perlu agar pesan diterima dengan baik oleh pendengar (Eliya & Zulaeha, 2017). Sayangnya hal tersebut dapat menentukan apakah bahasa pertama mereka akan bertahan atau sebaliknya akan bergeser. (Ibrahim dkk,2019).

Bahasa sebagai produk sosial budaya mengantarkan kita pada pemahaman mengenai makna bahasa ditinjau dari sudut pandang masyarakat sebagai pemakai bahasa (Zulaeha, 2016). Fungsi bahasa sebagai media bekerja sama melalui komunikasi juga merupakan sebuah pemahaman mengenai bahasa itu sendiri. Chaer (2007) menyatakan bahwa bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer yang digunakan oleh para anggota kelompok sosial untuk bekerjasama,

berkomunikasi, dan mengidentifikasikan diri. Jadi, bahasa dalam masyarakat digunakan untuk menciptakan sebuah hubungan berlandaskan suatu asas. Berdasarkan sudut pandang produksinya, bahasa terdiri atas bahasa lisan dan tulis. Ciri yang paling menonjol pada bahasa lisan, yaitu digunakannya isyarat paralinguistik atau bahasa nonverbal seperti ekspresi wajah dan gesture. Sementara itu, bahasa tulis memiliki kelebihan untuk lebih mudah dianalisis. Bahasa lisan perlu diubah ke bahasa tulis untuk kepentingan analisis. Produksi bahasa oleh penuturnya sering menampilkan fenomena-fenomena yang menarik untuk diteliti, salah satunya sikap bahasa. Sikap merupakan perilaku yang terlihat dari gerakan manusia. Chaer dan Leoni (1995) menyatakan bahwa sikap merupakan fenomena kejiwaan. Hal tersebut biasanya termanifestasi dalam bentuk tindakan atau perilaku. Manifestasi tersebut berkaitan erat dengan posisi mental penutur. Posisi mental tersebut menentukan kelangsungan bahasa yang digunakan oleh

penutur. Makin positif sikap bahasa seorang penutur, makin terjaga kelestarian bahasa penutur. Sebaliknya, makin negatif sikap bahasa penutur, makin terancam kelangsungan bahasa penutur. Rizkiansyah (2016) menyatakan sikap bahasa adalah tata keyakinan yang relatif berjangka panjang terhadap bahasa dan objek bahasa tertentu yang memberikan kecenderungan kepada seseorang untuk bereaksi dengan cara tertentu yang dianggapnya benar. Sikap bahasa masyarakat mencerminkan loyalitas penggunaan bahasa masyarakat. Hubungan antara kebudayaan dengan bahasa ialah budaya memengaruhi perilaku berbahasa. Jadi, budaya juga mencakup sifat dan sikap yang dimiliki oleh masyarakat.

Apabila suatu masyarakat ingin meningkatkan kemampuan berbahasa, masyarakat tersebut harus mampu menghilangkan semua sifat-sifat negatif yang ada. Koentjaraningrat (1990) membagi beberapa sifat negatif masyarakat Indonesia yang tercermin saat berbahasa, yaitu (1) meremehkan mutu, (2) mentalitas menerabas, (3) tuna harga diri, (4) menjauhi disiplin, (5) enggan bertanggung jawab, dan (6) suka latah atau ikut-ikutan. Perilaku berbahasa erat kaitannya dengan sikap maka sifat negatif tampak saat berbahasa. Sifat meremehkan mutu tercermin dalam perilaku kebahasaan “pokoknya mengerti.” Perilaku tersebut menyebabkan bahasa yang digunakan merupakan bahasa yang asal tanpa mempedulikan bahasa yang digunakan benar atau salah. Sifat mentalitas menerabas berbahasa tersebut tercermin dalam perilaku kebahasaan berupa adanya keinginan berbahasa Indonesia dengan baik tanpa melalui proses belajar.

Mayoritas masyarakat Indonesia menganggap bahwa Bahasa Indonesia adalah bahasa yang dapat dikuasai tanpa harus dipelajari. Sifat tuna harga diri tercermin dalam pandangan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia diduga tidak menghargai bahasa Indonesia, tetapi sangat menghargai bahasa asing. Perilaku mengagungkan bahasa asing dan selalu menghargai orang asing hingga menomorduakan bahasa sendiri merupakan bukti pandangan tersebut. Aturan mengenai pemakaian bahasa Indonesia pada nama bangunan dan nama gedung, jalan, apartemen atau pemukiman, merek dagang, lembaga usaha, lembaga pendidikan, organisasi yang didirikan atau dimiliki oleh Indonesia atau badan hukum Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 pasal 36 ayat (3). Pasal 36 ayat (4) memberikan pengecualian dengan membolehkan penggunaan bahasa daerah atau bahasa asing, tetapi bagi penamaan bangunan atau gedung, jalan, apartemen atau permukiman, perkantoran, kompleks perdagangan, merek dagang, lembaga usaha, lembaga pendidikan, organisasi apabila memiliki nilai sejarah, budaya, adat istiadat, dan/atau kebudayaan. (Rizkiansyah.2016).

Pemakaian bahasa asing, khususnya bahasa Inggris, dalam segala bentuknya di Indonesia berkaitan dengan pembelajaran bahasa asing di pendidikan formal maupun informal. Bahkan bahasa asing ini telah dikenalkan sejak usia dini. Mereka beranggapan bahwa bahasa asing lebih tinggi derajatnya daripada bahasa nasional mereka sendiri, bahasa Indonesia². Bahkan, mereka seolah mengacuhkan perkembangan bahasa Indonesia (Muslich, 2010: 38). Muslich (2010: 38-39) menyatakan sebagai berikut. Fenomena negatif yang masih terjadi di lingkup masyarakat Indonesia antara lain sebagai berikut. a. Banyak orang Indonesia menunjukkan dengan bangga kemahirannya memakai bahasa Inggris meskipun mereka tidak menguasai bahasa Indonesia dengan baik. b. Banyak orang Indonesia merasa malu jika tidak mampu menguasai bahasa asing (Inggris) tetapi tidak pernah merasa malu dan kurang jika tidak menguasai bahasa Indonesia. c. Banyak orang Indonesia meremehkan bahasa Indonesia dan tidak berminat untuk mempelajarinya karena merasa dirinya lebih menguasai bahasa Indonesia dengan baik². d. Banyak orang Indonesia merasa dirinya lebih pandai daripada lainnya karena telah menguasai bahasa asing (Inggris) dengan fasih walaupun penguasaan bahasa Indonesianya kurang sempurna.(Assapari, 2014:30-31)

Wujud perilaku berbahasa asing ini juga berpengaruh pada pengembang perumahan, pengelola hotel, dan pengelola toko ditemukan dalam penggalan interaksi percakapan dengan mitra tutur. Wujud tersebut berbentuk komponen kognitif, komponen afektif, komponen konatif, dan pemakaian bahasa bisnis. Komponen kognitif ialah komponen pengetahuan mengenai kaidah bahasa Indonesia yang tercermin dari pemakaian satuan lingual. Pemakaian satuan lingual tersebut dapat diamati melalui daftar menu yang terdapat dalam sebuah kafe yang peneliti pilih .

Konteks : dalam sebuah kafe yang diberi nama “Coffe’dangan The Mochi” yang terletak diwilayah sukoharjo ini juga menggunakan bahasa asing dalam penulisan menu, dalam menu tersebut terdapat 33 pilihan yaitu:

Tabel 1. Pilihan Menu

1. COFFE	10. MILK SHAKE
2. V60	11. COKLAT
3. VIETNAM DRIP	12. TARO
4. KLOTOK	13. RED VELVET
5. SQUASH	14. GREENTEA
6. BLUE OCEAN	15. OREO
7. AFTERNOON SUNSINE	16. HAZELNUT
8. GREENCAYON	17. STRAWBERRY
9. ORANGE	18. MOCCA

19. WEDANGAN	26. SUSU COKLAT
20. THE	27. SUSU PUTIH
21. LEMON TEA	28. FOOD
22. JERUK	29. MIE GORENG
23. SUSU JERUK	30. MIE GORENG TELUR
24. JAHE	31. MIE REBUS
25. SUSU JAHE	32. MIE REBUS TELUR

Dari ke 33 pilihan menu tersebut ada satu bahasa daerah yaitu WEDANGAN dan 19 bahasa asing atau bisa disebut dengan bahasa inggris, masing-masing dari menu tersebut memiliki arti yang berbeda-beda misalnya COFFE berarti Kopi, SQUASH berarti sirup pekat non alkhohol, MILKSHAKE berarti Susu Kocok, SPECIAL DRINK berarti Minuman Spesial, dan yang terakhir FOOD berarti Makanan. Dari paparan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pemakaian bahasa asing dalam ranah kuliner ini selain sekedar agar menarik para pelanggan tetapi ini juga termasuk bentuk dari sikap gengsi dari pengelola dalam membuat sebuah menu atau bisa disebut dengan bahasa bisnis.

Bahasa bisnis ialah bahasa yang digunakan anggota suatu masyarakat dalam dunia perdagangan, bidang usaha, maupun usaha dagang. Bahasa tersebut digunakan bukan hanya untuk berkomunikasi, tetapi juga bahasa promosi suatu tempat atau suatu produk. Indikator suatu bahasa merupakan sebuah bahasa bisnis terbagi atas dua hal, yaitu (1) bahasa bisnis mengesampingkan ketentuan bahasa Indonesia tataran sintaktis dan (2) bahasa bisnis digunakan untuk kepentingan bisnis, promotif, atau pariwisata. Faktor kecenderungan sikap bahasa dipengaruhi dua faktor. Kedua faktor tersebut ialah faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berasal dari aspirasi pengusaha dan gengsi yang mencakup identitas pengusaha dan prestise. Faktor eskternal berkaitan dengan kebutuhan penamaan proyek atau bangunan dengan menyesuaikan lokasi. Kedua faktor tersebut dipandang sebagai gejala dalam penggunaan bahasa asing di kalangan pengusaha.

Pergeseran bahasa ini juga berpengaruh bagi para pengusaha kafe yang selalu berlomba untuk menarik pelanggan dengan menawarkan menu-menu yang menggunakan bahasa asing.

Penggunaan bahasa asing bagi mereka memang memiliki makna yang cukup penting dalam kehidupan bisnis atau usaha . Kata asing itu dinilai dapat memberikan nuansa makna positif bagi bisnis mereka. Nuansa makna positif itu wujudnya bervariasi, misalnya untuk meningkatkan gengsi, keren, memikat, menambah pesona, profesional, melancarkan usaha, lebih berkelas, lebih intelek, meningkatkan mutu, tidak kuno, ngetrend, lebih modis, lain-lain. Nuansa makna seperti itu tampaknya tidak mereka dapatkan dari bahasa Indonesia. Oleh sebab itu, mereka rata-rata enggan merubah nama asing yang mereka gunakan dalam bahasa Indonesia. Jika perubahan itu terjadi, mereka akan merasa kehilangan makna positif bagi usahanya. Hal ini tercermin dari jawaban yang mereka sampaikan di atas bahwa nama-nama menggunakan bahasa Indonesia kurang bergengsi, kurang memberikan kesan profesional, kurang memikat, kurang modis, dan lain-lain.

2. METODE

Jenis penelitian dilaksanakan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Ratna (2007:47) mendefinisikan penelitian kualitatif adalah metode yang memberikan perhatian terhadap data alamiah, data dalam hubungannya dengan konteks keberadaannya. Sutopo (2002:8-10) menambahkan bahwa pengkajian ini bertujuan untuk mengungkapkan berbagai informasi kualitatif dengan pendeskripsian yang teliti dan penuh nuansa untuk menggambarkan secara cermat sifat-sifat suatu hal (individu atau kelompok), keadaan fenomena, dan tidak terbatas pada pengumpulan data melainkan meliputi analisis dan interpretasi. Dalam mengkaji bahasa asing yang digunakan dalam penamaan daftar menu, peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif merupakan menganalisis bentuk deskripsi, tidak berupa angka atau koefisien tentang hubungan antar variabel. Pengkajian deskriptif dilakukan berdasarkan fakta atau fenomena.

Strategi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah studi kasus terpancang (*embedded research and case study*). Sutopo (2002:112) menyatakan bahwa penelitian terpancang (*embedded research*) dipergunakan karena masalah dan tujuan penelitian telah ditetapkan oleh peneliti sejak awal penelitian, kemudian studi kasus tunggal (*case study*) dipergunakan karena strategi ini mengacu pada kasus tertentu. Jadi penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang memakai strategi studi kasus terpancang dan studi kasus tunggal.

Arah atau penekanan dalam penelitian ini adalah penggunaan bahasa asing dalam daftar menu kafe yang diimplementasikan dalam pembelajaran bahasa Indonesia dengan kajian sosiolinguistik dengan urutan analisis sebagai berikut.

2.1 Dampak apa yang ditimbulkan dalam penggunaan bahasa asing dalam ranah pengelolaan daftar menu kafe

2.2 Faktor apa yang mempengaruhi penggunaan bahasa asing dalam pengelolaan daftar menu.

Untuk menguji kevalidtannya sebuah data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi teori, teori ini dilakukan peneliti dengan menggunakan perspektif lebih dari satu teori dalam membahas permasalahan yang dikaji. Dari beberapa perspektif teori tersebut akan memperoleh pandangan yang lebih lengkap dan akurat, tidak hanya sepihak, sehingga dapat dianalisis dan ditarik kesimpulan yang lebih menyeluruh. Dalam melaksanakan teknik triangulasi ini perlu menguasai teori yang telah digunakan dan kaitannya dengan masalah yang diteliti sehingga mampu dan lebih benar memiliki makna yang kaya perspektifnya (Sutopo, 2002:82-83).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Berdasarkan data penelitian, peneliti telah memperoleh hasil penelitian. Temuan terdiri atas 1. Bentuk penggunaan bahasa asing dalam daftar menu kafe Coffedangan the Mochi, 2. Alasan pengelola kafe Coffedangan lebih memilih menggunakan bahasa asing dalam daftar menu. 3.implementasi bahasa asing pada daftar menu kafe coffedangan the mochi menggunakan pembelajaran teks prosedur. Bentuk penggunaan bahasa asing dalam daftar menu kafe Coffedangan The Mochi berjumlah 21 menu berbahasa asing dan yang lainnya menggunakan bahasa Indonesia. Hal itu dapat terlihat dalam paparan tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Daftar Menu Bahasa Asing Kafe Coffedangan the Mochi

Nomor	Daftar menu	Bahasa asing	Bahasa Indonesia
--------------	--------------------	---------------------	-------------------------

1.	Coffe	Coffe	Kopi
2.	V60	V60	V60
3.	Vietnam Drip	Vietnam Drip	Vietnam Drip
4.	Klotok	Klotok	Klotok
5.	Squash	Squash	Labu
6.	Blue Ocean,	Blue Ocean	Laut biru
7.	Afternoon Sunsine,	Afternoon sunsine	Matahari sore
8.	Greencayon,	Greencrayon	Krayon hijau
9.	Orange.	Orange	Jeruk
10.	Milk shake	Milk shake	Susu Kocok
11.	Coklat	Coklat	Coklat
12.	Taro	Taro	Talas
13.	Red Velvet	Red Velvet	Beludru Merah
14.	Greentea	Greentea	The hijau
15.	OREO	OREO	OREO
16.	Hazelnut	Hazelnut	kemiri
17.	Specialdrink	Special Drink	Minuman khusus
18.	Strawberry	Strawberry	Stroberi
19.	Mocca.	Mocca	Mocca
20.	Wedangan	Wedangan	Minuman
21.	Teh	-	Teh
22.	Lemon Tea,	Lemon Tea	Teh Lemon
23.	Jeruk,	-	Jeruk
24.	Susu Jeruk	-	Susu Jeruk
25.	Jahe	-	Jahe
26.	Susu Jahe	-	Susu Jahe
27.	Susu Coklat	-	Susu Coklat
28.	Susu Putih	-	Susu Putih
29.	Food	Food	Makanan

30.	Mie Goreng	-	Mie Goreng
31.	Mie Goreng Telur	-	Mie Goreng Telur
32.	Mie Rebus	-	Mie Rebus
33.	Mie Rebus Telur	-	Mie Rebus Telur

Data 1

Data 1, pada menu coffe yang berarti kopi. Kopi adalah minuman hasil seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk dan mulai menyajikan sesuai permintaan pembeli, meskipun terdengar familiar akan tetapi menu coffe ini banyak menarik minat para pembeli bahkan harga yang dicantumkan juga bervariasi, hal ini dikarenakan pemilik coffe yang berinisiatif menggunakan bahasa asing untuk lebih meningkatkan popularitas menu kopi sekaligus menaikkan harga tanpa harus berfikir apakah dapat memberatkan sang pembeli dengan begitu pemilik coffe akan mendapat keuntungan lebih berbanding terbalik dengan menggunakan bahasa Indonesia yang mungkin akan menetapkan posisi coffe dengan harga yang relative murah. Dalam daftar menu coffe/kopi ini terbagi menjadi tiga sajian kopi yaitu:

V60

Alat seduh kopi berbentuk unik menyerupai corong segitiga ini, telah menjadi favorit karena keunggulan alat ini mampu menonjolkan karakter rasa kopi secara sempurna, lebih aromatik dan lembut. Hal itu disebabkan saat proses penyeduhan dengan V60, distribusi suhu air menjadi lebih merata dan terpusat proses ekstraksi kopinya.

Vietnam Drip

Kopi vietnam drip merupakan kopi menggunakan proses penyeduhan dengan dripper vietnam dan disajikan bersama susu/krimer kental manis. Penyajian minuman ini lahir karena menyesuaikan karakter biji robusta dari hasil perkebunan di Vietnam. Vietnam drip adalah metode dan alat seduh yang menghasilkan minuman dengan cara ekstraksi lewat tetesan. Dripper berbentuk seperti gelas metal dan terdiri dari tabung, plunger, dan tutup metal. Penggunaannya sangat mudah, setelah bubuk kopi dimasukkan, masukkan plunger lalu tekan, taruh dripper di atas gelas, lalu tuang air panas.

Klotok

Kopi klotok adalah satu dari berbagai cara menikmati secangkir kopi. Berbeda dengan yang dilakukan kebanyakan orang, kopi klotok diseduh dengan cara direbus bersama air dalam satu panci. Hasilnya, kopi kental dengan rasa pahit pas di lidah.

Data 2

Squash : minuman bersoda

Data 2 terjadi pada menu squash yang berarti minuman bersoda tercantum dalam daftar menu kafe Coffedangan The Mochi adalah minuman yang berasal dari sirup pekat non alkohol yang digunakan untuk minuman pengganti air atau gula, minuman ini biasanya diaplikasikan pengelola dengan soda dan susu selain itu minuman ini juga disajikan dingin sehingga sensasi minuman ini lebih menyegarkan. Dalam daftar menu squash/ labu ini terbagi menjadi empat sajian yaitu:

Blue Ocean

blue ocea/ laut biru adalah minuman segar perpaduan dari soda (pepsi untuk menghasilkan warna biru yang menyegarkan) yang diberi sedikit sirup orange dan dikombinasi dengan es batu dan selasih. Minuman satu ini juga merupakan minuman favorit di cafedangan the mochi selain warnanya yang cantik minuman ini juga sangat cocok untuk mengusir dahaga. Kenapa disebut blue ocean karena warnanya yang biru dengan kombinasi orange yang menggambarkan laut biru serta matahari yang berada diujungnya.

Afternoon Sunsine

Afternoon sunsine/matahari sore adalah minuman kombinasi antara the soda dan sedikit lemon untuk memberikan kesan menyegarkan dalam setiap hidangannya. Minuman ini merupakan minuman ke 2 yang membuat mata pembeli untuk ingin segera mencoba kesegaran dari minuman tersebut. Kenapa diberi nama afternoon sunsine atau matahari sore dikarenakan warna dari minuman tersebut menggambarkan kondisi matahari soree yang sedang terbenam.

Greencayon

Greencrayon atau krayon hijau minuman ini sedikit unik untuk dibayangkan, karena menggunakan nama unik yang asing sehingga membuat para pembeli penasaran dengan

bagaimana bentuk penyajian dari minuman greencrayon ini. Minuman ini kombinasi dari sirup melon dan soda yang dicampur dengan jelly dan sedikit selasih untuk mempercantik penyajian. Selain itu nama yang digunakan menggambarkan bahwa minuman ini berwarna seperti krayon hijau segar dan tentunya menghempas dahaga.

Orange

Orange atau jeruk adalah minuman jeruk yang dicampur soda dan diberi sedikit es batu untuk memberikan kesan segar dalam penyajiannya. Minuman ini juga merupakan minuman dengan jumlah pembeli terbanyak karena rasanya yang segar dan tidak terlalu berat ditenggorkan memberikan begitu banyak penggemar. Penggunaan nama orange ini tentu didasari dengan system dunia milenial yang membuat sang pemilik untuk tidak ketinggalan merubah nama jeruk menjadi bahasa asing orange selain itu dengan penggunaan bahasa asing ini dapat memberikan nilai ke milenialan sehingga dengan harga mahal tetapi masih banyak peminatnya.

Data 3

Milk shake : susu kocok

Data 3 terjadi pada menu milkshake yang berarti susu kocok tercantum dalam daftar menu kafe Caffe'dangan The Mochi adalah minuman yang berasal dari susu yang diaplikasikan dengan varian rasa dan disajikan secara hangat ataupun dingin. Dalam daftar menu milkshake ini terdiri menjadi beberapa rasa seperti :

Coklat, Taro ,Red Velvet,Greentea Matcha, OREO, Hazelnut.

Data 4

Special drink : minuman khusus

Data 4 terjadi pada menu special drink yang berarti minuman khusus yang tercantum dalam daftar menu kafe coffedangan the mocha adalah minuman yang dibuat dari susu dan divariasikan dengan beberapa rasa café, special drink ini menurut pengelola dikhususkan karena rasa dan pembuatannya hamper mirip dengan milkshake Cuma bedanya ini lebih menonjol ke susunya. Special drink/ minuman khusus terdiri dari rasa strawberry dan mocca.

Data 5

Wedangan : minuman

Data 5 terjadi pada menu wedangan yang berarti minuman yang tercantum pada daftar menu kafe Coffedangan The Mochi. Wedangan merupakan bahasa Jawa yang artinya minuman. Pengelola menggunakan bahasa Jawa dalam salah satu daftar menu karena pengelola juga ingin mengenalkan kepada konsumen bahwa wedangan termasuk dalam kategori minuman yang digemari oleh pembeli, karena dalam wedangan terdiri dari berbagai minuman yang harganya terjangkau. Dalam wedangan terdiri dari beberapa pilihan yaitu ada teh, lemon tea, jeruk, susu jeruk, jahe, susu jahe, susu coklat atau putih. Pilihan wedangan ini bisa disajikan dingin dan hangat.

Data 6

Food : Makanan

Data 6 terjadi pada menu Food yang berarti makanan yang tercantum pada daftar menu kafe Coffedangan the Mochi. Selain menyajikan minuman ternyata kafe juga menyajikan menu makanan dalam menu makanan ini terdiri dari mie goreng, mie goreng telur, mie rebus dan mi rebus telur. Tetapi pengelola juga menyediakan makanan khas angkringan sehingga pembeli atau konsumen tidak bosan dengan pilihan menu yang terdapat dalam daftar menu.

3.2 Pembahasan

3.2.1 Alasan Pengelola Kafe Coffedangan the Mochi Menggunakan Bahasa Asing pada Daftar Menu

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, pengelola atau pelaku bisnis ini mendapat motivasi menggunakan bahasa asing (terutama Inggris) dikarenakan ingin terlihat lebih bergengsi dan modern. Selain itu, pengelola juga secara terang-terangan memasukkan bahasa asing dalam daftar menu hanya untuk menarik perhatian pembeli atau pembaca. Bahkan pengelola juga menjelaskan jika menggunakan bahasa asing dapat memberikan citra positif bagi usaha kafenya agar terkesan lebih

bagus lebih keren dan tidak terlihat kuno. Akan tetapi pengelola juga sedikit menyelipkan bahasa Indonesia dalam daftar menunya walau bahasa asing lebih menonjol. Dari uraian alasan yang telah dijelaskan oleh pengelola maka dapat peneliti simpulkan bahwa bahasa asing sangat berperan penting dalam perjalanan bisnis mereka, kata-kata bahasa asing juga dapat memberikan energy positif bagi bisnis mereka nuansa positif ini juga memberikan peran profesional bagi usaha yang dijalankan oleh pengelola. Hal ini juga sesuai dengan uraian yang telah dijabarkan oleh (Khasanah, 2015) sebagai berikut :

Memberikan citra serta pesona serta daya tarik kepada konsumen. profesionalisme; kelas sosial sebuah usaha terletak pada bahasa yang dipakai. Kesan restoran bergengsi. Dipakai dalam meningkatkan keeksisan restoran. Meningkatkan mutu/kualitas restoran tersebut. Agar lebih keren, ngetrend, intelek, dan tidak kuno.

Dari penjabaran yang dilakukan Khasanah maka dapat kita ketahui bahwa penggunaan bahasa asing dalam kafe dapat menghidupkan bisnis kafe atau restoran tersebut. Dengan begitu pula bagi seorang pengusaha bahwa dengan mengikuti arus zaman yang serba milenial maka usaha yang dikembangkan akan lebih mudah diterima dalam lingkup masyarakat.

3.2.2 Implementasi Bahasa Asing pada Daftar Menu Kafe Coffedangan the Mochi Menggunakan Pembelajaran Teks Prosedur

Implementasi penelitian menggunakan pedoman terhadap silabus berkurikulum tahun 2013 (K-13), RPP, serta buku paket Bahasa Indonesia. Selain itu memusatkan KD 4.2. Mengembangkan teks prosedur dengan memfokuskan hasil analisis terhadap isi, struktur, dan kebahasaan. Indikatornya adalah 4.2.1 Menentukan pola pengembangan dalam menulis teks prosedur. Teks Prosedur merupakan teks yang mengandung langkah-langkah, yang bertujuan untuk membuat atau melaksanakan suatu hal dengan tepat dan secara berurutan sehingga menghasilkan suatu tujuan yang diharapkan. Teks prosedur sering terdapat pada tulisan yang menentukan cara, tips atau tutorial dalam menjalankan langkah tertentu. Dalam teks prosedur dapat ditemukan

kata imperatif atau kata perintah untuk melakukan apa yang dibahas pada teks agar sipembaca melakukan apa yang diperintahkan pada isi teks tersebut.

Peneliti memilih teks prosedur dalam implementasi bahasa asing karena sebenarnya bahasa asing ini juga berkaitan dengan tujuan teks prosedur yang memiliki tujuan melakukan suatu hal. Penerapan yang dilakukan bahasa asing juga memiliki tujuan yang sama yaitu menarik ketertarikan pembaca sehingga pembaca juga tertarik dengan bahasa asing yang digunakan, apalagi dalam ranah kuliner ini sangat berpengaruh dan berdampak positif bagi eksistensi sebuah kafe atau restoran dengan penyusunan menu yang menarik dan terkesan mengikuti zaman lebih elit, modern dan bergengsi.

Hubungan ini saling berkaitan karena sama-sama bertujuan untuk menarik minat seseorang. Dalam ranah daftar menu bahasa asing siswa dapat mempelajari berbagai macam nama-nama kuliner dengan menggunakan bahasa asing, melatih kreativitas siswa dalam berimajinasi tentang daftar menu yang mereka kenal. Selain itu penggunaan bahasa asing dalam daftar menu juga dapat dimanfaatkan sebagai ajang pembelajaran bahasa asing pada siswa. Dengan begitu guru akan mengembangkan pembelajaran teks prosedur dengan menggunakan daftar menu bahasa asing yang tersedia. Bahasa yang lebih dominan dalam daftar menu ini adalah bahasa Inggris sehingga sebelum menyusun siswa diharuskan memilih salah satu dari daftar menu bahasa asing untuk mengerjakan tugasnya. Seperti contoh teks prosedur tips membuat lemon tea :

Bahan :

- 1 kantung teh celup
- 2 sdt gula pasir
- 2 potong jeruk lemon
- 50ml air panas
- 150ml air dingin
- 6 buah es batu

Cara pembuatan lemon tea:

Pertama-tama seduh the celup dengan 50ml air panas, tambahkan 2 sendok the gula lalu aduk sampai semua bahan tercampur setelah itu tambahkan perasan 2potong lemon aduk kembali sampai semua bahan tercampur lalu masukkan air dingin 150ml serta 6biji es batu, tambahkan potongan lemon sebagai pemanis. Lemon tea siap disajikan.

Tips pembuatan lemon tea ini secara langsung membantu siswa dalam menyusun teks prosedur dan juga melatih siswa belajar bahasa inggris. Dengan proses pembelajaran tersebut dapat memberikan nilai tambahan bagi kreativitas siswa untuk belajar dan guru mendapatkan proses pembelajaran baru yang lebih bervariasi dengan melakukan metode tersebut.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah disajikan diatas dapat, disimpulkan sebagai berikut: Wujud penggunaan bahasa indonesia memiliki beberapa konsekuensi logis terkait dengan penggunaannya yang disesuaikan situasi dan kondisi. Bahkan dalam dunia bisnis bahasa indonesia sangat diperlukan guna untuk mempromosikan bisnis mereka, selain bahasa indonesia ternyata bahasa asing (terutama bahasa inggris) juga sudah mulai mengembang dalam dunia bisnis seperti kedai kopi restoran dan lain lain. keberadaan bahasa asing yang telah masuk ke dunia bisnis telah menggeser secara perlahan bahasa indonesia sehingga keberadaan bahasa asing lebih menonjol dibanding bahasa indonesia. .sebagai contoh wujud bahasa asing dalam daftar menu kafe coffedangan the mochi terdapat beberapa bentuk , antara lain *coffe (kopi)*, *squash (labu)*, *milkshake (susu kocok)*, *special drink (minuman khusus)*, *wedangan (minuman)* , *food (makanan)*. Bentuk bahasa asing yang digunakan dalam daftarmenu ini juga digunakan pengelola agar mendapat kesan positif bagi pembaca sehingga terkesan modern dan tidak kuno.

DAFTAR PUSTAKA

Alam, H. W. N. (2017). Peningkatan Kemampuan Memproduksi Teks Prosedur Kompleks dengan Menggunakan Metode Demonstrasi. *Diksatrasi*, 1(1), 32-38.

- Arifin, E. Z. (2017). IMPLEMENTASIPASAL 36 “UNDANG-UNDANG BAHASA”. *Pujangga*, 1(2), 23.
- Assapari, M. M. (2014). Eksistensi bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional dan perkembangannya di era globalisasi. *Prasi*, 9(18).
- Aziz, A. L. (2014). Penguatan identitas bahasa Indonesia sebagai lambang identitas nasional dan bahasa persatuan jelang penerapan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015. *Jurnal Studi Sosial*, 6(1), 14-20.
- Dasuki, S. (2015). Pemakaian Bahasa Indonesia dalam Ruang Publik di Kota Surakarta.
- Dwiyanto, D. (2002). Metode Kualitatif: Penerapannya dalam Penelitian. *Tersedia: http://inparametric.com/djoko_dwiy@ugm.ac.id*.
- Fatikhudin, P. (2019). PENAMAAN TEMPAT USAHA BERBAHASA ASING DI SURABAYA: KAJIAN SEMANTIK KOGNITIF. *BASINDO: jurnal kajian bahasa, sastra Indonesia, dan pembelajarannya*, 2(2).
- Harahap, T. R. (2010). BAHASA MENUNJUKKAN BANGSA STU DI KASUS XENOGLOSOFILIA DALAM DAFTAR MENU. *Widyaparwa*, 38(1), 35-44.
- Haryanti, P., Hija, U. N., & Waljinah, S. (2019). Analisis Wacana Daftar Menu Makanan Berpendekatan Sosial Budaya Masyarakat. *Proceeding of The URECOL*, 69-76.
- Helmanita, K. (2013). Analisis sosiolinguistik perubahan bahasa pada masa pra-pasca pubertas. *Buletin Al-Turas*, 19(1), 201-216.
- <https://zuhriindonesia.blogspot.com/2018/06/silabus-bahasa-indonesia-kelas-xi.html?m=1>
- https://zuhriindonesia.blogspot.com/2018/06/rpp-bahasa-indonesia-kelas-xi-semester_75.html?m=1
- Ibrahim, I., Ruslan, R., Asnur, M. N. A., Sabata, Y. N., & Kahar, M. S. (2019). FAKTOR SOSIAL YANG BERPENGARUH TERHADAP PERGESERAN BAHASA LOWA. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 5(2), 208-218.
- Irwansyah, D. (2015). Pendidikan Multikultural dan Pengajaran Bahasa Asing. *Addin*, 7(1).
- Khasanah, I., Laksmi, D., Tilman, R. D. C., & Rizky, R. (2015). Fenomena Penggunaan Bahasa Asing dalam Penamaan Bisnis Kuliner di Kawasan Soekarno Hatta Kota Malang. *Jurnal Lingkar Widyaaiswara*, 2(1), 1-11.

- Manurung, R. T. Kesantunan Bahasa pada Kalangan Pelaku Bisnis: Studi Kasus Interferensi Bahasa Asing Sebagai Pelanggaran Kesantunan (2009). *Dialogia Iuridica*, 1(1).
- Marliana, N. L., & Puryanto, E. (2009). Problematika Penggunaan Ragam Bahasa Jurnalistik pada Media Massa dan Implikasinya terhadap Pembinaan Bahasa Indonesia di Masyarakat. *Diksi*, 16(2).
- Ngalim, A. dkk (2015). *Sosiolinguistik*. Sukoharjo: Jasmine.
- Novitasari, C. A., & Riani, D. A. (2017). Metode Pengajaran Bahasa Mandarin Praktis Untuk Bidang Perhotelan Di Kapal Pesiar. *JLA (Jurnal Lingua Applicata)*, 1(1), 36-53.
- Pastika, I. W. (2012). Pengaruh Bahasa Asing terhadap Bahasa Indonesia dan Bahasa Daerah: Peluang atau Ancaman?. *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, 2(2).
- Putri, N. P. (2017). Eksistensi Bahasa Indonesia pada Generasi Millennial. *Widyabastra: Jurnal Ilmiah Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 5(1), 45-49.
- Rahmi, A. A., & Nurhayati, I. K. (2016). Sikap Dan Persepsi Konsumen Terhadap Atribut Kafe Merek Asing Dan Kafe Merek Lokal Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 3(1).
- Rizkiansyah, R. A., & Rustono, R. (2017). Perilaku berbahasa pengembang perumahan, pengelola hotel, dan pengelola toko. *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 6(1), 25-33.
- Santoso, I. (2014). Pembelajaran Bahasa Asing di Indonesia: antara Globalisasi dan Hegemoni. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 14(1), 1-11.
- Santoso, I. (2014). Pembelajaran Bahasa Asing di Indonesia: antara Globalisasi dan Hegemoni. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 14(1), 1-11.
- Setia, E. (2008). Dimensi dan Fungsi Bahasa. *Linguistika Kultura*, 2(2).
- Suryawati, D. A., & Osin, R. F. (2019). Analisis Menu untuk Menentukan Strategi Bauran Pemasaran pada Bunut Café di Hotel White Rose Legian Kuta. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, 3(1), 29-35.
- Wahyono, H. (2009). Bahasa Asing dalam Teks Papan Nama Usaha Dimagelang. *Jurnal Penelitian Inovasi*, 32(2)