

ISSN: 2088-6799



PROCEEDINGS

International Seminar

LANGUAGE MAINTENANCE AND SHIFT III

July 2–3, 2013

Revised Edition



Master Program in Linguistics, Diponegoro University
in Collaboration with
Balai Bahasa Provinsi Jawa Tengah

ISSN: 2088-6799



PROCEEDINGS

International Seminar LANGUAGE MAINTENANCE AND SHIFT III

July 2–3, 2013

Revised Edition



Editors:

Jee Sun Nam
Agus Subiyanto
Nurhayati

Master Program in Linguistics, Diponegoro University
in Collaboration with
Balai Bahasa Provinsi Jawa Tengah

Editors' Note

In the international seminar on Language Maintenance and Shift III, there are some new issues. First, the committee changes the previous theme into "Investigating Local Wisdom through Indigenous Language". Through the new theme, the committee invites language practitioners to discuss the problems concerning the importance of maintaining indigenous languages because the languages function as a means of expressing local wisdom. Second, the seminar uses the new label, LAMAS, the acronym which was proposed by Prof. Dr. Bambang Kaswanti Purwo in the previous seminar, to make the participants easily remember it. Third, most of the keynote speakers come from various institutions. Those are Dr. Johnny Tjia (Summer Institute of Linguistics, Indonesia-International), Prof. Jee Sun Nam, Ph.D (Hankuk University of Foreign Studies, Korea), Prof. Dr. Mahsun, M.S. (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Jakarta, Indonesia), Prof. Dr. Bambang Kaswanti Purwo (Atma Jaya Catholic University, Jakarta-Indonesia), Prof. Dr. I Dewa Putu Wijana (Gadjah Mada University, Yogyakarta, Indonesia), Prof. Drs. Ketut Artawa, M.A., Ph.D (Udayana University, Denpasar, Indonesia), and Dr. Suharno, M.Ed. (Diponegoro University, Semarang, Indonesia).

There are 113 participants who present the papers covering various topic areas. Those are 38 papers on sociolinguistics, 14 papers on morphology, 13 papers on applied linguistics, 8 papers on anthropological linguistics, 8 papers on discourse analysis, 8 papers on cognitive linguistics, 7 papers on ethnography of communication, and 7 papers on computational linguistics.

We would like to thank the seminar committee for putting together the seminar that gave rise to this collection of papers. Thanks also go to the head and secretary of the Master Program in Linguistics Diponegoro University, without whom the seminar would not have been possible.

Editors' Note for Revised Edition

There are some changes in this revised edition. First, we enclose the article by Prof. Jee Sun Nam, Ph.D entitled "Retrieving Local Wisdom in Korean with the Support of Corpus Processing Software" on page 555. Second, we delete the article by Yusup Irawan 'Tiga Syarat Menuju Fonetik Modern' as he cancelled his status as a participant. These changes have an impact on the change of table of contents.

CONTENTS

EDITORS' NOTE	i
EDITORS' NOTE FOR REVISED EDITION	ii
CONTENTS	iii
SCHEDULE OF THE INTERNATIONAL SEMINAR “LAMAS III”	xiv
ISU KEBERTAHANAN DALAM USAHA PENCAGARAN BAHASA <i>Johnny Tjia</i>	1
KEARIFAN LOKAL: PERTARUNGAN ANTARA TEKS IDEAL DAN TEKS SOSIAL <i>Ketut Artawa</i>	15
KEBANGGAAN BERBAHASA SEBAGAIMANA YANG TEREKSEKSI DALAM WACANA TEKA-TEKI <i>I Dewa Putu Wijana</i>	26
SYNTACTICO-SEMANTIC CLASSIFICATION OF SENTIMENT WORDS IN THE ELECTRONIC DICTIONARY DECO <i>Won-Fill Jung, Eunhae Son, Jee-Sun Nam, Jaemog Song</i>	31
INCORPORATING LOCAL WISDOM INTO ENGLISH LANGUAGE TEACHING (ELT) <i>Suharno</i>	37
THE WEALTH CONCEPT OF JAVANESE SOCIETY: ANTHROPOLOGICAL LINGUISTICS APPROACH IN CUBLAK-CUBLAK SUWENG FOLKSONG <i>Aan Setyawan</i>	42
BAHASA PERMOHONAN DI DALAM TRADISI KLIWONAN DI “SUMUR BERKAH” DESA WONOYOSO KABUPATEN PEKALONGAN <i>Abadi Supriatin</i>	47
PENGGUNAAN BAHASA DAERAH DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT SEBAGAI ALAT PEMERTAHANAN BUDAYA BANGSA (STUDI KASUS DI KOTA SERANG PROVINSI BANTEN) <i>Ade Husnul Mawadah</i>	51
MULTICULTURAL ENGLISH CURRICULUM ACCOMODATATING LOCAL WISDOM <i>Agnes Widyaningrum</i>	56
TINDAK ILOKUSI PROPAGANDA CAGUB-CAWAGUB JAWA TENGAH PERIODE 2013-2018 <i>Agus Edy Laksono</i>	61

MOTION-DIRECTION SERIAL VERB CONSTRUCTIONS IN JAVANESE: A LEXICAL-FUNCTIONAL APPROACH <i>Agus Subiyanto</i>	65
DO BANJARESE WOMEN AND MEN SPEAK DIFFERENTLY? <i>Agustina Lestary</i>	70
STUDENTS’ MOTIVES IN SWITCHING FROM ENGLISH TO INDONESIAN OR JAVANESE IN A FOREIGN LANGUAGE SETTING <i>Almira Irwaniyanti Utami</i>	74
THE IMPORTANCE OF NOTICING IN IMPROVING EFL STUDENTS’ WRITING SKILLS <i>Amrih Bekti Utami</i>	79
FENOMENA SOSIOLINGUISTIK BAHASA JAWA PESISIR SEBAGAI CERMIN KEARIFAN LOKAL <i>Anandha</i>	82
ALIH KODE DAN CAMPUR KODE PADA CERAMAH BUDAYA EMHA AINUN NAJIB <i>Anang Febri Priambada</i>	87
A LYRIC’S WORTH IN GESANG’S “CAPING GUNUNG” <i>Ariya Jati</i>	92
KEARIFAN LOKAL MITIGASI BENCANA DALAM TRADISI SASTRA LISAN NUSANTARA <i>Asih Prihandini and N. Denny Nugraha</i>	97
JAVANESE VIEW ON EDUCATION: AN ETNOLINGUISTIC STUDY <i>Atin Kurniawati</i>	102
TRANSLATION UNIT IN THE TRANSLATION OF AL-QURAN INTO INDONESIA <i>Baharuddin</i>	106
THE IDENTITY OF JAVANESE PEOPLE (A STUDY ON SELAMATAN IN EAST JAVA, ETHNOLINGUISTICS PERSPECTIVE) <i>Bambang Hariyanto</i>	111
METAPHORICAL SWITCHING: A LINGUISTIC REPERTOIRE OF MUSLIM JAVANESE PRIESTS <i>Bernadetta Yuniati Akbariah</i>	115

THE INFLUENCE OF TRADITIONAL MAIDS’ JAVANESE TO CHILDREN’S LANGUAGE (A CASE STUDY AT KAMPUNG KENTENG, KEJIWAN, WONOSOBO) <i>Christina</i>	120
LOCAL WISDOM IN JAVANESE PROVERBS (A COGNITIVE LINGUISTIC APPROACH) <i>Deli Nirmala</i>	124
JAVANESE EXPRESSIONS AS LOCAL WISDOM MANIFESTATION <i>Dian Swastika</i>	129
PEKALONGAN DIALECT IN RAPROX BAND LYRICS <i>Didik Santoso</i>	133
THEMATIC STRUCTURE SHIFT FOUND IN ENGLISH - INDONESIAN TRANSLATION OF OBAMA’S SPEECH IN INDONESIA UNIVERSITY <i>Diyah Fitri Wulandari</i>	137
SANTRI’S LANGUAGE ATTITUDE TOWARD JAVANESE LANGUAGE ON PESANTREN TEACHING WITHIN THE CONTEXT OF JAVANESE LANGUAGE MAINTENANCE <i>Dwi Wulandari and Wiwik Sundari</i>	141
THE TRANSLATION OF SHALL IN THE INDONESIAN VERSION OF ASEAN CHARTER: A PRELIMINARY RESEARCH ON PATTERNS AND CONSEQUENCES OF MODAL TRANSLATION <i>Dyka Santi Des Anditya</i>	146
PERGESERAN PENGGUNAAN KEIGO KHUSUSNYA PADA PENGGUNAAN HONORIFIC TITLE (呼称) DAN PERUBAHAN HUBUNGAN ATASAN DAN BAWAHAN YANG TERJADI PADA PERUSAHAAN JEPANG <i>Elisa Carolina Marion</i>	151
STUDENTS’ DERIVATION MASTERY AND THEIR ABILITY IN ANSWERING READING QUESTIONS <i>Emilia Ninik Aydawati</i>	156
CONTRASTIVE ANALYSIS OF PROVERBS IN INDONESIAN AND ENGLISH: AN ANTHROPOLOGICAL LINGUISTIC STUDY <i>Endang Setyowati</i>	159
VARIASI BAHASA DALAM SINETRON TUKANG BUBUR NAIK HAJI (TBNH) KAJIAN ETNOGRAFI KOMUNIKASI <i>Endang Sri Wahyuni and Khrishandini</i>	164

PERUBAHAN KATA GANTI ORANG KEDUA DALAM BAHASA JAWA <i>Endro Nugroho Wasono Aji</i>	168
Pengenalan Ungkapan-ungkapan Bahasa Jawa: Suatu Upaya Pemertahanan Bangsa <i>Enita Istriwati</i>	172
Bentuk dan Fungsi Kalimat Tanya dalam Talk Show “Indonesia Lawyers Club” <i>Erlita Rusnaningtias</i>	177
Kata Serapan dalam Bahasa Jepang: Upaya Bangsa Jepang dalam Pemeliharaan Bahasa dan Terjadinya Pergeseran Bahasa sesuai Budaya Lokal <i>Esther Hersline Palandi</i>	182
Pergeseran Bahasa Hokkian dalam Upacara Te Pai di Indonesia <i>Fandy Prasetya Kusuma</i>	187
Using Thematic Progression Patterns with Cooperative Learning Method (TP-CL) to Improve the Writing Skill of the English Department Students of UTM in the Academic Year 2011/2012 <i>Farikah</i>	192
Penggunaan Bahasa dalam Ranah Jual Beli di Pasar Terapung Lok Baintan Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan <i>Fatchul Mu'in</i>	197
Pendekatan Emik-etik terhadap Upacara Pasak Indong Suku Tidung di Desa Salimbatu, Kecamatan Tanjung Palas Tengah, Kalimantan Utara Kajian Linguistik Antropologi <i>Fitriansyah</i>	201
Presupposition Analysis of the Question in Mata Najwa “Politik Selebriti” Episode <i>Habiba Al Umami</i>	205
Tuturan Pamali dalam Tradisi Lisan Masyarakat Banjar <i>Hatmiati</i>	210
Kesalahan dalam Penentuan Jenis Kalimat dalam Bahasa Indonesia: Studi Kasus Mahasiswa TPB IPB <i>Henny Krishnawati and Defina</i>	215

MUATAN SOSIO-KULTURAL DAN POLITIS DALAM BAHASA DARI SEGI ETNOGRAFI <i>Herudjati Purwoko</i>	220
PERGESERAN PEMAKAIAN PRONOMINA PERSONA DALAM BAHASA INDONESIA INFORMAL REMAJA: STUDI KASUS FILM TANGKAPLAH DAKU KAU KUJITAK (1987) DAN BANGUN LAGI DONG, LUPUS (2013) <i>Icuk Prayogi</i>	225
THE ETHNOGRAPHY OF COMMUNICATION APPROACH TOWARDS THE MOTIVATORS’ SPEECH IN ORIFLAME <i>Ida Hendriyani</i>	230
PRANOTOCORO AS ONE OF THE SYMBOL OF JAVANESE CULTURE THAT BECOMES DIMINISH FROM DAY TO DAY <i>Ikha Adhi Wijaya</i>	235
SEMANTIC SHIFT ON MALAY WORDS IN CLASSICAL MALAY TEXT HIKAYAT HANG TUAH COMPARE TO MODERN MALAY (INDONESIAN LANGUAGE) AND THE RELATION TO CULTURAL CONTEXT <i>Ikmi Nur Oktavianti</i>	240
THE CREATION OF LANGUAGE THROUGH MOTTO (THE STUDY OF LANGUAGE AND ENTREPRENEURSHIP IN A MOTTO OF ACADEMIC INSTITUTION) <i>Juanda and M. Rayhan Bustam</i>	245
PENATAAN ULANG KAMUS DIALEK BANYUMASAN; SEBUAH SUMBANGAN LEKSIKOGRAFIS BAGI UPAYA PEMERTAHANAN DIALEK (RE-ORGANISATION OF BANYUMAS DIALECT DICTIONARY; LEXICOGRAPHIC CONTRIBUTION TO DIALECT PRESERVATION) <i>Kahar Dwi Prihantono</i>	250
STYLE AND REGISTER USED AT PONDOK PESANTREN (A DIMENSION OF SOSIOLINGUISTICS) <i>Kharisma Puspita Sari</i>	255
MODEL PEMBELAJARAN KOOPERATIF TEKNIK STUDENT TEAMS ACHIEVEMENT DIVISIONS (STAD) UNTUK MENINGKATKAN KETERAMPILAN MENULIS NARASI MAHASISWA ASING DI UNIVERSITAS SEBELAS MARET <i>Kundharu Saddhono</i>	259
LINGUISTIC ADAPTATION OF BAJO IN SUMBAWA ISLAND: A PRELIMINARY STUDY FOR SOCIAL MOTIVATION OF LANGUAGE CHANGE <i>Lalu Erwan Husnan</i>	263

SOSIALISASI DAN KEBIJAKAN ATAS KEBERAGAMAN BAHASA PADA MASYARAKAT TENGGER JAWA TIMUR: SEBUAH FENOMENA KEARIFAN LOKAL <i>Layli Hamida</i>	267
TARLING MUSIC AS A MEANS OF MAINTAINING INDIGENOUS JAVANESE LANGUAGE AT NORTHERN COAST (PANTURA) IN THE PROVINCES OF WEST JAVA AND CENTRAL JAVA <i>Leksito Rini</i>	271
A REFLECTION OF LANGUAGE ATTITUDE TOWARD KID CARTOONS: A CASE STUDY OF FIRST GRADERS IN MARSUDIRINI ELEMENTARY SCHOOL <i>Maria Christiani sugiaro</i>	274
THE FEATURES OF JAVANESE WOMEN SPEECH: A SOCIOLINGUISTICS STUDY BASED ON LAKOFF'S THEORY <i>Maria Yosephin Widarti Lestari</i>	279
STRATEGI INTERAKSI EKSTRA-TEKSTUAL GURU UNTUK MENINGKATKAN PEMAHAMAN TEKSTUAL SISWA TUNA GRAHITA <i>Masitha Achmad Syukri</i>	283
GENERASI MUDA JAWA PERKOTAAN KAGOK DENGAN BAHASA JAWANYA SENDIRI <i>M. Suryadi</i>	288
THE ANALYSIS OF FACE WANTS AS SELF IMAGE USED BY AGNES MONICA IN KICK ANDY SHOW <i>Mastuti Ajeng Subianti</i>	292
PENGGUNAAN BAHASA JAWA PADA UPACARA TUMURUNING KEMBARMAYANG SEBAGAI CERMINAN KEARIFAN BUDAYA JAWA <i>Meka Nitrit Kawasari</i>	295
PEMERTAHANAN DAN REVITALISASI BAHASA JAWA DIALEK BANTEN <i>Meti Istimurti</i>	300
KESENIAN JARANAN SEBAGAI BENTUK PEMERTAHANAN BAHASA JAWA <i>Miza Rahmatika Aini</i>	305
KO AND RIKA IN JAVANESE OF TEGAL <i>Mualimin</i>	309
A SOCIAL CONTEXT OF SASAK PERSONAL PRONOUNS <i>Muhammad</i>	313

PEDAGOGONOLOGIS SEBUAH KAJIAN FONOLOGI DAN ILMU PENDIDIKAN <i>Muhammad Nanang Qosim</i>	318
TINDAK TUTUR PERSUASIF DAN PROVOKATIF DALAM WACANA SPANDUK KAMPANYE PILKADA JAWA TENGAH TAHUN 2013 <i>Muhammad Rohmadi</i>	322
THE USE OF PERSONAL NAMES IN NAMING PRODUCTS <i>Muhammad Zulkarnain Ashya Hifa</i>	327
VERBA “MIRIP TAKUT” DALAM BAHASA MELAYU ASAHAN <i>Mulyadi</i>	331
GEJALA INKORPORASI PADA BAHASA MEDIA CETAK <i>Mulyono</i>	336
A FEMINIST STYLISTIC READING OF TRIYANTO TRIWIKROMO’S “TUJUH BELAS AGUSTUS TANPA TAHUN” <i>Mytha Candria</i>	341
PENGUNAAN BAHASA INGGRIS DALAM IKLAN MAKANAN DAN MINUMAN: PELUANG ATAUKAH ANCAMAN? <i>Neli Purwani</i>	346
BANJARESE IDEOLOGIES PORTRAYED IN SI PALUI <i>Ninuk Krismanti</i>	351
WOMEN, LANGUAGE AND CULTURAL CHANGE <i>Nungki Heriyati</i>	356
PENGARUH DIALEK LOKAL TERHADAP BAHASA MANDARIN YANG DIGUNAKAN MASYARAKAT TIONGHUA DI PURWOKERTO <i>Nunung Supriadi</i>	361
(RE)-READING A KARTINI’S LETTER USING CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS <i>Nurhayati</i>	365
NAFAS BAHASA JAWA DI JAGAT MAYA <i>P. Ari Subagyo</i>	370
METAFORA SEBAGAI NASIHAT DALAM HOROSKOP JAWA: STUDI LINGUISTIK ANTROPOLOGIS <i>Prayudha</i>	375

ANNOTATION MODEL FOR LOANWORDS IN INDONESIAN CORPUS: A LOCAL GRAMMAR FRAMEWORK <i>Prihantoro</i>	380
PELESTARIAN BAHASA BALI DALAM PENDIDIKAN FORMAL: PERSPEKTIF POLITIK DAN REGULASI <i>Putu Sutama</i>	385
TINJAUAN RELATIVITAS BAHASA DALAM LAGU KERONCONG <i>Ratih Kusumaningsari</i>	390
KAJIAN PENERJEMAHAN IDEOLOGI DENGAN PENDEKATAN APPRAISAL <i>Retno Hendrastuti</i>	395
THE STRATEGY OF THE TEXT AND THE STRUCTURAL RELATIONS TO EXERCISE SUNDANESE CRITICS’ IDEOLOGICAL HEGEMONY <i>Retno Purwani Sari and Tatan Tawami</i>	400
PENGASINGAN RAMBU PETUNJUK DI PUSAT-PUSAT PERBELANJAAN DI SURABAYA <i>Retno Wulandari Setyaningsih</i>	403
SIKAP BERBAHASA PARA SISWA SEKOLAH DASAR ISLAM TERPADU KABUPATEN BANDUNG DALAM KONTEK MULTIBAHASA <i>Riadi Darwis</i>	408
IMPLEMENTATION OF ENGLISH LEARNING MODEL BASED ON NEGATIVE ANXIETY REDUCTION THROUGH CONSTRUCTIVISM THEORY IN BANJARBARU SENIOR HIGH SCHOOLS <i>Ridha Fadillah</i>	412
BAHASA JAWA DALAM SLOGAN-SLOGAN CALON GUBERNUR DAN WAKIL GUBERNUR JAWA TENGAH TAHUN 2013 <i>Rini Esti Utami</i>	417
PEMERTAHANAN BAHASA DAERAH SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KETAHANAN BUDAYA <i>Rukni Setyawati</i>	422
ICT (WEB. DESIGN) AND JAVANESE LANGUAGE LEARNING IN INDONESIA: REVITALIZATION INDIGENOUS LANGUAGES <i>Ruth Hastutiningsih</i>	426
ANALYSIS OF IDIOMATIC EMOTION EXPRESSIONS DETECTED FROM ONLINE MOVIE REVIEWS <i>Sai-Rom Kim, Hae-Yun Lee, and Jeusun Nam</i>	431

LANGUAGE MAINTENANCE OF BALINESE MOTHER TONGUE THROUGH THE TRADITIONAL STORY TELLING (MESATUA) IN BATU BULAN VILLAGE, GIANYAR <i>Sang Ayu Isnur Maharani and I Komang Sumaryana Putra</i>	436
THE USE OF COHESIVE DEVICES IN RELATION TO THE QUALITY OF THE STUDENTS’ ARGUMENTATIVE WRITING <i>Sari Kusumaningrum</i>	441
DEVELOPING ISLAMIC-CONTENT BASED READING COMPREHENSION MATERIALS FOR ISLAMIC HIGHER EDUCATION <i>Sirajul Munir</i>	446
TIPOLOGI SINTAKSIS: URUTAN KATA DAN FRASA BAHASA BANJAR DAN IMPLIKASINYA <i>Siti Jamzaroh</i>	450
LANGUAGE MAINTENANCE AND SHIFT: HOW JAVANESE PRESERVED AND SHIFTED IN INDUSTRIAL AREA CASE STUDY IN NIKOMAS COMPANY <i>Siti Suharsih</i>	456
METAFORA YANG DIGUNAKAN OLEH DALANG DALAM MELAKONKAN WAYANG KULIT <i>Sogimin</i>	461
REFLEKSI KEDUDUKAN PEREMPUAN MINANGDALAM PITARUAH AYAH <i>Sri Andika Putri</i>	465
PANTUN BUKA PALANG PINTU: KEARIFAN LOKAL DALAM PERNIKAHAN ADAT BETAWI <i>Sri Sulihingtyas D.</i>	470
PERUNDUNGAN BAHASA DAERAH MELALUI PENGGUNAAN LOGAT DIALEK DALAM TAYANGAN SINETRON DI TELEVISI <i>Sri Wahyuni</i>	474
INDONESIAN NOUN PHRASE=NOUN+NOUN: A SEMANTIC PERSPECTIVE <i>Suparto</i>	479
SOLIDARITAS (TU) DAN KESOPANAN (VOUS) DALAM BAHASA JAWA SEBAGAI WUJUD KEARIFAN LOKAL <i>Surono</i>	484
LANGUAGE AND SAFETY <i>Sutarsih</i>	489

CONFORMITY TOWARDS LOCAL WISDOM AMONG THE SAME INDIGENOUS LANGUAGE SPEAKERS <i>Swany Chiakrawati</i>	492
LOSS OF WORDS IN MANDAILINGNESE <i>Syahron Lubis</i>	496
A SURVEY ON MOTIVATIONAL ORIENTATION IN LEARNING EFL OF PUBLIC ADMINISTRATION POST GRADUATE STUDENTS OF JENDERAL SOEDIRMAN UNIVERSITY <i>Syaifur Rochman</i>	501
ANALISIS KESANTUNAN BERBAHASA PADA KASET PASAMBAHAN ADAT ALEK MARAPULAI BALERONG GRUP JAKARTA: SEBUAH KARAKTERISTIK KEARIFAN LOKAL ETNIS MINANGKABAU <i>Syamsurizal</i>	505
THE LOSS OF IDENTITY OF SOME SUNDANESE CHILDREN IN BOGOR CITY DUE TO LACK OF EXPOSURE TO SUNDANESE LANGUAGE <i>Tatie Soedewo</i>	510
A STUDY ON STUDENTS’ ABILITY IN CONDUCTING CONVERSATION WITH NATIVE SPEAKERS: CROSS CULTURAL ASPECT AND ADJUSTMENT <i>Titi Rokhayati</i>	515
COMPANY’S PARTICIPATION IN THE LOCAL LANGUAGE RETENTION <i>Tubiyono</i>	520
ANALISIS WACANA PERCAKAPAN SIARAN “ON AIR” RADIO DANGDUT INDONESIA: PENDEKATAN PRAGMATIK <i>Wiwik Wijayanti</i>	525
DISCOURSE CONNECTORS IN ARGUMENTATIVE WRITINGS PRODUCED BY INDONESIAN EFL UNIVERSITY STUDENTS <i>Wuwuh Andayani</i>	530
PEMILIHAN BAHASA KELUARGA MUDA DI DESA KLOPODUWUR CERMIN PEMERTAHANAN IDENTITAS DAN EKSISTENSI BAHASA <i>Yenny Budhi Listianingrum</i>	535
RHETORICAL STRATEGIES IN FLOUTING GRICE’S MAXIMS AS FOUND IN “PYGMALION”. <i>Yenny Hartanto</i>	540
MOTHER'S TONGUE INFLUENCE TOWARDS NAMING IN KEBONADEM VILLAGE <i>Yozar Firdaus Amrullah</i>	545

THE EVOLUTION OF A CHRISTIAN TEXT FROM SEVENTEENTH-CENTURY MALAY TO MODERN-DAY INDONESIAN: A HISTORICAL LINGUISTICS STUDY FROM THE PERSPECTIVE OF TRANSFORMATIONAL-GENERATIVE MODEL <i>Yudha Thianto</i>	550
RETRIEVING LOCAL WISDOM IN KOREAN WITH THE SUPPORT OF CORPUS PROCESSING SOFTWARE <i>Jee-Sun Nam</i>	555

**SCHEDULE OF THE INTERNATIONAL SEMINAR
"LANGUAGE MAINTENANCE AND SHIFT III (LAMAS III)"**

DAY 1 (July 2, 2013)

TIME	ACTIVITIES		ROOM
	NAME	TITLE	
09.30 – 10.45 WIB	REGISTRATION		PAKOEBUWONO
10.45 – 11.00 WIB	OPENING		PAKOEBUWONO
11.00 – 11.30 WIB	KEYNOTE SPEECH		PAKOEBUWONO
	Prof. Dr. Mahsun, M.S.		
11.30 – 12.30 WIB	LUNCH AND PRAY		PAKOEBUWONO
12.30 – 14.00 WIB	PLENNARY SESSION 1		PAKOEBUWONO
	Prof. Jee Sun Nam, Ph.D.	RETRIEVING LOCAL WISDOM IN KOREAN WITH THE SUPPORT OF CORPUS PROCESSING SOFTWARE	
	Dr. Johnny Tjia	ISU KEBERTAHANAN DALAM USAHA PENCAGARAN BAHASA	
	Dr. Suharno, M.Ed.	INCORPORATING LOCAL WISDOM INTO ENGLISH LANGUAGE TEACHING (ELT)	
	Moderator : J. Herudjati Purwoko, Ph.D		
14.00 – 15.30 WIB	PARRALEL SESSION 1 A		PAKOEBUWONO
	Kahar Dwi Prihantono	PENATAAN ULANG KAMUS DIALEK BANYUMASAN; SEBUAH SUMBANGAN LEKSIKOGRAFIS BAGI UPAYA PEMERTAHANAN DIALEK (RE-ORGANISATION OF BANYUMAS DIALECT DICTIONARY; LEXICOGRAPHIC CONTRIBUTION TO DIALECT PRESERVATION)	
	Mualimin	KO AND RIKA IN JAVANESE OF TEGAL	
	Rukni Setyawati	PEMERTAHANAN BAHASA DAERAH SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KETAHANAN BUDAYA	
	Retno Wulandari Setyaningsih	PENGASINGAN RAMBU PETUNJUK DI PUSAT-PUSAT PERBELANJAAN DI SURABAYA	
14.00 – 15.30 WIB	PARRALEL SESSION 1 B		PAKOEBUWONO
	Herudjati Purwoko	MUATAN SOSIO-KULTURAL DAN POLITIS DALAM BAHASA DARI SEGI ETNOGRAFI	
	Syahron Lubis	LOSS OF WORDS IN MANDAILINGNESE	
	M. Suryadi	GENERASI MUDA JAWA PERKOTAAN KAGOK DENGAN BAHASA JAWANYA SENDIRI	
	Fatchul Mu'in	PENGGUNAAN BAHASA DALAM RANAH JUAL BELI DI PASAR TERAPUNG LOK BAIN TAN KABUPATEN BANJAR KALIMANTAN SELATAN	

TIME	NAME	TITLE	ROOM
14.00 – 15.30 WIB	PARRALEL SESSION 1 C		CEMPAKA
	Neli Purwani	PENGGUNAAN BAHASA INGGRIS DALAM IKLAN MAKANAN DAN MINUMAN: PELUANG ATAUKAH ANCAMAN?	
	Ikmi nur Oktavianti	SEMANTIC SHIFT ON MALAY WORDS IN CLASSICAL MALAY TEXT HIKAYAT HANG TUAH COMPARE TO MODERN MALAY (INDONESIAN LANGUAGE) AND THE RELATION TO CULTURAL CONTEXT	
	Nunung Supriadi	PENGARUH DIALEK LOKAL TERHADAP BAHASA MANDARIN YANG DIGUNAKAN MASYARAKAT TIONGHUA DI PURWOKERTO	
	Agustina Lestary	DO BANJARESE WOMEN AND MEN SPEAK DIFFERENTLY?	
14.00 – 15.30 WIB	PARRALEL SESSION 1 D		MELATI
	Esther Hesline Palandi	KATA SERAPAN DALAM BAHASA JEPANG: UPAYA BANGSA JEPANG DALAM PEMELIHARAAN BAHASA DAN TERJADINYA PERGESERAN BAHASA SESUAI BUDAYA LOKAL	
	Maria Yosephin Widarti Lestari	THE FEATURES OF JAVANESE WOMEN SPEECH: A SOCIOLINGUISTICS STUDY BASED ON LAKOFF'S THEORY	
	Meti Istimurti	PEMERTAHANAN DAN REVITALISASI BAHASA JAWA DIALEK BANTEN	
	Retno Purwani Sari Dan Tatan Tawami	THE STRATEGY OF THE TEXT AND THE STRUCTURAL RELATIONS TO EXERCISE SUNDANESE CRITICS' IDEOLOGICAL HEGEMONY	
14.00 – 15.30 WIB	PARRALEL SESSION 1 E		BOUGENVILLE
	Layli Hamida	SOSIALISASI DAN KEBIJAKAN ATAS KEBERAGAMAN BAHASA PADA MASYARAKAT TENGGER JAWA TIMUR: SEBUAH FENOMENA KEARIFAN LOKAL	
	Dwi Wulandari dan Wiwik Sundari	SANTRI'S LANGUAGE ATTITUDE TOWARD JAVANESE LANGUAGE ON PESANTREN TEACHING WITHIN THE CONTEXT OF JAVANESE LANGUAGE MAINTENANCE	
	Kharisma Puspita Sari	STYLE AND REGISTER USED AT PONDOK PESANTREN (A DIMENSION OF SOSIOLINGUISTICS)	
	Anandha	FENOMENA SOSIOLINGUISTIK BAHASA JAWA PESISIR SEBAGAI CERMIN KEARIFAN LOKAL	
15.30 – 16.00 WIB	BREAK AND PRAY		PAKOEJUWONO

TIME	NAME	TITLE	ROOM
16.00 – 17.30 WIB	PARRALEL SESSION 2 A		PAKOEBUWONO
	Surono	SOLIDARITAS (TU) DAN KESOPANAN (VOUS) DALAM BAHASA JAWA SEBAGAI WUJUD KEARIFAN LOKAL	
	Riadi Darwis	SIKAP BERBAHASA PARA SISWA SEKOLAH DASAR ISLAM TERPADU KABUPATEN BANDUNG DALAM KONTEKS MULTIBAHASA	
	Fandy Prasetya Kusuma	PERGESERAN BAHASA HOKKIAN DALAM UPACARA TE PAI DI INDONESIA	
	Elisa Carolina Marion	PERGESERAN PENGGUNAAN KEIGO KHUSUSNYA PADA PENGGUNAAN HONORIFIC TITLE (呼称) DAN PERUBAHAN HUBUNGAN ATASAN DAN BAWAHAN YANG TERJADI PADA PERUSAHAAN JEPANG	
16.00 – 17.30 WIB	PARRALEL SESSION 2 B		PAKOEBUWONO
	Dian Swastika	JAVANESE EXPRESSIONS AS LOCAL WISDOM MANIFESTATION	
	Meka Nitrit Kawasari	PENGGUNAAN BAHASA JAWA PADA UPACARA TUMURUNING KEMBARMAYANG SEBAGAI CERMINAN KEARIFAN BUDAYA JAWA	
	Endang Setyowati	CONTRASTIVE ANALYSIS OF PROVERBS IN INDONESIAN AND ENGLISH: AN ANTHROPOLOGICAL LINGUISTIC STUDY	
	Prayudha	METAFORA SEBAGAI NASIHAT DALAM HOROSKOP JAWA: STUDI LINGUISTIK ANTROPOLOGIS	
16.00 – 17.30 WIB	PARRALEL SESSION 2 C		CEMPAKA
	Sri Sulihingtyas D.	PANTUN BUKA PALANG PINTU: KEARIFAN LOKAL DALAM PERNIKAHAN ADAT BETAWI	
	Hatmiati	TUTURAN PAMALI DALAM TRADISI LISAN MASYARAKAT BANJAR	
	Atin Kurniawati	JAVANESE VIEW ON EDUCATION: AN ETNOLINGUISTIC STUDY	
	Muhammad	A SOCIAL CONTEXT OF SASAK PERSONAL PRONOUNS	
16.00 – 17.30 WIB	PARRALEL SESSION 2 D		MELATI
	Habiba Al Umami	PRESUPPOSITION ANALYSIS OF THE QUESTION IN MATA NAJWA "POLITIK SELEBRITI" EPISODE	
	Muhammad Rohmadi	TINDAK TUTUR PERSUASIF DAN PROVOKATIF DALAM WACANA SPANDUK KAMPANYE PILKADA JAWA TENGAH TAHUN 2013	
	Endro nugroho wasono aji	PERUBAHAN KATA GANTI ORANG KEDUA DALAM BAHASA JAWA	
	Yenny budhi listianingrum	PEMILIHAN BAHASA KELUARGA MUDA DI DESA KLOPODUWUR CERMIN PEMERTAHANAN IDENTITAS DAN EKSISTENSI BAHASA	

TIME	NAME	TITLE	ROOM
16.00 – 17.30 WIB	PARRALEL SESSION 2 E		BOUGENVILLE
	Sri wahyuni	PERUNDUNGAN BAHASA DAERAH MELALUI PENGGUNAAN LOGAT DIALEK DALAM TAYANGAN SINETRON DI TELEVISI	
	Lalu erwan husnan	LINGUISTIC ADAPTATION OF BAJO IN SUMBAWA ISLAND: A PRELIMINARY STUDY FOR SOCIAL MOTIVATION OF LANGUAGE CHANGE	
	Tubiyono	COMPANY'S PARTICIPATION IN THE LOCAL LANGUAGE RETENTION	
	Endang sri wahyuni dan khrishandini	VARIASI BAHASA DALAM SINETRON TUKANG BUBUR NAIK HAJI (TBNH) KAJIAN ETNOGRAFI KOMUNIKASI	
17.30 – 18.30 WIB	BREAK AND PRAY		PAKOEBUWONO
18.30 – 19.30 WIB	PARALLEL SESSION 2 F-1		PAKOEBUWONO A
	Rini Esti Utami	BAHASA JAWA DALAM SLOGAN-SLOGAN CALON GUBERNUR DAN WAKIL GUBERNUR JAWA TENGAH TAHUN 2013	
	Miza Rahmatika Aini	KESENIAN JARANAN SEBAGAI BENTUK PEMERTAHANAN BAHASA JAWA	
	Putu Utama	PELESTARIAN BAHASA BALI DALAM PENDIDIKAN FORMAL: PERSPEKTIF POLITIK DAN REGULASI	
	Leksito Rini	TARLING MUSIC AS A MEANS OF MAINTAINING INDIGENOUS JAVANESE LANGUAGE AT NORTHERN COAST (PANTURA) IN THE PROVINCES OF WEST JAVA AND CENTRAL JAVA	
	Enita Istriwati	PENGENALAN UNGKAPAN-UNGKAPAN BAHASA JAWA: SUATU UPAYA PEMERTAHANAN BANGSA	
	Icuk Prayogi	PERGESERAN PEMAKAIAN PRONOMINA PERSONA DALAM BAHASA INDONESIA INFORMAL REMAJA: STUDI KASUS FILM TANGKAPLAH DAKU KAU KUJITAK (1987) DAN BANGUN LAGI DONG, LUPUS (2013)	

TIME	NAME	TITLE	ROOM
18.30 – 19.30 WIB	PARALLEL SESSION 2 F-2		PAKOEBUWONO B
	Ikha Adhi Wijaya	PRANOTOCORO AS ONE OF THE SYMBOL OF JAVANESE CULTURE THAT BECOMES DIMINISH FROM DAY TO DAY	
	Siti Suharsih	LANGUAGE MAINTENANCE AND SHIFT: HOW JAVANESE PRESERVED AND SHIFTED IN INDUSTRIAL AREA CASE STUDY IN NIKOMAS COMPANY	
	Sang Ayu Isnu Maharani dan I Komang Sumaryana Putra	LANGUAGE MAINTENANCE OF BALINESE MOTHER TONGUE THROUGH THE TRADITIONAL STORY TELLING (MESATUA) IN BATU BULAN VILLAGE, GIANYAR	
	Sutarsih	LANGUAGE AND SAFETY	
	Anang Febri Priambada	ALIH KODE DAN CAMPUR KODE PADA CERAMAH BUDAYA EMHA AINUN NAJIB	
	Didik Santoso	PEKALONGAN DIALECT IN RAPROX BAND LYRICS	
	Maria Christiani sugiarto	A REFLECTION OF LANGUAGE ATTITUDE TOWARD KID CARTOONS: A CASE STUDY OF FIRST GRADERS IN MARSUDIRINI ELEMENTARY SCHOOL	
18.30 – 19.30 WIB	PARALLEL SESSION 2 F-3		PAKOEBUWONO C
	Asih Prihandini dan N. Denny Nugraha	KEARIFAN LOKAL MITIGASI BENCANA DALAM TRADISI SASTRA LISAN NUSANTARA	
	Yozar Firdaus Amrullah	MOTHER'S TONGUE INFLUENCE TOWARDS NAMING IN KEBONADEM VILLAGE	
	Muhammad Zulkarnain Ashya hifa	THE USE OF PERSONAL NAMES IN NAMING PRODUCTS	
	Ida Hendriyani	THE ETHNOGRAPHY OF COMMUNICATION APPROACH TOWARDS THE MOTIVATORS' SPEECH IN ORIFLAME	
	Bambang Hariyanto	THE IDENTITY OF JAVANESE PEOPLE (A STUDY ON SELAMATAN IN EAST JAVA, ETHNOLINGUISTICS PERSPECTIVE)	
	Abadi Supriatin	BAHASA PERMOHONAN DI DALAM TRADISI KLIWONAN DI "SUMUR BERKAH" DESA WONOYOSO KABUPATEN PEKALONGAN	
	Mastuti Ajeng Subianti	THE ANALYSIS OF FACE WANTS AS SELF IMAGE USED BY AGNES MONICA IN KICK ANDY SHOW	

TIME	NAME	TITLE	ROOM
18.30 – 19.30 WIB	PARALLEL SESSION 2 F-4		PAKOEBUWONO D
	Wuwuh Andayani	DISCOURSE CONNECTORS IN ARGUMENTATIVE WRITINGS PRODUCED BY INDONESIAN EFL UNIVERSITY STUDENTS	
	Muhammad Nanang Qosim	PEDAGOGONOLOGIS SEBUAH KAJIAN FONOLOGI DAN ILMU PENDIDIKAN	
	Juanda dan M. Rayhan Bustam	THE CREATION OF LANGUAGE THROUGH MOTTO (THE STUDY OF LANGUAGE AND ENTREPRENEURSHIP IN A MOTTO OF ACADEMIC INSTITUTION)	
	Fitriansyah	PENDEKATAN EMIK-ETIK TERHADAP UPACARA PASAK INDONG SUKU TIDUNG DI DESA SALIMBATU, KECAMATAN TANJUNG PALAS TENGAH, KALIMANTAN UTARA KAJIAN LINGUISTIK ANTROPOLOGI	
	Sogimin	METAFORA YANG DIGUNAKAN OLEH DALANG DALAM MELAKONKAN WAYANG KULIT	
18.30 – 19.30 WIB	PARALLEL SESSION 2 F-5		PAKOEBUWONO E
	Henny Krishnawati dan Defina	KESALAHAN DALAM PENENTUAN JENIS KALIMAT DALAM BAHASA INDONESIA: STUDI KASUS MAHASISWA TPB IPB	
	Emilia Ninik Aydawati	STUDENTS' DERIVATION MASTERY AND THEIR ABILITY IN ANSWERING READING QUESTIONS	
	Masitha Achmad Syukri	STRATEGI INTERAKSI EKSTRA-TEKSTUAL GURU UNTUK MENINGKATKAN PEMAHAMAN TEKSTUAL SISWA TUNA GRAHITA	
	Titi Rokhayati	A STUDY ON STUDENTS' ABILITY IN CONDUCTING CONVERSATION WITH NATIVE SPEAKERS: CROSS CULTURAL ASPECT AND ADJUSTMENT	
	Sari Kusumaningrum	THE USE OF COHESIVE DEVICES IN RELATION TO THE QUALITY OF THE STUDENTS' ARGUMENTATIVE WRITING	
19.30 – 21.00 WIB	PARRALEL SESSION 3 A		PAKOEBUWONO
	P. Ari Subagyo	NAFAS BAHASA JAWA DI JAGAT MAYA	
	Sri Andika Putri	REFLEKSI KEDUDUKAN PEREMPUAN MINANG DALAM PITARUAH AYAH	
	Erlita Rusnaningtias	BENTUK DAN FUNGSI KALIMAT TANYA DALAM TALK SHOW "INDONESIA LAWYERS CLUB"	
	Ninuk Krismanti	BANJARESE IDEOLOGIES PORTRAYED IN SI PALUI	

TIME	NAME	TITLE	ROOM
19.30 – 21.00 WIB	PARRALEL SESSION 3 B		PAKOEBUWONO
	Nungki Heriyati	WOMEN, LANGUAGE AND CULTURAL CHANGE	
	Nurhayati	(RE)-READING A KARTINI'S LETTER USING CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS	
	Wiwik Wijayanti	ANALISIS WACANA PERCAKAPAN SIARAN "ON AIR" RADIO DANGDUT INDONESIA: PENDEKATAN PRAGMATIK	
	Yenny Hartanto	RHETORICAL STRATEGIES IN FLOUTING GRICE'S MAXIMS AS FOUND IN "PYGMALION".	
19.30 – 21.00 WIB	PARRALEL SESSION 3 C		CEMPAKA
	Deli Nirmala	LOCAL WISDOM IN JAVANESE PROVERBS (A COGNITIVE LINGUISTIC APPROACH)	
	Ratih Kusumaningsari	TINJAUAN RELATIVITAS BAHASA DALAM LAGU KERONCONG	
	Aan Setyawan	THE WEALTH CONCEPT OF JAVANESE SOCIETY: ANTHROPOLOGICAL LINGUISTICS APPROACH IN CUBLAK-CUBLAK SUWENG FOLKSONG	
	Tatie Soedewo	THE LOSS OF IDENTITY OF SOME SUNDANESE CHILDREN IN BOGOR CITY DUE TO LACK OF EXPOSURE TO SUNDANESE LANGUAGE	
19.30 – 21.00 WIB	PARRALEL SESSION 3 D		MELATI
	Ridha Fadillah	IMPLEMENTATION OF ENGLISH LEARNING MODEL BASED ON NEGATIVE ANXIETY REDUCTION THROUGH CONSTRUCTIVISM THEORY IN BANJARBARU SENIOR HIGH SCHOOLS	
	Kundharu Saddhono	MODEL PEMBELAJARAN KOOPERATIF TEKNIK STUDENT TEAMS ACHIEVEMENT DIVISIONS (STAD) UNTUK MENINGKATKAN KETERAMPILAN MENULIS NARASI MAHASISWA ASING DI UNIVERSITAS SEBELAS MARET	
	Farikah	USING THEMATIC PROGRESSION PATTERNS WITH COOPERATIVE LEARNING METHOD (TP-CL) TO IMPROVE THE WRITING SKILL OF THE ENGLISH DEPARTMENT STUDENTS OF UTM IN THE ACADEMIC YEAR 2011/2012	
	Amrih Bekti Utami	THE IMPORTANCE OF NOTICING IN IMPROVING EFL STUDENTS' WRITING SKILLS	

TIME	NAME	TITLE	ROOM
19.30 – 21.00 WIB	PARRALEL SESSION 3 E		BOUGENVILLE
	Yudha Thianto	THE EVOLUTION OF A CHRISTIAN TEXT FROM SEVENTEENTH-CENTURY MALAY TO MODERN-DAY INDONESIAN: A HISTORICAL LINGUISTICS STUDY FROM THE PERSPECTIVE OF TRANSFORMATIONAL-GENERATIVE MODEL	
	Suparto	INDONESIAN NOUN PHRASE=NOUN+NOUN: A SEMANTIC PERSPECTIVE	
	Won-Fill Jung, Eunchae Son, Jaemog Song Dan Jeesun Nam	SYNTACTICO-SEMANTIC CLASSIFICATION OF SENTIMENT WORDS IN THE ELECTRONIC DICTIONARY DECO	
	Sai-Rom Kim, Jeesun Nam Dan Hae-Yun Lee	ANALYSIS OF IDIOMATIC EMOTION EXPRESSIONS DETECTED FROM ONLINE MOVIE REVIEWS	

DAY 2 (July 3, 2013)

TIME	ACTIVITIES		ROOM
	NAME	TITLE	
08.00 – 09.30 WIB	PARRALEL SESSION 4 A		ANGGREK 1
	Diyah Fitri Wulandari	THEMATIC STRUCTURE SHIFT FOUND IN ENGLISH - INDONESIAN TRANSLATION OF OBAMA'S SPEECH IN INDONESIA UNIVERSITY	
	Retno Hendrastuti	KAJIAN PENERJEMAHAN IDEOLOGI DENGAN PENDEKATAN APPRAISAL	
	Dyka Santi Des Anditya	THE TRANSLATION OF SHALL IN THE INDONESIAN VERSION OF ASEAN CHARTER: A PRELIMINARY RESEARCH ON PATTERNS AND CONSEQUENCES OF MODAL TRANSLATION	
	Baharuddin	TRANSLATION UNIT IN THE TRANSLATION OF AL-QURAN INTO INDONESIA	
08.00 – 09.30 WIB	PARRALEL SESSION 4 B		ANGGREK 2
	Mulyadi	VERBA "MIRIP TAKUT" DALAM BAHASA MELAYU ASAHAN	
	Agus Subiyanto	MOTION-DIRECTION SERIAL VERB CONSTRUCTIONS IN JAVANESE: A LEXICAL FUNCTIONAL APPROACH	
	Siti Jamzaroh	TIPOLOGI SINTAKSIS: URUTAN KATA DAN FRASA BAHASA BANJAR DAN IMPLIKASINYA	
	Mulyono	GEJALA INKORPORASI PADA BAHASA MEDIA CETAK	

TIME	NAME	TITLE	ROOM
08.00 – 09.30 WIB	PARRALEL SESSION 4 C		ANGGREK 3
	Mytha Candria	A FEMINIST STYLISTIC READING OF TRIYANTO TRIWIKROMO'S "TUJUH BELAS AGUSTUS TANPA TAHUN"	
	Ariya Jati	A LYRIC'S WORTH IN GESANG'S "CAPING GUNUNG"	
	Agus Edy Laksono	TINDAK ILOKUSI PROPAGANDA CAGUB-CAWAGUB JAWA TENGAH PERIODE 2013-2018	
	Ade Husnul Mawadah	PENGGUNAAN BAHASA DAERAH DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT SEBAGAI ALAT PEMERTAHANAN BUDAYA BANGSA (STUDI KASUS DI KOTA SERANG PROVINSI BANTEN)	
TIME	NAME	TITLE	ROOM
08.00 – 09.30 WIB	PARRALEL SESSION 4 D		MELATI
	Christina	THE INFLUENCE OF TRADITIONAL MAIDS' JAVANESE TO CHILDREN'S LANGUAGE (A CASE STUDY AT KAMPUNG KENTENG, KEJIWAN, WONOSOBO)	
	Bernadetta Yuniati Akbariah	METAPHORICAL SWITCHING: A LINGUISTIC REPERTOIRE OF MUSLIM JAVANESE PRIESTS	
	Swany Chiakrawati	CONFORMITY TOWARDS LOCAL WISDOM AMONG THE SAME INDIGENOUS LANGUAGE SPEAKERS	
	Syaifur Rochman	A SURVEY ON MOTIVATIONAL ORIENTATION IN LEARNING EFL OF PUBLIC ADMINISTRATION POST GRADUATE STUDENTS OF JENDERAL SORDIRMAN UNIVERSITY	
	Syamsurizal	ANALISIS KESANTUNAN BERBAHASA PADA KASET PASAMBAHAN ADAT ALEK MARAPULAI BALERONG GRUP JAKARTA: SEBUAH KARAKTERISTIK KEARIFAN LOKAL ETNIS MINANGKABAU	
08.00 – 09.30 WIB	PARRALEL SESSION 4 E		BOUGENVILLE
	Agnes Widyaningrum	MULTICULTURAL ENGLISH CURRICULUM ACCOMODATATING LOCAL WISDOM	
	Ruth Hastutiningsih	ICT (WEB. DESIGN) AND JAVANESE LANGUAGE LEARNING IN INDONESIA: REVITALIZATION INDIGENOUS LANGUAGES	
	Prihantoro	ANNOTATION MODEL FOR LOANWORDS IN INDONESIAN CORPUS: A LOCAL GRAMMAR FRAMEWORK	
	Sirajul Munir	DEVELOPING ISLAMIC-CONTENT BASED READING COMPREHENSION MATERIALS FOR ISLAMIC HIGHER EDUCATION	
09.30 – 10.00 WIB	BREAK		ANGGREK

TIME	NAME	TITLE	ROOM
10.00 – 11.30 WIB	PLENNARY 2		ANGGREK
	Prof. Dr. Bambang Kaswanti Purwo	ON UNDERSTANDING LOCAL WISDOM THROUGH RIDDLES IN JAVANESE, SUNDANESE, AND WOISIKA LANGUAGE	
	Prof. Dr. I Dewa Putu Wijana, S.U., M.A.	KEBANGGAN BERBAHASA SEBAGAIMANA YANG TEREFLAKSI DALAM WACANA TEKA-TEKI	
	Prof. Drs. Ketut Artawa, MA., Ph.D.	KEARIFAN LOKAL: PERTARUNGAN ANTARA TEKS IDEAL DAN TEKS SOSIAL	
	Moderator : Dr. Agus Subyanto, M.A.		
11.30 – 12.00 WIB	CLOSING		ANGGREK

PENGGUNAAN BAHASA INGGRIS DALAM IKLAN MAKANAN DAN MINUMAN: PELUANG ATAUKAH ANCAMAN?

Neli Purwani

Magister Ilmu Linguistik, Universitas Diponegoro, Semarang
neliwafa@yahoo.com

Abstrak

Pada era globalisasi, bahasa Inggris digunakan dalam berbagai bentuk komunikasi, termasuk pada iklan. Iklan dibuat agar dapat berkesan pada audiense, salah satu caranya adalah menggunakan bahasa Inggris. Penelitian ragam fungsi dan bentuk bahasa Inggris pada iklan dilakukan agar dapat dipergunakan untuk mengkaji signifikansinya terhadap keberadaan bahasa Indonesia. Data penelitian ini berupa kata, frasa, klausa atau kalimat bahasa Inggris yang terdapat pada iklan tertentu. Langkah utama pada proses analisis data untuk penentuan fungsi bahasa Inggris dalam iklan adalah dengan menerapkan kaidah/ teori yang berkenaan yaitu teori tentang fungsi bahasa Inggris dalam iklan. Telaah signifikansi akan didasarkan pada konsep sosiolinguistik.

Kata kunci: fungsi, bahasa Inggris, iklan, potensi.

Latar Belakang

Iklan ditujukan kepada khalayak ramai. Iklan tidak merupakan komunikasi interpersonal, tetapi nonpersonal. Komunikasi semacam ini merupakan komunikasi massa (Hoed, 2000). Iklan diproduksi oleh komunikator pemasaran dengan pertimbangan utama *target audience*. Hasil identifikasi *target audience* menjadi pertimbangan dalam mengkreasi iklan, termasuk di dalamnya pemilihan bahasa.

Di Indonesia bahasa Inggris telah diterima sebagai bahasa asing yang wajib dipelajari. Hal ini tercermin dari keberadaan bahasa Inggris dalam kurikulum pendidikan di Indonesia. Generasi muda selalu dipersiapkan untuk mampu berbahasa Inggris. Di bidang profesi, misalnya bidang bisnis dan politik, bahasa Inggris berfungsi sebagai *lingua franca*; yang definisinya dipahami sebagai bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi antar komunikator yang memiliki bahasa ibu yang berbeda (Holmes, 2001: 79). Akan tetapi di Indonesia bahasa Inggris lebih tepat dipahami sebagai bahasa asing untuk komunikasi antar bangsa.

Iklan merupakan wacana persuasi; dan iklan merupakan bentuk kegiatan pemasaran sehingga iklan yang ditampilkan harus mampu menarik konsumen, menyedot perhatian mereka dan merangsang keinginan mereka. Bahasa yang dipakai dalam iklan harus mengarahkan *target audience* untuk membeli, menggunakan, atau beralih pada produk jasa yang diiklankan. Sehingga bahasanya diusahakan agar menarik. Bagian menarik dalam iklan biasa disebut sebagai unsur pancing (*catcher*). Bentuknya bisa berupa suara, gambar, atau bahasa verbal yang menjadi amat penting sehingga suatu saat hanya dengan mendengar, melihat, atau membaca pancing itu, konsumen langsung terhubung dengan produk yang diiklankan. Penggunaan bahasa Inggris pada iklan pada dasarnya juga diusahakan untuk menarik perhatian konsumen dan sebagai bagian dari unsur pancing. Lebih dari itu banyaknya masyarakat yang mengenal bahasa Inggris menjadikan komunikator pemasaran tidak enggan menggunakan bahasa Inggris pada iklan yang dihasilkan.

Keputusan memilih bahasa Inggris secara sadar oleh komunikator periklanan menjadi salah satu cerminan bahwa bahasa Inggris dianggap lebih menarik. Berdasarkan konsep domain penggunaan bahasa asing, bahasa Inggris yang merupakan salah satu bahasa asing di Indonesia digunakan untuk komunikasi antarbangsa, atau untuk keperluan – keperluan tertentu yang menyangkut interlocutor asing (Chaer & Agustina, 2004: 155). Akan tetapi bahasa Inggris acapkali digunakan dalam domain yang sifatnya nasional (formal maupun informal) dengan maksud untuk mendapatkan prestise. Apabila kebiasaan menggunakan bahasa Inggris terus meningkat maka situasi ini berpotensi menumbuhkan sikap positif terhadap bahasa Inggris dikalangan masyarakat dan sebaliknya berpotensi menumbuhkan sikap negatif terhadap bahasa Indonesia.

Penelitian terkait dengan penggunaan bahasa asing pada media dalam hal ini iklan perlu dilakukan karena hasilnya dapat dipergunakan sebagai pertimbangan terkait dengan keberadaan bahasa nasional. Kajian pada artikel ini akan terlebih dahulu mengidentifikasi fungsi bahasa Inggris pada iklan produk makanan dan minuman di Indonesia; berikutnya akan dikaji signifikansinya terhadap keberadaan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional.

Tinjauan Pustaka

Situasi kedwibahasaan menyediakan beberapa bahasa atau variasi bahasa dalam masyarakat. Seseorang harus melakukan pilihan variasi bahasa mana yang tepat untuk berbicara dengan mitra tuturnya sesuai latar belakang sosial budaya yang mengikutinya. Masalah pilihan bahasa dapat dipandang sebagai masalah sosial yang dihadapi masyarakat modern. Dalam satu topik pembicaraan tertentu beserta beberapa kondisi sosial budaya yang menyertainya, satu variasi bahasa cenderung lebih dipilih untuk digunakan daripada variasi bahasa yang lain, secara sadar maupun tidak oleh penutur. Hal ini disebabkan adanya penyesuaian yang dilakukan penutur untuk memenuhi kebutuhan berbahasa.

Terkait dengan variasi berbahasa, menurut Chaer dan Agustina (2004: 154), di Indonesia secara umum digunakan tiga buah bahasa dengan tiga domain sasaran, yaitu bahasa Indonesia, bahasa daerah, dan bahasa asing. Lebih lanjut dijelaskan bahwa bahasa Indonesia digunakan dalam domain keindonesiaan, atau domain yang sifatnya nasional, seperti dalam pembicaraan antar suku, bahasa pengantar dalam pendidikan, dalam dunia kerja dan surat menyurat kedinasan. Bahasa daerah digunakan dalam domain kedaerahan, seperti dalam upacara pernikahan, percakapan dalam keluarga, dan komunikasi antar penutur sedaerah. Sedangkan bahasa asing digunakan untuk komunikasi antar bangsa, atau untuk keperluan yang menyangkut interlocutor asing.

Penggunaan bahasa Inggris di kalangan masyarakat modern di Indonesia tidak hanya terwujud pada domain komunikasi antar bangsa, akan tetapi juga terwujud dalam domain *keindonesiaan*. Berdasarkan hasil penelitian Tanner (dalam Chaer & Agustina, 2004: 156) bahasa asing sering digunakan dalam percakapan intrabangsa untuk memperoleh tujuan sosial tertentu. Realisasinya ada dalam tataran kata, klausa, kalimat ataupun percakapan. Pada tataran kata yang disebut juga tataran leksikon, penggunaan kata bahasa Inggris merupakan usaha peminjaman kata; yang kemudian apa bila diterapkan dalam kalimat menghasilkan campur kode dalam kalimat. Realisasi peminjaman kata ini mengacu pada penelitian Rodliah & Nafisa (2011: 3) dilakukan dengan pertimbangan ketiadaan padanan dalam bahasa Indonesia dan kepraktisan. Sedangkan penggunaan bahasa Inggris pada tataran klausa maupun kalimat dilakukan atas pertimbangan spontanitas meskipun tahu padanannya dalam bahasa Indonesia, prestise, dan kesempatan praktik bahasa Inggris.

Penelitian mengenai bahasa Inggris pada iklan di Jepang (Takashi, 1990: 330) yang mengkaji tentang peminjaman leksikon mengidentifikasi adanya 5 tipe fungsi peminjaman leksikon: (1) mengisi ketiadaan padananleksikal (*lexicalgap fillers*), (2) menjelaskan istilah teknis (*technical terms*), (3) memberi makna yang lebih halus (*euphemisms*), (4) memberi efek tertentu (*special-effects-givers*), dan (5) memberi nama produk (*product name*). Lebih lanjut Takashi menjelaskan bahwa fungsi pertama dan kedua dapat diterima secara positif dalam kerangka memperkaya bahasa Jepang. Akan tetapi ketiga fungsi berikutnya belum dapat dikatakan diterima mengingat ketiga fungsi ini tidak memberi keuntungan pada bahasa Jepang.

Kekhawatiran adanya ancaman dari bahasa Inggris yang dianggap representasi globalisasi juga tercermin dari hasil penelitian tentang bahasa Inggris pada iklan di media Hungaria oleh Pétery (2011: 21 - 40). Pada artikelnya Pétery menjelaskan bahwa sejak tahun 2001, pemerintah Hungaria memperbolehkan penggunaan bahasa asing di media massa jika disertai terjemahannya dalam bahasa Hungaria. Akan tetapi peraturan ini tidak menghambat laju peningkatan frekuensi penggunaan bahasa Inggris di media massa. Hasil penemuan Pétery menunjukkan bahwa kehadiran bahasa Inggris pada iklan tidak hanya sebatas sebagai *lingua franca*, tetapi pada saat yang sama ideologi global terinternalisasi melalui bahasa Inggris. Realita yang muncul adalah adanya pelabelan yang mengidentikkan bahwa kemuculan bahasa Inggris pada iklan adalah simbol dari representasi kehidupan modern. Sebaliknya, ketiadaan bahasa Inggris berasosiasi pada hal-hal tradisional yang dianggap primitif.

Laju peningkatan penggunaan bahasa Inggris pada iklan juga berimplikasi pada potensi meminimalkan frekuensi retrieval kata bahasa Indonesia dan sebaliknya, meningkatkan frekuensi retrieval kata bahasa Inggris. Jika dikaitkan dengan teori retrieval dalam konsep psikolinguistik yang dijelaskan bahwa pada dasarnya, suatu kata akan mudah diretrif apabila kata itu sering dipakai (Dardjowidjojo, 2005: 169), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa audiens iklan akan merasa lebih mudah meretrif kata bahasa Inggris dari pada kata bahasa Indonesia. Terlebih lagi menurut Hung dan Heeler (1999: 8) dalam artikelnya, televisi adalah media *bi-modal* untuk memperkenalkan dan menyampaikan pesan. Dengan demikian bahasa Inggris pada iklan televisi bisa tersaji secara visual dan auditif. Lebih lanjut Hung dan Heeler menjelaskan bahwa sajian visual dan auditif dari tayangan televisi adalah stimulus penghubung antara tayangan dan audience.

Bon-Homme (2003: 1 - 16) mengelompokkan fungsi bahasa Inggris pada iklan dari beberapa sisi. Dari segi isi, bahasa Inggris dalam iklan menduduki fungsi denotative yaitu menunjuk identitas

benda/produk/objek yang diiklankan, dan fungsi konotatif yaitu bahasa Inggris yang digunakan untuk mendeskripsikan fakta abstrak yang belum tentu terwujud dalam produk misalnya slogan. Dari segi hubungan dengan audience bahasa Inggris dalam iklan menduduki fungsi interaktif dan fungsi translokasi.

Bahasa dalam iklan dituntut mampu menggugah, menarik, mengidentifikasi, menggalang kebersamaan, dan mengkombinasikan pesan dengan komparatif kepada khalayak (Rapp & Collins, 1995:152). Struktur kata dalam iklan menggugah dan mencermati kebutuhan konsumen, memberikan solusi, dan memberikan perhatian. Bahasa dalam iklan bersifat informatif, pilihan katanya jelas, bersahabat, komunikatif, dan persuasif. Rangkaian kalimat dalam iklan dibuat dengan memperhatikan kenyamanan dan perasaan senang dan terhibur pada konsumen. Bahasa yang dipakai dalam iklan mengarah pada *target audience* sehingga mendorong konsumen untuk membeli, menggunakan, atau beralih pada produk jasa yang diiklankan. Gaya bahasa yang dipakai dalam iklan menyesuaikan audiense, bagaimana kebiasaan perilaku, di mana mereka berada.

Metode Penelitian

Penelitian mengenai fungsi bahasa dalam iklan ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan metode deskriptif. Iklan yang dipilih adalah iklan produk makanan dan minuman yang diproduksi oleh perusahaan dalam negeri, dan ditayangkan di televisi. Data penelitian ini berupa kata, frasa, klausa atau kalimat bahasa Inggris yang terdapat pada iklan. Hasil penelitian berupa fungsi bahasa Inggris pada iklan ini selanjutnya ditelaah potensinya melalui analisis kritis yang didasarkan pada konsep pemertahanan bahasa melalui sikap positif terhadap bahasa nasional.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Produk makanan dan minuman yang menggunakan bahasa Inggris pada iklan di antaranya: 1) makanan ringan Chitato, 2) keju Prochiz, 3) biskuit Better, 4) minuman Joy Green Tea, 5) susu formula Zee, 6) minuman Tebs, 7) Wafer Fullo, 8) Wafer Fullo Blasto. Tabel penjelasan berikut memperlihatkan perwujudan bahasa Inggris pada iklan produk-produk tersebut.

No	Nama produk yang diiklankan	Perwujudan Bahasa Inggris pada iklan
1	Chitato	<i>Life is never flat</i> (diucapkan oleh bintang iklan dan tertulis dilayar kaca)
2	Keju Prochiz	<i>Taste better!</i> (diucapkan oleh bintang iklan dan tertulis dilayar kaca)
3	Biskuit Better	<i>Better</i> memang <i>better</i> (dinyayikan oleh pengisi suara)
4	Joy Green Tea	<i>Joy green tea</i> (dinyayikan oleh pengisi suara)
5	Susu Zee	<i>Brain, Body, Bone</i> (dinyayikan oleh pengisi suara dan tertulis dilayar kaca) dari <i>Kalbe Nutrition</i> (diucapkan oleh pengisi suara dan tertulis dilayar kaca)
6	Minuman Tebs	<i>Tea with shocking soda</i> (diucapkan oleh pengisi suara dan tertulis dilayar kaca)
7	Wafer Fullo	Fullo nggak bolong, <i>full</i> coklat dong (dinyayikan oleh pengisi suara dan tertulis dilayar kaca)
8	Wafer Fullo Blasto	<i>Full of chocolate, yummy caramel, crunchy rice crispy, riche of chocolate</i> (diucapkan oleh pengisi suara dan tertulis dilayar kaca)

Bahasa Inggris yang digunakan pada iklan dikelompokkan sesuai kategori fungsi sebagai berikut ini:

a. fungsi denotatif

Pada pengenalan produk, bahasa Inggris terkadang digunakan untuk menjelaskan produk secara nyata misalnya pada iklan restoran A & W, bahasa Inggris muncul untuk memberikan deskripsi nyata bahwa A & W adalah restoran (frensise) dari Amerika, sehingga munculah frasa *american restaurant*. Temuan yang didapat dari data, adalah deskripsi produsen susu Zee. Deskripsi produsen ini muncul dalam bahasa Inggris yaitu *Kalbe Nutrition*. Kalbe adalah nama perusahaan. Nama divisi yang memproduksi produk makanan adalah bagian nutrisi (*nutrition*) sehingga muncullah frasa *Kalbe Nutrition*. Temuan lain dari fungsi ini ada pada iklan Minuman *Joy Green Tea* dan Wafer Fullo Blasto. Minuman *Joy Green Tea* menggunakan bahasa Inggris pada nama produk mereka. Iklan Wafer Fullo Blasto mendeskripsi produk dalam tiga frasa ajektiva.

b. fungsi konotatif

Fungsi konotatif bahasa Inggris dalam iklan adalah bahasa Inggris yang digunakan untuk mendeskripsikan fakta abstrak yang belum tentu terwujud dalam produk. Data kategori ini ditemukan pada slogan iklan makanan ringan Chitato. Slogan pada iklan yaitu "*life is never flat*" memberikan deskripsi yang abstrak, artinya bahwa sebenarnya yang tidak *flat* adalah Chitato, karena potongan kentang goreng Chitato bergelombang. Namun pada iklan, komunikator menggunakan subjek lain yaitu *life* yang

artinya hidup/ kehidupan sehingga terkonstruksi sebuah slogan yang abstrak seakan-akan tidak terkait dengan produk. Dengan demikian pernyataan "*life is never flat*" yang diharapkan berkesan dibenak audiense adalah untuk mengingat bentuk Chitato yang bergelombang. Temuan lain dari fungsi ini ada pada iklan minuman Tebs yang mendeskripsi produknya dengan bahasa Inggris *Tea with socking soda* (Teh dengan soda yang mengejutkan). Kata *socking* (*mengejutkan*) memberi makna melebih-lebihkan, kenyataannya adalah untuk mendeskripsi produk kata *socking* bisa dihilangkan. Iklan keju Prochiz *Taste better!* (Rasa yang lebih baik) juga menunjukkan adanya fungsi konotatif.

c. fungsi interaktif

Pada iklan susu formula Zee, semula diteriakkan *for brain, body, bone* yang maksudnya bahwa susu Zee adalah baik untuk otak (*brain*), tubuh (*body*), tulang (*bone*). Jika melihat kenyataan bahwa susu adalah baik untuk tubuh dan tulang, bahasa Inggris pada slogan iklan susu Zee memiliki fungsi interaktif mengingat pada slogan ini disebutkan nama-nama bagian tubuh dalam bahasa Inggris yang diawali huruf b. Adanya penggunaan tiga kata yang kesemuanya ini diawali huruf b *brain, body, bone* sebagai bentuk permainan kata, menjadikan slogan susu Zee jadi menarik dan mudah diingat audiense. Temuan lain dari fungsi ini ada pada iklan Wafer Fullo yang pada kalimatnya juga tampak penggunaan bahasa Inggris untuk tujuan permainan kata. Pada Kalimat *Fullo nggak bolong, full coklat dong* tampak bahwa nama produk *Fullo* dipermainkan dengan kata *full* (penuh) yang memiliki kemiripan bunyi.

c. fungsi transglosi

Fungsi transglosi bahasa Inggris dalam iklan adalah pada saat bahasa Inggris digunakan sebagai bahasa perantara antara produk dengan audience yang beragam bahasa ibunya, misalnya slogan yang didapati pada iklan Garuda Nusantara. Iklan ini ditujukan pada pemirsa terutama yang membutuhkan sarana transportasi udara, dan sarana ini identik digunakan oleh masyarakat yang bepergian ke luar negeri atau WNA yang sedang berada di Indonesia sehingga penggunaan bahasa Inggris pada iklan ini memang dimaksudkan untuk masyarakat Indonesia dan internasional. Data yang didapatkan pada penelitian terhadap iklan produk makanan dan minuman ini tidak menunjukkan adanya penggunaan bahasa Inggris yang berfungsi transglosi.

Bahasa Inggris pada sebuah iklan bisa saja memiliki dua fungsi sekaligus. Contohnya adalah pada penggunaan bahasa Inggris di iklan minuman Tebs. *Tea with socking soda* yang memiliki fungsi konotatif juga memiliki fungsi interaktif. Permainan kata *socking* dan *soda* yang keduanya diawali oleh suku kata yang sama menjadikannya bersifat pengingat. Unsur pengingat yang berupa bahasa Inggris, pada data yang dikaji, tampak pada tataran kata, frasa, maupun kalimat. Unsur pengingat yang berupa kata bahasa Inggris dipilih bukan karena bahasa Indonesia tidak memiliki padanannya akan tetapi karena komunikator periklanan menganggap permainan kata dengan bahasa Inggris lebih pas dari pada dengan bahasa Indonesia. Misalnya pada iklan wafer Fullo dengan pemilihan kata *full coklat* alih-alih mengatakan "penuh coklat". Pada iklan Full Blasto, komunikator periklanan memiliki maksud tersembunyi saat memilih bahasa Inggris untuk deskripsi produk dalam tiga frasa ajektiva. Secara tidak langsung komunikator periklanan menjelaskan pada audiense bahwa Fullo Blasto adalah makanan masa kini dan berkelas, bukan makanan tradisional dan tidak berkelas. Hal ini secara tidak langsung mengindikasikan adanya anggapan bahwa dengan menggunakan bahasa Inggris lebih menjangkau efek tertentu.

Daftar produk yang ditunjukkan pada tabel penjelasan, jika di sinkronkan dengan *target audiencenya*, dapat dikelompokkan bahwa iklan makanan berupa wafer, biskuit dan *snack* ringan, minuman teh serta susu formula ditunjukkan pada generasi sekolah. Iklan keju ditunjukkan pada masyarakat dewasa yang sering memasak. Bahasa Inggris yang digunakan pada iklan produk makanan dan minuman yang memiliki *target audience* generasi sekolah mengindikasikan bahwa saat usia sekolah, generasi muda pasti mengerti bahasa Inggris. Dengan melihat *target audiencenya* yang didominasi oleh usia sekolah, bahasa Inggris dalam iklan bisa saja berkontribusi pada proses pembelajaran mereka. Akan tetapi bahasa Inggris pada iklan memiliki gramatika yang terkadang perlu penjelasan; sehingga bahasa Inggris pada iklan tidak dimanfaatkan untuk pembelajaran mandiri tanpa arahan guru, contohnya adalah pada slogan keju Prochiz yaitu *Taste better!* (merasakan yang lebih baik). Kalimat ini menerapkan kaidah kalimat imperatif ajakkan, berupa konstruksi verba dan ajektiva; konstruksi yang demikian perlu disertai penjelasan, karena tidak bisa diterapkan untuk semua kasus.

Di samping kelemahan gramatikal bahasa Inggris pada iklan tidak memberi keuntungan pada pembelajaran, bahasa Inggris pada iklan juga berpotensi meminimalkan frekuensi munculnya kata bahasa Indonesia, dan sebaliknya meningkatkan frekuensi pemanggilan kata bahasa Inggris pada kognisi audiens. Hal ini didasarkan pada pemahaman bahwa tayangan televisi yang berupa sajian visual dan

auditif adalah stimuli yang berhubungan dengan kognisi audience. Sebut saja kata *full* dan kata *crispy* yang muncul dalam bentuk audio dan visual. Dua kata bahasa Inggris ini lebih familiar bagi audiens dari pada padanannya dalam bahasa Indonesia, yaitu *penuh* dan *renyah*, karena kata ini lebih sering merangsang kognisi audiens. Semakin sering sebuah kata menstimuli kognisi maka akan semakin mudah kata itu untuk diretrif. Sehingga seseorang akan mendapatkan kepraktisan dalam mempergunakannya. Pada akhirnya kata bahasa Inggris yang menstimuli kognisi secara intensif akan menjadi lebih akrab bagi audiens.

Frekuensi tinggi pada retrieval kata bahasa Inggris tertentu, serta sikap menganggap penggunaan kata bahasa Inggris terasa lebih praktis dan memiliki nilai sosial yang tinggi memberikan dampak negatif pada bahasa Indonesia. Pada situasi inilah kata-kata dalam bahasa Inggris yang digunakan pada iklan memiliki potensi menggeser penggunaan kata-kata dalam bahasa Indonesia. Kasus pada iklan makanan dan minuman ini merepresentasikan adanya potensi penggeseran penggunaan kosa kata bahasa Indonesia menjadi bahasa Inggris dikalangan generasi usia sekolah yang pada akhirnya akan menjadi masyarakat dewasa.

Simpulan

Pada iklan makanan dan minuman produk perusahaan dalam negeri yang menjadi data penelitian ini, teridentifikasi tiga fungsi, yaitu fungsi denotatif, konotatif dan interaktif. Dari data yang dikaji tidak ditemukan fungsi transglosi. Meskipun sebenarnya bahasa Inggris pada iklan yang bersifat transglosi lebih sesuai dengan identitas bahasa Inggris yang disebut sebagai bahasa lintas bangsa. Kehadiran bahasa Inggris pada iklan dengan fungsi denotatif, konotatif maupun interaktif lebih merepresentasikan usaha untuk mencapai nilai sosial tertentu. Secara tidak langsung iklan telah menjadi sarana penguat citra positif bahasa Inggris pada masyarakat, dan juga sarana internalisasi ideologi bahwa identitas modern dan berkelas dunia adalah identitas yang sebaiknya dibangun.

Daftar Pustaka

- Bon Homme, Marc. 2003. Les Fonctions de l'Anglais dans la Publicité Suisse. *Journal VALS-ASLA* 1/10 : 1 – 16.
- Chaer, Abdul & Agustina, Leonie. 2004. *Sociolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Dardjowidjojo, Soenjono. 2005. *Psikolinguistik: Pengantar Pemahaman Bahasa Manusia*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Hoed, Benny H. 2000. Dampak Komunikasi Periklanan: Sebuah Ancangan dari Segi Semiotik. *Semiotik: Kumpulan Makalah Seminar 20/20*: 297 – 322.
- Holmes, Janet. 2001. *An Introduction to Sociolinguistics*. London: Pearson Education.
- Hung, Kineta & Heeler, Roger M. 1999. Language and Its Effects on Advertising Modality: The Case of Chinese and English. *Australasia Marketing Journal* 7/ No. 2: 7 – 14.
- Takashi, Kyoko. 1990. A sociolinguistic analysis of English borrowings in Japanese advertising texts. *World Englishes* 9/ No. 3: 327-341.
- Pétery, Dorottya. 2011. English in Hungarian advertising. *World Englishes* 30/ No. 1: 21–40.
- Rapp, Stan & Collins, Tom L. 1995. *Maxi-marketing*. New York: Mcgraw-Hill.
- Rodliah & Nafisah. 2008. The Trends of Using English Among Indonesian Youngsters: A threat or an opportunity?



**Master Program in Linguistics, Diponegoro University
in Collaboration with
Balai Bahasa Provinsi Jawa Tengah**

**Jalan Imam Bardjo, S.H. No.5 Semarang
Telp/Fax +62-24-8448717
Email: seminarlinguistics@gmail.com
Website: www.mli.undip.ac.id**

