

Penggunaan Nama Kafe di Semarang dan Daya Pragmatik Penyertanya

Vega Yuni Setyani, Siswanto PHM, Raden Yusuf Sidiq Budiawan

Universitas PGRI Semarang
vegayuni888@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini yaitu mendeskripsikan penggunaan nama kafe di Semarang dan daya pragmatik penyertanya. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi dan wawancara dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini ditemukan penggunaan nama kafe dari segi bentuk bahasa yang didominasi tingkat frasa yang dipengaruhi oleh frasa bahasa Inggris (MD), jenis bahasa yang didominasi oleh bahasa Indonesia dan makna bahasa yang banyak menggunakan makna kehidupan serta ditemukan daya pragmatik dalam kategori kuat, sedang dan lemah.

Kata kunci: penggunaan nama kafe, kota semarang, daya pragmatik penyertanya

Abstract

The purpose of this study is to describe the use of the name of a cafe in Semarang and its pragmatic power. The data collection method used in this research is the method of observation and interviews with a qualitative descriptive approach. The results of this study found the use of cafe names in terms of language form which was dominated by the phrase level which was influenced by English phrases (MD), the type of language was dominated by Indonesian and the meaning of language that used the meaning of life a lot and found pragmatic power in the strong, medium category. and weak.

Keywords: use of cafe name, Semarang city, its accompanying pragmatic power

Pendahuluan

Penggunaan bahasa pada periklanan merupakan bagian terpenting dalam meningkatkan citra dan eksistensi di mata masyarakat. Pemilihan penggunaan bahasa dalam periklanan tentu perlu diperhatikan agar bahasa yang digunakan mampu menarik perhatian dan mudah dipahami oleh target pasar. Jefkins (dalam Agustin dkk, 2015:59) menyatakan bahwa bahasa iklan memiliki karakteristik orisinal dan persuasif, tetapi hal tersebut dapat terwujud apabila memenuhi beberapa syarat diantaranya, a) bahasa iklan yang digunakan harus bersifat menjual, b) disertai pengulangan kata dalam tubuh iklan, c) memaksimalkan dan menyampaikan kata dengan segera agar tidak bertele-tele, d) menggunakan kata yang familiar agar mudah dipahami, dan e) menggunakan kata atau kalimat yang pendek. Kegiatan periklanan dapat dilakukan dalam berbagai hal, salah satunya adalah proses pemberian nama yang nantinya akan dikenalkan kepada masyarakat.

Seiring dengan perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini, tentu tak bisa dipungkiri bahwa terdapat berbagai macam bahasa yang mampudipilih untuk dijadikan sebagai pelabelan nama pada sebuah produk atau bisnis, salah satunya adalah nama-nama kafe di Kota Semarang. Pemilihan nama pada kafe tentu memiliki tujuan agar kafe tersebut mampu menarik perhatian konsumen untuk berkunjung ke kafe tersebut. Dengan demikian, tentu pemilik kafe berusaha untuk memilih nama yang unik dan menarik untuk dijadikan sebagai label nama kafanya.

Nama kafe merupakan salah satu langkah awal yang harus diperhatikan oleh pelaku bisnis dalam membangun sebuah usaha karena nama tersebut nantinya yang akan dijadikan sebagai identitas dari usaha yang akan dibangun. Selain itu, nama kafe juga memiliki fungsi lain, yaitu sebagai daya tarik. Penggunaan bahasa yang unik dan menarik pada nama kafe menjadi salah satu cara untuk menonjolkan fungsi daya tarik pada nama kafe. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Aprillisa (2020:3) bahwa pelabelan nama kafe yang unik dan kreatif akan memberikan ciri khas pada sebuah kedai kopi atau kafe serta menarik perhatian calon pengunjung untuk datang mencobanya. Nama pada sebuah kafe tentu akan membentuk citra tersendiri di mata masyarakat, hal tersebut mampu dilihat dari pemilihan dan penggunaan bahasa yang digunakan oleh pelaku bisnis dalam menciptakan nama yang unik dan menarik pada kafanya.

Pelabelan nama pada kafe diharapkan mampu menjadi sebuah *branding* yang nantinya akan dikenalkan kepada calon pelanggan. Dengan hal tersebut, pebisnis berusaha untuk memilih menggunakan bahasa yang bervariasi, sehingga menarik untuk dijadikan sebagai bahan promosi di sosial media atau di masyarakat umum. Dengan demikian, tak bisa dipungkiri bahwa sosial media memang menjadi salah satu media promosi yang mudah dan menarik. Banyak pilihan nama yang dapat dijadikan sebagai referensi untuk pelabelan nama pada kafe, mulai dari hal-hal yang disukai pemilik kafe ataupun disertai sisipan bahasa asing.

Maraknya penggunaan bahasa asing yang digunakan sebagai label atau *brand* pada badan usaha tentu tak asing bagi masyarakat. Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini, bahasa asing memang hampir merambah pada semua sektor perekonomian yang ada di Indonesia. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Muqri dkk (2016:60) bahwa pada saat ini dampak dari penggunaan bahasa asing mulai merambah dari skala kecil hingga skala yang lebih besar, seperti penggunaan kata pada nama kafe misalnya, Pulang *Coffee*, Temani

Coffee, Arah Awan *Rooftop Coffee Bar*, *Olifant*, *Tower Café*, *Ohana Café*, *Lot 28 Coffee Bar*, dan lain sebagainya, yang lebih memilih menggunakan sisipan bahasa asing atau menggunakan bahasa asing secara keseluruhan. Dari fenomena tersebut, menarik untuk diteliti apakah penggunaan bahasa Indonesia akan mengurangi nilai estetika dari penamaan tersebut atau tidak, serta memiliki pengaruh atau daya tarik terhadap minat pengunjung atau tidak.

Penelitian mengenai penggunaan bahasa dan daya pragmatik memang cukup sering dilakukan oleh peneliti, misalnya Rahmawati (2010) yang berjudul “Implikatur Percakapan dan Daya Pragmatik pada Iklan Produk Kosmetik di Televisi” yang mengkaji tentang bentuk tuturan yang mengandung implikatur serta daya pragmatik yang terfokus pada implikatur percakapan iklan produk kosmetik di televisi. dan Fatmahwati (2018) dengan judul penelitian “Penggunaan Bahasa Indonesia pada Media Ruang Publik di Kota Pekanbaru” yang mengkaji tentang penggunaan bahasa pada ruang publik di Kota Pekanbaru dengan tujuan penelitian untuk mendeskripsikan fenomena penggunaan bahasa di ruang publik serta faktor-faktor yang mempengaruhi adanya fenomena tersebut.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan penggunaan nama kafe di Semarang dan daya pragmatik penyertanya. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi untuk mengetahui nama-nama kafe di Kota Semarang dan teknik wawancara tidak terstruktur untuk mendapatkan respons dari masyarakat terkait seberapa kuat daya pragmatik yang ditimbulkan dari nama kafe.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode padan dengan teknik Pilah Unsur Penentu (PUP). Sudaryanto (2015: 25) menyatakan bahwa teknik pilah unsur penentu merupakan teknik analisis data dengan cara memilah-milah suatu kebahasaan yang dianalisis dengan alat penentu berupa daya pilah yang bersifat mental dari peneliti itu sendiri. Penyajian hasil analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode informal yaitu menggunakan kata-kata biasa untuk mendeskripsikan penggunaan nama kafe di Semarang dan daya pragmatik penyertanya.

Hasil dan Pembahasan

Pada subbab ini akan dijabarkan mengenai bentuk, jenis, dan makna bahasa pada nama-nama kafe di Kota Semarang serta daya pragmatik yang terdapat tiga kategori yaitu kuat, sedang dan lemah.

1. Bentuk Bahasa

Berdasarkan dari hasil observasi, penggunaan bentuk bahasa dalam pelabelan nama kafe di Semarang sangat bervariasi. Bentuk penggunaan bahasa pada nama kafe di Semarang berada pada tingkat kata dan frasa.

a) Tingkat kata

Kata merupakan satuan bahasa yang memiliki makna atau arti. Dalam kata dibagi oleh kelas kata atau jenis kata. Menurut Moeliono dkk (2017:31) pembagian kategori kelas kata meliputi, nomina, verba, adjektiva, adverbia, preposisi, pronomina, numeralia, dan penentu. Berikut nama-nama kafe tersebut.

- (1) Serambi
- (2) *Monocle*
- (3) *Glanost*

Untuk data di atas, ditemukan penggunaan kosa kata bahasa Indonesia dan bahasa asing. Data (1) merupakan kosa kata bahasa Indonesia yang termasuk kelas nomina. Data (2) dan (3) merupakan kosa kata bahasa asing yang termasuk kelas nomina.

b) Tingkat Frasa

Frasa adalah satuan kebahasaan yang terdiri dari dua kata atau lebih. Menurut Moeliono dkk (2017:32) frasa dibedakan menjadi beberapa kategori diantaranya, frasa nominal, frasa verbal, frasa adjektival, frasa preposisional dan frasa numeralia. Misalnya pada nama-nama kafe berikut.

- (4) Kopi Sedekat Nadi
- (5) Kopi Janji Jiwa
- (6) Kopi Di Sini
- (7) Kopi Tiga
- (8) Kopi Kellon

Berdasarkan dari hasil observasi tersebut, nama-nama kafe di atas menggunakan struktur frasa bahasa Indonesia (DM). Data (4) dan (5) berdasarkan bentuknya berada pada kategori nomina + frasa nominal, sedangkan data (6) dibentuk oleh nomina + frasa preposisional. Data (7) dibentuk oleh nomina + numeralia dan data (8) dibentuk oleh nomina + verba.

Selanjutnya, terdapat beberapa nama kafe yang menggunakan kosa kata bahasa Indonesia tetapi menggunakan struktur frasa bahasa Inggris.

- (9) Runding Kopi
- (10) Filosofi Kopi
- (11) Semasa Kopi
- (12) Skenario Kopi
- (13) Tepian Kopi

Berdasarkan dari hasil observasi tersebut, daftar nama-nama kafe di atas menggunakan kosa kata bahasa Indonesia tetapi menggunakan struktur frasa bahasa Inggris (MD). Data (9), (10), (11), (12), dan (13) dibentuk oleh nomina + nomina. Berikutnya, terdapat beberapa nama kafe yang menggunakan kosa kata bahasa Indonesia dan bahasa asing dengan struktur frasa bahasa Inggris.

- (14) Antarakata *Coffee*
- (15) Romawi *Coffee*
- (16) Rosti *Café and Resto*

Berdasarkan dari hasil observasi tersebut, nama-nama kafe di atas menggunakan kosa kata bahasa Indonesia dan bahasa asing dengan menggunakan struktur frasa bahasa Inggris (MD). Data (14) dibentuk oleh frasa preposisional + nomina dan data (15) dibentuk oleh adjektiva + nomina. Data (16) dibentuk oleh nomina + frasa nominal. Berikutnya, terdapat nama-nama kafe yang menggunakan kosa kata bahasa asing dengan struktur frasa bahasa Inggris (MD).

(17) *Twelve Café and Resto*

(18) *Dhadhu Board Game Café*

Berdasarkan dari hasil observasi tersebut, nama-nama kafe di atas menggunakan kosa kata bahasa asing dengan struktur frasa bahasa Inggris (MD). Data (17) dibentuk oleh numeralia + frasa nominadan data (18) dibentuk oleh frasa nominal + nomina.

2. Jenis Bahasa

Penggunaan bahasa pada nama-nama kafe di Kota Semarang memang berbagai macam, diantaranya bahasa Indonesia, bahasa Jawa, bahasa asing dan campuran.

a) Bahasa Indonesia

Berdasarkan dari hasil observasi, nama-nama kafe di Kota Semarang adalah sebagai bukti bahwa penggunaan bahasa Indonesia masih cukup stabil.

(1) Serambi

(9) Runding Kopi

(4) Kopi Sedekat Nadi (10) Filosofi Kopi

(5) Kopi Janji Jiwa

(11) Semasa Kopi

(6) Kopi Di Sini

(12) Skenario Kopi

(7) Kopi Tiga

(13) Tepian Kopi

Berdasarkan dari hasil observasi tersebut, masih banyak pebisnis yang peduli akan penggunaan bahasa Indonesia dalam pelabelan nama pada badan usaha. Dengan hal tersebut, diharapkan mampu secara perlahan menghilangkan anggapan masyarakat bahwa kesan eksklusif selalu berkaitan dengan bahasa asing.

b) Bahasa Jawa

Bahasa Jawa adalah salah satu bahasa daerah, khususnya pada masyarakat di Pulau Jawa. Penggunaan bahasa daerah untuk pelabelan nama badan usaha memang kurang dilirik oleh pebisnis.

(8) Kopi Kellon

Data observasi tersebut, menunjukkan bahwa masih minimnya penggunaan bahasa daerah yang digunakan sebagai pelabelan nama badan usaha di Kota Semarang.

c) Bahasa Asing

Minat masyarakat dalam penggunaan bahasa asing memang cukup luas karena masih banyak masyarakat yang beranggapan bahwa bahasa asing selalu

dianggap memiliki prestise lebih tinggi daripada bahasa Indonesia atau bahasa daerah.

(17) *Twelve Café and Resto*

(18) *Dhadhu Board Game Café*

Berdasarkan dari hasil observasi, penggunaan bahasa asing pada nama kafe di Semarang memang tak bisa dipungkiri. Penggunaan bahasa asing pada kata *café* dan *coffee* memang sering dijumpai dalam pelabelan nama usaha dibidang *coffee shop*. Bahkan hampir tidak pernah dijumpai penggunaan bahasa Indonesia pada kata kafe dalam pelabelan nama usaha dibidang *coffee shop*. Semestinya hal kecil seperti ini tentu mampu menjadi salah satu bukti nyata bahwa bahasa Indonesia telah banyak terpengaruh oleh bahasa asing yang semakin meluas seiring perkembangan zaman yang masuk pada era globalisasi saat ini.

d) **Campuran**

Berdasarkan dari hasil observasi, dijumpai nama kafe di Semarang yang menggunakan bahasa Indonesia tetapi disisipi oleh penggunaan bahasa asing.

(14) *Antarakata Coffee*

(15) *Romawi Coffee*

(16) *Rosti Café and Resto*

Berdasarkan dari hasil observasi, bahasa Indonesia saat ini memang telah terpengaruh oleh banyaknya bahasa yang berusaha untuk mempengaruhi. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan penggunaan bahasa Indonesia pada pelabelan nama kafe di Kota Semarang yang disisipi oleh bahasa asing.

3. **Makna Bahasa**

Berdasarkan dari hasil wawancara, pemilihan atau pelabelan pada nama kafe memiliki alasan dan makna tersendiri ketika menciptakan sebuah nama. Pemilihan nama tersebut dipilih diantaranya, menyesuaikan konsep kafe, agar mudah diingat, menciptakan kesan ramah, diambil dari nama pemilik, hal yang disukai pemilik kafe, agar terkesan lebih eksklusif dan tempat dibangunnya usaha tersebut. Pada pembahasan ini, akan dijabarkan mengenai data asli yang diperoleh dari wawancara di lapangan.

a) **Runding Kopi**

Kafe runding kopi adalah salah satu kafe yang menggunakan bahasa Indonesia, kata “runding” sendiri berarti “berdiskusi, ngobrol atau berunding.” Hal tersebut sesuai dengan data wawancara yang diperoleh dilapangan.

Peneliti :“Apa arti atau makna dari nama tersebut?”

Responden 1:“Pemilihan kata runding dipilih karena diharapkan adanya esensi dari kata runding itu sendiri yang berarti ketika datang berkunjung ke kafe ini bukan hanya sekadar nongkrong atau membeli minuman dan makanan tetapi harapannya di kafe ini pengunjung bisa saling berunding, *ngobrol*, dan diskusi serta mampu berbaur menjaga silaturahmi.” (Data wawancara 1.2)

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, pemilik kafe memang menciptakan sebuah nama yang berkaitan dengan konsep yang diusung dari kafe runding kopi sendiri, yang harapannya setiap pengunjung yang datang ke kafe tersebut nantinya mampu mendapat relasi baru dengan saling berdiskusi dan berunding satu sama lain.

b) Kopi Sedekat Nadi

Kopi sedekat nadi merupakan kafe yang ada di Kota Semarang yang menggunakan bahasa Indonesia secara keseluruhan. Sedekat Nadi sendiri mempunyai arti jalan berdampingan. Hal tersebut sesuai dengan data wawancara yang diperoleh di lapangan.

Peneliti :“Apa arti atau makna dari nama tersebut?”

Responden 3:“Sedekat nadi artinya jalan berdampingan, usaha ini ada karena dukungan dari banyak pihak yang saling membantu dan melengkapi. Sebab sebelumnya usaha ini dibangun oleh banyak orang yang diibaratkan gandengan tangan dan nadi yang saling berdekatan. (Data wawancara 3.2)

Berdasarkan dari hasil wawancara, dibalik sebuah nama yang unik dan menarik pasti memiliki arti dan makna tersendiri bagi pemilik kafe. Di sisi lain pemilihan nama tersebut tentu juga memiliki alasan yang menunjang untuk pemilihan nama tersebut.

c) Antarakata Coffee

Antarakata Coffee adalah salah satu kafe yang menggunakan campuran dua bahasa, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa asing. Antarakata sendiri diibaratkan sebagai sebuah jembatan yang digunakan untuk menyambung kata. Hal tersebut sesuai dengan data wawancara yang diperoleh di lapangan.

Peneliti :“Apa arti atau makna dari nama tersebut ?”

Responden 5:“Antarakata *Coffee* diciptakan dengan konsep kafe yang spesialis dengan adanya menu kopi. Selain itu, karena di sini tempatnya orang *ngumpul*, sehingga kami ingin antarakata itu hadir diantara kata yang terucap ketika *ngobrol* dan kumpul bareng temen sehingga bisa dikatakan sebagai jembatan untuk menyambung kata dengan lainnya. Seperti silaturahmi ketika orang-orang nongkrong di kafe kami yang saling menyambung kata lainnya (*ngobrol bareng*).” (Data wawancara 5.2)

Hasil wawancara tersebut, menunjukkan bahwa kafe ini mengusung nama yang berkaitan dengan makna kehidupan yang berharap dengan dipilihnya nama tersebut mampu untuk menjalin silaturahmi ketika berkunjung ke Antarakata *Coffee*.

d) Rosti Café and Resto

Rosti *Cafe and Resto* juga merupakan kafe yang menggunakan campuran dua bahasa. Kata *rosti* sendiri sebenarnya diambil dari nama kedua istri pemilik kafe yang dijadikan satu, yaitu Rosa dan Astuti. Hal tersebut sesuai dengan data wawancara yang diperoleh dari lapangan.

Peneliti :“Apa arti atau makna dari nama tersebut ?”

Responden 7:“Rosti adalah penggabungan dari nama dua istri *owner* yaitu Rosa dan Astuti sehingga tercipta nama Rosti.” (Data wawancara 7.2)

Berdasarkan dari hasil wawancara, pemilihan kata *rosti* sendiri juga dikaitkan dengan makna kehidupan karena pemilik kafe berharap bahwa ketika menggunakan nama istri dalam sebuah usaha akan memberikan keberkahan dan kelancaran rejeki.

e) Twelve Café and Resto

Twelve Cafe and Resto termasuk nama kafe yang menggunakan bahasa asing, kata *twelve* sendiri dalam bahasa Inggris berarti dua belas. Hal tersebut sesuai dengan data wawancara yang diperoleh di lapangan.

Peneliti :“Apa arti atau makna dari nama tersebut ?”

Responden 9:“Sebenarnya kata *twelve* dipilih karena kebetulan di saya sendiri sampai keluarga dan usaha saya 12 semua, tanggal lahir saya 12, adik saya 12, nomor kafe 12 dan usaha saya ada 12 jadi serba 12 semua.” (Data wawancara 9.2)

Berdasarkan dari wawancara tersebut, pemilihan nama pada kafe dapat dipilih berdasarkan hal yang berkaitan dengan pemilik kafe mulai dari diri sendiri bahkan dari sisi keluarga.

f) Dhadhu Board Game Café

Dhadhu Board Game Cafe adalah salah satu kafe yang menggunakan bahasa asing sebagai pelabelan nama kafanya. Kata *dhadhu* sendiri diambil dari bahasa India yang berarti dadu yang sering dijumpai dalam permainan monopoli. Hal tersebut sesuai dengan data wawancara yang diperoleh di lapangan.

Peneliti :“Apa arti atau makna dari nama tersebut ?”

Responden 11:“Diambil dari bahasa India yaitu *dhadhu* yang artinya adalah dadu dari sebuah permainan.” (Data wawancara 11.2)

Berdasarkan dari hasil wawancara, pemilihan nama tersebut menggunakan nama yang di ambil dari sebuah permainan karena menyesuaikan konsep kafe yang mengusung kafe dengan disediakan aneka permainan *board game*.

g) Kopi Kellon

Kopi Kellon adalah salah satu kafe di Kota Semarang yang menggunakan bahasa Jawa sebagai pelabelan nama kafanya. *Kopi Kellon* sendiri berarti merangkul semua orang. Hal tersebut sesuai dengan data wawancara yang diperoleh di lapangan.

Peneliti :“Apa arti atau makna dari nama tersebut?”

Responden 13 :“*Kellon* artinya adalah merangkul semua orang dan kopinya sendiri karena kami lebih dominan menjual kopi sehingga sambil minum kopi bisa merangkul semua orang atau teman baru.” (Data wawancara 13.2)

Berdasarkan dari hasil wawancara, meskipun menggunakan bahasa Jawa kafe tersebut tetap eksis dan dikenal oleh masyarakat. Pemilihan nama tersebut, memang terkesan unik dan menarik sebab di Kota Semarang sendiri masih jarang kafe yang memilih menggunakan bahasa daerah, apalagi kata yang dipilih adalah *kellon*.

4. Daya Pragmatik

Daya pragmatik yang lebih familiar disebut dengan tindak perlokusi adalah bentuk tuturan yang memiliki daya atau pengaruh terhadap mitra tuturnya. Berdasarkan dari hasil wawancara, nama kafe di Semarang memiliki daya atau pengaruh yang dapat dikategorikan kuat, sedang, dan lemah

a) Kuat

Memiliki daya atau pengaruh yang kuat terhadap pengunjung artinya adalah dari pelabelan nama tersebut mempunyai nama yang mampu menarik perhatian pengunjung untuk datang ke kafe tersebut.

Peneliti :“Bagian bahasa apa yang mampu menarik perhatian Anda sehingga memutuskan untuk datang ke kafe ini?”

Responden 12 :“Bagian bahasa *dhadhu board gamenya* sih, karena awal saya membaca nama tersebut terlintas dipikiran saya itu kok namanya ada kaitannya dengan sebuah permainan, apa di kafe ini ada permainnya gitu sih, dan ternyata setelah saya mampir memang disediakan permainan.” (Data wawancara 12.3)

Berdasarkan dari hasil wawancara tersebut, konsep yang unik dan menarik pada sebuah nama kafe memberikan kesan positif terhadap pengunjung. Dari wawancara tersebut, pengunjung menyatakan bahwa penggunaan kata *board game* pada data wawancara 12.3 menarik perhatiannya untuk datang berkunjung.

b) Sedang

Memiliki daya pragmatik dalam kategori sedang terhadap pengunjung artinya bahwa nama kafe yang digunakan tetap memiliki pengaruh terhadap calon pengunjung, tetapi pengaruh atau daya yang diberikan kurang kuat. Hal tersebut dapat terjadi karena adanya faktor lain yang membuat ketertarikan pengunjung bukan langsung tertuju pada nama kafe.

Peneliti :“Apakah bahasa yang digunakan pada nama kafe tersebut mempengaruhi pilihan Anda untuk datang ke kafe ini?”

Responden 8 :“Iya sih, karena yang saya katakan tadi memang awalnya karena namanya sama dengan nama Ibu saya dan setelah saya coba memang tempatnya bagus sehingga akhirnya saya beberapa kali datang kesini lagi, karena memang nama menurut saya bukan hal yang utama akan tetapi harus ditunjang dari kualitas dari kafe itu sendiri.” (Data wawancara 8.4)

Berdasarkan dari wawancara tersebut, nama *Rosti Cafe and Resto* kurang memiliki daya atau pengaruh yang kuat terhadap pengunjung. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan pernyataan pengunjung yang mengungkapkan bahwa secara kebetulan nama kafe yang digunakan memiliki persamaan dengan nama ibunya sehingga munculah perasaan ingin mencoba atau berkunjung.

c) Lemah

Memiliki daya atau pengaruh yang lemah terhadap pengunjung bukan berarti nama yang digunakan tidak memiliki pengaruh apapun terhadap pengunjung, hanya saja daya atau pengaruh yang ditimbulkan dari nama tersebut kurang terasa.

Peneliti :“Apakah bahasa yang digunakan pada nama kafe tersebut mempengaruhi pilihan Anda untuk datang ke kafe ini?”

Responden 6 :“Tidak juga sih, soalnya saya datang ke kafe juga bukan langsung tertuju ke nama tapi lebih ke suasana kafanya tapi untuk keunikan namanya sih memang unik.” (Data wawancara 6.4)

Berdasarkan dari wawancara tersebut, nama *Antarakata Coffeetermasuk* ke dalam tingkatan lemah. Hal tersebut dikarenakan pengunjung datang ke kafe tersebut tidak langsung tertuju atau mementingkan nama kafanya, tetapi lebih kepada kepuasan pelayanan dan tempat yang bagus pada kafe.

Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data, penggunaan nama kafe di Semarang dari segi bentuk didominasi oleh tingkat frasa yang banyak terpengaruh oleh penggunaan struktur frasa bahasa Inggris (MD). Selanjutnya, jenis bahasa yang digunakan pada nama-nama kafe di Kota Semarang lebih dominan menggunakan bahasa Indonesia. Selain itu, makna dari nama-nama kafe di Kota Semarang lebih dominan mengarah kepada makna kehidupan meskipun ada beberapa yang mengambil dari aspek yang lainnya. Berdasarkan dari hasil wawancara, daya pragmatik pada nama kafe di Semarang terdapat tiga kategori yaitu: 1) kuat, 2) sedang, dan 3) lemah.

Daftar Pustaka

- Agustin, Yulia, Hilda Hilalayah dan Syarifudin Yunus. 2015. "Penggunaan Bahasa Iklan pada Papan Reklame (Studi Survei Sepanjang Kampung Rambutuan sampai dengan Lebak Bulus)". *Pujangga*. Volume 1, Nomor 2, halaman 54—65.
- Aprillisa, Erriva. 2020. "Penggunaan Nama Unik pada *Coffee Shop* di Surabaya Kajian Semantik". Skripsi (Tidak diterbitkan). Surabaya: Universitas Airlangga.
- Fatmahwati. 2018. "Penggunaan Bahasa Indonesia pada Media Ruang Publik di Kota Pekanbaru". *Suar Betang*. Volume 13, Nomor 2, halaman 131—144.
- Moeliono, Anton M. 2017. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Edisi Keempat. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.
- Muqri, Mutiara, Dendy Sugono dan Miftahul Khairah A. 2016. "Penggunaan Bahasa pada Papan Nama di Ruang Publik Jalan Protokol Jakarta". *Arkhaiis*. Volume 7, Nomor 2, halaman 57—64.
- Rahmawati, Dyah Anisa. 2010 "Implikatur Percakapan dan Daya Pragmtik pada Iklan Produk Kosmetik di Televisi". Skripsi (Tidak diterbitkan). Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sudaryanto. 2015. *Metode dan Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.