

ANALISIS LANSKAP LINGUISTIK: KECENDERUNGAN PENGGUNAAN GAIRAIGO (外来語) DALAM *PUBLIC SIGNAGE* BANDARA INTERNASIONAL HANEDA

Lintang Lady Novela Cahyani

S1 Pendidikan Bahasa Jepang, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya

lintang.22002@mhs.unesa.ac.id

Didik Nurhadi, M.Pd., M.A., Ph.D

S1 Pendidikan Bahasa Jepang, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya

didiknurhadi@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini menganalisis mengenai penggunaan *gairaigo* (外来語) dalam *public signage* di Bandara Internasional Haneda yang dianalisis dengan kajian *Linguistic Landscape*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kecenderungan penggunaan *gairaigo* dalam *public signage* Bandara Internasional Haneda. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Data penelitian berupa *public signage* yang mengandung *gairaigo* yang terdapat di Bandara Internasional Haneda Terminal 2 dan 3. Didapati sebanyak 320 *public signage* dengan 366 *gairaigo* didalamnya dalam penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan dokumentasi. Data *public signage* dianalisis dengan cara diklasifikasikan berdasarkan otoritas pemroduksi, tampilan bahasa, dan fungsinya. Selanjutnya, data *gairaigo* yang terdapat dalam *public signage* diidentifikasi dan diklasifikasikan berdasarkan asal bahasa dan jenisnya. Hasil data kemudian dianalisis menggunakan frekuensi dan persentase untuk mengetahui kecenderungan penggunaan *gairaigo* dalam *public signage*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *gairaigo* dalam *public signage* cenderung didominasi oleh *informational signage* dan diproduksi oleh otoritas resmi, serta cenderung menampilkan tampilan dua bahasa (*bilingual*) yang terdiri atas bahasa Jepang dan bahasa Inggris. Temuan *gairaigo* juga cenderung diserap dari bahasa Inggris dan memiliki padanan dalam bentuk bahasa Jepang aslinya (*wago/kango*).

Kata Kunci: *gairaigo*, *linguistic landscape*, *public signage*, Bandara Internasional Haneda

Abstract

This study analyzes the use of loanwords or *gairaigo* (外来語) in *public signage* at Haneda International Airport through the perspective of Linguistic Landscape studies. This study aims to analyse the tendencies in the use of *gairaigo* in *public signage* at Haneda International Airport. This research employs a quantitative descriptive method. The research data consist of *public signage* containing *gairaigo* found in Terminals 2 and 3 of Haneda International Airport. A total of 320 *public signage* containing 366 *gairaigo* were identified in this study. The data were collected through observation and documentation. The *public signage* data were analyzed by classifying them according to the producing authority, language display, and function. Furthermore, the *gairaigo* identified in the *public signage* were analyzed and subsequently classified based on their origin language and type. The findings were then analyzed using frequency and percentage analyses to identify tendencies in the use of *gairaigo* in *public signage*. The findings indicate that the use of *gairaigo* in *public signage* is predominantly found in informational signage, is mainly produces by official authorities, and tends to appear in bilingual language displays containing Japanese and English. The identified *gairaigo* are also predominantly derived from English and generally possess equivalents in native Japanese vocabulary (*wago/kango*).

Keywords: *gairaigo*, linguistic landscape, public signage, Haneda International Airport

PENDAHULUAN

Bahasa Jepang memiliki sejumlah besar kata serapan asing yang dikenal sebagai *gairaigo* (外来語), yang sebagian besar berasal dari bahasa Inggris (Kageyama & Kishimoto, 2016:163). Keberadaan *gairaigo* dapat dikaitkan dengan perkembangan globalisasi dan meningkatnya mobilitas internasional yang mendorong masuknya berbagai konsep, istilah, dan budaya baru ke dalam masyarakat Jepang. Selain digunakan untuk menyebut konsep yang tidak memiliki padanan dalam bahasa Jepang, *gairaigo* juga sering dipilih karena dianggap lebih praktis, modern, dan mudah dipahami (Raversa & Haristiani, 2020:179). Irwin (2011) menjelaskan bahwa penggunaan *gairaigo* dalam bahasa Jepang dipengaruhi oleh tiga kecenderungan utama yang dijabarkan dalam poin-poin berikut.

1) *Need-feeling motive*

Need-feeling motive merupakan di mana *gairaigo* digunakan karena ketiadaan konsep suatu kata dalam bahasa Jepang sebelumnya.

2) *Replacement/synonym motive*

Replacement/synonym motive merupakan di mana *gairaigo* bersinonim atau menggantikan kosakata bahasa Jepang asli. Penggunaan *gairaigo* di atas kosakata bahasa Jepang asli terjadi dikarenakan adanya preferensi dalam pemilihan kata dan faktor sosiolinguistik (Irwin, 2011).

3) *Prestige motive*

Salah satu alasan penggunaan *gairaigo* adalah karena memiliki kesan modern dan prestisius (Irwin, 2011).

Dalam konteks ruang publik dengan mobilitas internasional yang tinggi, seperti bandara internasional yang menuntut penggunaan bahasa yang dapat dipahami oleh pengguna dari latar belakang linguistik yang beragam, penggunaan *gairaigo* berpotensi menjadi sarana komunikasi yang efektif. Salah satu lokasi yang merepresentasikan kondisi tersebut adalah Bandara Internasional Haneda di Tokyo, Jepang, yang merupakan salah satu bandara tersibuk di dunia dan melayani arus pengguna domestik maupun internasional dalam jumlah besar (Airport Council International, 2026).

Penggunaan bahasa pada ruang publik dapat dikaji melalui pendekatan lanskap

linguistik (*linguistic landscape*), yaitu studi mengenai tampilan tertulis di ruang publik (Pramesti & Hermawan, 2024:12). Menurut Landry & Bourhis (1997:23), lanskap linguistik mengacu pada keberadaan dan visibilitas segala papan tanda dan papan komersial pada suatu wilayah tertentu. Mengacu pada Landry & Bourhis (1997:26-27), otoritas dalam lanskap linguistik dibedakan menjadi dua, yakni otoritas resmi (*government/public signage*) dan swasta (*private/commercial signs*). Pembagian dua otoritas tersebut kemudian dikenal dengan istilah *top-down* dan *bottom-up* dalam mayoritas studi lanskap linguistik.

Landry & Bourhis (1997:23) menerapkan studi lanskap linguistik secara khusus pada *public signage*. Dalam kajian ini, *public signage* merupakan salah satu objek utama yang mencerminkan pilihan bahasa yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Sebagai bagian dari kajian lanskap linguistik, penggunaan bahasa dalam *public signage* dapat diklasifikasikan ke dalam tiga bentuk utama. Mengacu pada Landry & Bourhis (1997:26), bahasa dalam *public signage* dapat berbentuk unilingual (juga dikenal dengan *monolingual*/berbahasa tunggal), *bilingual* (dwibahasa), atau *multilingual* (multibahasa) (Landry & Bourhis, 1997:26).

Sebagai sarana komunikasi publik di lingkungan bandara, *public signage* memiliki peran penting dalam menjembatani kebutuhan informasi pengguna dengan latar belakang bahasa yang beragam. Yang (2009) dalam artikelnya mengklasifikasikan *public signage* berdasarkan fungsi sebagai berikut, yakni 1) *directing*, menyajikan informasi atau petunjuk tanpa adanya unsur peringatan atau paksaan; 2) *prompting*, memberi peringatan atau mengingatkan dengan kesan yang persuasif namun tidak ada unsur paksaan; 3) *restricting*, memberikan pembatas atau restriksi terhadap pembaca secara tegas; 4) *compelling*, memberikan peringatan paling tegas dan bersifat imperatif; 5) *advertising*, untuk tujuan komersial, untuk menginformasikan atau membujuk pembaca untuk menggunakan suatu produk atau layanan; 6) *public interest publicizing*, media yang membujuk atau mendorong masyarakat atas kesadaran dan tanggung jawab publik. Dalam konteks tersebut, *gairaigo* yang digunakan dalam *public signage* menjadi salah satu bentuk pilihan bahasa yang

berperan dalam penyampaian informasi kepada pengguna ruang publik bandara.

Kajian mengenai lanskap linguistik pada *public signage* telah dilakukan oleh berbagai peneliti, seperti Backhaus (2006) yang meneliti tentang multilingualisme pada *public signage* di Tokyo, Putri et al. (2024) yang menganalisis tentang lanskap linguistik di bandara Haneda, Rahmawati (2022) yang mengkaji penggunaan bahasa pada signage di lingkungan bandara, dan lain sebagainya. Di sisi lain, penelitian mengenai *gairaigo* juga telah dilakukan oleh beberapa peneliti seperti Tomaszewska et al. (2015) dan Raversa dan Haristiani (2020). Meskipun demikian, sebagian besar penelitian tersebut cenderung menempatkan kajian *gairaigo* dan lanskap linguistik sebagai dua bidang yang terpisah. Penelitian yang secara khusus mengkaji karakteristik penggunaan *gairaigo* dalam *public signage* melalui pendekatan lanskap linguistik, terutama pada ruang publik dengan mobilitas internasional tinggi seperti bandara internasional, masih relatif terbatas. Padahal, ruang publik bandara internasional merupakan lingkungan dengan aktivitas pengguna internasional yang tinggi dengan latar belakang linguistik yang beragam, serta memerlukan strategi pemilihan bahasa yang efektif.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kecenderungan penggunaan *gairaigo* dalam *public signage* di Bandara Internasional Haneda melalui perspektif lanskap linguistik. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian lanskap linguistik dan linguistik Jepang dengan menghadirkan analisis mengenai penggunaan *gairaigo* dalam *public signage* pada lingkungan bandara internasional, sekaligus menjembatani kajian *gairaigo* dan lanskap linguistik yang selama ini cenderung dikaji secara terpisah.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan analisis kuantitatif. Penelitian deskriptif digunakan menganalisis data dengan mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan secara apa adanya tanpa melakukan generalisasi (Sugiyono, 2013:147). Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis data dengan statistik sederhana berupa perhitungan frekuensi, persentase, dan mean pada temuan data dan masing-masing klasifikasinya.

Penelitian dilakukan di Bandara

Internasional Haneda yang berlokasi di Hanedakuko, Kota Ota, Tokyo 144-0041, Jepang. Penelitian difokuskan pada terminal penerbangan internasional, yakni Terminal 2 internasional (selanjutnya disebut T2i) dan Terminal 3 (selanjutnya disebut T3).

Sumber data pada penelitian ini adalah *public signage* yang mengandung *gairaigo* di Bandara Internasional Haneda T2i dan T3. Dari sumber data tersebut, diperoleh data penelitian berupa dokumentasi atau foto dari *public signage* beserta kosakata *gairaigo* yang terkandung didalamnya.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung *public signage* yang mengandung *gairaigo* dan membuat catatan kasar mengenai area *public signage* yang akan didokumentasikan. Dokumentasi melalui fotografi merupakan hal yang sangat penting dalam studi lanskap linguistik (Gorter & Cenoz, 2023:xv). Dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil foto *public signage* yang mengandung *gairaigo* di tempat dan area yang sebelumnya telah diobservasi berdasarkan catatan kasar. Dokumentasi *public signage* dilakukan dengan cara dipotret dengan menggunakan kamera perangkat seluler.

Sementara itu teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif, dengan melakukan analisis hanya pada data yang telah dikumpulkan dan tanpa melakukan generalisasi (Sugiyono, 2013:147). Analisis data *public signage* beserta *gairaigo* didalamnya dilakukan dengan cara berikut.

1) Klasifikasi Data *Public signage* & *Gairaigo*

Data *public signage* dan *gairaigo* diklasifikasikan ke dalam masing-masing klasifikasi yang telah diberi kode untuk memudahkan analisis.

Tabel 1 Klasifikasi *Public signage*

Jenis klasifikasi	Kode	Pengertian
Otoritas (authority) (Landry & Bourhis, 1997)	T-d	Top-down (resmi)
	B-u	Bottom-up (swasta)
Bahasa (language) (Landry & Bourhis, 1997)	LJp	Mono/Japanese only (satu bahasa atau hanya bahasa Jepang)
	LBi	Bilingual (dwibahasa)
	LMulti	Multilingual (multibahasa)
Fungsi (function) (Yang, 2009)	F1	Informational signage (informasi)
	F2	Directional signage (direksi atau arahan)
	F3	Restrictional signage (larangan atau peringatan)

F4	Advertising signage (iklan)
----	--------------------------------

Adapun analisis kecenderungan *gairaigo* hanya difokuskan pada karakteristik internal penggunaan *gairaigo* dalam *public signage* yang telah dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, dan tidak membandingkan dengan keseluruhan *public signage* di Bandara Internasional Haneda. Data *gairaigo* kemudian dicatat dan diklasifikasi berdasarkan asal bahasa dan jenis. Identifikasi asal bahasa dilakukan menggunakan kamus *Shinmeikai ruigo jiten* (新明解類語辞典) (LogoVista Corporation, 2024), kamus *Oxford English Dictionary* (Oxford University Press, 2000) dan kamus *etymonline.com* (Doug, 2017). Klasifikasi *gairaigo* berdasarkan jenisnya menurut penjelasan Irwin (2011) dijabarkan dalam poin-poin berikut.

- **Need-feeling motive** = *Gairaigo* digunakan karena ketiadaan konsep suatu kata dalam bahasa Jepang.
- **Replacement/synonym motive** = *Gairaigo* bersinonim atau menggantikan kosakata bahasa Jepang asli.
- **Prestige motive** = *Gairaigo* digunakan karena memiliki kesan modern dan prestisius.

2) Perhitungan Frekuensi dan Persentase

Data *gairaigo* dihitung jumlah keseluruhannya beserta jumlah masing-masing klasifikasi dalam tabel. Data *gairaigo* juga dihitung jumlah persentasenya menggunakan rumus berikut.

$$P = \frac{f}{N} \times 100$$

Keterangan:

- P = persentase
- f = frekuensi kemunculan data
- N = jumlah keseluruhan data

Seluruh data *public signage* & *gairaigo* yang telah dianalisis kemudian diinterpretasikan untuk menjelaskan kecenderungan penggunaan *gairaigo* dalam *public signage* Bandara Internasional Haneda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teridentifikasi sebanyak 320 *public signage* dengan 366 kemunculan *gairaigo* didalamnya dalam penelitian ini. Adapun temuan tersebut apabila dibedakan berdasarkan lokasi nya adalah sebagai berikut.

Tabel 2 Temuan Public signage dan Gairaigo berdasarkan Lokasi

Public signage	f	%
T2i	149	47%

T3	171	53%
Total	320	100%
Gairaigo	f	%
T2i	179	49%
T3	187	51%
Total	366	100%

Public signage

1) Berdasarkan Otoritas (Authority)

Hasil perhitungan frekuensi dan persentase dari temuan data *public signage* berdasarkan otoritas menurut teori Landry & Bourhis (1997) ditampilkan dalam tabel berikut.

Tabel 3 Public signage Berdasarkan Otoritas (Authority)

Otoritas (authority)	f	%
T-d	265	83%
B-u	55	17%
Total	320	100%

Ditemukan sebanyak 83% *public signage top-down* atau yang dikelola oleh otoritas resmi. Mengacu pada laporan International Civil Aviation Organization (ICAO), otoritas utama yang memegang wewenang atas pengoperasian fasilitas di Bandara Internasional Haneda adalah Kementerian Pertahanan, Infrastruktur, Transportasi dan Pariwisata (*Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism (MLIT)*) Jepang. Namun, MLIT pada dasarnya mengelola sistem navigasi udara dan manajemen sisi udara. Otoritas resmi yang memegang wewenang dan yang mengelola dari sisi dalam fasilitas bandara adalah *Japan Airport Terminal Co., Ltd.* dan *Tokyo Internasional Air Terminal Corporation (TIAT)* yang berfokus pada pengelolaan fasilitas terminal internasional. Kedua pihak tersebut mengelola dan mengoperasikan segala fasilitas yang berhubungan dengan terminal, termasuk *public signage* didalamnya.

Sementara itu, 17% *public signage* yang tersisa merupakan *public signage bottom-up*. *Public signage bottom-up* dikelola oleh pihak swasta yang ditemukan pada tempat penyedia jasa layanan, toko-toko, restoran, plakat iklan promosi kafe, dan lain sebagainya. Adapun pihak pengelola *public signage* penyedia jasa layanan adalah seperti Yamato Transport, JAL ABC, Global Wifi, dan lain sebagainya; toko-toko seperti toko souvenir dan oleh-oleh, toko buku Tsutaya Books, dan mesin penjual otomatis yang menjual berbagai barang; restoran dan kafe seperti Yoshinoya, Honolu Premier, Mos Burger, dan lain sebagainya.

Temuan ini sejalan dengan hasil temuan

Putri et al. (2024:273) dalam penelitiannya. Di mana *public signage top-down* mendominasi Bandara Internasional Haneda.

2) Berdasarkan Bahasa (Language)

Hasil perhitungan frekuensi dan persentase dari *public signage* berdasarkan bahasa menurut Landry & Bourhis (1997) ditampilkan dalam tabel berikut.

Tabel 4 Public signage Berdasarkan Bahasa (Language)

Bahasa (language)	f	%
LJp	103	32%
LBi	111	35%
LMulti	106	33%
Total	320	100%

Adapun bahasa yang ditemukan dalam masing-masing klasifikasi tersebut ditampilkan dalam tabel berikut.

Tabel 5 Tampilan Bahasa Public signage

Bahasa (language)	Tampilan Bahasa
Monolingual	Bahasa Jepang
Bilingual	Bahasa Jepang dan bahasa Inggris
Multilingual	Bahasa Jepang, bahasa Inggris, bahasa Mandarin, dan bahasa Korea

Tampilan bahasa yang menunjukkan dominasi adalah *public signage bilingual*, dengan persentase sebesar 35%. Seluruh *public signage bilingual* teridentifikasi hanya terdiri atas dua bahasa, yakni bahasa Jepang dan bahasa Inggris. Temuan ini menguatkan temuan Putri et al. (2024:268) yang mengemukakan bahwa tampilan bahasa yang paling mendominasi *public signage bilingual* adalah bahasa Jepang dan bahasa Inggris. Tidak ditemukan tampilan dua bahasa selain bahasa tersebut dalam *public signage* yang mengandung *gairaigo* yang telah ditemukan.

Public signage multilingual menduduki posisi ke-2 sebagai tampilan bahasa yang paling mendominasi setelah *public signage bilingual*, yakni sebanyak 33% dari total keseluruhan *public signage*. Temuan *public signage multilingual* secara keseluruhan merupakan *public signage top-down* dan tidak didapati pihak *bottom-up* yang memiliki tampilan *public signage multilingual*. Bahasa yang ditampilkan dalam *public signage multilingual* terdiri atas empat bahasa, yakni bahasa Jepang sebagai bahasa utama, bahasa Inggris, bahasa Mandarin, dan bahasa Korea.

Tampilan *public signage* dengan dominasi angka paling kecil adalah *public signage monolingual* dengan persentase sebanyak 32%. Dari keseluruhan *public signage* yang ditemukan, tidak dijumpai *public signage*

dengan tampilan satu bahasa selain bahasa Jepang. Hasil temuan ini menguatkan pendapat Rahmawati (2022:80) yang menjelaskan bahwa fenomena *public signage monolingual* dengan dominasi suatu bahasa menandakan pola komunikasi suatu populasi. Dalam hal ini dapat diketahui bahwa temuan *public signage monolingual* yang keseluruhannya hanya memuat bahasa Jepang menandakan bahwa bahasa Jepang merupakan bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi populasi masyarakat Jepang. Di samping hal itu, meskipun hanya memuat bahasa Jepang, ditemui beberapa *public signage monolingual* yang menyediakan terjemahan dalam bentuk QR code seperti pada gambar di bawah ini.

Gambar 1 Monolingual Signage dengan Terjemahan QR Code



Meskipun demikian, *public signage* tersebut tetap dikategorikan sebagai *monolingual*, mengingat bahwa studi lanskap linguistik merupakan ilmu yang mengkaji tentang visibilitas *public signage* (Landry & Bourhis, 1997:23), di mana tampilan bahasa didalamnya juga termasuk dalam aspek visibilitas tersebut.

3) Berdasarkan Fungsi (Function)

Hasil perhitungan frekuensi dan persentase *public signage* berdasarkan klasifikasi menurut Yang (2009) ditampilkan dalam tabel berikut.

Tabel 6 Public signage Berdasarkan Fungsi (Function)

Fungsi (function)	f	%
F1	196	61%
F2	25	8%
F3	46	14%
F4	43	13%
Unclassified	10	3%
Total	320	100%

Adapun contoh *gairaigo* yang ditampilkan didalam *public signage* berdasarkan masing-masing fungsinya dirincikan dalam tabel berikut.

Tabel 7 Contoh Public signage berdasarkan Fungsi dan Gairaigo didalamnya

Fungsi	Contoh Signage	Temuan Gairaigo
--------	----------------	-----------------

<i>Informational signage</i>	Papan informasi alur dan <i>check-in</i> penerbangan, <i>floor guide</i> (panduan lantai), dll.	チェックイン、カウンター、ロビー、フロアーガイド。...
<i>Directional signage</i>	Papan penunjuk arah halte bus, <i>taxi stand</i> , elevator, stasiun kereta, terminal, tempat layanan, dll.	バス、タクシー、エレベーター、モノレール、ターミナル、キャッシュコーナー、シャワールーム、...
<i>Restrictional signage</i>	Papan peringatan penggunaan troli dan eskalator, papan larangan membawa benda berbahaya, dll.	カート、エスカレーター、ナイフ、カッター、...
<i>Advertising signage</i>	Papan iklan toko, restoran, kafe, penawaran barang dan jasa, dll.	キャラクターショップ、カフェ、レンタル、クーポン、...

Berdasarkan **Tabel 6**, *informational signage* menunjukkan angka yang mendominasi, yakni sebesar 61% dari total keseluruhan *public signage*. *Informational signage* yang teridentifikasi sebagian besar diproduksi oleh otoritas resmi. *Informational signage* yang ditemukan berupa papan informasi terkait alur dan *check-in* penerbangan, *floor guide*, dan lain sebagainya. Berdasarkan **Tabel 7**, dalam papan informasi alur dan *check-in* penerbangan, ditampilkan kata-kata *gairaigo* seperti *chekku-in* (チェックイン: *check-in*), *kauntaa* (カウンター: konter), *chekku-in kauntaa* (チェックインカウンター: konter *check-in*), dan lain sebagainya. Papan *floor guide* menampilkan panduan lantai yang berisi informasi tempat pada tiap lantai, dan menampilkan *gairaigo* seperti *furoaa gaido* (フロアーガイド: panduan lantai), *robii* (ロビー: lobi), dan lain-lain.

Restrictional signage menduduki urutan

ke-2 sebagai fungsi *public signage* yang paling banyak ditemukan, dengan persentase sebesar 14%. *Restrictional signage* yang ditemukan umumnya berbentuk tulisan singkat yang menegaskan larangan atau peringatan. *Restrictional signage* memiliki tampilan yang jelas dan menampilkan warna dengan saturasi terang seperti merah atau kuning. Kebanyakan *restrictional signage* yang ditemukan juga ditampilkan dengan ilustrasi gambar dengan simbol coretan. Selain itu, juga ditandai dengan kata-kata tegas (Yang, 2009), seperti 'NO' (jangan) dalam *public signage* berbahasa Inggris, dan '禁止' (*kinshi*: dilarang) dalam *public signage* larangan, dan kata '注意' (*chuui*: perhatian) dan '危険' (*kiken*: bahaya) dalam *public signage* peringatan. Umumnya berbentuk larangan membawa troli, stroller bayi, kursi roda, dan sejenisnya pada eskalator (menampilkan *gairaigo* seperti *kaato* (カート: troli), *bebiikaa* (ベビーカー: stroller bayi), *esukareetaa* (エスカレーター: eskalator), dll.), larangan membawa barang tajam atau berbahaya (menampilkan *gairaigo* seperti *naifu* (ナイフ: pisau), *kattaa* (カッター: cutter), dll.), peringatan atau himbauan untuk berhati-hati saat menaiki eskalator, saat pintu otomatis terbuka atau tertutup (menampilkan *gairaigo* seperti *doa* (ドア: pintu), dan lain sebagainya).

Advertising signage teridentifikasi dengan persentase sebesar 13% dari total keseluruhan *public signage*. Sebagian besar merupakan *signage bottom-up* yang dikelola oleh pihak swasta pada toko-toko souvenir dan oleh-oleh, restoran dan kafe, penyedia layanan barang dan jasa, dan lain sebagainya. Karena sebagian besar merupakan milik pihak swasta, *advertising signage* juga tidak memiliki konsistensi, baik dari segi desain, model, maupun tampilan bahasa. Desain dan model *signage* pada toko, restoran, dan kafe cenderung didesain secara menarik dengan berbagai ornamen dan hiasan, baik yang melambangkan ciri khas dari masing-masing toko maupun hanya sebagai estetika. Bahasa yang ditampilkan cenderung dominan pada monolingual bahasa Jepang dan pada sebagian kasus adalah bilingual, yang cenderung menampilkan bahasa Jepang dan bahasa Inggris. *Gairaigo* yang ditampilkan pada *advertising signage* cenderung menunjukkan ciri khas atau kelebihan barang atau jasa yang ditawarkan, seperti *kyarakutaa shoppu* (キャラクターショップ: toko karakter), *rentaru* (レンタル: rental), *kuupon* (クーポン: kupon), *rirakuseeshon supeesu* (リラクゼーションスペース: tempat relaksasi), dan lain sebagainya.

Temuan *directional signage* yang mengandung *gairaigo* menunjukkan angka yang paling rendah di antara 4 klasifikasi fungsi, dengan persentase sebesar 13%. *Directional signage* sebagian besar merupakan *top-down* dengan pihak resmi sebagai pemilik dan pengelola. *Directional signage* oleh otoritas resmi menampilkan unsur multilingual dengan konsistensi 4 bahasa yang digunakan (bahasa Jepang, Inggris, China, dan Korea) didalamnya. Bahasa Jepang ditampilkan dengan ukuran yang lebih besar serta dengan posisi di atas bahasa lainnya. Hal ini menandakan identitas bahasa Jepang sebagai bahasa utama dan bahasa nasional (Backhaus, 2006:64). Selain itu, *directional signage* oleh otoritas resmi juga menampilkan tanda panah sebagai petunjuk arah dan juga ikon yang melambangkan teks tertulis.

Di sisi lain, ditemukan juga *directional signage* oleh otoritas swasta dengan frekuensi kecil. *Directional signage* oleh otoritas swasta juga memiliki unsur tanda panah sebagai petunjuk. Namun, bahasa yang ditampilkan cenderung monolingual dalam bahasa Jepang saja. Adapun contoh *directional signage* adalah seperti papan penunjuk arah halte bus, *taxi stand*, elevator, stasiun kereta, terminal, tempat layanan, dan lain-lain. Dalam papan-papan tersebut menampilkan *gairaigo* seperti *basu* (バス: bus), *takushii* (タクシー: taksi), *erebeetaa* (エレベーター: elevator), *monoreeru* (モノレール: monorail), *taaminaru* (ターミナル: terminal), *kyasshu koonaa* (キャッシュコーナー: cash corner/servis tunai), dan lain sebagainya.

Terdapat pula *public signage* yang tidak terklasifikasi dalam keempat klasifikasi di atas yang dilambangkan dengan *public signage* ‘*unclassified*’ dalam **Tabel 6**. *Public signage* yang tidak terklasifikasi ini merupakan *public signage* yang menampilkan nama perusahaan atau usaha yang dijalankan suatu pihak, seperti plakat papan nama toko. Papan nama usaha dikategorikan sebagai *commercial signage* (papan komersil) yang merupakan papan yang identitas sebuah usaha atau bisnis (Backhaus, 2007:37; Shohamy & Gorter, 2009) dan bukan termasuk ke dalam salah satu dari 4 klasifikasi yang telah ditentukan.

Gairaigo

1) Berdasarkan Asal Bahasa

Tabel 8 Gairaigo Berdasarkan Asal Bahasa

Asal Bahasa	f	%
Inggris	334	91%
Perancis	11	3%
Portugis	3	1%
Makonde	3	1%

Yunani	4	1%
Latin/Inggris	2	1%
Latin	2	1%
Belanda	2	1%
Norwegia	1	0%
Perancis/Inggris	1	0%
Perancis/Belanda	1	0%
Inggris/Perancis	1	0%
Belanda/Inggris	1	0%
Total	366	100%

Adapun contoh *gairaigo* yang diserap dari bahasa-bahasa tersebut ditampilkan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 9 Contoh Gairaigo Berdasarkan Asal Bahasa

Asal Bahasa	Contoh Gairaigo
Inggris	チェックインカウンター、ファーストクラス、ショップ&レストラン、ロビー、...
Perancis	カフェ、マニキュア、ミリメートル、...
Portugis	ビン
Makonde	チクングニヤ
Yunani	ギガ、リチウム、イオン
Latin/Inggris	アクアライン、プラネタリウムドーム
Latin	プラネタリウム
Belanda	アルコール
Norwegia	スキー
Perancis/Inggris	カフェスペース
Perancis/Belanda	カセットコンロ
Inggris/Perancis	スターリーカフェ
Belanda/Inggris	コーヒージョップ

Merujuk pada **Tabel 8**, teridentifikasi sebanyak 9 asal bahasa yang mendasari serapan *gairaigo*. Sebagian besar *gairaigo* dalam *public signage* yang tertampil di T2i dan T3 Bandara Internasional Haneda merupakan *gairaigo* yang diserap dari bahasa Inggris, dengan persentase sebesar 91%. Hal ini menguatkan teori Backhaus (2006:55) yang menyebutkan bahwa kawasan Tokyo dipenuhi dengan *public signage* berbahasa Inggris, baik dalam bentuk bahasa Inggris orisinal maupun dalam bentuk serapan *gairaigo*. *Gairaigo* yang diserap dari bahasa Inggris yang teridentifikasi antara lain seperti *chekku-in kauntaa* (チェックインカウンター: konter *check-in*), *faasuto kurasu* (ファーストクラス: *first class* (merujuk pada kelas utama penerbangan)), *shoppu & resutoran* (ショップ & レストラン: toko & restoran), dan lain sebagainya.

Fenomena tingginya angka *gairaigo* yang diserap dari bahasa Inggris berdasarkan temuan

tersebut juga menguatkan pendapat Asisi Datang et al. (2023), yang menyebutkan bahwa faktor penyebab tingginya penggunaan bahasa asing adalah angka turisme yang tinggi. Hal ini khususnya ditemui pada *public signage* yang berada di kawasan akomodasi wisata, seperti hotel dan layanan. Dalam kasus *gairaigo* dalam *public signage* di Bandara Internasional Haneda, didapati *public signage* hotel yang mendukung pernyataan ini.

Gambar 2 Penggunaan Gairaigo Bahasa Inggris pada Papan Nama Hotel



Dalam gambar tersebut, dapat diamati suatu *public signage* yang menunjukkan nama hotel yang berada di Bandara Internasional Haneda Terminal 3. Nama hotel tersebut ditampilkan dengan *gairaigo* yang diserap dari bahasa Inggris. *The Royal Park Hotel* merupakan suatu hotel di Jepang yang dioperasikan oleh perusahaan Mitsubishi Estate Hotels & Resorts Co., Ltd. (Royal Park Hotel, 2026). Berdasarkan fakta tersebut, walaupun dioperasikan oleh perusahaan Jepang, nama hotel menunjukkan penggunaan bahasa Inggris. Dapat disimpulkan bahwa faktor penggunaan bahasa Inggris dalam akomodasi wisata berupa hotel memiliki fungsi prestis yang dapat menarik minat wisatawan khususnya pada lokasi dengan mobilitas internasional yang tinggi seperti Terminal 3 Bandara Internasional Haneda.

Bahasa ke-2 yang mendominasi asal serapan bahasa adalah bahasa Perancis dengan persentase sebesar 11%. *Gairaigo* yang diserap dari bahasa Perancis yang teridentifikasi diantaranya seperti *kafe* (カフェ: kafe) dari kata *café*, *mirimeetoru* (ミリメートル: milimeter) dari kata *millimetre*, dan *manikyua* (マニキュア: manikur) dari kata *manicure*. Selain itu, teridentifikasi bahasa lainnya dengan persentase $\leq 1\%$, seperti *richiumu* (リチウム: litium) dan *ion* (イオン: ion) dari bahasa Yunani, *planetarium* (プラネタリウム: planetarium) dari bahasa Latin, *chikunguniya* (チクングニヤ: chikungunya) dari bahasa Makonde, dan lain-lain. Terdapat pula gabungan 2 asal bahasa pada *gairaigo* berbentuk kata majemuk yang ditemukan, seperti *kafe supeesu* (カフェスペース: ruang kafe) yang berasal dari gabungan bahasa

Perancis dan bahasa Inggris, *koohee shoppu* (コーヒーショップ: toko kopi) yang berasal dari gabungan bahasa Belanda dan bahasa Inggris, *kasetto konro* (カセットコンロ: kompor kaset) yang berasal dari gabungan bahasa Perancis dan Belanda, dan lain sebagainya.

2) Berdasarkan Jenis

Tabel 10 Gairaigo Berdasarkan Jenis

Jenis	f	%
<i>Need-feeling motive</i>	67	18%
<i>Replacement</i>	171	47%
<i>Prestige motive</i>	128	35%
Total	366	100%

Berdasarkan **Tabel 10**, klasifikasi *gairaigo* berdasarkan jenisnya yang menunjukkan angka terbesar adalah *gairaigo* berjenis *replacement*, dengan persentase sebesar 47% dari keseluruhan *gairaigo* teridentifikasi. Hal ini menunjukkan bahwa *gairaigo* yang digunakan dalam *public signage* Bandara Internasional Haneda bersinonim atau dapat digantikan oleh bahasa Jepang asli. Dalam beberapa kasus, khususnya seperti *gairaigo* yang digunakan pada *public signage top-down*, pilihan kata yang digunakan memiliki konsistensi yang jelas. Seperti penggunaan kata *robii* (ロビー: lobi) atau *kauntaa* (カウンター: konter) yang ada dalam suatu *public signage*, maka akan ditemui penggunaan kata yang sama pada *public signage top-down* lainnya. Di sisi lain, ditemukan penggunaan kata bersinonim yang berbeda pada *public signage bottom-up*, yang ditunjukkan dalam gambar berikut.

Gambar 3 Gairaigo Replacement dengan Pilihan Kata Berbeda



Dalam **Gambar 3**, ditampilkan foto *public signage bottom-up* berupa *advertising signage* dari restoran dan kafe. Terlihat penggunaan *gairaigo* pada kata *teikuauto* (テイクアウト: pesanan untuk dibawa pulang) pada 2 foto paling bawah. Keduanya diartikan dalam bahasa Inggris sebagai

‘take away’ dan ‘take out’ dengan makna yang sama, yakni pesanan untuk dibawa pulang. Namun, pada *public signage* yang berbeda, yang ditunjukkan pada foto paling atas, kata tersebut dituliskan dalam bentuk *wago* sebagai *omochi kaeri* (お持ち帰り: pesanan untuk dibawa pulang). Hal ini dikarenakan *public signage bottom-up* tidak memiliki aturan khusus yang mengharuskan ketetapan pada penulisan bahasa dan desain, dan lebih menonjolkan preferensi dan kebebasan individu untuk mengelola dan memproduksi *public signage* mereka (Landry & Bourhis, 1997).

Gambar 4 Penggunaan Bentuk Leksikal Berbeda pada Informational Signage ANA



Dalam **Gambar 4**, didapati pula penggunaan bentuk leksikal yang berbeda pada *informational signage top-down* oleh perusahaan penerbangan All Nippon Airways (ANA). Perbedaan penggunaan bentuk leksikal ditunjukkan dalam penggunaan kata *toujyou tetsudzuki* (搭乗手続き) (gambar kanan) dan *chekku-in* (チェックイン) (gambar kiri), di mana kedua kata tersebut menggunakan bahasa Jepang asli (*kango* dan *wago*) dan *gairaigo*. Dalam *public signage* tersebut, bahasa yang ditampilkan adalah bahasa Jepang sebagai bahasa utama dan bahasa Inggris, yang dapat diidentifikasi sebagai *public signage bilingual*. Ditinjau dari terjemahan dalam bahasa Inggris yang ada dalam *signage*, kedua kata tersebut memiliki arti yang sama yakni ‘check-in’.

Dikaji berdasarkan fungsinya, *signage* bertuliskan *toujyou tetsudzuki* (搭乗手続き) pada gambar sebelah kiri, menunjukkan informasi prosedural, yakni langkah dan tahapan mulai dari *check-in* hingga keberangkatan. Sedangkan, *signage* bertuliskan *chekku-in* (チェックイン) pada

gambar sebelah kanan menunjukkan informasi *check-in* yang ditujukan pada penumpang yang memiliki tiket ZED/ID. Dalam hal ini, variasi penggunaan kata terjadi karena adanya target pembaca yang dituju. Penggunaan *toujyou tetsudzuki* (搭乗手続き) pada gambar sebelah kiri ditujukan untuk konteks formal kepada seluruh pembaca khususnya masyarakat Jepang, sedangkan *chekku-in* (チェックイン) pada gambar sebelah kanan secara khusus ditujukan pada penumpang yang memiliki tiket ZED/ID. Hal ini menunjukkan adanya fungsi informasional target pembaca dalam lanskap linguistik (Landry & Bourhis, 1997).

Meskipun kedua kata tersebut memiliki arti dan makna yang sama dalam padanan bahasa Inggris, perbedaan bentuk leksikal berbeda dalam bahasa Jepang menunjukkan bahwa *public signage* memiliki sifat yang bervariasi dan beragam dalam penyampaian informasi publik. Di mana dapat disimpulkan bahwa meskipun diproduksi oleh otoritas yang sama, konsep lanskap linguistik pada *public signage* bersifat heterogen dan tidak sepenuhnya konsisten (Backhaus, 2007:64).

Gairaigo berjenis *prestige motive*, menunjukkan angka terbesar ke-2 setelah *replacement*, dengan persentase sebesar 35% dari keseluruhan total *gairaigo*. Contoh *gairaigo* dengan jenis *prestige motive* yang ditemukan dalam *public signage* adalah seperti kata *chekku-in* (チェックイン: check-in). Di mana padanan dalam bahasa Jepang asli nya adalah *toujyou tetsudzuki* (搭乗手続き: prosedur penerbangan). Selain mengandung unsur modern, kata *chekku-in* juga digunakan karena relevan dengan konteks bandara. Prosedur penerbangan dalam konteks penerbangan identik disebut dengan *check-in*. Selain itu, penggunaan istilah *chekku-in* juga memungkinkan untuk memberikan kemudahan bagi pengguna internasional sebagai fungsi komunikasi. Oleh karena itu, penggunaan kata *chekku-in* lebih dipilih dalam *public signage*.

Di sisi lain, *gairaigo* berjenis *need-feeling motive* menunjukkan angka yang paling kecil, dengan persentase sebesar 18%. *Gairaigo* berjenis *need-feeling motive* yang teridentifikasi dalam istilah penerbangan antara lain seperti *maireeji saabisu* (マイレージサービス: layanan *mileage*), *bijinessu kurasu* (ビジネスクラス: kelas bisnis),

faasuto kurasu (ファーストクラス: kelas utama), dan lain sebagainya. Istilah tersebut tidak memiliki istilah atau padanan dalam bahasa Jepang asli dan tetap disebut sesuai dengan asal bahasanya yakni bahasa Inggris karena istilah tersebut sudah menjadi standar internasional dalam konteks dan industri penerbangan. Selain itu, ada pula istilah teknologi yang tidak memiliki padanan dalam bahasa Jepang asli, antara lain seperti *baakoodo* (バーコード: kode batang), *hoomupeeji* (ホームページ: beranda), *taburetto* (タブレット: tablet), dan lain sebagainya.

Gairaigo berjenis *replacement* dengan persentase yang lebih besar daripada jenis yang lain menunjukkan bahwa terdapat banyak *gairaigo* yang lebih dipilih untuk digunakan atau ditampilkan dalam *public signage* daripada bahasa Jepang asli.

PENUTUP

Simpulan

Dari hasil temuan dan analisis yang telah dilakukan, didapati bahwa penggunaan *gairaigo* dalam *public signage* lebih banyak ditemukan di Terminal 3 Bandara Internasional Haneda. Temuan ini menunjukkan bahwa Terminal 3 Bandara Internasional Haneda merupakan terminal yang hanya beroperasi untuk penerbangan internasional, sehingga unsur bahasa asing serta serapan bahasa asing lebih banyak ditemui. Mengingat fakta bahwa terjadinya kontak pengguna bandara dari belahan dunia dan latar belakang yang berbeda lebih tinggi di terminal 3.

Berdasarkan temuan yang diperoleh, *public signage* yang mengandung *gairaigo* cenderung diproduksi oleh otoritas resmi. Otoritas resmi yang berwewenang mengelola *public signage* sebagai salah satu fasilitas Bandara Haneda adalah *Japan Airport Terminal Co., Ltd.* Dan *Tokyo International Air Terminal Corporation (TIAT)* yang berfokus pada pengelolaan fasilitas terminal penerbangan internasional. Selain itu, *public signage* yang mengandung *gairaigo* cenderung menampilkan tampilan dua bahasa (*bilingual*), yakni bahasa Jepang sebagai bahasa utama dan bahasa Inggris. Keberadaan *public signage* yang mengandung *gairaigo* juga cenderung didominasi oleh *signage* yang berfungsi sebagai penyedia informasi kepada pengguna.

Karakteristik penggunaan *gairaigo* dalam temuan *public signage* menunjukkan bahwa *gairaigo* cenderung diserap atau diadaptasi dari bahasa Inggris. *Gairaigo* yang ditemui juga

cenderung memiliki sinonim atau padanannya dalam bahasa Jepang asli, baik dalam bentuk *wago* maupun *kango*. Meskipun demikian, *gairaigo* lebih cenderung digunakan, mengingat bahwa bandara merupakan fasilitas publik dengan sistem yang kompleks. Di mana terdapat istilah-istilah khusus dan kata yang lebih familiar secara global. Oleh karena itu, pilihan kata *gairaigo* lebih cenderung digunakan dibandingkan dengan bentuk padanan katanya dalam *wago* maupun *kango* dalam aspek tersebut.

Saran

Penulis menyadari bahwa penelitian yang dilakukan memiliki ketidaksempurnaan dan keterbatasan. Oleh karena itu, diberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi pertimbangan untuk penelitian selanjutnya. Adapun saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya yakni untuk memperluas batasan objek penelitian, bukan hanya membatasi pada *public signage* yang mengandung *gairaigo* saja, tetapi juga seluruh *public signage* yang dapat digunakan sebagai pembanding. Selain itu, disarankan juga untuk memperluas lokasi atau tempat penelitian, seperti membandingkan penggunaan bahasa *public signage* pada terminal internasional dan domestik di Bandara Haneda. Penulis juga menyarankan untuk membandingkan penggunaan *public signage* yang mengandung *gairaigo* pada lintas bandara internasional di Jepang, seperti Bandara Internasional Haneda dan Bandara Internasional Narita, maupun bandara internasional lainnya di Jepang.

DAFTAR PUSTAKA

- Airport Council International. (2026, April 14). *World's busiest airports revealed in latest global rankings*. https://aci.aero/2026/04/14/worlds-busiest-airports-revealed-in-latest-global-rankings/?utm_source=chatgpt.com
- Asisi Datang, F., Munawarah, S., Triwinarti, W., & RMT Lauder, M. (2023). SIGNAGE IN PUBLIC SPACES: IMPACT OF TOURISM ON THE LINGUISTIC LANDSCAPE OF LABUAN BAJO. In *International Review of Humanities Studies* (Vol. 7, Number 1).
- Backhaus, P. (2006). Multilingualism in Tokyo: A look into the linguistic landscape. *International Journal of Multilingualism*, 3(1), 52–66. <https://doi.org/10.1080/14790710608668385>
- Backhaus, Peter. (2007). *Linguistic landscapes: a comparative study of urban multilingualism in Tokyo*. Multilingual Matters.

- Dewi Merlyna Yuda Pramesti, P., & Satya Hermawan, G. (2024). *PROCEEDING OF SEMINAR NASIONAL RISET LINGUISTIK DAN PENGAJARAN BAHASA (SENARILIP VIII) 11 th of September 2024* | <https://ojs2.pnb.ac.id/index.php/SENARILIP/> *Analysis of the Linguistic Landscape of Signboards in Japan (A Semiotic Study)*. <https://ojs2.pnb.ac.id/index.php/SENARILIP/>
- Doug. (2017). *Etymonline*.
- Gorter, D., & Cenoz, J. (2023). *A Panorama of Linguistic Landscape Studies*. Multilingual Matters. <https://doi.org/10.21832/GORTER7144>
- International Civil Aviation Organization (ICAO). (2012). *Case Study on Commercialization, Privatization and Economic Oversight of Airports and Air Navigation Services Providers*. <https://www.icao.int/sites/default/files/sustainability/CaseStudies/Japan.pdf>
- Irwin, Mark. (2011). *Loanwords in Japanese*. John Benjamins Pub. Co.
- Kageyama, T., & Kishimoto, Hideki. (2016). *Handbook of Japanese lexicon and word formation*. De Gruyter Mouton.
- Landry, R., & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 23–49. <https://doi.org/10.1177/0261927X970161002>
- LogoVista Corporation. (2024). *新明解類語辞典*. LogoVista Corp.
- Oxford University Press. (2000). *Oxford English Dictionary*.
- Putri, I., Nurjaleka, L., & Afifah, M. (2024). Virtual Linguistic Landscape During Post-Covid 19 in Haneda Airport Public Space. *Journal of Language and Literature*, 24(1), 263–278. <https://doi.org/10.24071/joll.v24i1.6736>
- Rahmawati, A. (2022). *Prosiding Seminar Nasional Linguistik dan Sastra (SEMANTIKS) KONTESTASI BAHASA INDONESIA DAN BAHASA ASING DI BANDARA INTERNASIONAL YOGYAKARTA: KAJIAN LANSKAP LINGUISTIK*. <https://jurnal.uns.ac.id/prosidingsemantiks>
- Raversa, A., & Haristiani, N. (2020). *Can Japanese Speak in Pure Japanese?: The Inevitability of Gairaigo in Japanese*.
- Royal Park Hotel. (2026). *Royal Park Hotel Corporate Overview*. https://www.royalparkhotels.co.jp/en/about/?_gl=1*_g4zoci*_ga*MTE1NTAwNjg3MC4xNzc4NjczMzY2*_ga_6YEYXV7DJQ*cze3Nzg2NzMzNjUkbzEkZzEkdDE3Nzg2NzMzODEkajQ0JGwwJGgw
- Shohamy, E. Goldberg., & Gorter, D. . (2009). *Linguistic landscape : expanding the scenery*. Routledge.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. ALFABETA, cv.
- Yang, Y. (2009). *Classification of Public Signs and Their Characteristics*. www.e-signs.info