

# **THE LINGUISTIC LANDSCAPE OF IN THE CULINARY BUSINESS IN SINGARAJA CITY**

By

Ni Komang Anik Sri Febriani

NIM 2012021168

English Language Education, Faculty of Language and Art

Ganesha University of Education

**Email:** [anik.sri@undiksha.ac.id](mailto:anik.sri@undiksha.ac.id)

## **ABSTRACT**

This study aims to identify signboard and banner promotion in terms of language distribution, the combination of linguistic and non-linguistic elements used, and the strategies implemented on the signboard. This research was designed using descriptive qualitative research. Data collection was conducted using photographic techniques on 142 culinary business signboards and banner promotion data from culinary centers, including traditional food stalls, modern food stalls, and fast food restaurants located in Singaraja City, Buleleng, Bali. Linguistic Landscape, bilingual-multilingual writing, and Linguistics and Semiotics strategy are used to analyze the data collected. The study's results were as follows: 69.77% of one-language signs were in Indonesian, the most bilingual signs were in Indonesian and Arabic (about 36.5%), and researchers only found four signs with more than one language on them. Seventy-five percent of the signs were written in English, twenty-five percent were written in English, and ten percent were written in Thai. Then signboards with analysis found by researchers regarding linguistic aspects are combined with non-linguistic elements, such as indexes, icons, and symbols, on outdoor signboards. The semiotic strategy used includes manipulating strategies, imitating strategy, imitating and mimicry strategy, complementary strategy, fragmentation strategy, and overlapping strategy.

**Keywords:** linguistic landscape, linguistic and semiotic strategies, Singaraja City, culinary business

# THE LINGUISTIC LANDSCAPE OFIN THE CULINARY BUSINESS IN SINGARAJA CITY

Oleh

Ni Komang Anik Sri Febriani

NIM 2012021168

Prodi Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Bahasa dan Seni

Email: [anik.sri@undiksha.ac.id](mailto:anik.sri@undiksha.ac.id)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi papan nama dan spanduk promosi dari segi bahasa yang digunakan, kombinasi unsur linguistik dan nonlinguistik yang digunakan dan strategi yang diterapkan pada papan nama tersebut. Penelitian ini dirancang menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik fotografi pada 142 papan nama usaha kuliner dan spanduk data promosi dari sentra-sentra kuliner, meliputi warung makan tradisional, warung makan modern, dan modern, dan restoran cepat saji yang berada di Kota Singaraja, Buleleng, Bali. Lanskap Linguistik, penulisan bilingual-multilingual, dan strategi Linguistik dan Strategi Linguistik dan Semiotika digunakan untuk menganalisis data yang terkumpul. Hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut adalah sebagai berikut: 69,77% dari tanda-tanda satu bahasa adalah dalam bahasa Indonesia, yang paling banyak tanda bilingual paling banyak dalam bahasa Indonesia dan Arab (sekitar 36,5%), dan peneliti hanya menemukan empat rambu dengan lebih dari satu bahasa. Tujuh puluh lima persen rambu ditulis dalam bahasa Inggris, dua puluh lima persen ditulis dalam bahasa Inggris, dan sepuluh persen ditulis dalam bahasa Thailand. Kemudian papan nama dengan analisis ditemukan oleh peneliti mengenai aspek linguistik digabungkan dengan dengan unsur non-linguistik, seperti indeks, ikon, dan simbol, pada papan reklame luar ruang. papan reklame luar ruang. Strategi semiotika yang digunakan meliputi strategi manipulasi, strategi peniruan, strategi peniruan dan mimikri, strategi komplementer, strategi fragmentasi, dan strategi tumpang tindih.

**Kata kunci:** lanskap linguistik, strategi linguistik dan semiotik, kota singaraja, bisnis kuliner