

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji linguistic landscape di lantai satu Plaza Ramayana pada pusat perbelanjaan yang berlokasi di Bukittinggi. Tujuan penelitiannya antara lain: 1) menemukan tipe lanskap linguistik di pusat perbelanjaan, 2) menyelidiki motif penggunaan linguistic landscape satu area pusat perbelanjaan di Bukittinggi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Analisis data didasarkan pada teori lanskap linguistik yang dikemukakan oleh Ben Rafael, (2006). Temuannya mengungkap adanya lanskap linguistik bottom-up dan top-down di satu pusat perbelanjaan, yakni *Plaza Ramayana* Bukittinggi. Kategori lanskap linguistik bottom-up ditemukan lebih dominan di pusat-pusat perbelanjaan tersebut, karena banyak para pemilik toko menggunakan bahasa Inggris di label nama toko mereka. Selain itu, bahasa Inggris diamati digunakan secara luas dalam lanskap linguistik di pusat perbelanjaan ini, dengan motif globalisasi dengan alasan yang sama para pemilik toko adalah penggunaan bahasa Inggris yang lagi trend di masa sekarang ini.

Kata kunci: *linguistic landscape, bottom-up and top-down, Plaza Ramayana.*

ABSTRACT

This research examines the linguistic landscape on the first floor of Plaza Ramayana in a shopping center located in Bukittinggi. The research objectives include: 1) finding types of linguistic landscape in shopping centers, 2) investigating the motives for using linguistic landscape in a shopping center area in Bukittinggi. This research uses a qualitative descriptive method. Data analysis is based on the linguistic landscape theory proposed by Ben Rafael, (2006). His findings reveal the existence of bottom-up and top-down linguistic landscapes in one shopping center, namely Plaza Ramayana Bukittinggi. The bottom-up linguistic landscape category was found to be more dominant in these shopping centers, because many shop owners use English on their shop name labels. In addition, English is observed to be widely used in the linguistic landscape of this shopping center, with the motif of globalization being the same reason that the shop owners are using English which is trendy nowadays.

Key words: linguistic landscape bottom-up and top-down, shopping center.