

ANALISIS PENAMAAN TEMPAT USAHA FOTOKOPI DI LINGKUNGAN SEKITAR UNIVERSITAS SAMUDRA

Siti Zahara¹, Yuli Sartika Ginting², Naura Latifa³, Floracita Sagala⁴, Prima Nucifera⁵

Universitas Samudra

(zaharasiti468@gmail.com¹, yulisartikaginting@gmail.com², yani73993@gmail.com³,
sagalafloracita@gmail.com⁴, primanucifera@unsam.ac.id⁵)

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan sebab-sebab penamaan tempat usaha fotokopi yang berada di lingkungan sekitar Universitas Samudra. Kajian ini penting dilakukan karena nama usaha tidak hanya berfungsi sebagai identitas, tetapi juga dapat mencerminkan latar belakang, karakteristik, serta alasan tertentu yang melatarbelakangi pemilik usaha dalam memilih nama tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara rinci mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penamaan tempat usaha fotokopi. Data penelitian diperoleh melalui teknik wawancara dengan pemilik usaha, teknik catat terhadap informasi yang ditemukan di lapangan, serta teknik dokumentasi sebagai pendukung data penelitian. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan beberapa sebab penamaan tempat usaha fotokopi di sekitar Universitas Samudra. Nama Ram Fotocopy muncul karena beberapa faktor, yaitu berdasarkan penemu dan pembuat, proses pemendekan nama, serta adanya keserupaan dengan nama tertentu yang telah dikenal masyarakat. Selanjutnya, nama Prima Fotocopy diberikan berdasarkan penyebutan sifat khas yang diharapkan dapat mencerminkan kualitas dan pelayanan usaha tersebut. Adapun nama Krue Seumangat Dua dipilih berdasarkan tempat asal pemilik atau lokasi yang memiliki keterkaitan dengan usaha tersebut. Dengan demikian, penamaan tempat usaha fotokopi di sekitar Universitas Samudra dipengaruhi oleh berbagai faktor linguistik, sosial, dan budaya yang berkembang dalam masyarakat setempat.

Kata Kunci: Fotokopi; Penamaan; Semantik.

Abstract

This study aims to describe the motivations behind the naming of photocopy businesses located in the area surrounding Samudra University. The study was conducted to gain a deeper understanding of the linguistic and sociocultural factors that influence business naming practices in the local community. A qualitative descriptive approach was



employed to examine the reasons for the naming of these businesses and to provide a detailed explanation of the meanings associated with each business name. Data were collected through interviews with business owners, note-taking techniques, and documentation of relevant information obtained during the research process. The findings reveal that different motivations underlie the naming of photocopy businesses in the area. The name *Ram Fotocopy* was motivated by several factors, namely the founder or creator of the business, the use of abbreviation, and resemblance to an existing name or expression. Meanwhile, the name *Prima Fotocopy* was motivated by the attribution of a distinctive characteristic, reflecting positive qualities that the owner wished to associate with the business. In contrast, *Krue Seumangat Dua* was named based on its place of origin, indicating a connection between the business and a particular geographical location. These findings suggest that the naming of photocopy businesses around Samudra University is influenced by a variety of linguistic, cultural, and social factors that reflect the identities, values, and backgrounds of the business owners.

Keywords: *Photocopy Business, Naming, Semantics.*

A. Pendahuluan

Bahasa merupakan alat komunikasi yang memiliki peran sangat penting dalam kehidupan manusia. Melalui bahasa, seseorang dapat menyampaikan ide, gagasan, pikiran, perasaan, serta berbagai informasi kepada orang lain sehingga tercipta interaksi sosial yang efektif dan bermakna. Keberadaan bahasa memungkinkan manusia untuk menjalin hubungan, bekerja sama, serta membangun pemahaman bersama dalam kehidupan bermasyarakat. Selain berfungsi sebagai sarana komunikasi, bahasa juga berperan sebagai media pembentuk identitas individu maupun kelompok serta menjadi representasi berbagai aspek kehidupan sosial dan budaya masyarakat (Azizah, 2019). Oleh

karena itu, bahasa tidak hanya dipandang sebagai alat penyampai pesan, tetapi juga sebagai cerminan nilai, norma, dan karakteristik suatu masyarakat.

Dalam perkembangannya, penggunaan bahasa semakin meluas dan tidak terbatas pada komunikasi sehari-hari. Bahasa juga dimanfaatkan dalam berbagai bidang kehidupan, seperti pendidikan, pemerintahan, media massa, teknologi, ekonomi, dan bisnis. Dalam bidang ekonomi dan bisnis, bahasa memiliki peran strategis dalam membangun citra, memperkenalkan produk atau jasa, serta menarik perhatian konsumen. Salah satu bentuk penggunaan bahasa dalam dunia bisnis dapat dilihat pada penamaan tempat usaha. Nama usaha tidak hanya berfungsi sebagai identitas atau pembeda



dari usaha lainnya, tetapi juga menjadi sarana komunikasi yang dapat mencerminkan karakter, tujuan, nilai, dan harapan pemilik usaha. Oleh karena itu, penamaan tempat usaha menjadi fenomena kebahasaan yang menarik untuk dikaji, terutama dalam kaitannya dengan makna dan latar belakang yang melatarbelakangi pemilihan nama tersebut.

Kajian mengenai makna dalam bahasa dipelajari dalam cabang linguistik yang disebut semantik. Semantik merupakan bidang ilmu bahasa yang berfokus pada kajian makna yang terkandung dalam berbagai satuan bahasa, baik berupa kata, frasa, klausa, maupun kalimat (Chaer, 2013). Melalui kajian semantik, para peneliti dapat memahami hubungan antara bentuk bahasa dan makna yang dikandungnya, serta menafsirkan pesan yang ingin disampaikan oleh penutur atau pengguna bahasa. Dengan demikian, semantik tidak hanya membahas arti suatu kata secara leksikal, tetapi juga memperhatikan makna yang muncul dalam konteks penggunaan bahasa tertentu.

Dalam kehidupan sehari-hari, setiap nama yang diberikan pada seseorang, tempat, benda, maupun usaha umumnya memiliki latar belakang dan tujuan tertentu. Nama tidak sekadar berfungsi sebagai penanda atau identitas, tetapi juga dapat mencerminkan harapan, nilai,

karakteristik, serta pandangan pemberi nama terhadap objek yang dinamai. Melalui kajian semantik, makna yang terkandung dalam suatu nama dapat dianalisis untuk mengetahui tujuan, pesan, serta nilai yang ingin disampaikan oleh pemberi nama. Oleh karena itu, semantik menjadi pendekatan yang relevan untuk mengkaji fenomena penamaan, termasuk penamaan tempat usaha yang berkembang di tengah masyarakat. Analisis semantik terhadap nama usaha dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai alasan pemilihan nama serta keterkaitannya dengan aspek sosial, budaya, dan ekonomi yang melatarbelakanginya.

Penamaan merupakan proses pemberian nama terhadap suatu objek, tempat, peristiwa, individu, maupun usaha dengan tujuan membedakannya dari objek lain yang sejenis. Nama berfungsi sebagai penanda identitas yang memudahkan seseorang dalam mengenali, mengingat, dan menyebut suatu objek dalam kegiatan komunikasi sehari-hari. Menurut Chaer (2013), penamaan berkaitan dengan upaya manusia memberikan lambang bahasa kepada suatu referen sehingga referen tersebut dapat dikenali dan dibedakan dari referen lainnya. Proses penamaan tidak dilakukan secara sembarangan, melainkan sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti latar belakang



budaya, pengalaman, lingkungan sosial, karakteristik objek yang dinamai, serta tujuan tertentu yang ingin dicapai oleh pemberi nama.

Dalam konteks bisnis, nama usaha memiliki peran yang sangat penting karena tidak hanya berfungsi sebagai identitas atau pembeda dari usaha lain, tetapi juga menjadi sarana komunikasi yang mampu menyampaikan pesan kepada masyarakat. Nama usaha dapat mengandung makna tertentu yang mencerminkan harapan pemilik, jenis usaha yang dijalankan, lokasi usaha, kualitas layanan yang ditawarkan, maupun nilai-nilai yang ingin ditonjolkan kepada konsumen. Selain itu, nama usaha juga sering digunakan sebagai bagian dari strategi pemasaran untuk membangun citra positif dan meningkatkan daya tarik usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Oleh sebab itu, pemilihan nama usaha umumnya dilakukan secara cermat dan mempertimbangkan berbagai aspek agar mudah diingat, memiliki makna positif, serta mampu menarik minat konsumen.

Menurut Chaer (dalam Nuari, 2020:75) sebab dalam penamaan terdiri dari sembilan jenis yaitu:

1. Peniruan bunyi merupakan penamaan yang berasal dari bunyi benda tersebut.
2. Penyebutan bagian adalah ciri khas yang menonjol dari suatu benda.

3. Penyebutan sifat khas ialah penamaan dari sifat khas yang menonjol dari benda tersebut.
4. Penemu dan pembuat merupakan orang yang menemukan suatu benda dan diberi nama sesuai dengan penemunya.
5. Tempat asal, tempat benda tersebut berasal.
6. Bahan, nama yang diberikan pada suatu benda yang berasal dari bahan pembuatan benda tersebut.
7. Kekerupaan merupakan makna yang jika dipersamakan atau diperbandingkan dengan makna leksikal benda tersebut.
8. Pemendekan merupakan gabungan dari beberapa huruf seperti akronim, sinonim, dan penggalan.
9. Penamaan baru, terbentuk dari istilah baru yang digunakan untuk menggantikan istilah lama.

Pemilihan tempat usaha fotokopi di lingkungan sekitar Universitas Samudra sebagai objek penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa usaha tersebut merupakan salah satu jenis usaha yang banyak dijumpai di kawasan kampus dan memiliki keterkaitan erat dengan kebutuhan akademik mahasiswa. Selain berfungsi sebagai penyedia layanan penggandaan dokumen, setiap usaha fotokopi memiliki nama yang digunakan sebagai identitas sekaligus sarana menarik perhatian konsumen. Keberagaman nama yang digunakan



menunjukkan adanya proses penamaan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor linguistik dan sosial budaya. Oleh karena itu, fenomena tersebut menarik untuk dikaji guna mengungkap sebab-sebab penamaan yang melatarbelakanginya berdasarkan perspektif semantik.

Fenomena penamaan tempat usaha saat ini menunjukkan keragaman yang menarik untuk dikaji. Banyak pemilik usaha menggunakan bahasa Indonesia, bahasa daerah, bahasa asing, nama pribadi, singkatan, maupun gabungan beberapa unsur bahasa dalam memberi nama usahanya. Keragaman tersebut menunjukkan adanya kreativitas bahasa sekaligus mencerminkan latar belakang sosial dan budaya masyarakat.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ambarwati (2020) menunjukkan bahwa penamaan tempat usaha dapat merepresentasikan identitas, fungsi, serta nilai tertentu yang ingin ditonjolkan oleh pemilik usaha.

Penelitian yang dilakukan Sugiyo dkk. (2023) juga mengungkapkan bahwa nama tempat usaha memiliki makna yang beragam, baik makna leksikal maupun makna yang berkaitan dengan harapan dan tujuan pemilik usaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Setiowati dkk. (2022) mengkaji penamaan pada nama unik makanan di Kota Samarinda melalui pendekatan semantik. Penelitian tersebut bertujuan mendeskripsikan dasar penamaan dan

jenis makna yang terkandung dalam nama-nama makanan unik yang ditemukan di Kota Samarinda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dasar penamaan yang digunakan meliputi penyebutan ciri khas, keserupaan, dan pemendekan. Selain itu, ditemukan pula berbagai jenis makna, yaitu makna denotatif, konotatif, gramatikal, dan asosiatif. Temuan tersebut menunjukkan bahwa suatu nama tidak hanya berfungsi sebagai identitas, tetapi juga mengandung makna tertentu yang dapat menarik perhatian masyarakat.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Septiani (2025) mengkaji sebab-sebab penamaan tempat usaha kuliner sebagai cerminan identitas, karakteristik, dan kreativitas pelaku usaha melalui pendekatan semantik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penamaan tempat usaha kuliner dilatarbelakangi oleh berbagai sebab, seperti penggunaan nama pemilik, penyebutan sifat khas, tempat asal, serta bentuk-bentuk penamaan lain yang mencerminkan identitas dan strategi pemasaran usaha. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa nama usaha tidak hanya berfungsi sebagai identitas, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun citra usaha dan menarik perhatian konsumen. Berdasarkan temuan tersebut, dapat dipahami bahwa penamaan suatu usaha memiliki latar belakang dan makna tertentu yang menarik untuk dikaji.



Namun, penelitian mengenai sebab-sebab penamaan tempat usaha fotokopi di lingkungan sekitar Universitas Samudra masih belum ditemukan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan sebab-sebab penamaan tempat usaha fotokopi berdasarkan kajian semantik.

Meskipun penelitian mengenai penamaan tempat usaha telah banyak dilakukan, penelitian yang secara khusus mengkaji sebab penamaan tempat usaha fotokopi di lingkungan sekitar Universitas Samudra masih belum ditemukan. Padahal, usaha fotokopi merupakan salah satu jenis usaha yang berkembang pesat di kawasan kampus dan memiliki karakteristik penamaan yang beragam. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengungkap sebab-sebab penamaan tempat usaha fotokopi berdasarkan kajian semantik. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian mengenai penamaan tempat usaha penting dilakukan untuk mengungkap makna yang terkandung di balik nama-nama usaha yang digunakan oleh masyarakat. Kajian ini tidak hanya memberikan kontribusi terhadap pengembangan cabang ilmu linguistik, khususnya semantik, tetapi juga dapat memberikan gambaran mengenai pola penamaan yang berkembang dalam dunia usaha. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk penamaan dan makna yang

terkandung dalam nama-nama tempat usaha melalui pendekatan semantik.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Metode kualitatif dipilih karena penelitian dilakukan pada kondisi yang alamiah untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai makna yang terkandung dalam penamaan tempat usaha fotokopi di lingkungan Universitas Samudra. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang secara langsung mengumpulkan dan menafsirkan data, serta lebih menekankan pada pemaknaan fenomena daripada generalisasi hasil penelitian (Sugiyono, 2022).

Sumber data dalam penelitian ini berupa nama-nama tempat usaha fotokopi yang berada di sekitar lingkungan Universitas Samudra. Data tersebut diperoleh dari berbagai usaha fotokopi yang dijadikan objek penelitian untuk mengidentifikasi sebab-sebab penamaan yang digunakan oleh pemilik usaha. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, teknik catat, dan teknik dokumentasi. Teknik wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi langsung dari pemilik usaha mengenai alasan atau latar belakang pemilihan nama usaha. Selanjutnya, teknik catat digunakan oleh peneliti untuk mendokumentasikan hasil wawancara secara sistematis agar data



tidak hilang atau terlewat. Adapun teknik dokumentasi dilakukan setelah seluruh proses pengumpulan data sebelumnya selesai sebagai bentuk penguatan dan pelengkap data penelitian.

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui beberapa tahapan, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Proses analisis ini bertujuan untuk mengungkap makna penamaan berdasarkan kajian semantik secara lebih mendalam dan sistematis. Selain itu, untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber serta ketekunan pengamatan. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan dan mengecek kembali informasi dari berbagai sumber, sedangkan ketekunan pengamatan dilakukan dengan cara mencermati data secara berulang dan mendalam. Kedua teknik ini digunakan untuk memperoleh data yang kredibel, valid, serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Sugiyono, 2022).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian terhadap penamaan tempat usaha fotokopi di lingkungan sekitar Universitas Samudra menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang menjadi sebab asal-usul penamaan usaha tersebut. Faktor-faktor

ini muncul dari berbagai latar belakang pemilik usaha yang berbeda-beda, sehingga menghasilkan variasi dalam pemberian nama. Secara umum, penamaan tidak dilakukan secara sembarangan, melainkan didasarkan pada pertimbangan tertentu yang memiliki makna dan tujuan khusus. Adapun sebab-sebab penamaan tempat usaha fotokopi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1. Sebab Penamaan

N o	Nama Tempat Usaha	Sebab Penamaan
1	Ram <i>Fotocopy</i>	Penemu dan pembuat, pemendekan, serta keserupaan.
2	Prima Fotokopi	Penyebutan sifat khas
3	Krue Seumangat Du a	Tempat asal

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa penamaan tempat usaha fotokopi di lingkungan sekitar Universitas Samudra dipengaruhi oleh beberapa faktor yang beragam. Faktor-faktor tersebut meliputi penemu dan pembuat, pemendekan, keserupaan, penyebutan sifat khas, serta tempat asal. Setiap nama usaha yang digunakan oleh pemilik tidak muncul secara kebetulan, melainkan memiliki latar belakang dan pertimbangan tertentu yang berkaitan dengan identitas serta tujuan usaha. Penamaan tersebut mencerminkan cara



pemilik usaha dalam mengekspresikan diri, lingkungan, maupun harapan terhadap usaha yang dijalankan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa proses penamaan tempat usaha fotokopi di wilayah tersebut memiliki makna yang beragam dan menunjukkan adanya keterkaitan antara bahasa, budaya, dan strategi komunikasi dalam aktivitas ekonomi masyarakat sekitar Universitas Samudra.

1. Ram Fotocopy

Gambar 1. Sebab Penamaan Ram Fotocopy



Sebab penamaan tempat usaha fotokopi tersebut meliputi penemu dan pembuat, pemendekan, serta keserupaan. Sebab pertama, yaitu penemu dan pembuat, menunjukkan bahwa nama tempat usaha tersebut diambil dari nama pemiliknya sebagai pendiri sekaligus pengelola usaha, yakni Ramlan. Penggunaan nama pribadi sebagai nama usaha ini mencerminkan identitas pemilik yang ingin dilekatkan langsung pada usaha yang dijalanannya, sehingga mudah dikenali oleh masyarakat sekitar. Selain itu, penamaan berdasarkan nama pemilik juga dapat memberikan kesan

personal dan kedekatan antara pemilik usaha dengan konsumen, serta menjadi bentuk tanggung jawab pemilik terhadap usaha yang dimilikinya.

Sebab kedua penamaan tempat usaha tersebut adalah pemendekan kata. Pemendekan kata dilakukan sebagai bentuk penyederhanaan nama agar lebih mudah diingat, diucapkan, dan digunakan dalam komunikasi sehari-hari. Seperti diketahui, kata “Ram” berasal dari nama pemilik usaha, yaitu Ramlan. Nama tersebut kemudian mengalami proses pemendekan dengan menghilangkan sebagian unsur dari nama asli sehingga menjadi “Ram”. Proses pemendekan ini tidak mengubah identitas utama pemilik, tetapi justru mempertahankan unsur penting dari nama tersebut. Dengan demikian, penggunaan bentuk singkat ini memberikan kesan yang lebih praktis sekaligus tetap merepresentasikan nama asli pemilik usaha.

Sebab yang ketiga adalah keserupaan nama pemilik yang dipendekan dengan salah satu komponen komputer. Kata RAM dalam komputer ialah komponen penyimpanan sementara. Jadi nama tempat usaha ini memiliki keserupaan dengan salah satu komponen komputer.

2. Prima Fotocopy



Gambar 2. Sebab Penamaan Prima*Fotocopy*

Kata “prima” dapat diartikan sebagai unggul, sangat baik, ataupun berada dalam kondisi yang sangat baik. Penamaan tempat usaha ini merupakan penyebutan sifat khas. Pemilik usaha berharap jika tempat usahanya menjadi pilihan bagi konsumen karena nama tempat usaha yang menyiratkan kualitas produk.

Selain itu, pemilik usaha yang memiliki usia yang tidak muda, berharap jika nama tempat usahanya menjadi gambaran tentang kondisi tubuh pemilik. Di usia yang tidak lagi muda, pemilik tetap prima dalam memberikan layanan terbaik kepada para konsumen. Kualitas produk tempat usaha menggunakan produk unggulan.

3. Krue Seumangat Dua**Gambar 3. Sebab Penamaan *Fotocopy* Krue Seumangat Dua**

Penamaan tempat usaha tersebut menggunakan bahasa Aceh yang merupakan tempat asal usaha tersebut. Kata krue seumangat memiliki arti tetap semangat dan terus semangat. Angka dua pada nama tmpat usaha merupakan cabang ke dua dari tempat usaha tersebut.

Nama tersebut juga memiliki makna agar para konsumen khususnya mahasiswa tetap semangat dalam mengerjakan tugas. Konsumen bersuku Aceh yang memilih tempat usaha tersebut dan memahami makna nama tempat usaha, menjadi tertarik untuk datang ke tempat tersebut. Nama tempat yang bersifat positif menjadi daya tarik tersendiri bagi orang-orang yang memahami nama tempat usaha tersebut.

D. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penamaan tempat usaha fotokopi di lingkungan sekitar Universitas Samudra, dapat disimpulkan bahwa proses penamaan usaha dilakukan



dengan pertimbangan tertentu dan tidak bersifat acak. Nama usaha yang digunakan oleh pemilik memiliki latar belakang, tujuan, serta makna yang mencerminkan identitas dan karakteristik usaha tersebut. Melalui pendekatan semantik, ditemukan bahwa penamaan usaha dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan pengalaman, lingkungan, dan harapan pemilik usaha. Dari tiga tempat usaha yang diteliti, ditemukan lima sebab penamaan berdasarkan klasifikasi Chaer, yaitu penemu dan pembuat, pemendekan, keserupaan, penyebutan sifat khas, serta tempat asal. Temuan ini menunjukkan bahwa nama usaha tidak hanya berfungsi sebagai identitas, tetapi juga mengandung nilai budaya dan makna sosial yang relevan dengan masyarakat setempat.

Nama Ram Fotocopy menunjukkan beberapa sebab penamaan sekaligus. Pertama, nama tersebut didasarkan pada penemu dan pembuat karena diambil dari nama pemilik usaha, yaitu Ramlan. Kedua, nama tersebut mengalami proses pemendekan dari nama asli pemilik menjadi "Ram" agar lebih singkat, mudah diingat, dan praktis digunakan sebagai identitas usaha. Selain itu, nama "Ram" juga memiliki keserupaan dengan istilah RAM (Random Access Memory) yang dikenal dalam dunia komputer, sehingga memberikan kesan yang dekat

dengan teknologi dan kegiatan yang berkaitan dengan jasa fotokopi.

Nama Prima Fotocopy menunjukkan sebab penamaan berdasarkan penyebutan sifat khas. Kata prima memiliki makna unggul, baik, atau berkualitas tinggi. Pemilihan nama ini mencerminkan harapan pemilik agar usaha yang dijalankannya mampu memberikan pelayanan terbaik, hasil yang memuaskan, serta menjadi pilihan utama bagi para konsumen.

Sementara itu, nama Krue Seumangat Dua menunjukkan sebab penamaan berdasarkan tempat asal. Nama tersebut menggunakan unsur bahasa Aceh yang mencerminkan identitas lokal dan keterkaitan dengan lingkungan setempat. Selain menunjukkan asal-usul tertentu, kata seumangat juga mengandung makna semangat dan motivasi, sehingga diharapkan dapat memberikan kesan positif serta menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan yang menggunakan jasa usaha tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penamaan tempat usaha fotokopi di sekitar Universitas Samudra tidak hanya berfungsi sebagai identitas atau penanda suatu usaha, tetapi juga merepresentasikan berbagai aspek yang berkaitan dengan pemilik dan lingkungan sosial budaya tempat usaha tersebut berada. Nama yang dipilih mengandung makna tertentu yang



mencerminkan harapan pemilik terhadap perkembangan usahanya, latar belakang budaya yang memengaruhi proses penamaan, serta karakteristik yang ingin ditonjolkan kepada masyarakat. Selain itu, penamaan usaha juga dapat dipahami sebagai salah satu strategi pemasaran untuk menarik perhatian konsumen. Nama yang unik, mudah diingat, dan memiliki makna positif berpotensi meningkatkan daya tarik usaha serta membangun citra yang baik di mata pelanggan. Dengan demikian, penamaan tempat usaha tidak hanya memiliki fungsi praktis sebagai identitas, tetapi juga berperan sebagai sarana komunikasi yang menyampaikan nilai, tujuan, dan keunggulan usaha kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan. Pertama, bagi para pemilik usaha, pemilihan nama usaha hendaknya dilakukan dengan mempertimbangkan aspek makna, identitas, dan nilai yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Nama usaha yang memiliki makna positif, mudah diingat, serta mencerminkan karakteristik usaha dapat menjadi salah satu faktor yang mendukung keberhasilan dalam menarik perhatian konsumen dan membangun citra usaha yang baik.

Kedua, bagi peneliti selanjutnya, kajian mengenai penamaan tempat usaha

dapat diperluas dengan meneliti berbagai jenis usaha lain, seperti kafe, toko, percetakan, rumah makan, maupun usaha jasa lainnya. Penelitian dengan cakupan data yang lebih luas dan jumlah objek yang lebih banyak akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pola, motivasi, serta kecenderungan penamaan usaha yang berkembang di tengah masyarakat. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat menggunakan pendekatan linguistik yang berbeda untuk memperoleh perspektif yang lebih beragam.

Ketiga, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi pengembangan kajian linguistik, khususnya dalam bidang semantik. Temuan penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang erat antara bahasa, budaya, identitas sosial, dan aktivitas ekonomi masyarakat, sehingga dapat memperkaya pemahaman mengenai fungsi bahasa dalam kehidupan sosial sehari-hari.

E. Daftar Pustaka

- Agyekum, K. (2006). The sociolinguistic of Akan personal names. *Nordic Journal of African Studies*, 15(2), 206–235.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2006.09.033>
- Ambarwati, P. (2020). Analisis penamaan tempat usaha di lingkungan Universitas Muhammadiyah



- Malang (Kajian Semantik). Prosiding Seminar Bahasa dan Sastra, 4(1), 158–169.
- Azizah, A. R. A. (2019). Penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa gaul di kalangan remaja. *Jurnal Skripta*, 5(2).
- Chaer, A. (2013). *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, A. (2013). *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Crystal, D. (2008). *A Dictionary of Linguistics and Phonetics*. Oxford: Blackwell Publishing. <https://doi.org/10.1002/9781444302776>
- Ginting, Y. S., Siti Zahara, Kartika Nadila Putri, & Nur Amelia. (2025). Analisis Kritik Sosial Dalam Cerpen “Tiga Kuburan Lain” Karya T Agus Khaidir. *KOHESI : Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 5(2), 75-88. <https://doi.org/10.57094/kohesi.v5i2.4001>
- Haniati Gowasa. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Pengasuhan Millennial Parent. *KOHESI : Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 5(2), 89-104. <https://doi.org/10.57094/kohesi.v5i2.4582>
- Klinkenberg, J.-M. (2011). Naming practices and linguistic identity in public spaces. *Language & Communication*, 31(3), 213–225. <https://doi.org/10.1016/j.langcom.2011.03.001>
- Mastawati Ndruru. (2025). Utilizing Digital Technology In Indonesian Language Education To Enhance Students’ Ability To Compose Expository Texts. *KOHESI : Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 5(2), 1-14. <https://doi.org/10.57094/kohesi.v5i2.2561>
- Ndlovu, F. (2019). Branding, naming and identity in small business enterprises. *Journal of Language and Business*, 8(1), 45–60. <https://doi.org/10.1080/2051281X.2019.1580123>
- Nuari, P. F. (2020). Penamaan Menu Makanan Di Bali. *BELAJAR BAHASA: Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 5(1), 73-90.
- Septiani, M., Ramadhan, S., Tressyalina, T., & Afnita, A. (2025). Kajian semantik: Sebab-sebab penamaan tempat usaha kuliner sebagai cerminan identitas, karakteristik, dan kreativitas pelaku usaha. *Jurnal Ilmiah FONEMA*, 8(2), 572–586.



Setiowati, I., Rijal, S., & Purwanti, P.
(2022). Penamaan Pada Nama Unik Makanan Di Kota Samarinda: Kajian Semantik. *Ilmu Budaya: Jurnal Bahasa, Sastra, Seni, dan Budaya*, 6(2), 705-718.

Sugiyono, S., Aisyah, A. D., & Mubarak, Y.
(2023). Penamaan Tempat Usaha di Tangerang Selatan: Kajian Semantik. *Semantik*, 12(2), 233–250.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi terbaru)*. Bandung: Alfabeta.

