

INTISARI

Salah satu pengembangan bahasa dalam bidang kosakata dilakukan dengan pembuatan kata baru yang disebut neologisme. Badan Bahasa sebagai lembaga perencanaan bahasa di Indonesia telah membuat neologisme untuk padanan istilah asing. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk dan keberterimaan neologisme-neologisme tersebut serta mendeskripsikan pengaruh faktor sosial terhadap keberterimaan neologisme dalam masyarakat bahasa Indonesia. Penelitian ini menggunakan teori keberterimaan neologisme dan faktor sosial kebahasaan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Data dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang berisikan neologisme yang telah ditentukan berdasarkan keragaman bentuk dan jenisnya yang disebar secara daring. Hasil penelitian ini menemukan bahwa terdapat tiga jenis neologisme dalam bahasa Indonesia, yaitu neologisme bentuk, neologisme semantik, dan neologisme pinjaman. Neologisme tersebut memiliki bahan baku yang berasal dari bahasa Indonesia, bahasa Nusantara serumpun, serta bahasa asing. Terdapat beragam kategori keberterimaan neologisme dalam masyarakat bahasa Indonesia. Jenis neologisme tidak terlalu mempengaruhi keberterimaannya. Walaupun demikian, kelompok neologisme pinjaman memiliki indeks keberterimaan lebih tinggi daripada kelompok lainnya. Selain itu, popularitas atau pengetahuan terhadap neologisme memiliki hubungan kuat terhadap keberterimaannya. Dari segi faktor sosial, perbedaan kelompok umur, kemampuan bahasa, budaya literasi, dan pekerjaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keberterimaan neologisme.

Kata Kunci: keberterimaan, neologisme, perencanaan bahasa, padanan istilah, bahasa Indonesia

ABSTRACT

One of language developments in the field of vocabulary is done by creating new words called neologisms. Badan Bahasa as a language planning institution in Indonesia has made neologisms for equivalents of foreign terms. This study aims to describe the acceptability of neologisms and describe the influence of social factors on the acceptability of neologisms in the Indonesian language community. This study uses theory of acceptability of neologisms and linguistic social factors. This study uses descriptive quantitative and qualitative methods. The data in this study were obtained from questionnaires containing neologisms which have been determined based on the diversity of forms and types that are spread online. The results of this study show that there are three types of neologism in Indonesian, namely neologisms in form, semantic neologisms, and borrowed neologisms. Materials of the neologisms derive from Indonesian or Malay, allied Nusantara languages, and foreign languages. There are some acceptability categories of neologisms in the Indonesian language community. The type of neologisms does not really affect its acceptability. However, the borrowed neologism group has a higher acceptability index than the other groups. In addition, the popularity of neologisms has a strong correlation with its acceptability. In terms of social factors, differences in groups of age, language ability, literary culture, and profession have a significant influence on the acceptability of neologisms.

Key words: acceptability, neologism, language planning, equivalent word, Indonesian language