

## PROSES PENAMAAN GERAI KOPI DI JAKARTA SELATAN: ANALISIS SINTAKSIS

Nico Harared<sup>1\*</sup>, Syahyuri<sup>2</sup>, Wisnu Danureksa Pamungkas<sup>3</sup>, Riyanto<sup>4</sup>

<sup>1'2'3'4</sup>Pendidikan Bahasa Inggris, Unindra, Jakarta

nicoharared@gmail.com, yuri.syahyuri@gmail.com, wisnudanpam@gmail.com,  
riyantongalimi@yahoo.com

*Received 2025-12-05 Revised 2025-12-25; Accepted 2025-12-30*

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to describe the names of coffee shops based on their linguistic forms and syntactic processes. This research is descriptive qualitative in nature. Data were collected using an observational method at several coffee shops in South Jakarta. The data collection methods in this study involved observation and documentation techniques using a mobile phone camera (smartphone). Based on the results of the analysis of linguistic forms and syntactic processes in the naming of coffee shops in South Jakarta, the following conclusions can be drawn. (1) There are three linguistic forms used in naming: word form, phrase form, and compound sentence form. (2) There are ten syntactic structures used in naming coffee shops in South Jakarta, namely noun; noun + noun; noun + adjective; noun + verb; noun + preposition + noun; verb + noun; adjective + noun; noun + noun + numeral; and conjunction + noun + verb. The naming patterns of coffee shops tend to use the word KOPI or COFFEE as a CTA or call to action for coffee enthusiasts in urban areas, while brand names themselves carry specific values, resulting in naming structures such as value + CTA or the reverse. This type of structure is considered more acceptable in urban communities. The author suggests that future research should focus on naming in other types of business establishments to enrich linguistic landscape studies related to naming practices in other business sectors. This suggestion arises because, in the current era, business naming is rapidly developing and attracting significant attention.*

**Keywords:** *Syntax, Naming, Coffee Shop, South Jakarta*

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan nama gerai kopi berdasarkan bentuk lingual dan proses sintaksisnya. Bentuk penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi pada beberapa gerai kopi di Jakarta Selatan. Metode pengumpulan data dalam penelitian diperoleh dengan teknik observasi dan dokumentasi dengan menggunakan kamera gawai (*smartphone*). Berdasarkan hasil analisis bentuk lingual dan proses sintaksis penamaan kedai kopi di Jakarta Selatan, dapat disimpulkan sebagai berikut. (1) Terdapat tiga bentuk lingual penamaan, yakni bentuk kata, frasa dan kalimat majemuk. (2) Terdapat 10 struktur sintaksis pada penamaan gerai kopi di kota Jakarta Selatan, yakni nomina, nomina + nomina, nomina + adjektiva, nomina + verba, nomina + preposisi + nomina, verba + nomina, adjektiva + nomina, nomina+nomina+numeralia, dan konjungsi +nomina+verba. Pola penamaan gerai kopi cenderung menggunakan kata KOPI atau COFFE sebagai CTA atau *call to action* bagi penggemar kopi di daerah urban, sedangkan nama jenama sendiri memiliki sebuah value sehingga didapatkan struktur penamaan yakni, value + CTA ataupun sebaliknya karena struktur seperti ini dinilai lebih berterima di masyarakat perkotaan. Penulis menyarankan untuk penelitian selanjutnya berfokus pada penamaan gerai bisnis lainnya untuk memperkaya penelitian lanskap linguistik mengenai penamaan pada sektor bisnis lainnya. Hal ini terjadi karena di era sekarang, penamaan bisnis sedang berkembang pesat dan menarik perhatian.

**Kata kunci:** *Sintaksis, Penamaan, Gerai Kopi, Jakarta Selatan*

## PENDAHULUAN

Salah satu kutipan yang terkenal dari sebuah Film Filosofi Kopi adalah “*Kopi yang baik akan selalu menemukan penikmatnya.*” -Ben,. Kalimat ini dapat menyiratkan berbagai hal, yaitu; penikmat kopi dapat diketahui dari kalangan atau kelas sosial mana orang itu berasal.

Dewasa ini, kopi tidak hanya menjadi sebuah minuman, melainkan, kopi kini menjadi sebuah gaya hidup di sejumlah kota *urban* di sekitar Ibukota. Salah satu kota yang menjadi pusat aktivitas dan ekonomi yang berada di selatan ibukota adalah Jakarta Selatan (Jaksel). Sebagai kota yang berada di selatan ibukota, Jaksel adalah lahan subur tumbuh kembangnya berbagai bisnis. Salah satunya adalah bisnis kopi. Studi tulisan ini berkaitan dengan hubungan penggunaan bahasa dengan sebuah merek dagang, yakni bagaimana penamaan gerai kopi yang ada di Jakarta Selatan dan sekitarnya.

Di era Soceity 5.0 ini, membuka gerai kopi adalah salah satu tren usaha yang dilakukan oleh pengusaha di bidang F&B di Jakarta Selatan. Adapun menarik adalah bagaimana mereka memberi nama gerai kopi. Pada dasarnya, memberi nama adalah bagian dari aktivitas berbahasa. Dari tata cara pemberian nama ini kemudian terrefleksi bagaimana sikap pemilik usaha terhadap bahasa yang digunakannya. Karena bahasa merupakan elemen terpenting dari sebuah kebudayaan (Koentjaraningrat, 1981), maka penggunaan bahasa untuk kepentingan penamaan jugamerefleksikan pandangan pemakainya terhadap bahasa bersangkutan.

Sebuah proses penamaan pada suatu benda termasuk dalam bagian dari kebudayaan. Budaya nama-nama jenama bisa dipahami sebagai penamaan (naming process) yaitu sebuah proses penggunaan bahasa yang paling awal dalam keadaan manusia. Menurut Sibarani dalam (Astuty, 2021) menyatakan terdapat 2 macam proses penamaan, yakni *common meaning* atau proses penamaan untuk benda-benda umum sehingga membentuk kata-kata benda umum (*common nouns*) dan *proper naming* atau proses penamaan untuk nama-nama diri sehingga membentuk kata benda nama diri (*proper nouns*). *Proper naming* lebih berhubungan dengan kajian budaya yang akan diteliti. Karena nama diri (*proper name*) tidak hanya untuk nama orang tetapi bisa digunakan untuk nama-nama gerai. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini Adalah sebagai berikut:

### **Rumusan Masalah**

1. Bagaimana bentuk lingual penamaan nama gerai kopi yang berlokasi di Jakarta Selatan?
2. Bagaimana struktur sintaksis penamaan nama gerai kopi yang berlokasi di Jakarta Selatan?

### **Tujuan Penelitian**

1. Mendeskripsikan bentuk lingual penamaan nama gerai kopi yang berlokasi di Jakarta Selatan?
2. Mendeskripsikan struktur sintaksis penamaan nama gerai kopi yang berlokasi di Jakarta Selatan?

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Sintaksis adalah cabang ilmu linguistik yang mempelajari bagaimana sekelompok kata disusun menjadi sebuah kalimat, klausa, atau frasa. Secara sederhana, sintaksis mempelajari susunan kata-kata di dalam kalimat. Bidang ilmu sintaksis menyelidiki semua hubungan antara kata dan antar kelompok kata (antar frasa) dalam satuan dasar sintaksis.

Unsur sintaksis dalam bentuk lingual adalah kata, frasa, klausa, dan kalimat. Kelas kata dalam bahasa Inggris dikenal dengan *part of speech* yang merupakan bagian sintaksis yang diklasifikasikan berdasarkan fungsinya dalam sebuah kalimat. House dan Harman dalam (Anggraeni, 2018) membagi kelas kata menjadi delapan kelompok yaitu *nouns* (nomina), *verbs* (verba), *adjectives* (adjektiva), *adverbs* (adverbia), *prepositions* (preposisi), *interjections* (interjeksi), *conjunctions* (konjungsi), dan *pronouns* (pronomina).

Penelitian tentang penamaan sudah dilakukan seperti (Hidayat & Anam, 2020) mengkaji antropinguistik nama kedai kopi di wilayah Kemang, Jakarta Selatan. Di tahun yang sama (Santosa, 2020) meneliti tentang nama kopi di Surabaya ditinjau dari etnolinguistik. Kemudian di tahun berikutnya ditulis persis sama oleh (Astuty, 2021) tentang nama kopi di Magelang. Selanjutnya (Suwansa et al., 2021; Wijaya & Savitri, 2021) berturut dengan objek kedai kopi di Aceh dan Trenggalek kota. Dan terakhir (Rahayu, 2023) tentang penamaan kedai kopi di purwokerto. Selain itu, penelitian

terkait penamaan tidak hanya pada bisnis minuman namun juga warung makan atau rumah makanan seperti yang pernah ditulis oleh (Wijana, 2016), (Karno & Saifullah, 2019), (Revita & Anwar, 2019), (Budiono & Mubarak, 2020), (Damayanti, 2020), (Wulandari, 2021), (Utami et al., 2021) (Rahmadaniaulia et al., 2022) dan (Setiowati et al., 2022). Sementara itu, penelitian ini merupakan lanjutan dari penelitian Bentuk Lingual Dan Proses Sintaksis: Penamaan Gerai Bisnis Kopi Kategori Eksklusif di Kota Depok yang ditulis oleh (Harared et al., 2024) dan *Naming F&B Business In Margonda Depok: Word Formation Study* oleh (Harared et al., 2025). Pada penelitian ini, penulis memberikan hal berbeda. Penulis berfokus pada lokasi dan temuan baru dari tulisan sebelumnya. Penulis fokus pada nama-nama dari gerai kopi yang berlokasi di Jakarta Selatan dan mencatat 11 gerai kopi tersebut, misalnya: **Fore, Starbuck, Filosofi Kopi, Kopi dari Hati, Kala Kopi Menggoda, dll.** Seperti dijelaskan di atas, dalam penelitian ini, penulis mendeskripsikan bentuk lingual dan struktur sintaksis nama gerai kopi yang berlokasi di Jakarta Selatan. Dalam penelitian ini, penulis hanya membatasi bentuk lingual penamaan berdasarkan unsur sintaksis, dan struktur sintaksis berdasarkan kelas kata.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan karena berkenaan dengan fokus dan fenomena yang dianalisis yang menitikberatkan pada mendeskripsikan proses penamaan dan struktur sintaksis penamaan jenama gerai kopi. Metode pengumpulan data dalam penelitian diperoleh dengan teknik observasi dan dokumentasi dengan menggunakan kamera gawai (*smartphone*). Data penelitian yang diperoleh adalah nama-nama gerai kopi yang terlihat. Data tersebut akan dianalisis dalam penelitian lanskap linguistik. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik koleksi dan display data (penyajian data), kemudian penarikan kesimpulan. Penelitian ini dimulai dengan mengelompokkan data visual nama jenama kopi sesuai proses penamaan yang ditampilkan, kemudian dilanjutkan dengan pengelompokkan struktur sintaksis berdasarkan kelas kata penamaan gerai kopi.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Jakarta Selatan, khususnya Kebayoran Baru, Kemang, Ps Minggu, Tj Barat dan Lenteng Agung, untuk melihat nama gerai kopi, sehingga dapat mendeskripsikan bentuk lingual penamaan dan struktur sintaksis. Berikut nama gerai kopi yang dicatat dan lokasinya:

**Tabel 4.1** Nama gerai bisnis kopi di Jaksel

| No | Nama Gerai Kopi      | Penamaan<br>Struktur Sintaksis | Lokasi  |
|----|----------------------|--------------------------------|---|
| 1  | <i>Starbuck</i>      | Kata<br>Nomina                 | Jl. Ampera Raya No.4,<br>RT.4/RW.4, Cilandak<br>Tim., Ps. Minggu, Kota<br>Jakarta Selatan, Daerah<br>Khusus Ibukota Jakarta                     |
| 2  | <i>Fore</i>          | Kata<br>Nomina                 | Jl. Taman Margasatwa<br>Raya No.12, Jati<br>Padang, Ps. Minggu,<br>Kota Jakarta Selatan,<br>Daerah Khusus Ibukota<br>Jakarta 12540              |
| 3  | <i>Bangi Kopi</i>    | Frasa<br>Nomina + Nomina       | <a href="#">Jl. Raya Pasar<br/>Minggu no. 12 Km.<br/>18, Jakarta 12510<br/>Indonesia</a>  |
| 4  | <i>Filosofi Kopi</i> | Frasa<br>Nomina + Nomina       | Jl. Melawai VI No.8,<br>Melawai, Kebayoran<br>Baru, Kota Jakarta<br>Selatan   |
| 5  | <i>Tomoro Coffe</i>  | Frasa<br>Nomina + Nomina       | Jl. Raya Ragunan<br>No.40, RT.1/RW.4,<br>Ps. Minggu, Kota<br>Jakarta Selatan,<br>Daerah Khusus<br>Ibukota Jakarta 12520                         |
| 6  | <i>Lain Hati</i>     | Frasa<br>Adjektiva + Nomina    | Jl. Kalibata Selatan I<br>No.5A 1, RT.1/RW.3,<br>Kalibata, Kec.<br>Pancoran, Kota<br>Jakarta Selatan,<br>Daerah Khusus<br>Ibukota Jakarta 12740 |
| 7  | <i>Jumbo Kupi</i>    | Frasa<br>Adjektiva + Nomina    | Jl. Ps Minggu   |
| 8  | <i>Tuang Coffee</i>  | Frasa<br>Verba + Nomina        | Jl. Barito I No.3, RW.7,<br>Kramat Pela,  |

|    |                           |  |  |
|----|---------------------------|--|--|
|    |                           |  | Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12130.   |
| 9  | <i>Kopi Dari Hati</i>     | Frasa<br>Nomina + Preposisi<br>+ Nomina      | Jl. Ayub No.36,<br>RT.12/RW.12,<br>Pejaten Bar., Ps.<br>Minggu, Kota Jakarta<br>Selatan, Daerah<br>Khusus Ibukota<br>Jakarta 12510 |
| 10 | <i>Kedai Kopi 89</i>      | Frasa<br>Nomina + Nomina +<br>Numerelia      | Jl. Kemang Raya<br>No.89, Bangka,<br>Kemang, Jakarta<br>Selatan.   |
| 11 | <i>Kala Kopi Menggoda</i> | Klausa<br>Sub+S+V<br>Sub + Nomina +<br>Verba | Tj. Bar., Kec.<br>Jagakarsa, Kota<br>Jakarta Selatan,<br>Daerah Khusus<br>Ibukota Jakarta 12530                                    |

\*CTA [*call to action*] Kopi atau *Coffee*, Value: Brand

## STARBUCK

### Kata

#### (Nomina)

Gerai kopi STARBUCK merupakan salah satu gerai kopi di Jaksel yang sangat eksklusif dengan basis pelanggan loyal dan dari kalangan kelas atas. Starbucks sejatinya tidak menjual kopi tapi menjual kenyamanan dan pengalaman bekerja dan bersantai bersama rekan sejawat. Bentuk lingual dari nama gerai kopi ini adalah **kata**. Sementara itu, struktur sintaksis dari nama gerai kopi ini adalah **nomina**. “STARBUCK” adalah nomina (kata benda).

## FORE

### Kata

#### (Nomina)

Gerai kopi FORE merupakan salah satu gerai kopi di Jaksel yang eksklusif dengan ciri khas *clean* dan *minimalis*. Dengan harga kopi premium, kopi ini memiliki basis pelanggan setia dan dari kalangan kelas *middle up*. FORE menjual kopi yang ditambah dengan kenyamanan dan pengalaman bersantai bersama teman. Bentuk lingual dari nama gerai kopi ini adalah **kata**. Sementara itu struktur sintaksis dari nama

gerai kopi ini adalah **nomina**. Diketahui, nama “FORE” sendiri merupakan *clipping* dari kata *forest*, yang berarti hutan. Nama ini diadaptasi dengan harapan agar gerai ini dapat berkembang tinggi, cepat, kuat dan memberikan kehidupan bagi lingkungan sekitarnya seperti halnya sifat hutan.

---

## **TOMORO COFFE**

---

### **Frasa**

#### **(Nomina + Nomina)**

---

Tomoro Coffee merupakan salah coffee shop yang cukup digemari saat ini, terutama oleh kalangan Gen Z. Coffee shop tersebut membuka banyak cabang di Indonesia, salah satunya terdapat di Jaksel. Jika ditinjau secara lingual, brand "Tomoro Coffee" merupakan suatu bentuk **frasa**. Sedangkan secara struktur sintaksis, brand ini terdiri dari **nomina + nomina**. Berdasarkan situs resmi, penamaan brand "Tomoro Coffee" berasal dari kata "*tommorow*" yang berarti "besok" dalam bahasa Inggris, serta seharusnya menduduki kelas kata "Adverbia". Namun, dengan adanya inovasi, kata tersebut diserap menjadi "Tomoro" sehingga kelas katanya berubah menjadi nomina. Maka struktur sintaksis "Tomoro Coffee" adalah nomina+nomina.

---

## **FILOSOFI KOPI**

---

### **Frasa**

#### **(Nomina + Nomina)**

---

Gerai kopi Filosofi Kopi merupakan salah satu gerai ternama di Jakarta Selatan yang berangkat dari karya sastra dan film berjudul sama oleh Dee Lestari. Nama ini menggambarkan semangat idealisme dan makna mendalam di balik secangkir kopi. Bentuk lingual dari nama gerai kopi ini adalah **frasa**, dengan struktur sintaksis **nomina + nomina**. Kata “Filosofi” bermakna nomina pandangan hidup atau pemikiran, sedangkan “Kopi” adalah nomina yang menunjukkan objek utama. Penamaan Filosofi Kopi menegaskan bahwa kopi tidak hanya sebuah minuman, melainkan juga sarana refleksi, nilai, dan prinsip hidup.

---

## BANGI KOPI

---

### Frasa

---

#### (Nomina + Nomina)

---

Bangi Kopi merupakan salah satu brand kopi inovasi baru dengan konsep kekinian. Bangi Kopi Pasar Minggu terletak di lokasi yang sangat strategis yaitu di tepi jalan Pasar Minggu. Tempat ini cocok sebagai *meeting point* dengan keluarga, teman, ataupun rekan kerja. Dekorasi Bangi Kopi terbilang cukup unik, makanya sangat "*instagramable*", bahkan ditambah dengan pemandangan kolam renang yang menarik dan unik. Selain itu, tempat ini juga menyajikan ruang bersinyal untuk para pengunjung. Cocok untuk tempat berkumpul dengan makanan yang masih terjangkau dan ramah di kantong. Ditinjau secara lingual dan struktur sintaksis, "Bangi Kopi" merupakan **frasa** karena adanya gabungan antar **nomina + nomina**, yaitu "Bangi" (nomina) dan "Kopi" (nomina).

---

---

## KOPI DARI HATI

---

### Frasa

---

#### (Nomina + preposisi + nomina)

---

"Kopi dari Hati" merupakan brand kopi lokal yang salah satu cabangnya terdapat di Jaksel. Ditinjau secara filosofis, "Kopi dari Hati" mempunyai makna yang sangat dalam, yaitu merepresentasikan kopi yang dibuat dari hati. Selain itu, secara lingual dan struktur sintaksis, "Kopi dari Hati" adalah suatu bentuk **frasa** yang tersusun dari **nomina + preposisi + nomina**. "Kopi" di sini merupakan kelas kata nomina, sedangkan "dari" adalah preposisi, dan "Hati" sendiri merupakan nomina.

---

---

## TUANG COFFEE

---

### Frasa

---

#### (Verba + Nomina)

---

Gerai kopi Tuang Coffee merupakan salah satu gerai di Jakarta Selatan yang mengedepankan kesederhanaan dalam proses pembuatan kopi. Nama ini diambil dari kata kerja tuang, yang menggambarkan tindakan sederhana namun penuh makna. Bentuk lingual dari nama gerai kopi ini adalah **frasa**, dengan struktur sintaksis **verba + nomina**. Kata "Tuang" berasal dari verba yang berarti menuang, sedangkan "Coffee" merupakan nomina yang merujuk pada produk utama. Penamaan ini menunjukkan

bahwa dalam kesederhanaan proses menuang kopi, terdapat kehangatan dan kebersamaan yang menjadi esensi dari pengalaman menikmati kopi itu sendiri.

---

## LAIN HATI

---

### Frasa

---

#### (Adjektiva + Nomina)

---

"Lain Hati" merupakan jenama gerai kopi lokal yang salah satu cabangnya terdapat di Jaksel. Ditinjau secara filosofis, "Lain Hati" mempunyai makna karena gerai kopi ini muncul dengan misi memberikan warna baru kepada para pencinta kopi. Selain itu, gerai kopi ini juga ingin memiliki ciri khas unik yang ada hubungannya dengan hati. Secara lingual dan struktur sintaksis, "Lain Hati" adalah suatu bentuk **frasa** yang tersusun dari **adjektiva + nomina**.

---

## JUMBO KUPI

---

### Frasa

---

#### (Adjektiva + Nomina)

---

Gerai kopi Jumbo KUPI merupakan satu diantara gerai kopi di Ps minggu yang eksklusif dengan ciri khas tersendiri. Jumbo KUPI menjual kopi dengan kenyamanan dan pengalaman bersantai bersama teman. Bentuk lingual dari nama gerai kopi ini adalah **frasa**. Sementara itu struktur sintaksis dari nama gerai kopi ini adalah **adjektiva + nomina**. Diketahui Jumbo menyatakan ukuran besar; menerangkan nomina setelahnya. Sementara, KUPI bentuk tidak baku dari *kopi*) menunjukkan benda, yaitu minuman kopi.

---

## KEDAI KOPI 89

---

### Frasa

---

#### (Nomina + Nomina + Numeralia)

---

Gerai kopi Kedai Kopi 89 merupakan salah satu kedai populer di kawasan Kemang, Jakarta Selatan, yang dikenal dengan suasana santai dan modern. Nama ini menegaskan identitas lokal gerai yang berlokasi di Kemang Raya No.89. Bentuk lingual dari nama gerai kopi ini adalah **frasa**, dengan struktur sintaksis **nomina + nomina + numeralia**. Kata "Kedai" menunjukkan nomina, "Kopi" merupakan nomina untuk produk yang dijual, dan "89" merupakan numeralia yang menandai nomor alamat atau

identitas lokasi. Penamaan Kedai Kopi 89 memperlihatkan keterikatan antara identitas merek dengan lokasi geografisnya, menjadikannya mudah diingat oleh pelanggan.

---

## **KALA KOPI MENGGODA**

---

Klausa

**(Konjungsi + Nomina + Verba)**

---

Gerai kopi Kala Kopi Menggoda merupakan satu diantara gerai kopi di Jakarta Selatan yang eksklusif dengan ciri khas hitam dan putih. Kala Kopi Menggoda menjual kopi dengan kenyamanan dan pengalaman bersantai bersama teman. Bentuk lingual dari nama gerai kopi ini adalah **klausa / kalimat majemuk**. Sementara itu, struktur sintaksis dari nama gerai kopi ini adalah konjungsi + nomina + verba. Diketahui Kala Kopi Menggoda pertama kali mencuri perhatian di daerah Ranco, Jakarta Selatan. Gerai ini merupakan satu-satunya jenama dengan bentuk lingual kalimat majemuk yang ditemukan di daerah Jakarta Selatan. Jenama dari gerai kopi ini memberikan bukti dan perspektif lain bahwa penamaan gerai kopi tidak hanya terbatas pada kata dan frasa, namun juga pada tataran yang lebih besar yaitu klausa.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis bentuk lingual dan proses sintaksis penamaan gerai kopi, dapat disimpulkan sebagai berikut. (1) Terdapat 3 bentuk lingual pada penamaan gerai kopi, yakni bentuk kata, frasa dan klausa majemuk. Seperti bentuk lingual kata pada nama gerai Starbucks, Fore, bentuk lingual frasa pada filosofi kopi, kopi lain hati dan bentuk lingual klausa pada Kala Kopi Menggoda. Temuan ini memperkaya penelitian sebelumnya. (2) Terdapat 7 struktur sintaksis pada penamaan gerai kopi di kota Jakarta Selatan, yakni nomina, nomina+nomina, nomina+preposisi+nomina, adjektiva+nomina, verba+nomina, nomina+nomina+numerelia dan konjungsi+nomina+verba. Hasil penelitian menunjukkan proses penamaan gerai kopi cenderung menggunakan bentuk lingual frasa. Hal ini terjadi ketika jenama gerai kopi idealnya diikuti dengan kata KOPI atau COFFE sebagai *CTA* atau *call to action* bagi para penggemar kopi terutama di daerah urban. Jenama model ini cenderung lebih berterima di

masyarakat perkotaan.

### **Saran**

Penulis menyarankan untuk penelitian selanjutnya akan difokuskan pada penamaan jenama bisnis lainnya untuk memperkaya penelitian lanskap linguistik seperti penamaan pada bisnis rumah makan, restoran hingga kuliner. Hal ini menarik karena di era sekarang, penamaan bisnis sedang berkembang dalam kurun waktu 5-10 tahun ke depan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, D. (2018). “*Verba Pull dalam Novel Ps I Love You Karya Cecelia Ahern Dan Terjemahannya: Kajian Sintaksis dan Semantis*”. *Pujangga*, 2(1), 45. <https://doi.org/10.47313/pujangga.v2i1.380>
- Astuty, A. (2021). “*Penamaan Kedai Kopi di Magelang: Kajian Etnolinguistik*”. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(12), 2889–2900.
- Budiono, T., & Mubarok, Y. (2020). “*Unsur Nama Wanita Dalam Penamaan Rumah Makan Di Kecamatan Pamulang*”. *Seminar Nasional Bahasa Dan Sastra Indonesia Unpam*.
- Damayanti, W. (2020). “*Identitas Diri Pada Nama-Nama Rumah Makan Di Kota Pontianak*”. *Tuahtalino*, 13(2), 242–252.
- Harared, N., Syahyuri, S., Mayasari, T. R., & Riyanto, R. (2025). “*Naming F&B Business In Margonda Depok: Word Formation Study*”. *Prosiding Konferensi Linguistik Tahunan Atma Jaya (KOLITA)*, 23(23).
- Harared, N., Syahyuri, S., & Riyanto, R. (2024). “*Bentuk Lingual Dan Proses Sintaksis: Penamaan Gerai Bisnis Kopi Kategori Eksklusif di Kota Depok*”. *Prosiding Seminar Nasional Linguistik Dan Sastra*, 212–222.
- Hidayat, F., & Anam, A. K. (2020). “*Kajian antropolinguistik nama kedai kopi di wilayah Kemang, Jakarta Selatan*”. *Literatus*, 2(1), 52–58.
- Karno, J., & Saifullah, A. R. (2019). “*Penamaan Rumah Makan Padang di Sepanjang Jalan Gegerkalong Girang (Tinjauan Semantik)*”. *Seminar Internasional Riksa Bahasa*.
- Koentjaraningrat. (1981). “*Pengantar Ilmu Antropologi*”. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rahayu, A. M. (2023). “*Analisis Penamaan Kedai Kopi di Purwokerto*”. [ Universitas Jenderal Soedirman.]. <http://repository.unsoed.ac.id/id/eprint/24665> diunduh tgl 1 Nov 2025
- Rahmadaniaulia, F., Rahmi, A., & Pebriani, Y. (2022). “*Makna Idiomatik Pada Nama-Nama Rumah Makan di Kota Padang*”. *BULLET: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(02), 63–69.
- Revita, I., & Anwar, K. (2019). “*Lanskap linguistik nilai budaya pada rumah makan minang*”. *Mozaik*, 19(1), 90–108.
- Santosa, M. P. S. A. (2020). “*Analisis Penamaan Kedai Kopi di Surabaya: Kajian Etnolinguistik*”. *KREDO: Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 3(2), 386–399.
- Setiowati, I., Rijal, S., & Purwanti, P. (2022). “*Penamaan Pada Nama Unik Makanan Di Kota Samarinda: Kajian Semantik*”. *Ilmu Budaya*, 6(2), 705–718.
- Suwansa, A., Nasution, W., & Mahmud, T. (2021). “*Kajian penamaan kedai kopi di kota Banda Aceh: Sebuah pendekatan etnolinguistik*”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan*, 2(1).
- Utami, H., Siregar, S. A., Nurjanah, S., & Kudadiri, M. F. (2021). “*Fenomena penggunaan bahasa asing dan daerah dalam penamaan bisnis kuliner di kawasan Medan*”. *Prosiding Seminar Nasional Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia (SemNas PBSI)-3*, 267–272.
- Wijana, I. D. P. W. P. (2016). “*Bahasa dan Etnisitas: Studi Tentang Nama-Nama Rumah Makan Padang*”. *Linguistik Indonesia*, 34(2), 195–206.
- Wijaya, T., & Savitri, A. D. (2021). “*Penamaan kedai kopi di Trenggalek Kota: Kajian lanskap linguistik*”. *Bapala*, 8(7), 57–70.
- Wulandari, A. (2021). “*Bahasa dan Etnisitas: Studi Tentang Nama-Nama Rumah Makan di Banyuwangi*”. *NUSA (Vol. 16, Issue 1)*.