



Marginalisasi Bahasa Indonesia di Ruang Publik Digital terhadap Dominasi Bahasa Asing dan Dampaknya pada Identitas Nasional

Sifa Khoirun Nisa^{1*}, Siti Enik Mukhoiyaroh Bambang², Auli Lestari Manik³

¹⁻² Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Jambi, Indonesia

³ Pengelolaan Perkebunan, Politeknik LPP Yogyakarta, Indonesia

Email: sifakhoirunnisaasifa@gmail.com¹, SitiEnik83@gmail.com², aulilestari110@gmail.com³

*Penulis Korespondensi: sifakhoirunnisaasifa@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the phenomenon of the marginalization of the Indonesian language in the digital public sphere and its implications for the sustainability of national identity. Amid the tide of globalization and technological advancements, the use of foreign languages and mixed languages is increasingly dominating communication on social media, potentially displacing the Indonesian language's role as a symbol of national identity. This study employs a netnographic method, which allows for the observation of natural and contextual language interactions on digital platforms such as TikTok and Instagram. This approach was chosen because it captures authentic language practices as well as the social meanings behind language use within online communities. The results indicate that the marginalization of Indonesian in the digital public sphere is marked by high levels of foreign language use, code-mixing, and a shift in language preferences among the younger generation influenced by factors such as prestige, globalization, and popular culture. This phenomenon not only impacts linguistic aspects but also implies a weakening of national identity as a nation founded on a unifying language. Nevertheless, the digital public sphere also has the potential to serve as a means of strengthening identity if Indonesian is used consistently and adaptively. Therefore, strategic efforts are needed through language policy, education, and digital literacy to ensure the continued vitality of the Indonesian language. This study is expected to make theoretical and practical contributions to the development of sociolinguistic research and the strengthening of national identity in the digital age.*

Keywords: Digital; Foreign Languages; Marginalization; National Identity; Netnography.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena marginalisasi Bahasa Indonesia di ruang publik digital serta implikasinya terhadap keberlanjutan identitas nasional. Di tengah arus globalisasi dan perkembangan teknologi, penggunaan bahasa asing dan bahasa campuran semakin mendominasi komunikasi di media sosial, sehingga berpotensi menggeser fungsi Bahasa Indonesia sebagai simbol identitas bangsa. Penelitian ini menggunakan metode netnografi, yang memungkinkan pengamatan terhadap interaksi bahasa secara alami dan kontekstual di platform digital seperti TikTok dan Instagram. Pendekatan ini dipilih karena mampu menangkap praktik kebahasaan autentik serta makna sosial di balik penggunaan bahasa dalam komunitas daring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa marginalisasi Bahasa Indonesia di ruang publik digital ditandai oleh tingginya penggunaan bahasa asing, campur kode, serta pergeseran preferensi bahasa di kalangan generasi muda yang dipengaruhi oleh faktor prestise, globalisasi, dan budaya populer. Fenomena ini tidak hanya berdampak pada aspek linguistik, tetapi juga berimplikasi pada melemahnya identitas nasional sebagai bangsa yang berlandaskan bahasa persatuan. Meskipun demikian, ruang publik digital juga memiliki potensi sebagai media penguatan identitas jika bahasa Indonesia digunakan secara konsisten dan adaptif. Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis melalui kebijakan bahasa, pendidikan, dan literasi digital untuk menjaga eksistensi bahasa Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengembangan kajian sociolinguistik serta penguatan identitas nasional di era digital.

Kata kunci: Bahasa Asing; Digital; Identitas Nasional; Marginalisasi; Netnografi.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi seperti internet, media sosial sudah tidak asing lagi bagi masyarakat kita maupun global, hal itu telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari yang tidak dapat dipisahkan. Menurut Safira et al. (2024), kemajuan teknologi informasi dan komunikasi ini memberikan pengaruh besar terhadap cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi. Perkembangan yang pesat ini membawa revolusi dalam cara masyarakat

berinteraksi, berkomunikasi, dan menyerap informasi. Teknologi informasi telah menjadi fasilitas utama bagi kegiatan berbagai sektor kehidupan yang memberikan andil besar terhadap perubahan-perubahan mendasar pada struktur operasi dan manajemen organisasi, pendidikan, transportasi, kesehatan dan penelitian (Suryadi, 2015). Dengan begitu keberadaan teknologi harus dimaknai sebagai upaya untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dan teknologi tidak dapat dipisahkan dari masalah, sebab teknologi lahir dan dikembangkan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi manusia. Adanya penggunaan internet dan media sosial secara menyeluruh menghapus batasan geografis dalam berkomunikasi.

Kegiatan berkomunikasi lisan maupun dalam dunia maya tidak terlepas dari penggunaan bahasa. Menurut Priscilia, et al. (2025) sebagai bahasa resmi negara, bahasa Indonesia memiliki peranan vital sebagai pemersatu bangsa dan sarana komunikasi formal dalam pendidikan, pemerintahan, dan kegiatan sosial. Bahasa Indonesia mempunyai kedudukan penting bagi bangsa Indonesia, yaitu sebagai bahasa persatuan, bahasa nasional, dan bahasa negara. Bahasa Indonesia, sebagai bahasa pengantar resmi dalam pendidikan, menuntut penggunaan yang tepat dan sesuai kaidah kebahasaan, mencakup ejaan, diksi, struktur kalimat, dan norma bahasa lainnya Nur, (2018) dalam Irma, et al. (2026). Kedudukan bahasa Indonesia sebagai bahasa persatuan sesuai dengan ikrar ketiga Sumpah Pemuda yang berbunyi “Kami putra dan putri Indonesia menjunjung bahasa persatuan bahasa Indonesia.” Pesona bahasa Indonesia saat ini semakin memudar terlebih dengan menjamurnya media sosial (Setiana, n.d.).

Bahasa ruang publik mengacu pada penggunaan bahasa dalam situasi publik, seperti media, politik, pendidikan, dan diskusi di tempat umum. Bahasa ruang publik menunjukkan keterbukaan, artinya dapat digunakan secara terbuka oleh publik tanpa batasan tertentu, agar dapat dipahami di berbagai lapisan masyarakat. Dari segi formalitas, bahasa yang digunakan di ruang publik cenderung lebih formal daripada bahasa sehari-hari yang digunakan dalam percakapan informal (Violita, et al. 2023). Negara telah mengatur penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik. Secara spesifik regulasi tentang penggunaan bahasa Indonesia di tempat umum diatur melalui UU Nomor 24 Tahun 2009 tentang bendera, bahasa, lambang negara, dan lagu kebangsaan. Undang-undang ini mewajibkan penggunaan bahasa Indonesia di tempat-tempat umum. Pasal 36-39 undang-undang ini mengatur penggunaan bahasa Indonesia dalam berbagai konteks, seperti di gedung, jalan, kantor pemerintah, tempat usaha, merek dagang (kecuali merek internasional yang telah dipatenkan), lembaga pendidikan, perusahaan, barang, atau jasa yang dijual dalam negeri atau diproduksi di luar negeri, rambu lalu lintas, papan informasi umum, fasilitas umum, poster, dan media informasi lainnya yang

mewakili layanan publik di Indonesia wajib menggunakan bahasa Indonesia. Langkah bahasa Indonesia sebagai bahasa pengantar resmi dalam pendidikan, menuntut penggunaan yang tepat dan sesuai kaidah kebahasaan, mencakup ejaan, diksi, struktur kalimat, dan norma bahasa lainnya (Nur, 2018 dalam Irma, et al. .2026).

Penggunaan bahasa asing sering kali mendominasi bahasa Indonesia dalam media sosial maupun ruang publik. Menurut pendapat Humaeroh, et al. (2022) ruang publik adalah ruang yang dapat mewedahi kepentingan masyarakat umum misalnya jalan-jalan, bermain, dan bahkan mendapatkan informasi. Informasi yang didapat seseorang dengan mudah yaitu dengan adanya media ruang publik. Karakter ruang publik sangat kompleks dan variatif. Menurut sifatnya, ruang publik terbagi menjadi dua jenis, yaitu (1) ruang publik tertutup adalah ruang publik yang terdapat di dalam suatu bangunan dan (2) ruang publik terbuka adalah ruang publik yang berada di luar bangunan yang sering juga disebut ruang terbuka (Budihardjo, 2005 dalam Hendrastuti, 2015). Media ruang publik seringkali digunakan oleh masyarakat dalam rangka pemberitahuan, promosi, bahkan undangan suatu kegiatan. Hal tersebut diakomodasi dalam bentuk papan reklame, spanduk, brosur, poster dan sebagainya. Selain itu, penggunaan Bahasa di ruang publik harus memperhatikan kaidah kebahasaan yang baik dan benar sesuai pedoman bahasa Indonesia. Terlebih lagi, jika hal tersebut ditujukan untuk promosi atau jual-beli (Yudin, et al. 2024). Dalam era globalisasi yang semakin menguat, penggunaan bahasa asing, terutama bahasa Inggris, telah menjadi fenomena sosial yang menonjol di Indonesia.

Dalam kerangka teori *symbolic capital* Pierre Bourdieu, penguasaan bahasa asing, khususnya bahasa Inggris, sering diasosiasikan dengan tingkat pendidikan yang tinggi, akses terhadap informasi global, serta mobilitas sosial yang lebih baik. Bahasa asing tidak lagi sekadar alat komunikasi lintas negara, tetapi juga bertransformasi menjadi simbol status sosial, identitas modernitas, dan penanda kelas di masyarakat urban Indonesia (Leyli, et al. 2025). Adanya kosakata bahasa asing sebenarnya tidak mengkhawatirkan, selama tidak menjadikannya bahasa utama dalam kehidupan sehari-hari. Pada kenyataannya, masyarakat kita kerap menggunakan bahasa asing terlebih anak muda karena dianggap lebih keren, berkelas dan profesional. Penggunaan bahasa asing di ruang publik marak digunakan oleh berbagai sektor yang tujuannya guna menarik minat masyarakat karena memiliki persepsi bahwa dengan mereka menggunakan bahasa asing memiliki nilai jual. Padahal banyak sekali kata dalam bahasa Indonesia yang menarik sebagai pengganti bahasa asing. Menurut Yudin, et al. (2024) beragamnya pemandangan linguistik yang mencakup penggunaan bahasa asing sesungguhnya bertentangan dengan peraturan hukum yang ada (Firman & Suhendra, 2020).

Adanya dominasi penggunaan bahasa asing yang cukup tinggi ini cukup mengkhawatirkan. Pasalnya penggunaan bahasa asing berpotensi menyebabkan marginalisasi bahasa Indonesia, yaitu kondisi di mana bahasa nasional mulai tersisih dalam penggunaannya di ruang publik. Loyalitas bahasa dapat dilihat dari kesetiaan atau ketaatan pada nilai-nilai budaya yang telah ditentukan (Buzungu & Rugkåsa, 2023; Kiramba, 2018; Nguyen & Hamid, 2016; Vivian, 2021). Dengan adanya praktik peminggiran/ pemiskinan bahasa Indonesia tersebut dikhawatirkan praktik pemiskinan tersebut dapat menghilangkan nasionalisme remaja yang pada gilirannya secara perlahan akan berdampak menghilangkan nilai-nilai kearifan, akar budaya dan identitas bangsa (Riyadi, 2013). Sebelum terjadinya marginalisasi, kita harus mencegah hal itu terjadi, dominasi bahasa asing ini turut membentuk identitas linguistik pengguna, di mana penggunaan bahasa asing menjadi simbol dari identitas kosmopolitan. Hal ini dapat membawa implikasi terhadap identitas bahasa Indonesia dan perannya dalam masyarakat (Safira et al., 2024).

Penggunaan bahasa Indonesia pada ruang publik di berbagai tempat telah menimbulkan kekhawatiran yang berdampak pada identitas nasional, karena penggunaannya belum memenuhi harapan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa, di ruang publik, bahasa Indonesia sering ditulis bertentangan dengan norma-norma linguistik yang berlaku, dan penggunaan bahasa asing, terutama bahasa Inggris, mendominasi bahasa Indonesia, bahkan ada istilah-istilah yang setara dalam bahasa ini. Kondisi ini dikhawatirkan membawa dampak yang tidak baik, terutama terkait dengan penggunaan bahasa asing yang semakin masif. Jika kondisi ini terus berlangsung, maka eksistensi bahasa Indonesia sebagai bahasa utama dapat terancam pada identitas nasional negara kita.

2. KAJIAN TEORITIS

Penelitian mengenai marginalisasi Bahasa Indonesia di ruang publik, khususnya dalam konteks digital, telah banyak sekali dilakukan dengan fokus pada dominasi bahasa asing dan fenomena campur kode. Beberapa studi seperti Leyli et al. (2025) menyoroti bahwa penggunaan bahasa asing di ruang publik digital tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai simbol status sosial dan identitas kosmopolitan. Rahman et al. (2022) dan Sari & Putri (2023) menunjukkan bahwa penggunaan bahasa Inggris dalam media sosial, iklan, dan branding semakin meningkat karena dianggap lebih modern dan memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Penelitian lainnya diperkuat oleh temuan Widyawati et al. (2025) yang menyatakan bahwa generasi muda cenderung menggunakan bahasa gaul dan campuran dibandingkan Bahasa Indonesia baku. Sementara itu, Silalahi (2025) menegaskan bahwa ruang

publik digital menjadi arena paling rentan terhadap marginalisasi bahasa karena minimnya pengawasan. Dari beberapa penelitian relevan yang telah dilakukan sebelumnya telah menunjukkan gambaran komprehensif yang berfokus pada deskripsi fenomena dengan pendekatan yang sudah umum dilakukan. Dalam konteks inilah, perlu adanya kebaruan dari segi pendekatan yang lebih signifikan agar terdapat variasi persepsi, agar menjangkau cakupan penelitian yang lebih luas.

Penulisan artikel ini menggunakan pendekatan netnografi, sehingga memungkinkan pengamatan langsung terhadap praktik bahasa di ruang digital secara kontekstual. Terdapat perbedaan pendekatan ini dengan metode konvensional, pendekatan netnografi mampu merekam interaksi autentik pengguna, seperti komentar dan unggahan serta pola komunikasi. Selain itu, pendekatan ini tidak hanya mendeskripsikan bentuk bahasa, tetapi juga menggali makna sosial di baliknya, termasuk aspek prestise, identitas, dan simbolik dalam penggunaan bahasa di ruang publik digital sejalan dengan teori *symbolic capital Bourdieu*. Selain itu, pendekatan ini memiliki kelebihan dari fleksibilitas dan relevansi data. Dengan mengambil data dari platform seperti TikTok dan Instagram, maka mampu mengikuti perkembangan zaman dan menghasilkan temuan yang aktual. Netnografi memungkinkan pengumpulan data dalam jumlah besar dengan variasi konteks yang luas, sehingga memperkuat argumen tentang masifnya dominasi bahasa asing di ruang publik digital. Selain itu, metode ini juga efisien karena tidak memerlukan kehadiran fisik peneliti di lapangan, tetapi tetap mampu menghasilkan analisis mendalam melalui observasi digital.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang didukung dengan pendekatan netnografi. Pemilihan metode kualitatif bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena yang akan diteliti. Pendekatan deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai realitas penggunaan bahasa Indonesia pada ruang publik. Berdasarkan hal tersebut, Basrowi & Suwandi (2014) juga mengungkapkan hal yang sama yaitu, metode kualitatif dapat mengungkap dan memahami sesuatu di balik kejadian yang belum diketahui. Pendekatan netnografi dipilih karena pendekatan ini tidak hanya melihat dari teks saja, tetapi juga melihat konteks interaksi sosial, budaya digital dan identitas pengguna di ruang online. Netnografi adalah cara untuk melakukan penelitian antropologi melalui internet, menggunakan informasi yang tersedia secara publik di mana semua orang bebas berbagi melalui media sosial (Bakry, n.d.). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dan

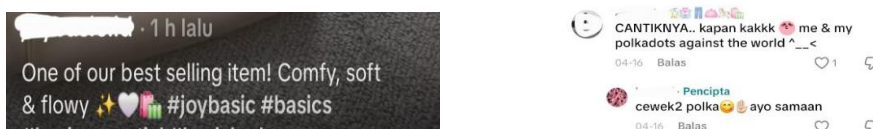
menginterpretasi data secara kontekstual, serta menangkap kompleksitas penggunaan bahasa dalam lingkungan nyata.

Netnografi memberikan keunggulan dalam memahami makna yang dibangun secara kolektif oleh peneliti. Dalam metode netnografi, pengamatan dan interaksi secara online dinilai sebagai refleksi budaya yang menghasilkan pemahaman manusia yang mendalam. Metode netnografi jauh lebih banyak melibatkan prinsip-prinsip penelitian kualitatif daripada hanya sekedar menggambarkan, menceritakan, atau mengkatalogisasi kata-kata atau tindakan orang-orang dalam suatu komunitas di internet. Tokoh yang diakui sebagai pencetus metode netnografi adalah Kozinets. Dalam karyanya berjudul *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*, Kozinets (2010) mengatakan bahwa netnografi merupakan sebuah teknik penelitian naturalistik yang menggunakan informasi yang tersedia secara publik di forum-forum online. Fokus penelitian ini yaitu mengamati fenomena kebahasaan di ruang publik dibalik penggunaan bahasa asing yang semakin meluas (Bakry n.d.)

Objek penelitian ini adalah ruang publik digital, sumber data yang diperoleh dari berbagai platform digital yang sering digunakan oleh publik seperti Instagram dan TikTok. Selain itu, data juga diambil dari iklan dan slogan produk yang nantinya dipilih berupa takarir, penulisan merek serta komentar. Penelitian ini berpusat pada penggunaan bahasa asing terutama bahasa Inggris, bahasa Indonesia sesuai kaidah kebahasaan, serta campur kode dari keduanya. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi konten digital dengan mengamati pola penggunaan bahasa, dan dokumentasi tangkapan layar (*screenshot*). Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan klasifikasi data berdasarkan bentuk bahasa, interpretasi makna, dan analisis dampak terhadap posisi bahasa Indonesia. Analisis ini meliputi bagaimana bahasa digunakan untuk membangun identitas, mengikuti tren, serta mencerminkan pengaruh globalisasi dalam ruang digital dan dampaknya terhadap identitas nasional.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk Penggunaan Bahasa Asing di Ruang Publik Digital



Gambar 1. Contoh penggunaan bahasa asing

Sumber : Takarir dan Komentar TikTok

Berdasarkan hasil analisis di ruang publik digital (*Instagram* dan *TikTok*), penerapan bahasa asing bukan sekedar tren komunikasi, tetapi telah mengambil alih sebagian, bahkan keseluruhan dalam penggunaan bahasa Indonesia. Hasil observasi menunjukkan penggunaan bahasa asing (terutama bahasa Inggris), didominasi oleh campur kode dan alih kode bahkan ada yang merambah pada pergeseran ke bahasa Inggris sepenuhnya. Hal ini sangat mengkhawatirkan, dalam Undang-undang pasal 36-39 sudah jelas tertulis agar mewajibkan penggunaan bahasa Indonesia pada ruang publik. Fenomena campur kode (*code mixing*) di ruang publik digital banyak sekali ditemukan dan sudah menjadi hal yang lumrah. Menurut Meylani et al. (dalam Nuwa, 2017) menyatakan bahwa campur kode yaitu bilamana orang mencampur dua atau lebih bahasa atau ragam bahasa dalam suatu tindak bahasa tanpa ada yang menuntut percampuran bahasa. Dari sudut pandang kebahasaan, penggunaan code-mixing secara masif dapat membawa dampak negatif terhadap kemurnian dan kestabilan struktur bahasa Indonesia. Ketika unsur asing digunakan secara tidak selektif, maka potensi terjadinya interferensi bahasa menjadi semakin besar, yang dalam jangka panjang dapat memengaruhi sistem morfologis dan sintaksis bahasa Indonesia. Sejalan dengan hal tersebut menurut pendapat Yudin et al. (2024) campur kode adalah pencampuran dua bahasa yang dituturkan secara bergantian oleh anggota masyarakat tertentu. Berdasarkan pernyataan tersebut, campur kode adalah ketika istilah asing disisipkan dalam narasi keseharian demi mencapai efektivitas ekspresi atau sekadar estetika komunikasi.

Pada contoh di atas, terlihat adanya campur kode bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris, umumnya sering digunakan. Istilah-istilah seperti *me, my, against, the world, best, our, comfy, soft, flow* hingga *item* dianggap lebih mampu mewakili perasaan serta terkesan berkelas dibandingkan menggunakan padanan kata dalam bahasa Indonesia. Dalam lanskap digital penggunaan campur kode pada takarir, komentar dan narasi promosi pada unggahan *Instagram* dan *TikTok* memiliki maksud tersirat di dalamnya. Hal ini bertujuan untuk membangun citra sebagai individu, kelompok atau suatu jenama agar mereka dianggap berwawasan luas, modern, dan mobilitas sosial yang tinggi tidak sedikit beberapa individu menganggap itu bisa memvalidasi status sosial di tengah masyarakat agar terlihat berkelas dan memiliki nilai estetika. Penelitian menunjukkan bahwa ketika sebuah ragam bahasa atau slang menjadi populer di media sosial, terlebih lagi remaja cenderung ikut menggunakannya, sebaliknya, ragam lama bisa ditinggalkan demi yang terbaru (Firdaus, 2025). Jika melihat lebih jauh, banyak padanan kata dalam bahasa Indonesia yang dapat menggantikan frasa berbahasa Inggris pada contoh di atas. Secara keseluruhan, fenomena campur kode mencerminkan dinamika sosial dan identitas pengguna di era digital. Faktor-faktor seperti latar belakang penutur, tingkat

pendidikan, identitas kelompok, konteks komunikasi informal, serta tren budaya digital berperan penting dalam pembentukan pola campur kode.

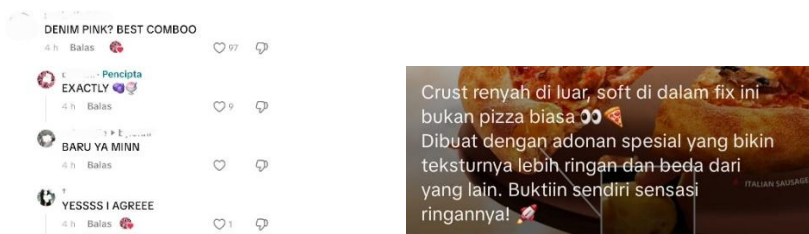
Fenomena campur kode dan alih kode pada komentar *TikTok* “*Cantiknya... kapan kakkk, me & my polkadots against the world*” menunjukkan ekspresi emosional dari bahasa Indonesia lalu beralih ke bahasa Inggris, memiliki makna menyampaikan narasi dengan rasa puitis dan bernilai estetik. Hal ini menunjukkan, bahasa Inggris digunakan untuk mengekspresikan emosi seseorang yang sulit diwakili oleh bahasa formal. Pada sektor komersial, Bahasa asing digunakan guna membangun citra jenama agar terkesan profesional dan menonjolkan kualitas produk. Kalimat seperti pada contoh takarir “*One of our best selling item! Comfy, soft & flowy*” membuktikan bahwa dengan istilah dalam bahasa asing ini memiliki daya pikat komersial yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan penggunaan kata dalam bahasa Indonesia, yang dianggap tidak modern dan tidak berkelas. Takarir tersebut tidak hanya mendeskripsikan tekstur kain yang dipakai oleh jenama tersebut, jelas sekali diksi yang dipakai menjual gaya hidup yang modern dan global. Penggunaan Bahasa asing dalam sektor bisnis digital berfungsi sebagai jaminan kualitas suatu jenama yang menasar kelas menengah atas, diharapkan nantinya memiliki jangkauan pemasaran yang lebih universal serta memberikan kesan produk berkualitas tinggi dan memiliki standar internasional.

Citra suatu jenama merupakan sebuah perspektif konsumen pada produk tertentu baik barang maupun jasa yang didasari pada perbandingan dan pertimbangan dengan beberapa produk bermerek lain yang sejenis. Diketahui bahwa konsumen lebih cenderung memilih produk yang telah dikenal melalui pengalaman dalam menggunakan produk ataupun berdasarkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber. Citra merek merupakan persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada pada mindset konsumen (Masniati, 2021). Apabila hal ini terus dibiarkan, maka akan berdampak buruk pada identitas nasional kedepannya. Dengan demikian pilihan bahasa dalam komunikasi, branding, dan interaksi sosial tidak hanya mencerminkan preferensi individu, tetapi juga memperkuat hierarki sosial, membentuk identitas kelompok, dan bahkan mempengaruhi persepsi terhadap nilai dan kualitas suatu produk atau individu (Leyli et al., 2025). Fenomena ini juga menunjukkan adanya pergeseran nilai di masyarakat, di mana penggunaan bahasa asing dalam ranah komersial menjadi strategi penting untuk memenangkan persaingan dan membangun identitas produk yang modern dan eksklusif.

Faktor Penyebab Dominasi Bahasa Asing

Dominasi bahasa asing adalah situasi di mana bahasa asing lebih dominan dan lebih banyak digunakan daripada bahasa Indonesia dalam berbagai konteks, seperti dalam komunikasi, pendidikan, bisnis, dan media (Silalahi, 2025). Penelitian Sari dan Putri (2023) menunjukkan bahwa 78% Generasi Z lebih memilih menggunakan bahasa gaul dan singkatan digital dibandingkan bahasa baku dalam konteks resmi. Sejalan dengan hal itu, Rahman et al. (2022) mencatat meningkatnya penggunaan bahasa asing di ruang publik, seperti nama usaha dan slogan iklan berbahasa Inggris yang dianggap lebih modern dan prestisius. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran nilai kebahasaan, di mana penggunaan bahasa baku semakin berkurang seiring meluasnya pengaruh budaya digital (Widyawati et al., 2025). Adanya dominasi bahasa asing dipengaruhi oleh hasil dari interaksi kompleks berbagai faktor sosial, ekonomi, budaya, dan teknologi yang saling berhubungan. Salah satu faktor utama yaitu adanya persepsi *prestise linguistic*.

Dalam kajian sosiolinguistik, bahasa asing terutama bahasa Inggris dianggap mempunyai kedudukan bahasa tingkat tinggi. Selain itu, kemajuan teknologi dan kuatnya pengaruh media massa terutama media sosial mempercepat proses adopsi bahasa asing seperti bahasa Inggris maupun bahasa gaul dari berbagai platform digital. Tren penggunaan kata-kata asing yang sedang populer di media sosial semakin memperkecil ruang dalam komunikasi sehari-hari. Mobilitas sosial dan urbanisasi juga turut mendorong masyarakat untuk menggunakan bahasa yang lebih dominan digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Algoritma media sosial seperti TikTok, Instagram turut memperkuat tren ini dengan menonjolkan gaya komunikasi singkat dan ekspresif. Akibatnya, gaya bahasa informal menjadi dominan dan sering kali diadopsi tanpa mempertimbangkan etika atau konteks akademik (Widyawati et al., 2025).



Gambar 2. Komentar tiktok

Sumber: Komentar dan Takarir TikTok

Pendapat Yulianti et al., 2025 (dalam Gutiana, et al. 2025) mengemukakan bahwa “Terdapat kesenjangan pemahaman terhadap padanan resmi bahasa Indonesia, yang menyebabkan sebagian besar masyarakat lebih familiar dengan istilah asing yang telah mapan

secara internasional dibanding padanan lokal yang dianggap teknis atau kurang populer. Kurangnya sosialisasi dan penyampaian informasi masih kurang memadai, menyebabkan masyarakat tidak mengetahui padanan kata dalam bahasa Indonesia.” Akibatnya, masyarakat lebih memilih menggunakan bahasa asing yang mereka anggap lebih familiar dan praktis. Fenomena ini juga dipengaruhi oleh prestise sosial, perkembangan teknologi, faktor ekonomi, dinamika sosial, dan kebijakan bahasa yang tidak memadai (Alwi & Sugono, 2011). Faktor ekonomi juga menjadi pendorong penting dalam dominasi bahasa asing. Dalam dunia bisnis dan pemasaran, penggunaan bahasa Inggris sering dianggap lebih menarik dan memiliki nilai jual yang tinggi karena mampu menjangkau pasar internasional. Dalam konteks ini, bahasa tidak lagi sekadar alat komunikasi, tetapi juga menjadi strategi komersial yang dapat meningkatkan daya saing produk di pasar global. Oleh karena itu, banyak pelaku usaha lebih memilih menggunakan bahasa asing dibandingkan bahasa Indonesia, meskipun hal tersebut berpotensi mengurangi penggunaan bahasa nasional di ruang publik (Leyli et al., 2025).

Dominasi bahasa asing, juga dipengaruhi oleh implementasi kebijakan bahasa di tingkat nasional. Tanpa pengawasan dan pemantauan yang ketat, penggunaan bahasa asing akan terus mempertahankan dominasinya, terutama di ruang publik digital, di mana kontrol langsung sulit dilakukan. Oleh karena itu, dominasi bahasa asing merupakan fenomena multidimensional yang tidak dapat dijelaskan oleh satu faktor saja. Walaupun begitu, kehadiran bahasa asing di ruang publik tentunya tidak dapat dihindari, seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi informasi, pertukaran budaya dan bahasa antar masyarakat dunia terjadi tanpa adanya tembok sehingga tidak ada batasan dalam mengeksplor budaya dan bahasa asing. Namun pada dasarnya, penggunaan bahasa asing di ruang publik harus diawasi dan tetap memerhatikan batasan sehingga membutuhkan landasan hukum yang kuat agar keberadaannya tidak melemahkan kedudukan dan fungsi bahasa Indonesia sebagai bahasa negara.

Marginalisasi Bahasa Indonesia dan Dampaknya terhadap Identitas Nasional



Gambar 3. Contoh penggunaan bahasa Inggris

Sumber: Takarir Instagram

Dominasi kosakata asing terjadi dalam berbagai ranah. Hal ini, tentu saja dapat mengikis kedudukan bahasa Indonesia sebagai simbol identitas nasional dan alat pemersatu bangsa. Oleh karena itu, fenomena ini perlu disikapi secara kritis dan konstruktif. Dampak yang dapat ditimbulkan oleh tingginya penggunaan bahasa Inggris tersebut yaitu, bahasa Indonesia mengalami pergeseran baik dari segi makna maupun dari segi struktur bahasa itu sendiri. Dampak lainnya adalah masyarakat menjadi kebarat-baratan, serta seolah-olah merasa tinggal di luar negeri padahal kenyataannya masih di Indonesia. Selanjutnya, generasi muda khususnya lebih memahami bahasa asing tersebut daripada bahasa Indonesia. Hal yang paling dikhawatirkan adalah masyarakat tidak mampu lagi menggunakan bahasa daerahnya sebagai lambang identitas budaya daerah. Mereka lebih suka menggunakan bahasa Inggris daripada bahasa Indonesia ataupun bahasa daerahnya karena mereka menganggap bahwa dengan menggunakan bahasa asing akan tampak lebih keren dan berkkelas. Namun, pemahaman tersebut sangat merugikan masyarakat kita karena mengesampingkan bahasa Indonesia dan daerah berarti mengesampingkan budaya yang ada sebagai lambang identitas diri sebagai masyarakat yang berbudi pekerti dan menjunjung tinggi peradaban bangsa Indonesia.

Penggunaan bahasa asing di ruang publik dapat diasumsikan pergeseran orientasi identitas masyarakat, yang kini mulai memandang bahasa nasional sebagai bahasa kelas dua. Sejalan dengan hal itu, menurut pendapat (Santoso, 2014) globalisasi, penetrasi budaya asing, dan dinamika ruang digital telah menciptakan tekanan berupa alih kode, campur kode, dan melemahnya penggunaan bahasa baku, khususnya di kalangan generasi muda. Meskipun demikian, tantangan ini justru mengonfirmasi relevansi dan ketahanan bahasa Indonesia sebagai penjaga integrasi nasional. Kemampuannya beradaptasi dengan menyerap unsur baru tanpa kehilangan jati diri baku menunjukkan kelenturannya sebagai sistem simbol yang hidup. Menurut Nurhasanah et al. (2025), menemukan bahwa fenomena ini tidak hanya mengurangi efektivitas komunikasi bagi masyarakat luas, tetapi juga berpotensi melemahkan identitas nasional yang seharusnya tercermin melalui bahasa negara. Data lain menunjukkan bahwa proporsi penggunaan bahasa asing pada papan nama cukup signifikan, menandakan adanya pergeseran preferensi linguistik di ruang publik (Labolo et al., 2025). Kendati bahasa Indonesia dipakai sebagai basantara (*lingua franca*), saat ini dapat dikatakan bahwa Indonesia mirip dengan negara lain di dunia, dalam arti bahwa ia dipengaruhi oleh proses globalisasi yang sering dikaitkan dengan merebaknya bahasa Inggris (Wulansari, 2020).

Berdasarkan data yang telah dipaparkan oleh sejumlah penelitian di atas, di sinilah letak urgensi peran negara yang memiliki kekuasaan dan kewenangan untuk melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kebijakan kebahasaan. Sayangnya, hingga saat ini masih tidak ada aturan

teknis yang mengatur tentang pengawasan dan penggunaan bahasa asing di ruang publik, sehingga dapat berpotensi menimbulkan kekosongan hukum dan ambiguitas dalam pelaksanaan norma. Dari sisi pengawasan, mekanisme serta lembaga yang memiliki kewenangan untuk mengawasi pemakaian bahasa asing dalam ruang publik masih belum berjalan secara optimal. Penegakkan aturan berbahasa negara perlu mendapat perhatian khusus guna untuk menjaga fungsi dan kedudukan bahasa Indonesia agar tetap terjaga peranannya sebagai bahasa resmi dalam kehidupan berbangsa dan negara. (Labolo et al., 2025).

Peran aktif pemerintah dan institusi pendidikan sangat diperlukan dalam mendorong penggunaan bahasa Indonesia di berbagai sektor kehidupan (Gustiana et al., 2025). Berdasarkan fenomena kebahasaan tersebut, sudah seharusnya pemerintah bekerjasama dengan pihak-pihak yang berwenang untuk mengadakan penyuluhan penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar terhadap masyarakat. Sebagai regulator, negara tentunya harus dapat memberikan aturan yang jelas dan tegas mengenai penggunaan bahasa asing di ruang publik dan mekanisme pengawasannya. Sebagai pengawas dalam kebijakan, negara wajib memastikan kewenangan dalam memantau dan menindaklanjuti segala hal yang menyimpang terkait aturan bahasa sebagaimana amanat dari UU 24/2009. Saat ini, lembaga yang memiliki tugas dan tanggung jawab terhadap pengembangan, pembinaan, dan perlindungan bahasa adalah Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (Badan Bahasa), namun lembaga ini tidak memiliki wewenang dan dasar hukum dalam menindaklanjuti apabila di ruang publik ada penggunaan bahasa asing yang tidak sesuai dengan kaidah kebahasaan yang baik dan benar sesuai dengan pedoman dalam Ejaan Yang Disempurnakan (EYD) (Atiyah et al., 2025).

Perlu adanya regulasi dari pemerintah setempat mengenai penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik, sehingga tidak ada lagi penggunaan bahasa asing. Tujuan dari penguatan kebijakan dan regulasi bahasa adalah untuk menjaga keseragaman dan kebenaran penggunaan bahasa Indonesia dalam berbagai konteks (Silalahi, 2025). Perlu diketahui bahwa, bahasa asing tidaklah dilarang untuk digunakan akan tetapi, posisi bahasa Indonesia harus diutamakan daripada bahasa lainnya, mengingat bahwa bahasa Indonesia adalah bahasa nasional bangsa Indonesia. Dengan demikian, keterkaitan antara marginalisasi Bahasa Indonesia dan penggunaannya di ruang publik sangat erat. Ruang publik bukan hanya tempat komunikasi, tetapi juga arena simbolik yang mencerminkan identitas bangsa. Ketika Bahasa Indonesia tergeser dari ruang ini, maka yang terancam bukan hanya eksistensi bahasa itu sendiri, tetapi juga kejelasan identitas nasional Indonesia di tengah arus globalisasi.

Tantangan Masa Depan dan Keberlanjutan Identitas Nasional

Keberlanjutan identitas nasional Indonesia tidak dapat dilepaskan dari bagaimana bahasa Indonesia digunakan dan ditampilkan di ruang publik. Ruang publik baik fisik seperti jalan, pusat perbelanjaan, papan nama, maupun ruang digital merupakan representasi nyata dari identitas suatu bangsa. Namun, dalam era globalisasi, ruang ini justru menjadi titik paling rentan terhadap marginalisasi Bahasa Indonesia. Peristiwa yang tampak menunjukkan bahasa di ruang publik digital kalah dominan. Terlihat papan nama usaha, iklan, dan informasi publik yang lebih mengutamakan bahasa Inggris demi citra modern dan global. Menurut Akhirani (2026) menegaskan bahwa rendahnya kesadaran penggunaan bahasa baku di ruang publik menjadi tantangan serius bagi fungsi Bahasa Indonesia sebagai lambang identitas bangsa. Kondisi ini menunjukkan bahwa identitas nasional tidak hanya terancam secara konseptual, tetapi juga secara visual dan simbolik dalam kehidupan sehari-hari.

Jika tren ini terus berlanjut, maka generasi mendatang akan lebih akrab dengan identitas global daripada identitas nasionalnya sendiri. Tantangan sesungguhnya terletak pada kemampuan kolektif untuk menjaga keseimbangan yang dinamis, agar hibriditas dan kreativitas bahasa yang berkembang pesat ini tidak secara perlahan menggerus fondasi dan fungsi inti dari bahasa Indonesia baku sebagai *common denominator* pemersatu bangsa. Labolo et al (2025) menunjukkan bahwa lemahnya pengawasan terhadap penggunaan bahasa asing di ruang publik menjadi tantangan bagi kedaulatan bahasa Indonesia. Hal ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara kebijakan yang ada dan implementasinya di lapangan. menunjukkan bahwa lemahnya pengawasan terhadap penggunaan bahasa asing di ruang publik menjadi tantangan bagi kedaulatan bahasa Indonesia. Hal ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara kebijakan yang ada dan implementasinya di lapangan.

Namun, dalam arus globalisasi dan revolusi digital, kedudukan dan fungsi strategis tersebut menghadapi tantangan multidimensi. Semakin berkurangnya penggunaan Bahasa Indonesia dalam ranah formal dan akademis, serta melemahnya rasa bangga berbahasa Indonesia, mengindikasikan adanya ancaman terhadap fungsi bahasa sebagai penopang identitas nasional. Jika kondisi ini dibiarkan, bukan tidak mungkin kohesi sosial dan ketahanan budaya bangsa akan terpengaruh. Oleh karena itu, penelitian untuk mendiagnosis persoalan dan merevitalisasi kedudukan serta fungsi bahasa Indonesia menjadi sebuah keniscayaan. Era digital membawa tantangan baru dalam pelestarian bahasa Indonesia, terutama terkait dominasi bahasa asing, perubahan pola komunikasi, dan kurangnya sumber daya digital berbasis bahasa Indonesia. Namun, dengan strategi yang tepat seperti penguatan kebijakan, pengembangan teknologi, sosialisasi dan kampanye kesadaran berbahasa, pembentukan komunitas online yang

berfokus pada pelestarian bahasa, edukasi kebahasaan, serta kolaborasi dengan industri, memperbanyak konten lokal dalam bahasa Indonesia, dan melalui promosi bahasa Indonesia di kancah internasional akan membuat bahasa Indonesia dapat tetap bertahan dan berkembang dalam era digital.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Secara keseluruhan, fenomena bahasa asing muncul akibat dominasi bahasa. Pemakaian bahasa asing yang meluas tidak hanya memengaruhi perubahan struktur dan fungsi bahasa, tetapi juga berdampak pada pengikisan identitas nasional sebagai bangsa yang memiliki bahasa pengikat. Ruang publik, baik secara fisik maupun digital, berfungsi sebagai arena krusial yang mencerminkan dan membentuk identitas nasional. Oleh sebab itu, diperlukan kerja sama antara pemerintah, institusi pendidikan, dan masyarakat agar memperkuat pemanfaatan bahasa Indonesia melalui kebijakan yang jelas seperti inisiatif literasi bahasa, dan inovasi berbasis digital. Dengan strategi yang tepat, bahasa Indonesia tidak hanya bisa bertahan, tetapi juga tumbuh sebagai lambang identitas nasional di tengah arus globalisasi. Sebagai langkah lanjutan, diharapkan pemerintah dapat mengoptimalkan fungsi pengawasan dan pembinaan dalam kebahasaan melalui kebijakan regulasi, serta pengenalan yang berkelanjutan mengenai pemakaian bahasa Indonesia sesuai dengan pedoman yang telah ditentukan.

DAFTAR REFERENSI

- Ade Irma, Rasdawita, & Mukhoiyaroh Bambang, S. E. (2026). [*Judul artikel tidak tersedia*], 11.
- Agama, I., Negeri, I., & Ambon, I. (n.d.). *AMAL: Journal of Islamic Economic and Business (JIEB)*, 3(2), 190–199.
- Akhirani, N. H. (2026). Kedudukan dan fungsi bahasa Indonesia sebagai lambang identitas bangsa. 3(2), 44–53.
- Alwi, H., & Sugono, D. (Eds.). (2011). *Politik bahasa*. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.
- Atiyah, S., Labolo, M., & Perdana, B. A. (2025). Tinjauan yuridis terhadap tanggung jawab negara dalam pengawasan penggunaan bahasa asing di ruang publik. *Jurnal Locus: Penelitian & Pengabdian*, 4(10), 10015–10022. <https://doi.org/10.58344/locus.v4i10.4957>
- Bakry, S., & Umar, D. (n.d.). Pemanfaatan metode etnografi dan netnografi dalam penelitian hubungan internasional. *Global dan Strategis*, 15–26. <https://doi.org/10.20473/jgs.11.1.2017.15-26>

- Violita, A. L., Deyo, S., Nanda, S., & Firdaus, D. (2023). Penggunaan bahasa asing pada makanan siap saji: Analisis penggunaan bahasa dan penampilan produk di McDonald's dan Burger King. *9*(16), 62–66.
- Firdaus, S. (2025). Penggunaan bahasa Indonesia oleh generasi muda Malaysia di media sosial dan dampaknya terhadap bahasa Melayu: Sebuah analisis wacana kritis. *Kolaboratif*, *3*(2), 72–83. <https://doi.org/10.26623/kolaboratif.v3i2.12410>
- Gustiana, S. N., Zahwa, R., Nuraeni, E., & Dina, S. R. (2025). Pengaruh bahasa asing terhadap kemurnian bahasa Indonesia. *4*, 5514–5521. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v4i8.20130>
- Hendrastuti, R. (2015). Variasi penggunaan bahasa di ruang publik Surakarta (*The language uses variation at Surakarta public space*). *11*(1), 29–43.
- Saragih, G., & Burhayani, E. (2013). Nilai-nilai dalam hikmat karya Charles Hayden. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, (2).
- Leyli, E., Saragih, L., Purba, N. P., Sitepu, D. B., & Tambun, A. (2025). Bahasa asing sebagai simbol status dalam realita di Indonesia modern. 22–32. <https://doi.org/10.64365/muradik.v1i3.25>
- Humaeroh, L. M., Hendaryan, R., & Hidayat, A. H. (2022). Penggunaan bahasa Indonesia. *Sentra*, *1*(1), 55–60. <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/sentra/index>
- Meylani, I. R., Kurnia, I., Maharani, W. B., & Rahayuningtyas, A. (n.d.). Analisis campur kode dalam novel *Hello Salma*. *6*(1), 91–99.
- Nurhasanah, A. S., Nurwahidah, S. L., & Damayanti, A. D. (2025). Penggunaan bahasa Indonesia pada papan nama/baliho di Kota Garut. *10*, 253–262.
- Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia*. (2025). *Dialektika: Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia*, *5*(1), 110–119.
- Priscilia, A., Kusmana, A., Bambang, S. E. M., Purba, A., et al. (2025). Pengaruh penggunaan bahasa gaul pada media sosial terhadap penggunaan bahasa Indonesia. *8*(2), 1903–1913. <https://doi.org/10.36277/basataka.v8i2.1216>
- Safira, Z. S., Rustanto, F. A., Mahardika, M. X., & Anggraeni, N. D. (2024). BISA – Jurnal Pendidikan Bahasa dan Ilmu Sastra. *BISA: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Ilmu Sastra*, *1*(1), 68–74.
- Santoso, I. (2014). Pembelajaran bahasa asing di Indonesia. *14*(1), 1–11. https://doi.org/10.17509/bs_jpbs.v14i1.696
- Setiana, N. (n.d.). Pudarnya pesona bahasa Indonesia di media sosial: Sebuah kajian sosiolinguistik penggunaan bahasa Indonesia. 1–12.
- Silalahi, M. D. (2025). Tantangan dan strategi pelestarian bahasa Indonesia dalam era digital. *4307*(1), 1082–1089.
- Suryadi, S. (2015). Peranan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam kegiatan pembelajaran dan perkembangan dunia pendidikan. *3*(3). <https://doi.org/10.36987/informatika.v3i3.219>
- Widyawati, E. A., Suryanata, F. A., & Sitanggang, I. (2025). Eksistensi bahasa Indonesia di era globalisasi dan digitalisasi: Kajian sosiolinguistik terhadap penggunaan bahasa oleh mahasiswa Generasi Z. *2*(2), 17–39.

- Wulansari, W. D. (2020). Linguistik lanskap di Bali: Tanda multilingual dalam papan nama ruang publik. 3(2). <https://doi.org/10.24176/kredo.v3i2.4600>
- Yudin, J., Nurjanah, A., & Widiastuti, D. I. (2024). Kesalahan penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik Kecamatan Leuwimunding Kabupaten Majalengka. *Paraduta: Jurnal Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(1), 31–38. <https://doi.org/10.56630/paraduta.v2i1.587>