



**GHÂNCARAN: JURNAL PENDIDIKAN
BAHASA DAN SASTRA INDONESIA**

http://ejournal.iainmadura.ac.id/ghancaran

E-ISSN: 2715-9132; P-ISSN: 2714-8955

DOI 10.19105/ghancaran.v7i1.15962



**Lanskap Linguistik Maya pada Katalog Distro
BetawiBoys dan Sikap Bahasa**

Rafif Aufa Nanda & Frans Asisi Datang

Ilmu Linguistik, Universitas Indonesia, Indonesia

Alamat surel: rafif.aufa11@ui.ac.id

Abstract

Keywords:

Virtual linguistic
landscape;
Language attitude;
Regional language.

Technological development does not limit the linguistic landscape only to the physical landscape, but also the virtual linguistic landscape on internet media, such as social media. Language usage choice is influenced by the language attitude towards a language. This research seeks to observe the language usage and attitude on an online catalogue of Distro *BetawiBoys*, a Batavian culture-themed fashion store. Thirty (30) pictures contain the use of Batavian, Indonesian, and English. This amount consists of 100% of the total data found during the data collection process. The data are analysed by using a mixed-method approach, which is a combination of a quantitative analysis of the language prevalence in the landscape and a qualitative interpretation of the language attitude shown in the landscape. The result shows that the use of Batavian is predominant over other languages that are often deemed to be more prestigious. This shows a positive language attitude towards regional language. Moreover, these findings show an unusual result where most findings in Indonesian linguistic landscapes show the dominance of more prestigious languages.

Abstrak:

Kata Kunci:

Lanskap linguistik
maya;
Sikap bahasa;
Bahasa daerah.

Perkembangan teknologi tidak membatasi lanskap linguistik hanya pada lanskap fisik, tetapi juga lanskap linguistik maya yang terdapat di media internet, seperti media sosial. Pemilihan penggunaan bahasa tersebut dipengaruhi oleh sikap bahasa terhadap suatu bahasa. Penelitian ini bertujuan untuk melihat penggunaan dan sikap bahasa yang terdapat pada sebuah katalog Distro *BetawiBoys*, sebuah distro yang membawakan tema kebetawian. Terdapat 30 gambar yang mengandung penggunaan bahasa Betawi, Indonesia, dan Inggris. Jumlah tersebut merupakan 100% dari jumlah yang didapatkan saat pengambilan data. Data tersebut dianalisis dengan menggunakan pendekatan metode campuran, yang menggabungkan analisis penghitungan prevalensi kata pada lanskap secara kuantitatif dan interpretasi sikap bahasa secara kualitatif pada lanskap. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan bahasa Betawi paling dominan dibandingkan bahasa lainnya yang sering dianggap lebih berprestise. Hal ini menunjukkan sikap positif terhadap bahasa daerah. Selain itu, temuan tersebut menunjukkan hasil yang unik dan tidak seperti pada temuan lanskap linguistik di Indonesia pada umumnya yang biasanya didominasi oleh bahasa dengan prestise lebih tinggi.

Terkirim: 20 November 2024; Revisi: 3 April 2025; Diterbitkan: 9 Juli 2025

©Ghancaran: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Tadris Bahasa Indonesia
Institut Agama Islam Negeri Madura, Indonesia

PENDAHULUAN

Undang-Undang No. 24 tahun 2009 telah mengatur penggunaan bahasa di ruang publik yang menetapkan kewajiban penggunaan bahasa Indonesia di berbagai ranah. Dengan demikian, bahasa Indonesia mendapatkan posisi yang tinggi dalam ruang publik Indonesia. Hal tersebut memberikan prestise yang lebih terhadap bahasa Indonesia daripada bahasa-bahasa lainnya, terutama bahasa daerah, yang dituturkan di Indonesia dan mendorong peralihan bahasa dari bahasa daerah kepada bahasa Indonesia (Tondo, 2009). Lebih spesifik lagi, bahasa Indonesia yang digunakan adalah bahasa Indonesia Jakarta yang mendapatkan pengaruh besar dari beberapa bahasa daerah, seperti bahasa Betawi, sebagai bahasa asli masyarakat Jakarta, dan bahasa Jawa, sebagai bahasa dari kelompok migran terbesar di Jakarta (Kurniawan, 2023; Sneddon, 2003, 2006). Ragam bahasa tersebut tersebar di berbagai wilayah di Indonesia dan juga “dipromosikan” penggunaannya melalui berbagai media yang diakses oleh masyarakat sehari-hari di berbagai daerah (Arka & Yannuar, 2016; Manns, 2014). Meskipun demikian, undang-undang tersebut tidak melarang penggunaan bahasa daerah dan juga bahasa asing dalam beberapa ranah lainnya.

Hal tersebut memberikan pilihan bagi para penutur bahasa untuk mengaplikasikan penggunaan bahasa di ruang publik. Penggunaan bahasa di ruang publik merupakan kajian *linguistic landscape* atau lanskap linguistik (LL) yang mengkaji tentang pemilihan penggunaan bahasa (Bolton, Botha, & Lee, 2020). Pada umumnya, kajian lanskap linguistik dilakukan pada ruang bilingual atau multilingual yang terdapat multilingualisme, ragam bahasa, dan kontak bahasa (Gorter & Cenoz, 2024). Pemilihan bahasa yang digunakan pada lanskap tersebut merefleksikan ideologi bahasa, termasuk sikap bahasa (Garrett, 2010; Holmes & Wilson, 2022; Landry & Bourhis, 1997; Wardhaugh & Fuller, 2015).

Sikap bahasa merupakan sebuah disposisi antara sikap positif atau negatif terhadap suatu bahasa yang memiliki tiga unsur, yaitu kognisi (pandangan terhadap sesuatu), afeksi (perasaan terhadap sesuatu), dan perilaku atau konatif (tindakan nyata terhadap sesuatu) (Garrett, 2010; Holmes & Wilson, 2022). Ketiga unsur tersebut bisa saja tidak bersesuaian (Garrett, 2010; Kircher & Zipp, 2022). Misalnya, Oakes (2010) dalam Kircher & Zipp (2022) menyebutkan bahwa terdapat kasus perbedaan antara aspek kognitif, afektif, dan konatif pada sikap bahasa, yaitu pada pemuda penutur bahasa Prancis di Quebec, Kanada, yang memiliki pandangan dan perasaan positif terhadap bahasa Prancis, tetapi secara praktik lebih menggunakan bahasa Inggris untuk alasan ekonomi.

Adapun sikap bahasa berkaitan pula dengan lanskap linguistik. Lanskap linguistik menunjukkan cara bahasa tersebut digunakan sehingga lanskap linguistik tidak hanya menunjukkan adanya sebuah ideologi tentang suatu bahasa, tetapi juga mengeksekusi ideologi tersebut (Shohamy & Gorter, 2008; Wardhaugh & Fuller, 2015). Dengan demikian, aspek dari sikap bahasa yang dapat terlihat dari penggunaan bahasa pada lanskap linguistik adalah aspek konatif dari sikap bahasa (Garrett, 2010; Holmes & Wilson, 2022).

Seiring dengan perkembangan teknologi, lanskap linguistik tidak lagi hanya sebatas berwujud papan-papan fisik pada ruang publik, tetapi juga ruang maya di internet (Bolton, 2012; Gorter, 2018). Perkembangan teknologi memberikan lanskap linguistik baru pada dunia maya yang dikenal sebagai *virtual linguistic landscape* (VLL) atau lanskap linguistik maya. Pada dasarnya, lanskap linguistik maya sama seperti lanskap pada dunia nyata yang terdapat pemilihan penggunaan bahasa untuk berkomunikasi dengan sasarannya (Ivkovic, 2012; Ivkovic & Lotherington, 2009). Hanya saja, lanskap linguistik maya merupakan lanskap linguistik yang dimediasi oleh teknologi informasi. Secara garis besar, lanskap linguistik maya dapat dimediasi oleh Web 1.0 atau Web 2.0 (Ivkovic & Lotherington, 2009). Perbedaannya hanya terletak pada arah komunikasi pesan yang disampaikan. Web 1.0 cenderung lebih statis dan tidak memungkinkan adanya interaksi dengan pengguna lain, sedangkan Web 2.0, seperti media sosial pada umumnya, memungkinkan interaksi dengan orang lain (Ivkovic, 2012; Lehmann, 2023).

Penelitian lanskap linguistik 'konvensional' sudah banyak dilakukan di berbagai belahan dunia seperti yang dilakukan oleh Hires-László (2019), Plautz, Hasenauer, Jelen, Čede, & Steinicke (2022), dan Yothinsirikul (2022). Kebanyakan dari penelitian tersebut memiliki hasil dominasi bahasa resmi dibandingkan bahasa regional. Bahkan dalam beberapa kasus, bahasa Inggris—yang di beberapa negara tidak menjadi bahasa resmi atau bahasa sehari-hari—juga cukup terlihat dalam lanskap. Fenomena seperti ini memang umum ditemukan di berbagai belahan dunia (Gorter & Cenoz, 2024). Dalam beberapa kasus, bahasa Inggris justru lebih dominan daripada bahasa setempat (Karpava, 2024). Meskipun demikian, terdapat kasus lanskap linguistik yang menampilkan bahasa daerah dengan cukup dominan di samping bahasa resmi seperti penggunaan bahasa Sardinia (Italia) sebagai bahasa daerah dalam lanskap pada penelitian yang dilakukan oleh Mura (2023).

Hal tersebut juga terjadi di beberapa wilayah di Indonesia seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Indarti (2018), Andriyanti (2019), Da Silva, Tjung, Wijayanti, & Suwartono (2021), Foster & Welsh (2021), Purnanto, Yustanto, Ginanjar, & Ardhian

(2022), dan Sakhiyya & Martin-Anatias (2023). Dapat dipahami bahwa dominasi bahasa Indonesia memang tidak lain juga merupakan dampak dari undang-undang yang hanya menjadikan bahasa Indonesia sebagai satu-satunya bahasa resmi yang digunakan dalam berbagai ranah. Perlu dicatat bahwa meskipun penggunaan bahasa daerah pada ruang publik tidak dilarang menurut undang-undang, penggunaan bahasa daerah pada lanskap linguistik masih terbilang sedikit, bahkan lebih sedikit daripada penggunaan bahasa Inggris, yang bukan merupakan bahasa resmi atau bahasa kerja yang diatur oleh undang-undang. Bahkan dalam beberapa lanskap pada tempat-tempat turistik, seperti di Labuan Bajo dan Aceh, penggunaan bahasa asing (terutama bahasa Inggris) lebih dominan daripada bahasa Indonesia dan daerah (Datang, 2023; Sari, Yusuf, Putri, Usman, & Qismullah, 2024).

Selain itu, terdapat pula beberapa penelitian yang berusaha mencari keterkaitan antara lanskap linguistik dan sikap bahasa. Pada umumnya, penelitian-penelitian tersebut lebih terfokus kepada sikap bahasa dari pembaca tanda terhadap lanskap linguistik. Misalnya, Weyers (2021) melakukan penelitian sikap bahasa kepada pembaca tanda lanskap di Kolombia dalam hal penggunaan pronomina orang kedua *tú* (pronomina “berprestise”) dan *vos* (pronomina yang digunakan sehari-hari) dengan hasil sikap positif dari pembaca tanda terhadap tanda dengan pronomina *vos*. Selain itu, Leimgruber & Fernández-Mallat (2021) melakukan penelitian sikap bahasa dari para penutur bahasa Inggris, Prancis, dan bilingual di Quebec, Kanada terhadap tanda berbahasa Inggris dan Prancis dengan hasil adanya ketidaksesuaian antara aspek kognitif, afektif, dan konatif. Sementara itu, Syahid (2023) melakukan penelitian terhadap sikap bahasa dari pembaca tanda di *Little Tokyo*, Blok M, Jakarta dengan hasil adanya kesesuaian antara prevalensi bahasa pada tanda dalam lanskap dan juga sikap positif terhadap bahasa yang dominan—dalam hal ini bahasa Jepang.

Adapun penelitian lanskap linguistik maya hingga saat ini masih terbilang relatif belum banyak. Bentuk media lanskap maya yang diteliti juga beragam. Almoaily (2019) melakukan penelitian nama-nama merek dagang yang tercantum dalam situs perdagangan di Arab Saudi dengan dominasi nama monolingual berbahasa Inggris. Adapun Zakiyah, Susylowati, & Shabrina (2024) menggunakan tangkapan lanskap dunia nyata pada *Google Street View* sebagai lanskap linguistik yang dimediasi oleh dunia maya dengan hasil yang menunjukkan dominasi bahasa Indonesia. Selain itu, Fitriawati & Datang (2023) menggunakan laman Subreddit *r/Indonesia* sebagai lanskap linguistik maya dan mendapati hasil penggunaan bahasa Inggris yang paling dominan, meskipun anggota komunitas tersebut mayoritas adalah orang Indonesia. Kendati beragamnya

media yang dapat dijadikan sebagai lanskap linguistik maya, seperti yang telah disebutkan sebelumnya, semua yang ada di dunia maya dan menampilkan penggunaan bahasa di ruang publik merupakan lanskap pula yang dapat diteliti.

Penelitian ini berfokus pada lanskap linguistik maya yang terdapat pada akun katalog resmi Distro Betawi Boys @betawiboys_katalog. Distro Betawi Boys merupakan salah satu usaha distro yang menawarkan produk berupa kaus santai dengan desain yang mengikuti perkembangan tren dan diwarnai corak kebetawian. Akun tersebut menampilkan produk katalog baju yang memiliki penggunaan bahasa pada setiap desain bajunya.

Perbedaan mendasar penelitian ini dengan penelitian lanskap linguistik pada umumnya adalah media yang menjadi lanskap tersebut, yaitu unggahan media sosial *Instagram*. Selain perbedaan media, penelitian ini juga berusaha melihat sikap bahasa secara konatif yang terdapat pada katalog tersebut. Sebagaimana telah disinggung sebelumnya, lanskap linguistik juga memuat ideologi terhadap bahasa, termasuk sikap bahasa. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (a) penggunaan bahasa-bahasa yang digunakan dalam produk katalog dan (b) sikap bahasa secara konatif yang terpampang pada lanskap. Dengan demikian, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan gambaran ada atau tidaknya kecenderungan penggunaan bahasa resmi atau bahasa berprestise lainnya seperti kasus pada umumnya atau justru penggunaan bahasa daerah sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran tentang pentingnya pemertahanan bahasa daerah dalam berbagai media.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan metode campuran yang menggabungkan antara analisis kuantitatif dan analisis kualitatif (Creswell & Creswell, 2022; Leedy & Ormrod, 2020). Analisis kuantitatif dalam penelitian ini, sebagaimana dalam penelitian lanskap pada umumnya, digunakan untuk menghitung prevalensi bahasa yang terdapat pada lanskap (Landry & Bourhis, 1997). Adapun lanskap linguistik memuat ideologi terhadap bahasa, termasuk sikap bahasa (Garrett, 2010; Wardhaugh & Fuller, 2015). Sikap bahasa terbagi ke dalam tiga aspek, yaitu kognitif, afektif, dan perilaku atau konatif, yang tidak selalu bersesuaian (Garrett, 2010; Holmes & Wilson, 2022; Kircher & Zipp, 2022). Adapun sikap bahasa yang dapat terpampang dari lanskap tersebut merupakan wujud dari perilaku atau perwujudan nyata sikap bahasa secara konatif. Sementara itu, analisis kualitatif yang menggunakan penafsiran terhadap data tersebut digunakan untuk menganalisis sikap bahasa.

Penelitian sikap bahasa melalui lanskap, yang berfokus kepada *content analysis*, merupakan salah satu bentuk dari pendekatan *societal treatment* dalam meneliti sikap bahasa (Garrett, 2010; Kircher & Zipp, 2022).

Adapun data yang dikumpulkan diambil dari akun katalog resmi Instagram Distro Betawi Boys, sebuah distro yang berpusat di Pondok Aren, Tangerang Selatan, *@betawiboys_katalog*. Jumlah keseluruhan baju yang ditampilkan ada sebanyak 30 baju (hingga 23 Desember 2021). Jumlah ini merupakan jumlah seluruh data yang didapatkan pada saat pengambilan data sehingga telah mencakup 100% dari data yang ada. Masing-masing tangkapan layar produk diberi label 1–30. Analisis hanya berfokus pada penggunaan bahasa pada lanskap yang berupa desain utama pada gambar produk baju.¹ Beberapa baju juga memiliki tulisan yang sama dengan bentuk baju yang berbeda. Dalam hal ini, baju akan tetap diberi label yang berbeda. Data akan dikelompokkan ke dalam baju monolingual, bilingual, dan multilingual seperti pada Karpava (2024) dan Sari dkk. (2024). Perhitungan jumlah kata yang muncul di setiap bahasa juga dilakukan seperti yang dilakukan dalam Foster & Welsh (2021). Hanya saja, penelitian ini juga menambahkan penghitungan berdasarkan pengelompokan kelas kata yang dilakukan secara manual dan dengan klasifikasi kelas kata menurut kedudukan atau fungsinya di dalam teks.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan bahasa di ruang publik merupakan kajian lanskap linguistik (LL) yang mengkaji tentang pemilihan penggunaan bahasa (Bolton dkk., 2020). Adapun lanskap linguistik maya pada dasarnya tidak berbeda dengan lanskap linguistik “konvensional” yang sama-sama menampilkan penggunaan bahasa di ruang publik. Hanya saja, perbedaan mendasar di antara keduanya adalah media yang memediasi lanskap tersebut. Dengan demikian, pengertian ‘lanskap’ tidak lagi hanya merujuk kepada lanskap fisik, tetapi juga lanskap maya (Bolton, 2012; Gorter, 2018; Jones & Osborne, 2020). Instagram sebagai sosial media merupakan salah satu ‘ruang publik’ di dunia maya yang juga memiliki lanskap linguistik.

Penelitian ini berfokus pada penggunaan bahasa yang terdapat pada akun katalog baju resmi Distro *BetawiBoys*. Bahasa yang ditemukan pada lanskap tersebut adalah bahasa Betawi, bahasa Indonesia, dan bahasa Inggris. Seperti sudah disinggung sebelumnya, bahasa Indonesia merupakan satu-satunya bahasa resmi di Indonesia yang

ditetapkan oleh undang-undang untuk digunakan pada berbagai bidang tanpa melarang penggunaan bahasa selainnya pada ruang publik untuk keperluan tertentu.

Adapun bahasa Betawi merupakan bahasa ibu bagi etnis Betawi yang mendiami wilayah Jakarta dan sekitarnya (Jabodetabek). Bahasa Betawi berangkat dari ragam bahasa Melayu Pasar yang dituturkan di Kota Betawi sejak zaman kolonial dan mendapatkan berbagai pengaruh dari etnis-etnis yang menjadi unsur pembentuknya seperti bahasa Jawa, Sunda, Bali, Arab, Tionghoa, Belanda, dan Portugis. Bahasa ini sering kali dianggap sebagai bahasa dengan prestise rendah (Grijns, 1991; Knörr, 2014; Muhadjir, 2000; Sneddon, 2003). Meskipun demikian, bahasa ini pada akhirnya memberikan pengaruh yang besar pada bahasa Indonesia sehari-hari yang berangkat dari bahasa Indonesia Jakarta (Sneddon, 2003, 2006).

Para linguist berbeda-beda dalam melakukan pembagian ragam bahasa tersebut. Grijns (1991) membagi bahasa Betawi ke dalam 7 dialek berdasarkan variasi yang digunakan dalam wilayah geografis, yaitu 1) dialek Gunung Sindur, 2) dialek Cengkareng-Grogol Petamburan-Tanah Abang-Kebayoran Baru, 3) dialek Pasar Rebo, 4) dialek Pebayuran, 5) dialek Ciputat, 6) dialek Mauk-Sepatan, dan 7) dialek Kota. Pembagian tersebut dilakukan secara detail dari berbagai aspek, seperti fonologi, morfologi, dan kosakata. Melihat kondisi masyarakat Betawi pada saat ini, batas-batas dialek yang digariskan oleh Grijns makin kabur dengan mobilitas orang Betawi yang tidak lagi mendiami kampung asalnya dan banyak yang bergeser ke daerah lain.

Adapun Muhadjir (2000) membagi bahasa Betawi ke dalam 2 ragam, yaitu 1) ragam Tengahan dan 2) ragam Pinggiran. Salah satu perbedaan mencolok dari ragam-ragam tersebut adalah realisasi pengucapan /a/ pada akhir kata yang menjadi /ɛ/ dalam ragam Tengahan dan /ah/ dalam ragam Pinggiran. Sementara itu, Chaer (2015) membagi bahasa Betawi ke dalam 3 ragam yang juga berkaitan dengan corak kebudayaan, yaitu: 1) ragam Kota, 2) ragam Betawi dekat kota, dan 3) ragam Betawi yang jauh dari Kota. Penelitian ini menggunakan pembagian yang dilakukan oleh Muhadjir (2000) karena pembagian tersebut menggambarkan perbedaan antarragam bahasa Betawi secara garis besar dan jelas. Terlebih lagi, pembagian dialek secara mendetail yang dilakukan oleh Grijns (1991) tidak terlalu tampak pada teks-teks singkat seperti pada lanskap yang menjadi objek penelitian ini sehingga antardialek, sebagaimana yang diklasifikasikan oleh Grijns (1991), tampak samar-samar.

Perhitungan Prevalensi Bahasa dan Kelas Kata

Perhitungan kuantitatif dalam penelitian ini berusaha untuk melihat penggunaan bahasa-bahasa apa saja digunakan dalam produk katalog dan prevalensinya. Berdasarkan perhitungan kuantitatif perkata, ada sejumlah 173 kata yang ditemukan dalam 30 baju produk Distro *BetawiBoys* yang merupakan keseluruhan data yang ada pada saat pengambilan data. Adapun sebaran penggunaan kata pada baju sebagai berikut.

	Jumlah Kata	Persentase
Betawi	93	54%
Indonesia	57	33%
Inggris	23	13%
TOTAL	173	100%

Tabel 1. Jumlah Kata pada Baju dan Persentasenya

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa penggunaan kosakata Betawi masih dominan dibandingkan bahasa Indonesia dan bahasa asing, yakni bahasa Inggris. Namun, penggunaan bahasa nasional justru kalah dibandingkan bahasa Inggris. Temuan ini menunjukkan kasus penggunaan bahasa daerah yang tinggi dibandingkan bahasa resmi, tidak seperti temuan dalam penelitian lanskap linguistik di Indonesia pada umumnya, seperti yang dilakukan oleh Indarti (2018), Andriyanti (2019), Da Silva dkk. (2021), Purnanto dkk. (2022), dan Sakhiyya & Martin-Anatias (2023).

Apabila melihat pengategorian berdasarkan jenis penggunaan bahasa pada baju, keseluruhan baju dapat dibagi ke dalam empat kategori, yaitu monolingual berbahasa Betawi, bilingual bahasa Betawi-Inggris, dan multilingual bahasa Betawi-Indonesia-dan Inggris. Berikut adalah tabelnya.

	Jumlah Kata	Persentase
monolingual (Btw.)	14	47%
bilingual (Btw.-Ing.)	11	37%
bilingual (Btw.-Id.)	1	3%
multilingual (Btw.-Id.-Ing.)	4	13%
TOTAL	30	100%

Tabel 2. Jenis Penggunaan Bahasa pada Baju

Melihat pada data, baju monolingual bahasa Betawi menjadi kategori baju yang terbanyak dibandingkan dengan kategori lainnya. Dominasi baju monolingual berbahasa Betawi ini selaras dengan jumlah prevalensi kata bahasa Betawi yang dominan di antara seluruh bahasa yang ditemukan pada lanskap. Data tersebut menunjukkan bahwa bahasa Betawi sangat memiliki tempat dalam lanskap tersebut.

Hanya saja, terdapat perbedaan pada bahasa Indonesia dan Inggris. Meskipun jumlah kemunculan kata bahasa Inggris lebih sedikit daripada bahasa Indonesia, persebaran penggunaan kata bahasa Inggris lebih luas yang digunakan pada 11 baju. Penggunaan bahasa Indonesia hanya berkonsentrasi pada 5 baju dengan penggunaan bahasa Indonesia yang paling terlihat dominan hanya pada 1 baju (Baju 23).

Dalam lanskap tersebut, hanya terdapat satu baju dengan penggunaan bahasa Betawi-Indonesia tanpa penggunaan bahasa Inggris. Jumlah tersebut lebih sedikit daripada baju bilingual bahasa Betawi-Inggris tanpa bahasa Indonesia yang ditemukan dalam berbagai baju. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa penggunaan bahasa Indonesia tidak sedominan bahasa Inggris dalam hal frekuensinya muncul dalam berbagai baju.

Berdasarkan penggolongan kelas kata, kata-kata yang ditemukan dalam lanskap tergolong kepada kelas kata *nomina*, *verba*, *pronomina*, *adjektiva*, *adverbia*, *preposisi*, *konjungsi*, *partikel*, dan *interjeksi*. Jika dikelompokkan berdasarkan kelas-kelas kata tersebut, didapatkan data sejumlah:

	Betawi	Indonesia	Inggris	Jumlah	(%)
Nomina	42	20	13	75	43%
Verba	17	9	2	28	16%
Pronomina	6	2	2	10	6%
Adjektiva	8	6	4	18	10%
Adverbia	13	6	0	19	11%
Preposisi	0	8	2	10	6%
Konjungsi	2	6	0	8	5%
Partikel	4	0	0	4	2%
Interjeksi	1	0	0	1	1%
Jumlah	93	57	23	173	100%

Tabel 3. Perhitungan Pengelompokan Kata Berdasarkan Kelas Kata

Berdasarkan tabel tersebut, kelas kata yang paling dominan ditemukan dalam lanskap adalah nomina sebanyak 75 kata (43%). Nomina juga merupakan kelas kata terbanyak yang digunakan dalam semua bahasa yang ditemukan pada lanskap. Adapun kelas kata yang paling sedikit adalah interjeksi yang hanya ditemukan sebanyak 1 kali (0,5%) dan hanya pada bahasa Betawi saja.

Baju Monolingual Berbahasa Betawi

Seperti telah dipaparkan dalam data, baju monolingual berbahasa Betawi memiliki jumlah paling dominan, yaitu sebanyak 14 baju. Dari seluruh baju tersebut, di bawah ini hanya akan ditampilkan secara detail beberapa contoh baju yang representatif. Baju-baju monolingual didominasi oleh penggunaan bahasa Betawi. Adapun bahasa Betawi yang digunakan secara otentik lebih condong ke arah ragam yang digunakan di wilayah

pinggiran. Hal tersebut disebabkan karena produsen Distro tersebut berasal dari wilayah berbahasa Betawi Pinggiran, yaitu Pondok Aren, Tangerang Selatan. Berikut adalah beberapa contohnya.



Gambar 1. Contoh Baju Monolingual Berbahasa Betawi Pinggiran



Gambar 2. Contoh Baju Monolingual Berbahasa Betawi Pinggiran

Baju pada Gambar 1 bertuliskan “*Doyan ngayab ajag ijig kaga ada juntrungannya*” ‘Suka berkeliaran ke sana-kemari tidak ada tujuannya’. Baik tulisan besar dan kecil digunakan dalam bahasa Betawi. Adapun baju yang di sebelah Gambar 2 bertuliskan “*Bagen bae*” ‘Biarkan saja’. Tulisan pada baju-baju tersebut menggunakan dialek Pinggiran yang ditandai dengan penulisan huruf *-a* di akhir kata (bukan *-e* seperti pada ragam Kota) dan juga penggunaan kata-kata yang khas digunakan pada dialek Pinggiran, seperti *bagen* ‘biarkan’ dan *bae* ‘saja’.

Meskipun ragam bahasa Betawi yang digunakan merupakan ragam Pinggiran, ada kalanya pembuat tanda mencampurkan ragam Kota yang merupakan stereotipe yang diidentikkan dengan kekhasan bahasa Betawi (Grijns, 1991). Dengan demikian, penggunaan bahasa Betawi Kota dalam hal ini untuk menyasar pasar yang lebih familier dengan stereotipe dialek Kota sebagai bahasa Betawi. Salah satu ciri yang tampak adalah penulisan *-e* di akhir kata yang menjadi ciri khas dialek Kota (Grijns, 1991; Muhadjir, 2000).



Gambar 3. Contoh Baju Monolingual Berbahasa Betawi Kota



Gambar 4. Contoh Baju Monolingual Berbahasa Betawi Kota

Kedua baju di atas menggunakan (atau setidaknya bercampur dengan) dialek Kota. Pada baju yang ada di sebelah kiri, terdapat tulisan “*Betawi punye gaye*” ‘gaya Betawi’ yang ditulis dengan cara ragam Kota (yang ditandai dengan penulisan *-e* di akhir kata). Adapun baju yang ada di sebelah kanan merupakan percampuran antara ragam Pinggiran (ditandai pada penulisan *budaya*, bukan *budaye*) dan dialek Kota (dengan penggunaan kata *gue*, alih-alih *gua*).

Selain itu, terdapat baju yang menggunakan permainan huruf untuk menunjukkan bahasa Betawi dengan ragam Kota.



Gambar 5. Contoh Baju Monolingual Berbahasa Betawi Kota Dengan Penyingkatan Huruf

Pada baju tersebut, terdapat tulisan “*AP KT ENTE AJE*” yang ditulis dengan menggunakan dialek kota. Penulisan *AP KT* bukan hanya sekadar penyingkatan atau pembuangan huruf saja, melainkan juga merepresentasikan dialek kota. Penyingkatan

tersebut merupakan “permainan ortografis” yang merepresentasikan huruf-huruf yang apabila dieja menjadi *a-pe ka-te*, sehingga membentuk frasa *ape kate*.

Terdapat pula satu kasus unik yang menampilkan pantun khas Betawi.



Gambar 6. Contoh Baju Monolingual Berbahasa Betawi Dengan Teks Pantun

Pada baju tersebut, terdapat pantun yang bertuliskan “*Es kemong pake roti // kalo ngomong ati-ati*” (‘Es kemung dengan roti // hati-hati jika berbicara’). Penggunaan bahasa Betawi dalam kasus ini tidak hanya sekadar menampilkan bahasa Betawi, tetapi juga menampilkan tradisi Betawi dalam bentuk pantun.

Baju Bilingual Berbahasa Betawi dan Inggris

Baju dengan kombinasi bilingual Betawi-Inggris menempati urutan kedua terbanyak dari seluruh data, yaitu sebanyak 10 baju. Dapat dipahami bahwa penggunaan bahasa Inggris, sebagai *lingua franca* internasional dalam dunia modern ini, menunjukkan kesan kemodernan sehingga meskipun tidak semua orang Indonesia berbahasa Inggris, setidaknya banyak dari masyarakat Indonesia yang sudah terpapar dengan kehadiran bahasa Inggris dalam dunia modern. Selain itu, bahasa Inggris juga memiliki prestise yang cukup tinggi di Indonesia (Zein, 2019). Berikut adalah contoh penggunaan bahasa dalam baju bilingual Betawi-Inggris.



Gambar 7. Contoh Baju Bilingual Bahasa Betawi dan Inggris



Gambar 8. Contoh Baju Bilingual Bahasa Betawi dan Inggris (Tampak Seperti Bahasa Indonesia)

Baju pada Gambar 7 bertuliskan “*Made in Betawi*” (‘Dibuat di Betawi’). Konstruksi ini merupakan konstruksi bahasa Inggris dan juga beberapa kosakata bahasa Inggris yaitu *made* ‘dibuat’ dan *in* ‘di’. Sementara itu, kata *Betawi*—karena di sini bermakna tempat dengan ditandai adanya preposisi ‘di’ sebelumnya—tetap dipertahankan dalam bahasa Betawi dan tidak diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris sebagai *Batavia*.

Sementara itu, Gambar 8 memiliki kasus yang unik, yaitu menggunakan permainan kata dan warna. Secara umum, kalimat tersebut bertuliskan “*Betawi is me*” (‘Betawi adalah aku’). Jika dibaca seperti ini, maka jelas ini merupakan konstruksi bahasa Inggris dengan menggunakan kosakata bahasa Inggris *is* ‘adalah’ dan *me* ‘saya’ serta kosakata Betawi *Betawi*. Namun, ketiga kata tersebut dirangkai dengan berdekatan sehingga seakan-akan terlihat sebagai satu kata bahasa Indonesia, yaitu ‘betawiisme’. Baju ini dimasukkan ke dalam kategori baju bilingual Betawi Inggris, bukan bahasa Indonesia, dengan memperhatikan intensi yang dimiliki oleh pembuat tanda dan ditandai dengan permainan warna (oranye-putih) sehingga terbagi menjadi tiga kata tersebut.

Selain itu, terdapat pula baju berbahasa Betawi dan Inggris dengan penggunaan bahasa Betawi yang menonjol seperti pada gambar berikut.



Gambar 9. Contoh Baju Bilingual Bahasa Betawi dan Inggris (Dengan Bahasa Betawi Yang Menonjol)

Pada gambar baju tersebut, penggunaan bahasa Betawi sangat menonjol dari segi ukuran tulisan, yaitu “KAGA DANTA” (‘tidak jelas’). Penggunaan bahasa Inggris hanya sekilas pada kata *BOYS* di bawah dengan ukuran teks yang lebih kecil.

Baju Bilingual Berbahasa Betawi dan Indonesia

Baju dengan kombinasi bilingual Betawi-Indonesia hanya terdapat pada 1 baju saja. Kombinasi tersebut merupakan yang paling sedikit dibandingkan dengan kombinasi bahasa lainnya. Gambar 10 bertuliskan “*Kongres Kongkow kaga beres-beres*” (‘Kongres – berbicara tidak kunjung selesai’). Pada gambar ini, penggunaan bahasa Indonesia hanya pada kata ‘KONGRES’. Meskipun demikian, kata ‘kongres’ di sini sebenarnya merupakan keratabasa untuk frasa “*KONGKOW KAGA BERES-BERES*”, bukan kata ‘kongres’ dengan makna sebenarnya. Namun, kata tersebut digolongkan ke dalam bahasa Indonesia karena kata tersebut diintensikan untuk keratabasa dari kata yang memang sudah ada.



Gambar 10. Baju Bilingual Berbahasa Betawi-Indonesia

Meskipun ada penggunaan bahasa Indonesia pada baju ini, penggunaannya tidak dominan. Selain hanya terdapat 1 kata, penggunaannya pun tidak terlalu dominan dari segi tata letaknya, yaitu dengan huruf yang agak kecil, tidak seperti kata bahasa Betawi *kongkow* ‘mengobrol’ yang sangat besar dan jelas.

Baju Multilingual Bahasa Betawi-Indonesia-Inggris

Adapun baju multilingual dengan campuran bahasa Betawi, Inggris, dan Indonesia ditemukan dalam 4 baju.



Gambar 11. Baju Multilingual Berbahasa Betawi, Inggris, Dan Indonesia



Gambar 12. Tampak Dekat

Gambar 11 bertuliskan “*BetawiBoys Modern dengan berbudaya*”. Kata “*BetawiBoys*” di sini memang berasal dari merek dagang. Namun, kata ini dihitung dalam perhitungan lanskap linguistik karena sudah direproduksi ulang menjadi bagian utama dari desain baju. Kata tersebut menggunakan dua kata, satu kata bahasa Betawi *Betawi* dan satu kata bahasa Inggris *Boys*, dengan konstruksi bahasa Inggris. Adapun penggunaan bahasa Indonesia “*MODERN DENGAN BERBUDAYA*” diletakkan dengan ukuran kecil di bawah. Penggunaan bahasa Indonesia di sini berfungsi sebagai slogan. Slogan tersebut juga membuktikan alasan penggunaan bahasa Betawi dan bahasa Inggris, sebagai bahasa yang sering digunakan dalam banyak produk distro tersebut, yaitu bahasa Betawi sebagai bahasa kebudayaan dan bahasa Inggris sebagai bahasa modernitas.

Selain itu, bahasa Indonesia juga digunakan pada teks yang sedikit lebih panjang seperti pada baju berikut.



Gambar 13. Penggunaan Bahasa Indonesia pada Teks yang Lebih Panjang



Gambar 14. Tampak Dekat

Penggunaan bahasa Indonesia pada baju di atas dapat terlihat sebagai bahasa yang digunakan dalam teks-teks naratif dan bukan hanya frasa pendek seperti yang tampak pada penggunaan bahasa Betawi dan bahasa Inggris. Selain teks narasi, terdapat teks $06^{\circ} 10' LS$ $106^{\circ} 49' BT$ yang merupakan titik koordinat lokasi Jakarta (Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, 2021).

Sikap Bahasa dalam Lanskap Linguistik

Dalam ruang multilingualisme, seseorang dapat memiliki sikap bahasa yang merupakan kecenderungan antara sikap positif atau negatif terhadap bahasa (Garrett, 2010). Sikap bahasa dapat dibagi ke dalam tiga unsur, yaitu: kognisi, afeksi, dan perilaku atau konatif (Garrett, 2010; Holmes & Wilson, 2022). Ketiga unsur tersebut tidak selalu bersesuaian (Garrett, 2010; Kircher & Zipp, 2022). Misalnya, pandangan seseorang terhadap bahasa, baik itu positif maupun negatif, dapat memiliki perwujudan penggunaan bahasa yang berbeda.

Penggunaan bahasa di dalam tanda-tanda lanskap memiliki unsur ideologi bahasa, termasuk sikap terhadap bahasa. Eksistensi, prevalensi, dan tata letak dalam lanskap linguistik menunjukkan sikap pembuat tanda terhadap suatu bahasa Landry & Bourhis (1997). Adapun penggunaan bahasa merupakan wujud sikap bahasa secara konatif karena merupakan perilaku atau tindakan yang dilakukan berdasarkan sikap terhadap

suatu bahasa (Garrett, 2010; Holmes & Wilson, 2022). Oleh karena itu, sikap bahasa dapat dilihat dari aksi nyata penggunaan bahasa yang terdapat dalam lanskap, frekuensi, selain dari tata letaknya.

Apabila melihat kepada kebijakan bahasa yang diterapkan di Indonesia, sebagaimana tertera dalam UU No. 24 tahun 2009, bahasa Indonesia merupakan satu-satunya bahasa resmi yang penggunaannya luas dalam berbagai bidang. Dengan demikian, seharusnya, kebijakan bahasa resmi juga memengaruhi pemilihan penggunaan bahasa yang terdapat pada lanskap. Hal ini terlihat dalam banyak kasus lanskap linguistik di Indonesia, seperti pada Da Silva dkk. (2021) dan Foster & Welsh (2021), yang menunjukkan dominasi penggunaan bahasa Indonesia.

Adapun untuk bahasa daerah atau asing lainnya tidak memiliki status resmi di dalam undang-undang. Hingga saat ini, bahasa daerah hanya terfokus digunakan pada ranah percakapan sehari-hari, meskipun ada beberapa bahasa daerah yang memiliki mata pelajaran muatan lokal sekolah di berbagai daerah. Adapun untuk bahasa Betawi, hingga saat ini, belum memiliki tempat dalam mata pelajaran muatan lokal di sekolah. Selain itu, bahasa Inggris sebagai bahasa asing juga menjadi mata pelajaran wajib yang dipelajari di sekolah-sekolah. Namun, prestise bahasa Inggris yang lebih tinggi daripada bahasa daerah menjadi salah satu faktor prevalensi bahasa Inggris yang lebih dominan pada banyak kasus lanskap linguistik (Da Silva, dkk., 2021; Purnanto, dkk., 2022; Sakhiyya & Martin-Anatias, 2023; Sari, dkk., 2024; Zakiyah, dkk., 2024; Zein, 2019). Bahasa daerah pada umumnya hanya sedikit ditemukan dalam lanskap dan jarang sekali dapat berdiri sendiri dalam satu tanda tanpa disertai bahasa lainnya.

Pada lanskap linguistik akun katalog Distro *BetawiBoys*, terdapat kasus yang cukup unik. Bahasa daerah, dalam hal ini bahasa Betawi, yang tidak jarang dianggap sebagai bahasa “rendah” justru sangat prevalen dalam lanskap tersebut, mengalahkan penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Bahkan, baju monolingual dengan hanya menggunakan bahasa Betawi cukup banyak, seperti telah dipaparkan dalam data kuantitatif. Selain itu, tidak terdapat baju dengan bahasa lainnya yang tidak menyertakan bahasa Betawi di dalamnya. Hal ini menunjukkan sikap positif terhadap bahasa Betawi secara konatif.

Penggunaan bahasa Betawi pada lanskap linguistik tersebut pada umumnya diletakkan pada tata letak yang paling dominan dalam baju. Ukuran yang digunakan untuk menuliskan bahasa Betawi biasanya dengan ukuran yang cukup besar.



Gambar 15. Penggunaan Bahasa Betawi dengan Tata Letak yang Dominan



Gambar 16. Penggunaan Bahasa Betawi dengan Tata Letak yang Dominan

Penggunaan bahasa Betawi dengan ukuran yang besar juga menunjukkan adanya penonjolan terhadap bahasa Betawi dibandingkan bahasa-bahasa lainnya. Hal tersebut juga menguatkan sikap positif yang ditunjukkan dengan prevalensi penggunaannya secara kuantitas.

Tidak seperti pada kasus lanskap linguistik di Indonesia pada umumnya yang menampilkan penggunaan bahasa Indonesia secara dominan, bahkan lebih dominan dari bahasa Inggris dan bahasa daerah, lanskap linguistik pada akun katalog Distro *BetawiBoys* justru menampilkan penggunaan bahasa Indonesia yang sedikit. Apabila membandingkan frekuensi kata yang muncul dalam bahasa Indonesia dan Inggris, dalam hal ini frekuensi kata bahasa Indonesia lebih banyak daripada bahasa Inggris. Namun, penggunaan bahasa Indonesia lebih tersentralisasi pada beberapa baju saja, tidak seperti bahasa Inggris yang tersebar dalam banyak baju. Penggunaan bahasa Indonesia pada lanskap umumnya merupakan slogan dan juga teks deskripsi. Sementara itu, penggunaan bahasa Inggris yang paling sering muncul pada desain utama adalah kata “Boys” yang merupakan bagian dari nama merek dagang. Hanya saja, penggunaan tersebut tidak muncul pada semua desain utama baju, meskipun persebarannya cukup banyak. Penggunaan bahasa Inggris pada beberapa baju digunakan untuk menunjukkan kesan modernitas yang merupakan tujuan produksi baju tersebut, yaitu menawarkan

modernitas dengan kebudayaan. Hal tersebut dapat dipahami dari slogan seperti “*MODERN DENGAN BERBUDAYA*” atau “*MODERN BOLEH ASAL JANGAN KEBARAT-BARATAN*”.

SIMPULAN

Pemilihan penggunaan bahasa di ruang publik direfleksikan dengan lanskap linguistik yang juga mengandung makna ideologis penggunaan bahasa. Dalam konteks Indonesia, UU No. 24 tahun 2009 telah mengatur penggunaan bahasa Indonesia di berbagai bidang tanpa pelarangan penggunaan bahasa asing dan bahasa daerah dalam kondisi tertentu. Hal tersebut mempengaruhi eksistensi dan prevalensi penggunaan bahasa Indonesia pada berbagai kasus lanskap linguistik di Indonesia. Bahasa Inggris juga cukup mendominasi lanskap dengan prestisenya dalam dunia modern ini. Adapun bahasa daerah, dalam banyak kasus lanskap linguistik, tidak terlalu dominan digunakan pada lanskap.

Seiring dengan perkembangan dunia maya, internet, terutama media sosial, menjadi sarana penggunaan bahasa. Lanskap yang sebelumnya hanya terdapat pada ruang fisik menjadi hadir pada dunia maya. Oleh karena itu, kajian lanskap linguistik maya diperkenalkan. Dalam beberapa kasus penelitian lanskap linguistik maya, hasilnya pun juga tidak terlalu berbeda dengan banyak penelitian lanskap linguistik “konvensional”, yaitu dominasi bahasa negara dan juga bahasa Inggris.

Lanskap linguistik pada katalog daring produk Distro *BetawiBoys*, yang berusaha mengemas kebudayaan Betawi dengan cara modern, merupakan salah satu kasus yang unik. Terdapat 30 tanda pada lanskap maya yang didapatkan. Jumlah tersebut merupakan 100% dari jumlah data pada saat pengambilan data. Pada lanskap tersebut, bahasa daerah ditampilkan lebih dominan daripada bahasa lainnya yang lebih berprestise, seperti bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Prevalensi bahasa daerah pada lanskap tersebut merupakan sikap positif terhadap bahasa Betawi meskipun di masyarakat, bahasa tersebut sering kali dianggap sebagai “bahasa rendah”. Meskipun demikian, penggunaan bahasa Betawi pada lanskap tersebut hanya sebatas ungkapan-ungkapan pendek saja.

Penelitian ini telah berusaha menampilkan lanskap linguistik pada dunia maya dan sikap bahasanya dengan lingkup lanskap yang bertemakan Betawi. Meskipun demikian, penelitian-penelitian dengan data yang lebih banyak dan beragam perlu dilakukan untuk melihat apakah fenomena yang sama juga terjadi pada lanskap linguistik lainnya. Membandingkan dengan penelitian Fitriawati & Datang (2023) pada *platform* yang

berbeda, terdapat perbedaan hasil temuan perbedaan kecenderungan bahasa yang dominan. Hal ini juga bisa menjadi landasan untuk penelitian lanskap linguistik lainnya pada *platform* yang berbeda untuk melihat perbedaan kecenderungan pada suatu *platform* dengan *platform* lainnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Almoaily, M. (2019). Linguistic Choices in the Saudi Entrepreneurial Cyberspace. *International Journal of Applied Linguistics and English Literature*, 8(2), 181–187.
- Andriyanti, E. (2019). Linguistic landscape at Yogyakarta's senior high schools in multilingual context: Patterns and representation. *Indonesian Journal of Applied Linguistics*, 9(1), 85–97.
- Arka, I. W., & Yannuar, N. (2016). On the Morphosyntax and Pragmatics of-in in Colloquial Jakartan Indonesian. *Indonesia & the Malay World*, 44(130), 342–364.
- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. (2021, Agustus 13). Letak Geografis Provinsi DKI Jakarta, 2020.
- Bolton, K. (2012). World Englishes and Linguistic Landscapes. *World Englishes*, 31(1), 30–33.
- Bolton, K., Botha, W., & Lee, S.-L. (2020). Linguistic Landscapes and Language Contact. Dalam *The Handbook of Language Contact*. Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- Chaer, A. (2015). *Betawi Tempo Doeloe: Menelusuri Sejarah Kebudayaan Betawi*. Depok: Masup Jakarta.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (6 ed.). New York: SAGE Publication, Inc.
- Da Silva, A. M., Tjung, Y. N., Wijayanti, S. H., & Suwartono, C. (2021). Language Use and Tourism in Yogyakarta; The Linguistic Landscape of Malioboro. *Wacana*, 22(2), 295–318
- Datang, F. A. (2023). Signage in Public Spaces: Impact of Tourism on the Linguistic Landscape of Labuan Bajo. *International Review of Humanities Studies*, 7(1), 92–107.
- Fitriawati, A., & Datang, F. A. (2023). Indonesian Language Minority in the Virtual Space of Indonesian People Majority: Virtual Linguistic Landscape of Indonesia Subreddit. *Lensa: Kajian Kebahasaan, Kesusastraan, dan Budaya*, 13(2), 169–188.
- Foster, M., & Welsh, A. (2021). English Usage in The Linguistic Landscape of Balikpapan's Main Thoroughfares. *Indonesia & the Malay World*, 49(145), 448–469.
- Garrett, P. (2010). Attitudes to Language. Dalam *Key Topics in Sociolinguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gorter, D., & Cenoz, J. (2024). *A Panorama of Linguistic Landscape Studies*. Bristol: Multilingual Matters.
- Grijns, C. D. (1991). *Jakarta Malay*. Leiden: KITLV Press.
- Hires-László, K. (2019). Linguistic Landscapes in a Western Ukrainian Town. *Corvinus Journal of Sociology & Social Policy*, 10(1), 87–111.
- Holmes, J., & Wilson, N. (2022). *An Introduction to Sociolinguistics* (6 ed.). London: Routledge.
- Indarti, Y. (2018). Linguistic Landscape as a Social Identity Construction of the Public Space: The Case of Batu District. Dalam T. Kerr, B. Ndimande, J. Van der Putten, D. F. Johnson-Mardones, D. Arimbi, & Y. Amalia (Ed.), *Urban Studies: Border and Mobility*. New York: Routledge.
- Ivkovic, D. (2012). *Virtual Linguistic Landscape: A Perspective on Multilingualism in Cyberspace*. Ottawa: Library and Archives Canada.

- Ivkovic, D., & Lotherington, H. (2009). Multilingualism in Cyberspace: Conceptualising the Virtual Linguistic Landscape. *International Journal of Multilingualism*, 6(1), 17–36.
- Jones, P. I., & Osborne, T. (2020). Analysing Virtual Landscapes Using Postmemory. *Social & Cultural Geography*, 21(2), 186–206.
- Karpava, S. (2024). Multilingual Linguistic Landscape of Cyprus. *International Journal of Multilingualism*, 21(2), 823–861.
- Kircher, R., & Zipp, L. (2022). An Introduction to Language Attitudes Research. Dalam R. Kircher & L. Zipp (Ed.), *Research Methods in Language Attitudes*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Knörr, J. (2014). *Creole Identity in Postcolonial Indonesia*. Berghahn Books.
- Kurniawan, F. O. (2023). Variation and Change in Jakarta Indonesian: Evidence from Final Glottals. *Oceanic Linguistics*, 62(2), 267–288.
- Landry, R., & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 23–49.
- Leedy, P. D., & Ormrod, J. E. (2020). *Practical Research: Planning and Design* (12 ed.). Pearson.
- Lehmann, W. (2023). *Social Media Theory and Communications Practice*. New York: Routledge.
- Leimgruber, J. R. E., & Fernández-Mallat, V. (2021). *Language Attitudes and Identity Building in the Linguistic Landscape of Montreal*. 7(1), 406–422.
- Manns, H. (2014). Youth Radio and Colloquial Indonesian in Urban Java. *Indonesia & the Malay World*, 42(122), 43–61.
- Muhadjir. (2000). *Bahasa Betawi: Sejarah dan Perkembangannya*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Mura, P. (2023). Local Languages and the Linguistic Landscape: the Visibility and Role of Sardinian in Town Entry and Street Name Signs. *Sociolinguistica*, 37(2), 257–285.
- Plautz, A.-M., Hasenauer, L., Jelen, I., Čede, P., & Steinicke, E. (2022). Symbolic Ethnicity, Cultural and Linguistic Landscape: Remnants of “Little Europe” in the Valcanale (Northeast Italy). *National Identities*, 24(2), 121–143.
- Purnanto, D., Yustanto, H., Ginanjar, B., & Ardhian, D. (2022). English Operation in Public Space: Linguistic Landscape in Culinary Business of Surakarta, Indonesia. *Journal of Language & Linguistics Studies*, 18(1), 345–360.
- Sakhiyya, Z., & Martin-Anatias, N. (2023). Reviving the Language at Risk: A Social Semiotic Analysis of the Linguistic Landscape of Three Cities in Indonesia. *International Journal of Multilingualism*, 20(2), 290–307.
- Sari, D. F., Yusuf, Y. Q., Putri, V. N., Usman, H., & Qismullah, F. I. (2024). Shop names and Language Culture: a Study of Linguistic Landscape in Aceh’s Tourist Hub. *International Journal of Language Studies*, 18(3), 83–106.
- Shohamy, E., & Gorter, D. (Ed.). (2008). *Linguistic Landscape*. New York: Routledge.
- Sneddon, J. (2003). *The Indonesian Language: its History and Role in Modern Society*. Sydney: UNSW Press.
- Sneddon, J. (2006). *Colloquial Jakartan Indonesian*. Pacific Linguistics, Research School of Pacific and Asian Studies, The Australian National University.
- Syahid, A. (2023). *Sikap Bahasa Pembaca Tanda terhadap Bahasa Jepang dalam Lanskap Linguistik Little Tokyo Blok M*. Depok: Universitas Indonesia.
- Tondo, F. H. (2009). Kepunahan Bahasa-Bahasa Daerah: Faktor Penyebab dan Implikasi Etnolinguistik 1. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 11(2), 277–296.
- Wardhaugh, R., & Fuller, J. M. (2015). *An Introduction to Sociolinguistics* (7 ed.). Wiley Blackwell.
- Weyers, J. R. (2021). Vos and Tú in the Linguistic Landscape: Attitudes Toward Their Use in Medellín, Colombia. *Spanish in Context*, 18(2), 218–236.

- Yothinsirikul, S. (2022). Linguistic Landscape from Business Names in Mueang District, Phayao Province. *Journal of Language & Linguistics Studies*, 18(2), 380–390.
- Zakiyah, F., Susyelowati, E., & Shabrina, K. N. (2024). Language Used in Shop Signs in Kamal, Madura: Virtual Landscape Linguistics Using Google Street View. *E3S Web of Conferences*, 499, 1. EDP Sciences.
- Zein, S. (2019). English, Multilingualism and Globalisation in Indonesia. *English Today*, 35(1), 48–53.