

Campur Kode Selebritas Bilingual Indonesia: Praktik Diskursif dan Negosiasi Norma Berbahasa

Nia Danu Rahmadani^{1*}, Lulu Febya Aqiranisya², Destanita Larasati Azzahra³

^{1,2,3} *Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Indonesia*

*Corresponding email: a310240003@student.ums.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik campur kode pada selebritas bilingual Indonesia sebagai bentuk praktik diskursif serta negosiasi norma berbahasa dalam konteks media digital. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui studi dokumentasi kebijakan kebahasaan dan observasi digital terhadap konten media sosial Agnez Mo, Maudy Ayunda, dan Cinta Laura. Data berupa tuturan yang mengandung campur kode diklasifikasikan ke dalam satuan lingual (kata, frasa, dan klausa), kemudian dianalisis berdasarkan fungsi sosial, konstruksi identitas, dan kecenderungan normatif dalam penggunaan bahasa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik campur kode tidak semata-mata merupakan penyimpangan dari kaidah bahasa baku, melainkan strategi komunikatif yang mencerminkan identitas global, profesionalitas, serta upaya membangun kedekatan dengan audiens. Dalam konteks ini, selebritas bilingual berperan sebagai agen yang secara simultan mereproduksi sekaligus menegosiasikan norma berbahasa di ruang publik digital. Meskipun praktik campur kode cukup dominan, penggunaan Bahasa Indonesia tetap hadir dalam konteks tertentu sebagai penanda identitas nasional, terutama dalam karya, komunikasi formal, dan representasi internasional. Temuan ini juga menunjukkan adanya relasi antara praktik kebahasaan individu dengan kerangka kebijakan kebahasaan yang dikeluarkan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, meskipun implementasinya bersifat dinamis dan kontekstual. Penelitian ini berkontribusi pada kajian sosiopragmatik dengan menempatkan campur kode sebagai praktik diskursif yang tidak hanya mencerminkan perubahan norma berbahasa, tetapi juga memperlihatkan bagaimana aktor publik berperan dalam membentuk dan mendistribusikan ideologi bahasa di era digital.

Kata kunci: campur kode, selebritas bilingual, praktik diskursif, negosiasi norma, media digital.

Abstract

This study aims to analyze code-mixing practices among Indonesian bilingual celebrities as a form of discursive practice and the negotiation of language norms in the context of digital media. A qualitative approach is employed, with data collected through document analysis of language policy and digital observation of social media content from Agnez Mo, Maudy Ayunda, and Cinta Laura. The data, consisting of utterances containing code-mixing, are classified into linguistic units (words, phrases, and clauses) and analyzed based on their social functions, identity construction, and normative tendencies in language use. The findings

indicate that code-mixing is not merely a deviation from standard language norms, but rather a communicative strategy that reflects global identity, professionalism, and efforts to establish closeness with audiences. In this context, bilingual celebrities function as agents who simultaneously reproduce and negotiate language norms in digital public spaces. Although code-mixing is prevalent, the use of Indonesian remains evident in certain contexts as a marker of national identity, particularly in creative works, formal communication, and international representation. The study also reveals a relationship between individual language practices and the framework of language policy issued by the Ministry of Education, Culture, Research, and Technology, although its implementation is dynamic and context-dependent. This research contributes to sociopragmatic studies by positioning code-mixing as a discursive practice that not only reflects shifts in language norms but also demonstrates how public figures play a role in shaping and disseminating language ideologies in the digital era.

Keywords: *code-mixing, bilingual celebrities, discursive practice, norm negotiation, digital media.*

Pendahuluan

Sebagai alat komunikasi yang hidup, bahasa selalu mengalami pemutakhiran bentuk dan makna demi menyesuaikan diri dengan perkembangan masyarakat. Di era digital memberikan dampak positif dalam segi bahasa, seperti meningkatkan kemampuan berbahasa, akses informasi, pendidikan bahasa, dan literasi digital, penting untuk menjaga penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar melalui pendidikan formal, kesadaran akan pentingnya penggunaan bahasa yang tepat, dan program-program yang mempromosikan literasi digital (Kusmanto & Widodo, 2022; Rustan & Ajiegoena, 2023; Santoso & Kusmanto, 2025). Hal ini dikarenakan perkembangan bahasa Indonesia juga berhubungan dengan kemampuan komunikatif penuturnya, kebutuhan fungsi dan tugasnya, serta keperluan penggunaannya (Mardikantoro et al., 2023). Meskipun era digital memberikan dampak positif seperti meningkatnya kemampuan berbahasa dan literasi digital, menjaga penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar melalui pendidikan formal serta kesadaran akan pentingnya ketepatan berbahasa tetap menjadi prioritas utama (Tarihoran et al., 2022).

Fenomena campur kode (*code-mixing*) yang dipraktikkan oleh figur publik bilingual seperti Agnez Mo, Maudy Ayunda, dan Cinta Laura menjadi pusat perhatian karena mencerminkan identitas global sekaligus memberikan pengaruh besar terhadap cara berkomunikasi masyarakat di berbagai platform media sosial (Pujiati et al., 2025). Biasanya, campur kode terlihat dalam situasi yang santai atau informal, namun juga dapat terjadi karena keterbatasan bahasa, di mana ungkapan dalam bahasa tersebut tidak memiliki padanan, sehingga penutur terpaksa menggunakan bahasa lain untuk mendukung satu fungsi komunikasi (Alshehrib & Abdelhalim, 2025).

Munculnya tren bahasa campuran ini sering kali dipicu oleh latar belakang pendidikan internasional dan lingkungan dwibahasa yang kental pada diri para figur publik tersebut. Penggunaan istilah asing sering kali dianggap lebih populer atau

spesifik untuk menyampaikan konteks tertentu, seperti topik karier, pendidikan, hingga pengalaman kerja di industri musik internasional. Penggunaan istilah asing mewakili kelas sosial penggunanya yang berasal dari kalangan atas dengan tingkat ekonomi dan pendidikan yang cukup tinggi (Santoso et al., 2026). Bagi audiens muda urban, gaya bicara ini dianggap sebagai identitas modern yang natural, sehingga praktik campur kode tersebut menyebar secara organik melalui konten podcast, YouTube, dan media sosial. Hal ini menciptakan dinamika baru di mana bahasa Indonesia tetap menjadi fondasi utama, namun bersinggungan erat dengan dialek atau istilah asing dalam komunikasi sehari-hari.

Fokus permasalahan dalam kajian ini diarahkan pada identifikasi karakteristik campur kode yang digunakan ketiga tokoh tersebut, baik sebagai cara mengekspresikan diri secara efektif maupun untuk menyampaikan ide-ide kompleks dengan lebih presisi. Analisis juga mencakup strategi unik mereka dalam membina bahasa Indonesia, seperti upaya menjaga kualitas diksi dalam karya tulis, mengikuti kursus bahasa secara sadar, hingga menggunakan bahasa ibu sebagai simbol nasionalisme yang kuat di panggung internasional. Selain itu, penelitian ini menyoroti bagaimana pemerintah pada tahun 2025 merespons dinamika ini melalui kebijakan resmi seperti Permendikdasmen Nomor 2 Tahun 2025 guna mengawasi penggunaan bahasa di ruang publik dan program-program nasional seperti pemilihan Duta Bahasa untuk memperkuat identitas bangsa.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pola penggunaan bahasa oleh selebritas bilingual sebagai bentuk adaptasi terhadap industri global dan identitas kaum muda urban. Selanjutnya, penelitian ini bermaksud mengidentifikasi langkah nyata para tokoh dalam memperkenalkan bahasa Indonesia ke luar negeri melalui musik, diplomasi intelektual di forum dunia seperti G20, hingga aksi kemanusiaan internasional. Tujuan akhirnya adalah untuk memaparkan sinergi antara strategi individu dan inisiatif pemerintah dalam memperkuat posisi bahasa Indonesia sebagai bahasa ilmu pengetahuan dan alat pemersatu bangsa yang kompetitif di tingkat global.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif-interpretatif untuk menganalisis praktik campur kode sebagai fenomena diskursif dalam media digital. Fokus penelitian diarahkan pada penggunaan bahasa oleh tiga figur publik bilingual Indonesia, yaitu Agnez Mo, Maudy Ayunda, dan Cinta Laura, dengan tujuan mengungkap fungsi sosial, konstruksi identitas, serta negosiasi norma berbahasa dalam praktik komunikasi mereka di ruang publik digital.

Sumber data dalam penelitian ini berupa konten media sosial yang diproduksi oleh ketiga tokoh tersebut, meliputi unggahan video dan tuturan dalam akun Instagram dan YouTube resmi, serta konten wawancara dan podcast yang melibatkan mereka. Data tambahan diperoleh dari pemberitaan media daring dan

dokumen kebijakan kebahasaan yang relevan sebagai konteks analisis, khususnya yang berkaitan dengan posisi Bahasa Indonesia dalam ruang publik dan global.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi digital dan studi dokumentasi. Data berupa tuturan yang mengandung campur kode kemudian dikumpulkan, ditranskripsi, dan diarsipkan secara sistematis. Unit analisis dalam penelitian ini adalah satuan lingual berupa kata, frasa, dan klausa yang menunjukkan praktik campur kode dalam konteks komunikasi digital.

Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan mengidentifikasi pola campur kode, mengklasifikasikannya berdasarkan bentuk linguistik, serta menafsirkan fungsi diskursifnya dalam konteks sosial dan digital. Analisis juga diarahkan untuk melihat bagaimana praktik kebahasaan tersebut merepresentasikan identitas, membangun kedekatan dengan audiens, serta merefleksikan negosiasi antara norma bahasa baku dan praktik bahasa yang lebih fleksibel. Untuk memperkuat interpretasi, temuan dikontekstualisasikan dengan kerangka kebijakan kebahasaan yang dikeluarkan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, tanpa menempatkannya sebagai variabel normatif, melainkan sebagai latar ideologis dalam praktik berbahasa.

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Fenomena Campur Kode

Fenomena campur kode ditemukan pada tiga figur publik bilingual Indonesia, yaitu Cinta Laura, Maudy Ayunda, dan Agnez Mo. Praktik campur kode tersebut muncul dalam berbagai bentuk satuan lingual, yakni kata, frasa, dan klausa. Unsur-unsur bahasa asing tersebut disisipkan ke dalam bahasa Indonesia yang berfungsi sebagai bahasa utama dalam komunikasi. Lebih lanjut, lihat pada tabel 1.

Tabel 1. Bentuk Campur Kode pada Selebritas Bilingual

Tokoh	Bentuk	Contoh	Penjelasan
Cinta Laura	Kata	<i>exactly, relax, college, excited</i>	Digunakan untuk penekanan makna, kebiasaan bilingual, dan topik tertentu
Cinta Laura	Frasa	<i>for sure, top five in the world</i>	Memberikan kepastian dan deskripsi standar global
Cinta Laura	Klausa	<i>you know open up, maximize facilities, I'm doing well</i>	Menjelaskan konsep perilaku dan membangun suasana komunikasi
Maudy Ayunda	Kata	<i>yes, exactly, eventually, personally, basically</i>	Penegasan, penyederhanaan informasi, dan penyampaian opini

Maudy Ayunda	Klausa	<i>hopefully, what's the point, this is my space</i>	Menyampaikan harapan, pertanyaan kritis, dan ekspresi diri
Agnez Mo	Kata/Slang	<i>like even, at home body</i>	Gaya bahasa santai dan adaptasi budaya global
Agnez Mo	Klausa	<i>there's no way, I was at home</i>	Menyampaikan penegasan dan pengalaman pribadi

Analisis terhadap Tabel 1 menunjukkan bahwa bentuk campur kode pada Cinta Laura, Maudy Ayunda, dan Agnez Mo memiliki pola yang beragam, baik dari segi bentuk linguistik maupun fungsi penggunaannya. Pada Cinta Laura, campur kode muncul secara lengkap dalam bentuk kata, frasa, dan klausa, yang menunjukkan tingkat fleksibilitas tinggi dalam berbahasa (Zharkynbekova & Chernyavskaya, 2022). Penggunaan kata seperti *exactly* dan *excited* berfungsi sebagai penegasan makna, sementara frasa seperti *for sure* dan *top five in the world* digunakan untuk memberikan kepastian serta menggambarkan standar global (Darginavičienė & Ignoutaitė, 2020; Gorja, 2021; Sahib et al., 2021; Verheijen & Van Hout, 2022). Adapun pada tingkat klausa, seperti *you know open up* dan *maximize facilities*, campur kode digunakan untuk menjelaskan konsep perilaku sekaligus membangun suasana komunikasi yang lebih santai dan komunikatif.

Pada Maudy Ayunda, bentuk campur kode cenderung lebih terbatas pada kata dan klausa, namun menunjukkan fungsi yang lebih terarah dalam konteks wacana. Penggunaan kata seperti *personally*, *basically*, dan *eventually* menunjukkan upaya penegasan, penyederhanaan informasi, serta penyampaian opini secara lebih sistematis (Gorja, 2021). Sementara itu, klausa seperti *what's the point* dan *this is my space* digunakan untuk mengajukan pertanyaan kritis dan mengekspresikan posisi diri dalam diskusi (Moody & Eslami, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa campur kode pada Maudy Ayunda berfungsi sebagai alat untuk memperkuat struktur argumentasi dan memperjelas gagasan yang disampaikan.

Sementara itu, pada Agnez Mo, campur kode lebih menonjol pada penggunaan kata slang dan klausa yang mencerminkan gaya komunikasi global. Penggunaan bentuk seperti *like even* dan *at home body* menunjukkan kecenderungan penggunaan bahasa santai yang dipengaruhi budaya populer internasional (Almoaily, 2023). Selain itu, klausa seperti *there's no way* dan *I was at home* digunakan untuk menyampaikan penegasan serta pengalaman pribadi secara ekspresif (Bilginer & Rathert, 2026). Secara keseluruhan, perbedaan bentuk dan fungsi campur kode pada ketiga tokoh ini menunjukkan adanya variasi strategi berbahasa yang dipengaruhi oleh latar belakang, konteks komunikasi, dan gaya personal masing-masing.

Strategi Pembinaan Bahasa oleh Selebritas

Untuk memahami secara lebih sistematis strategi pembinaan bahasa yang dilakukan oleh Maudy Ayunda, Cinta Laura, dan Agnez Mo, penelitian ini mengidentifikasi bentuk pendekatan yang digunakan dalam praktik kebahasaan mereka. Analisis ini didasarkan pada variasi strategi yang mencerminkan orientasi literasi, pembelajaran, serta identitas dalam penggunaan Bahasa Indonesia di ruang publik. Pemetaan strategi pembinaan bahasa tersebut disajikan secara ringkas dalam Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Strategi Pembinaan Bahasa oleh Selebritas

Tokoh	Strategi	Bentuk Kegiatan
Maudy Ayunda	Literasi dan komunikasi formal	Penulisan buku, pidato, konten edukatif
Cinta Laura	Konsistensi belajar	Perbaikan penggunaan bahasa Indonesia
Agnez Mo	Identitas dan emosionalitas	Penggunaan bahasa Indonesia dalam interaksi dengan penggemar

Analisis terhadap Tabel 2 menunjukkan bahwa strategi pembinaan bahasa yang dilakukan oleh Maudy Ayunda, Cinta Laura, dan Agnez Mo tidak hanya berbeda pada bentuk kegiatan, tetapi juga mencerminkan orientasi kebahasaan yang beragam dalam praktik komunikasi di ruang publik. Perbedaan ini memperlihatkan bahwa pembinaan Bahasa Indonesia tidak bersifat tunggal, melainkan berlangsung melalui berbagai jalur yang dipengaruhi oleh latar belakang, pengalaman, serta posisi sosial masing-masing tokoh (Dewi, 2024; Nissa et al., 2025; Prayogo & Sholikhati, 2021).

Pada Maudy Ayunda, strategi pembinaan bahasa berorientasi pada penguatan literasi dan komunikasi formal. Hal ini tercermin dalam aktivitas penulisan buku, penyampaian pidato di forum resmi, serta produksi konten edukatif yang menggunakan Bahasa Indonesia secara terstruktur dan sistematis. Pendekatan ini menunjukkan adanya upaya untuk mempertahankan standar kebahasaan dalam konteks formal, sekaligus menyampaikan gagasan secara jelas dan terorganisasi (Rahmawati & Muthi, 2025). Dengan demikian, praktik kebahasaan Maudy Ayunda berfungsi sebagai representasi penggunaan Bahasa Indonesia yang sesuai dengan kaidah, terutama dalam situasi yang menuntut ketepatan dan kejelasan makna.

Sementara itu, Cinta Laura menerapkan strategi pembinaan bahasa melalui konsistensi belajar yang berfokus pada proses perbaikan penggunaan Bahasa Indonesia secara bertahap. Strategi ini terlihat dalam praktik komunikasi di ruang publik, di mana terjadi upaya untuk menyesuaikan struktur kalimat, pilihan kata, dan kelancaran berbahasa. Pendekatan ini menunjukkan bahwa pembinaan bahasa dapat berlangsung sebagai proses individual yang berkelanjutan, bukan hanya melalui aturan formal (Hasnah et al., 2018). Dengan demikian, praktik kebahasaan Cinta

Laura mencerminkan dinamika pembelajaran bahasa yang terus berkembang sesuai dengan kebutuhan komunikasi.

Di sisi lain, Agnez Mo mengedepankan strategi identitas dan emosionalitas dalam pembinaan bahasa. Penggunaan Bahasa Indonesia dalam interaksi dengan penggemar menjadi sarana untuk membangun kedekatan dan mempertahankan hubungan sosial, meskipun berada dalam konteks global. Strategi ini menunjukkan bahwa bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai penanda identitas dan keterikatan emosional (Hariadi et al., 2025). Melalui praktik tersebut, Bahasa Indonesia tetap digunakan dalam ranah nonformal sebagai bagian dari interaksi sehari-hari.

Ketiga strategi tersebut menunjukkan bahwa pembinaan Bahasa Indonesia dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan, baik melalui jalur formal, proses pembelajaran individu, maupun interaksi sosial yang bersifat emosional. Variasi ini memperlihatkan bahwa praktik kebahasaan di ruang publik digital bersifat dinamis dan kontekstual, serta dipengaruhi oleh karakter dan lingkungan komunikasi masing-masing tokoh.

Strategi Memperkenalkan Bahasa Indonesia ke Luar Negeri

Strategi memperkenalkan Bahasa Indonesia ke luar negeri menunjukkan bahwa peran figur publik seperti Agnez Mo, Maudy Ayunda, dan Cinta Laura menjadi semakin signifikan dalam konteks globalisasi bahasa. Masing-masing tokoh memanfaatkan pendekatan yang berbeda, mulai dari media visual-auditori, diplomasi internasional, hingga komunikasi campuran melalui wawancara dan media sosial, yang mencerminkan keragaman strategi internasionalisasi bahasa. Variasi ini menunjukkan bahwa Bahasa Indonesia dapat diperkenalkan secara adaptif melalui berbagai kanal komunikasi global sesuai dengan karakter audiens dan platform yang digunakan.

Tabel 3. Strategi Internasionalisasi Bahasa

Tokoh	Strategi	Bentuk Implementasi
Agnez Mo	Visual dan auditori	Musik, video klip, wawancara internasional
Maudy Ayunda	Diplomasi	Forum internasional seperti G20
Cinta Laura	Komunikasi campuran	Wawancara dan media sosial

Tabel 3 menunjukkan bahwa strategi internasionalisasi Bahasa Indonesia yang dilakukan oleh Agnez Mo, Maudy Ayunda, dan Cinta Laura tidak hanya berbeda pada medium, tetapi juga pada orientasi komunikasi dan target audiens global yang disasar (Ramdhan, 2024). Agnez Mo menggunakan pendekatan visual dan auditori melalui musik, video klip, serta wawancara internasional yang bersifat populer dan lintas budaya (Jansen & Westphal, 2017). Strategi ini memungkinkan Bahasa Indonesia hadir secara implisit dalam produk budaya global, sehingga audiens

internasional terpapar bahasa tersebut tanpa merasa sedang “belajar”, melainkan melalui pengalaman estetis dan hiburan (Machin, 2013). Dengan demikian, bahasa berfungsi sebagai bagian dari soft power budaya yang menyatu dengan industri kreatif.

Berbeda dengan itu, Maudy Ayunda mengedepankan strategi diplomasi bahasa melalui forum internasional seperti G20, yang menempatkan Bahasa Indonesia dalam konteks formal, akademik, dan berwibawa. Penggunaan Bahasa Indonesia dalam forum global tidak hanya menunjukkan identitas nasional, tetapi juga menjadi bentuk legitimasi bahwa bahasa tersebut mampu digunakan dalam diskursus internasional yang serius dan strategis (Audrey et al., 2023). Pendekatan ini memperkuat citra Bahasa Indonesia sebagai bahasa yang memiliki kapasitas intelektual dan diplomatik, sekaligus memperluas pengakuan global terhadap eksistensinya.

Sementara itu, Cinta Laura menerapkan strategi komunikasi campuran melalui penggunaan bilingual dalam wawancara dan media sosial. Strategi ini bersifat adaptif karena mampu menjembatani audiens lokal dan internasional secara simultan, dengan tetap mempertahankan keberadaan Bahasa Indonesia di tengah dominasi bahasa global seperti Inggris (Wulandari et al., 2025). Praktik ini juga mencerminkan fleksibilitas bahasa dalam konteks globalisasi, di mana peralihan kode menjadi sarana efektif untuk memperluas jangkauan komunikasi tanpa kehilangan identitas kebahasaan.

Ketiga strategi tersebut menunjukkan bahwa internasionalisasi Bahasa Indonesia berlangsung melalui pendekatan multimodal yang mencakup ranah hiburan, diplomasi, dan komunikasi digital. Kombinasi ini menegaskan bahwa penyebaran bahasa tidak lagi bersifat linier atau institusional semata, tetapi juga dipengaruhi oleh peran aktor publik yang mampu mengintegrasikan bahasa dalam berbagai konteks global. Dengan demikian, Bahasa Indonesia dapat berkembang sebagai bahasa yang tidak hanya merepresentasikan identitas nasional, tetapi juga memiliki daya saing dan relevansi dalam ekosistem komunikasi internasional yang dinamis.

Upaya Pembinaan oleh Pemerintah

Upaya pembinaan Bahasa Indonesia oleh pemerintah menunjukkan adanya pendekatan yang sistematis dan berlapis dalam menjaga serta mengembangkan fungsi bahasa di ruang publik dan pendidikan. Melalui kebijakan seperti Permendikdasmen No. 2 Tahun 2025, program penguatan di tingkat daerah, hingga melibatkan generasi muda melalui Duta Bahasa Nasional dan gerakan literasi seperti Pesta Literasi Indonesia, pemerintah berupaya mengintegrasikan aspek regulasi, edukasi, dan partisipasi masyarakat dalam satu kerangka pembinaan yang komprehensif. Strategi ini menegaskan bahwa pembinaan bahasa tidak hanya dilakukan melalui aturan formal, tetapi juga melalui gerakan kultural dan literasi

yang mendorong penggunaan Bahasa Indonesia secara baik, benar, dan berdaya guna di berbagai konteks sosial.

Tabel 4. Program Pembinaan Bahasa Tahun 2025

Program	Tujuan	Bentuk Kegiatan
Permendikdasmen No. 2 Tahun 2025	Pengawasan penggunaan bahasa	Regulasi bahasa di ruang publik
Program daerah	Penguatan bahasa di tingkat lokal	Dukungan anggaran dan kegiatan daerah
Duta Bahasa Nasional	Pelibatan generasi muda	Edukasi dan kampanye bahasa
Pesta Literasi Indonesia	Peningkatan literasi	Distribusi buku dan kegiatan literasi

Tabel 4 menunjukkan bahwa upaya pembinaan Bahasa Indonesia oleh pemerintah tidak hanya bersifat administratif, tetapi merepresentasikan desain kebijakan yang berlapis dan berorientasi ekosistem. Regulasi seperti Permendikdasmen No. 2 Tahun 2025 berfungsi sebagai instrumen struktural yang menetapkan norma dan standar penggunaan bahasa di ruang publik, sehingga menciptakan legitimasi sekaligus kontrol terhadap praktik kebahasaan yang semakin beragam di era digital (Kasiyarno & Apriyanto, 2025). Namun, efektivitas regulasi ini sangat bergantung pada implementasi di tingkat daerah, di mana program-program lokal berperan sebagai jembatan antara kebijakan nasional dan realitas sosial-budaya masyarakat. Dukungan anggaran dan kegiatan daerah memungkinkan pembinaan bahasa lebih kontekstual, adaptif terhadap kearifan lokal, serta mampu menjangkau komunitas secara lebih langsung.

Di sisi lain, pelibatan generasi muda melalui Duta Bahasa Nasional menunjukkan adanya pergeseran paradigma dari pendekatan top-down menuju partisipatif, di mana masyarakat—khususnya anak muda—diposisikan sebagai agen aktif dalam produksi dan diseminasi bahasa. Pendekatan ini diperkuat oleh program seperti Pesta Literasi Indonesia yang tidak hanya berfokus pada distribusi buku, tetapi juga membangun budaya literasi melalui aktivitas kolektif, interaksi sosial, dan penguatan ekosistem membaca (Jiang, 2026). Dengan demikian, pembinaan bahasa tidak lagi terbatas pada pengajaran kaidah, tetapi berkembang menjadi gerakan kultural yang mengintegrasikan literasi, identitas, dan praktik komunikasi sehari-hari.

Kombinasi antara regulasi, program daerah, dan gerakan literasi nasional ini mencerminkan strategi multi-level governance dalam pembinaan bahasa, di mana negara berperan sebagai pengarah kebijakan, pemerintah daerah sebagai pelaksana kontekstual, dan masyarakat sebagai penggerak utama. Model ini menunjukkan bahwa keberhasilan pembinaan Bahasa Indonesia sangat ditentukan oleh sinergi antarlevel, keberlanjutan program, serta kemampuan mengadaptasi perubahan

lanskap komunikasi digital (Liu et al., 2024). Dengan pendekatan yang holistik ini, Bahasa Indonesia tidak hanya dipertahankan sebagai simbol nasional, tetapi juga dikembangkan sebagai bahasa yang hidup, relevan, dan kompetitif dalam dinamika global.

Simpulan

Pembinaan dan internasionalisasi Bahasa Indonesia di era digital merupakan proses multidimensional yang melibatkan interaksi antara praktik kebahasaan individu, ekosistem media, dan intervensi kebijakan negara. Praktik yang ditunjukkan oleh Maudy Ayunda, Cinta Laura, dan Agnez Mo memperlihatkan bahwa pembinaan bahasa berlangsung melalui jalur literasi formal, pembelajaran berkelanjutan, serta konstruksi identitas dalam interaksi digital yang bersifat kontekstual dan adaptif. Secara konseptual, temuan ini mengindikasikan bahwa efektivitas pengembangan Bahasa Indonesia tidak hanya bergantung pada pendekatan regulatif, tetapi pada integrasi strategi kultural, partisipatif, dan multimodal yang mampu memperkuat fungsi bahasa sebagai identitas nasional sekaligus meningkatkan daya saingnya dalam lanskap komunikasi global.

Daftar pustaka

- Almoaily, M. (2023). Code-switching functions in online advertisements on Snapchat. *Plos One*, 18(7), e0287478.
- Alshehrib, Y. A., & Abdelhalim, S. M. (2025). Generational shifts in bilingual communication: A comparative study of English-Arabic code-mixing in Saudi Arabia. *International Journal of English Language and Literature Studies*, 14(3), 276–288.
- Audrey, J., Sari, D. S., & Mubarak, K. Z. (2023). Indonesian language diplomacy in the United States of America through the Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) program. *Language, Education and Culture Research*, 3(2), p1.
- Bilginer, H., & Rathert, S. (2026). Translingual practice as a communicative resource in the discourse of foreign language teaching researchers. *International Journal of Applied Linguistics*, 36(1), 148–161.
- Darginavičienė, I., & Ignaitė, I. (2020). Code-switching in the computer-mediated communication. *RUDN Journal of Sociology*, 20(2), 405–415.
- Dewi, R. C. (2024). Implementasi e-learning dalam pembelajaran bahasa Indonesia dan literasi digital. *Anafora: Jurnal Penelitian Mahasiswa Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 4(1), 23–31.
- Goria, E. (2021). Complex items and units in extra-sentential code switching. Spanish and English in Gibraltar. *Journal of Language Contact*, 13(3), 540–572.
- Hariadi, J., Sazali, H., & Amelia, N. (2025). Islam, budaya, dan komunikasi publik: Sinergi pemimpin Aceh dalam meningkatkan partisipasi masyarakat di era digital. *Jurnal Ilmiah Religiosity Entity Humanity (JIREH)*, 7(1), 116–126.

- Hasnah, K., Amin, B., Syakur, A., & Suardi, S. (2018). Peningkatan Hasilbelajar Bahasa Indonesia Melalui Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Numbered Heads Together. *Jurnal Riset Pendidikan Dasar*, 1(1).
- Jansen, L., & Westphal, M. (2017). Rihanna Works Her Multivocal Pop Persona: A Morpho-syntactic and Accent Analysis of Rihanna's Singing Style: Pop culture provides rich data that demonstrate the complex interplay of World Englishes. *English Today*, 33(2), 46–55.
- Jiang, L. (2026). Multilingual youths' digital activism through multimodal composing in the post-pandemic era. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 47(1), 8–24.
- Kasiyarno, K., & Apriyanto, S. (2025). The Influence of Globalisation on the Shift in Local Language and Cultural Identity. *Journal Corner of Education, Linguistics, and Literature*, 4(3), 372–383.
- Kusmanto, H., & Widodo, P. (2022). Positive Politeness Strategies during Online Learning: A Cyberpragmatic Study. *Studies in English Language and Education*, 9(3), 1170–1182. <https://doi.org/10.24815/siele.v9i3.24021>
- Liu, S., Reynolds, B. L., Thomas, N., & Soyoo, A. (2024). The use of digital technologies to develop young children's language and literacy skills: A systematic review. *Sage Open*, 14(1), 21582440241230850.
- Machin, D. (2013). What is multimodal critical discourse studies? *Critical Discourse Studies*, 10(4), 347–355.
- Mardikantoro, H. B., Siroj, M. B., Utami, E. S., & Kurniati, E. (2023). Investigating Indonesian language varieties in social media interactions: Implications to teaching practices. *Indonesian Journal of Applied Linguistics*, 13(2), 306–316.
- Moody, S., & Eslami, Z. R. (2020). Political discourse, code-switching, and ideology. *Russian Journal of Linguistics*, 24(2), 325–343.
- Nissa, M. F., Syaadah, I., Kurniasih, S., Nurlaelah, N., Asyidiq, M. Z., & Julianto, I. R. (2025). Urgensi Literasi Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di Sekolah Dasar. *Jurnal Cahaya Edukasi*, 2(1), 15–18.
- Prayogo, M. M., & Sholikhati, N. I. (2021). Adaptasi Pembelajaran Bahasa Indonesia Pada Masa Pandemi di Sekolah Dasar Penyelenggara Pendidikan Inklusif. *INKLUSI Journal of Disability Studies*, 8(1), 29–42.
- Pujiati, P., Lundeto, A., & Trianto, I. (2025). Representing Arab-Indonesian identity: Language and cultural narratives on social media. *Indonesian Journal of Applied Linguistics*, 14(3), 653–666.
- Rahmawati, A., & Muthi, I. (2025). Penerapan Strategi Pembelajaran Inovatif pada Mata Pembelajaran Bahasa Indonesia untuk Meningkatkan Literasi Siswa SD Kelas 1. *Katalis Pendidikan: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Matematika*, 2(3), 260–271.
- Ramdhan, W. (2024). Bahasa Indonesia sebagai sarana diplomasi budaya di kancah internasional. *Kajian Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi*, 1(4), 166–175.

-
- Rustan, E., & Ajiegoena, A. M. (2023). Code-Mixing and Second Language Acquisition on Social Media by Digital Native Indonesian Children. *Theory & Practice in Language Studies (TPLS)*, 13(1).
- Sahib, H., Hanafiah, W., Aswad, M., Yassi, A. H., & Mashhadi, F. (2021). Syntactic Configuration of Code-Switching between Indonesian and English: Another Perspective on Code-Switching Phenomena. *Education Research International*, 2021(1), 3402485.
- Santoso, T., & Kusmanto, H. (2025). *Kebijakan Pemerintah dalam Pemertabatan Bahasa Indonesia*. CV. Bintang Semesta Media.
- Santoso, T., Kusmanto, H., Kusuma, M. T., & Utami, N. M. (2026). Kebijakan Pemerintah dalam Upaya Pemertabatan Bahasa Indonesia: Strategi Memperkuat Identitas Bangsa. *Disastra: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 8(1), 1–15.
- Tarihoran, N., Fachriyah, E., Tressyalina, S. I. R., & Sumirat, I. R. (2022). The impact of social media on the use of code mixing by generation Z. *Int. J. Interact. Mob. Technol.*, 16(7), 54–69.
- Verheijen, L., & Van Hout, R. (2022). Manifold code-mixing in computer-mediated communication: The use of English in Dutch youths' informal online writing. *Ampersand*, 9, 100091.
- Wulandari, C. E., Hadianti, A. N., & Fhadilathusy, S. M. (2025). Code-Switching in Digital Communication: A Study of Bilingual Language Use in Popular Platforms. *International Journal of Language and Culture*, 3(1), 21–31.
- Zharkynbekova, S. K., & Chernyavskaya, V. E. (2022). Kazakh-Russian bilingual practice: Code-mixing as a resource in communicative interaction. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 13(2), 468–482.