

Lanskap Linguistik di Kawasan Wisata Perkotaan Pecinan Pantai Indah Kapuk 2, Tangerang

Syandhini Siti Fadlikha^{1*}, Ravenza Maverick Aji¹, Fatimah Azzahra Nur Annisa
Soleha¹, Dwi Pita Sari¹, Dewi Yanti¹, Woro Januarti¹, Feri Ansori¹
¹Universitas Al-Azhar Indonesia, Jakarta, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis lanskap linguistik di kawasan Pantai Indah Kapuk 2 (PIK 2), khususnya di area Chinatown Pantjoran. Fokus penelitian meliputi praktik monolingualisme, bilingualisme, dan multilingualisme. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi lapangan dan dokumentasi visual. Sebanyak 38 tanda publik dikumpulkan dan diklasifikasikan berdasarkan kategori bahasa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kategori bilingual mendominasi dengan persentase 65,79%. Kategori ini diikuti oleh monolingual sebesar 18,42% dan multilingual sebesar 15,79%. Kombinasi bahasa Inggris–Mandarin menjadi pasangan paling dominan, diikuti oleh Indonesia–Mandarin. Temuan ini menunjukkan bahwa bahasa tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi. Bahasa juga berperan sebagai instrumen simbolik dan komodifikasi yang memperkuat identitas etnis, integrasi nasional, dan daya tarik komersial kawasan. Bahasa Mandarin merepresentasikan etnisitas Tionghoa, bahasa Inggris mencerminkan citra global, dan bahasa Indonesia berfungsi sebagai regulatif sekaligus integratif. Dengan demikian, lanskap linguistik di PIK 2 mencerminkan interaksi kompleks antara kepentingan lokal, etnis, nasional, dan global. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian linguistik, khususnya lanskap linguistik di kawasan wisata urban multikultural. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi rujukan bagi pengelola kawasan dan pembuat kebijakan dalam menata ruang publik yang sensitif terhadap keberagaman bahasa.

Kata kunci: bilingualisme; identitas bahasa; lanskap linguistik; monolingualisme; multilingualisme

Linguistic Landscape in the Urban Tourism District of PIK 2 Chinatown, Tangerang

This study analyzes the linguistic landscape in Pantai Indah Kapuk 2 (PIK 2), particularly in the Chinatown Pantjoran area. It focuses on the practices of monolingualism, bilingualism, and multilingualism. This research employed a descriptive qualitative approach through field observations and visual documentation. A total of 38 public signs were collected and classified. The findings indicate that bilingual signs dominate at 65.79%, followed by monolingual signs at 18.42% and multilingual signs at 15.79%. The English–Mandarin combination is the most dominant, followed by Indonesian–Mandarin. The results highlight that language functions not only as a communication tool but also as a symbolic and commodified instrument. It reinforces ethnic identity, national integration, and the commercial appeal of the area. Mandarin represents Chinese ethnicity, English reflects global modernity, and Indonesian serves both regulatory and integrative roles. Thus, the linguistic landscape of PIK 2 reflects a complex interaction among local, ethnic, national, and global interests. Theoretically, this study contributes to linguistic landscape studies in multicultural urban tourism areas. Practically, it provides insights for urban planners and policymakers in managing public spaces that consider linguistic diversity.

Keywords: bilingualism; language identity; linguistic landscape; monolingualism; multilingualism

Received: 12th December 2025; Revised: 09th January 2026; Accepted: 28th January 2026; Available online: 15th April 2026; Published regularly: July 2026

Copyright © 2026 Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.
All rights reserved.

*Corresponding author: Syandhini Siti Fadlikha, Universitas Al-Azhar Indonesia, Indonesia
E-mail address: syandhinisf@gmail.com

PENDAHULUAN

Kajian *linguistic landscape* (LL) telah berkembang sejak tahun 1970-an dan memberikan kontribusi penting dalam memahami bagaimana bahasa di ruang publik mencerminkan realitas sosial masyarakat multibahasa (Hult, 2014 dalam Alsaif & Starks 2019). Bahasa hadir dalam berbagai wujud visual, mulai dari papan nama toko, menu makanan, baliho, hingga papan petunjuk arah dan spanduk. Representasi tersebut dikenal sebagai lanskap linguistik, yakni

bentuk visual dan multimodal dari penggunaan bahasa dalam ruang publik tertentu yang menggabungkan unsur tertulis, visual, dan audio. Sejumlah penelitian terdahulu menegaskan bahwa lanskap linguistik memiliki fungsi yang kompleks. Studi Mubarak et al. (2024) di kawasan wisata Lembang, Bandung, misalnya, menemukan bahwa pemilihan bahasa pada papan nama usaha tidak sekadar menjadi sarana komunikasi, tetapi juga berperan sebagai bentuk komodifikasi untuk menarik konsumen. Penelitian Benu et al. (2023) di Kupang memperlihatkan bagaimana komunitas lokal terlibat aktif dalam menegosiasikan, bahkan menolak wacana bahasa di ruang publik, menunjukkan dinamika hubungan antara bahasa, masyarakat, dan kebijakan daerah.

Di luar konteks Indonesia, Costley et.al., (2023) dalam penelitiannya di Zambia menyoroti bagaimana keberagaman etnis menggunakan bahasa publik sebagai sarana ekspresi identitas budaya. Sementara itu, penelitian Rahmawati (2023) menegaskan bahwa lanskap linguistik di Pantai Indah Kapuk 2 (PIK 2) didominasi bahasa Inggris dan Mandarin untuk membangun citra modern sekaligus memperkuat identitas Tionghoa. Abdullah & Wulung (2023) menambahkan bahwa variasi bahasa asing di kawasan wisata umumnya disesuaikan dengan segmen wisatawan, namun penerapannya masih sangat bergantung pada inisiatif pengelola tanpa dukungan kebijakan daerah yang jelas. Dalam konteks global, kajian lanskap linguistik di kawasan wisata urban juga menunjukkan pola dan dinamika yang serupa. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kawasan wisata urban cenderung menampilkan tingkat multilingualisme yang tinggi sebagai respons terhadap mobilitas wisatawan global, dengan bahasa Inggris sering berperan sebagai bahasa dominan dalam tanda publik. Di Seochon Village, Seoul, praktik bilingual dan multilingual yang melibatkan bahasa Inggris mencerminkan kecenderungan global dalam lanskap linguistik pariwisata (Lee & Lee 2025). Selain berfungsi sebagai sarana komunikasi, lanskap linguistik di kawasan wisata mencerminkan dinamika antara pelestarian budaya dan kepentingan ekonomi.

Di Benidorm, Spanyol, koeksistensi bahasa minoritas dan pengaruh pariwisata massal menciptakan ketegangan antara identitas lokal dan kebutuhan ekonomi (Rovira 2025). Sementara itu, di Valencia, perubahan orientasi tanda publik dari warga lokal ke wisatawan menunjukkan dampak ekonomi pariwisata terhadap lanskap linguistik perkotaan (Verdeguer 2025). Penelitian lain menegaskan bahwa lanskap linguistik bersifat dinamis dan terus berkembang seiring transformasi ruang wisata. Di Shuanglang Ancient Town, Tiongkok, nama-nama penginapan merefleksikan perubahan spasial dan temporal akibat meningkatnya arus wisata dan komersialisasi kawasan (Zeng et.al., 2023). Hal serupa terlihat di Mogan Mountain, Tiongkok, di mana lanskap linguistik memadukan gaya asing dan nostalgia untuk membangun citra destinasi dan meningkatkan pengalaman wisatawan (Li dkk., 2024). Lebih lanjut, peran pemerintah dan aktor komersial berpengaruh besar dalam membentuk lanskap linguistik kawasan wisata. Di Anshun, Tiongkok, dominasi bahasa Mandarin dan Inggris pada tanda publik mencerminkan kebijakan yang berorientasi pada pengembangan pariwisata, namun cenderung memarginalkan bahasa etnis minoritas (Peng & Mansor 2021). Di Huelva, Spanyol, komunikasi institusional dalam ruang publik lebih memprioritaskan wisatawan dibandingkan populasi migran, sehingga menegaskan orientasi ekonomi dalam pembentukan lanskap linguistik (Mantis 2024).

PIK 2 di Tangerang merupakan contoh nyata kawasan urban modern yang memperlihatkan kompleksitas lanskap linguistik. Kawasan ini merupakan proyek pengembangan perkotaan berskala besar yang menggabungkan fungsi komersial, residensial, dan pariwisata, serta dikonstruksi sebagai destinasi modern, multikultural, dan kosmopolitan. Salah satu area ikonik di dalamnya adalah *Chinatown Pantjoran*, yang dirancang dengan nuansa budaya Tionghoa melalui arsitektur oriental, dekorasi tradisional, serta dominasi aksara Mandarin (Hanzi) pada papan nama dan berbagai elemen visual. Fenomena monolingualisme,

bilingualisme, dan multilingualisme yang muncul di kawasan ini erat kaitannya dengan karakter demografis komunitas Tionghoa. Seperti dijelaskan Nasution & Ayuningtyas (2020) bahasa merupakan elemen penting dalam mempertahankan identitas etnis Tionghoa, meskipun generasi muda semakin banyak menggunakan Bahasa Indonesia atau Inggris dalam interaksi sehari-hari. Kehadiran Bahasa Inggris pada papan nama publik tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga berfungsi sebagai simbol modernitas dan cosmopolitan (Khazanah et al. 2021). Di sisi lain, Bahasa Indonesia tetap digunakan dalam konteks administratif dan formal, misalnya pada papan toko resmi, spanduk umum, menu makanan, petunjuk jalan, maupun instruksi keselamatan (Prayudhi et.al., 2024).

Selain sebagai sarana komunikasi, keberadaan multilingualisme di PIK 2 juga dapat dipahami sebagai bentuk komodifikasi bahasa. Kholifah et.al., (2021) menegaskan bahwa bahasa tidak hanya memiliki fungsi komunikatif, tetapi juga bernilai sebagai komoditas, terutama dalam strategi branding pariwisata. Hal ini sejalan dengan temuan (Mansoor et.al., 2023) serta Rosendal & Ngabonziza (2022) yang menyatakan bahwa pilihan bahasa di ruang publik sering kali mencerminkan segmentasi pasar, target konsumen, dan ideologi sosial tertentu. Dalam konteks PIK 2, kombinasi bahasa Mandarin, Inggris, dan Indonesia dapat dipahami sebagai strategi visual yang bukan hanya menciptakan kesan inklusif, melainkan juga memperkuat citra komersial dan mendukung kepentingan pariwisata. Meskipun penelitian-penelitian sebelumnya telah menyoroti peran bahasa dalam membentuk lanskap linguistik, masih terdapat sejumlah kesenjangan yang belum terjawab. Sebagian besar kajian menyoroti fungsi komunikasi dan branding secara umum, tetapi belum mengkaji secara komprehensif bagaimana praktik monolingualisme, bilingualisme, dan multilingualisme di PIK 2 khususnya di Chinatown Pantjoran berkaitan dengan strategi komodifikasi bahasa, dinamika sosial, serta konstruksi identitas Tionghoa–Indonesia di ruang urban modern. Dengan kata lain, penelitian terdahulu cenderung membahas aspek komunikasi atau segmentasi pasar secara terpisah, sedangkan penelitian ini berusaha memadukannya dalam satu analisis yang utuh.

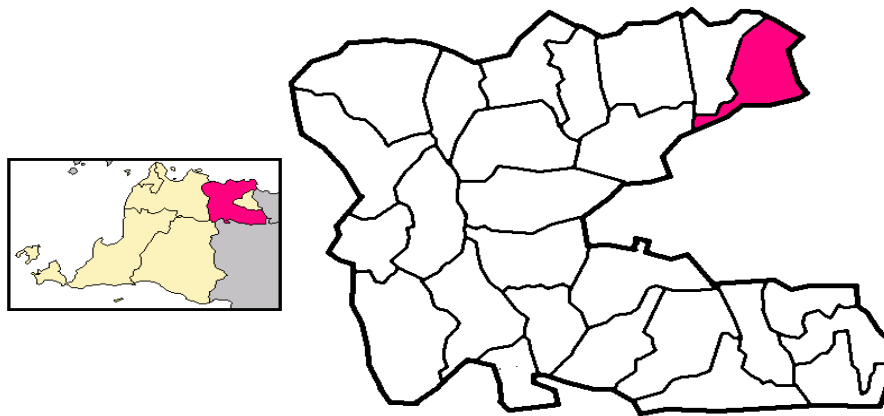
Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada upaya mengintegrasikan analisis pola bahasa dengan perspektif komodifikasi bahasa dan konstruksi identitas Tionghoa–Indonesia dalam konteks wisata urban modern. Penelitian ini tidak hanya memetakan penggunaan bahasa, menafsirkan makna sosial, ideologis, dan ekonomi yang melekat pada tanda linguistik di ruang publik. Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola penggunaan bahasa dalam lanskap linguistik di PIK 2, dengan fokus pada praktik monolingualisme, bilingualisme, dan multilingualisme. Penelitian ini juga berupaya mengungkap bagaimana bahasa digunakan sebagai representasi identitas budaya sekaligus sebagai komoditas dalam strategi branding dan pariwisata. Melalui pendekatan kualitatif dengan observasi lapangan dan dokumentasi visual, studi ini berusaha menjelaskan makna sosial dan ideologis yang tersembunyi di balik tanda-tanda bahasa di ruang publik. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam memperkaya kajian linguistik, khususnya studi lanskap linguistik di kawasan wisata urban multikultural di Indonesia. Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pengelola kawasan, perencana kota, dan pembuat kebijakan dalam menata ruang publik yang sensitif terhadap keberagaman bahasa, identitas budaya, serta kepentingan pariwisata di era globalisasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai kondisi linguistik di ruang publik kawasan Pantai Indah Kapuk 2 (PIK 2). Fokus penelitian diarahkan pada upaya menggambarkan secara alami lanskap linguistik yang muncul di kawasan tersebut. Untuk mencapai tujuan tersebut, data dikumpulkan melalui observasi lapangan secara langsung serta dokumentasi visual berupa

foto, yang kemudian dianalisis secara kualitatif guna menelaah penggunaan bahasa dalam konteks spasial publik. Meskipun menggunakan pendekatan kualitatif, data yang diperoleh dari penanda bahasa di ruang publik juga dikuantifikasi, sehingga analisis menjadi lebih komprehensif dan memberikan gambaran yang utuh terhadap fenomena yang diteliti Mubarak et al. (2024).

Penelitian dilaksanakan pada Juni-Juli 2025. Lokasi penelitian ditetapkan di kawasan PIK 2 yang secara administratif berada di Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Tangerang (2024) jumlah penduduk di Kecamatan Kosambi mencapai 111.705 jiwa. Kawasan ini merupakan wilayah pesisir yang berkembang pesat, terutama pada sektor pariwisata, properti, dan gaya hidup urban. Kondisi demografis yang beragam juga tercermin dari data etnolingual, yang menunjukkan bahwa Bahasa Indonesia digunakan oleh 35% penduduk, Mandarin/Hokkien oleh 30%, bahasa Betawi dan Sunda masing-masing oleh 15%, sementara bahasa asing seperti Inggris dan Korea mencapai 10%, serta bahasa daerah lainnya seperti Jawa, Minang, dan Batak sekitar 5% (Rahmawati, 2023)



Gambar 1. Peta Kecamatan Kosambi, Kabupaten Tangerang, Banten

Tabel 1. Distribusi Tindak Tutur

No	First Language	Persentase (%)
1	Bahasa Indonesia	35%
2	Bahasa Mandarin/Hokkien	30%
3	Bahasa Betawi	15%
4	Bahasa Sunda	15%
5	Bahasa asing lainnya (Inggris, Korea, dan lain-lain)	10%
6	Bahasa daerah lainnya (Jawa, Minang, Batak, dan lain-lain)	5%

Sumber: Rahmawati, 2023

Sumber data dalam penelitian ini adalah tanda-tanda bahasa di ruang publik, meliputi papan nama toko, papan informasi, menu makanan, spanduk, baliho, dan penanda visual lainnya yang ditemukan di kawasan penelitian. Data yang dikumpulkan berupa data visual (foto) dan data tekstual, yang merepresentasikan penggunaan bahasa dalam konteks spasial publik. Dalam pelaksanaan penelitian, penelitian ini dilakukan di titik-titik ruang publik yang telah ditentukan sebelumnya, dengan fokus utama pada area Chinatown Pantjoran sebagai salah satu ikon budaya Tionghoa di PIK 2. Selama proses pengumpulan data, peneliti mendokumentasikan sebanyak 38 penanda publik melalui pengambilan gambar dan pencatatan lapangan. Seluruh materi tersebut digunakan sebagai data utama untuk menganalisis representasi dan pola penggunaan bahasa dalam lanskap linguistik kawasan ini.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan langsung dan dokumentasi visual. Observasi dilakukan secara sistematis pada titik-titik ruang publik yang telah ditentukan sebelumnya, dengan mencatat lokasi, jenis tanda, dan bahasa yang digunakan. Dokumentasi dilakukan dengan cara memotret setiap penanda publik yang relevan, sehingga memungkinkan analisis yang cermat dan dapat ditelusuri kembali. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sebagai pengamat dan penganalisis data. Instrumen pendukung meliputi kamera atau perangkat digital untuk dokumentasi visual serta lembar pencatatan data yang digunakan untuk mengklasifikasikan jenis tanda, bahasa yang digunakan, dan kategori linguistik (monolingual, bilingual, atau multilingual).

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi teknik, yaitu dengan menggabungkan hasil observasi lapangan dan dokumentasi visual. Selain itu, proses klasifikasi data dilakukan secara konsisten berdasarkan kriteria yang jelas dan mengacu pada kerangka teoritis lanskap linguistik yang dikembangkan oleh Backhaus (2006) sehingga meminimalkan subjektivitas peneliti. Analisis data dilakukan dengan mengacu pada kerangka kerja lanskap linguistik yang dikembangkan oleh Backhaus (2006). Proses analisis mencakup dua aspek utama, yaitu identifikasi bahasa yang muncul pada tanda-tanda publik serta pemeriksaan pola kombinasi antarbahasa yang digunakan. Selanjutnya, tanda-tanda publik dikelompokkan ke dalam kategori monolingual, bilingual, dan multilingual. Proporsi kemunculan setiap kategori dihitung untuk mengetahui pola distribusi bahasa di ruang publik, sebelum akhirnya ditelaah lebih jauh mengenai makna sosial dan strategi pemilihan bahasa dalam konteks pariwisata urban. Hasil analisis kemudian disajikan dalam bentuk naratif yang didukung tabel dan visualisasi grafis untuk memperkuat temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

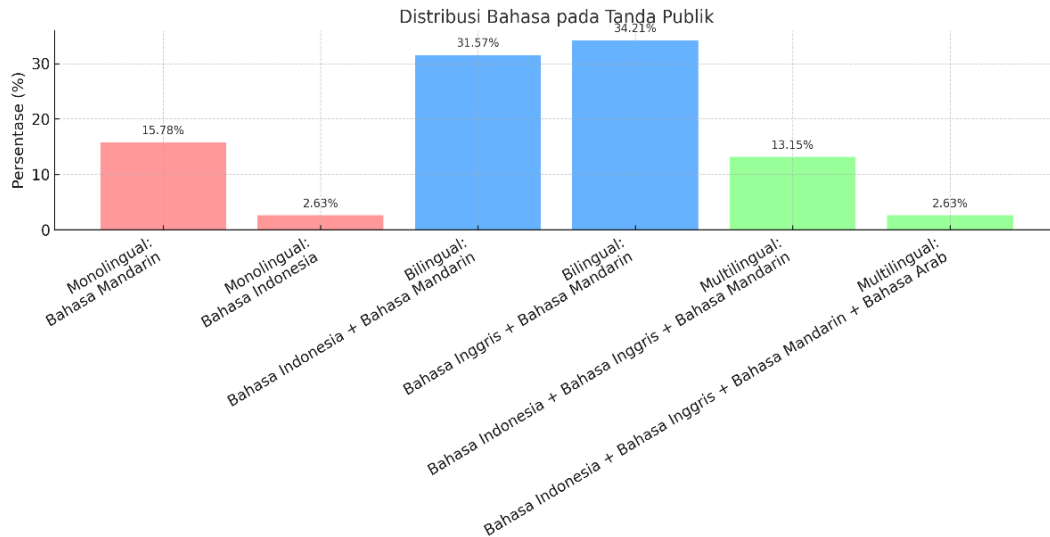
Sebanyak 38 tanda publik yang berhasil didokumentasikan di kawasan Pantai Indah Kapuk 2 (PIK 2) dianalisis untuk mengidentifikasi pola distribusi penggunaan bahasa dalam lanskap linguistik. Seluruh tanda tersebut kemudian diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama, yaitu monolingual, bilingual, dan multilingual. Temuan tersebut kemudian ditampilkan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Pola Penggunaan Distribusi Bahasa

Kategori	Kombinasi Bahasa	Jumlah Tanda Publik	Persentase (%)
Monolingual	Bahasa Mandarin	6	15,78
	Bahasa Indonesia	1	2,63
	Sub-total	7	18,42 %
Bilingual	Bahasa Indonesia+Bahasa Mandarin	12	31,57
	Bahasa Inggris+Bahasa Mandarin	13	34,21
	Sub-total	25	65,79 %
Multilingual	Bahasa Indonesia + Bahasa Inggris + Bahasa Mandarin	5	13,15
	Bahasa Indonesia + Bahasa Inggris + Bahasa Mandarin + Bahasa Arab	1	2,63
	Sub-total	6	15,79 %
	TOTAL	38	100%

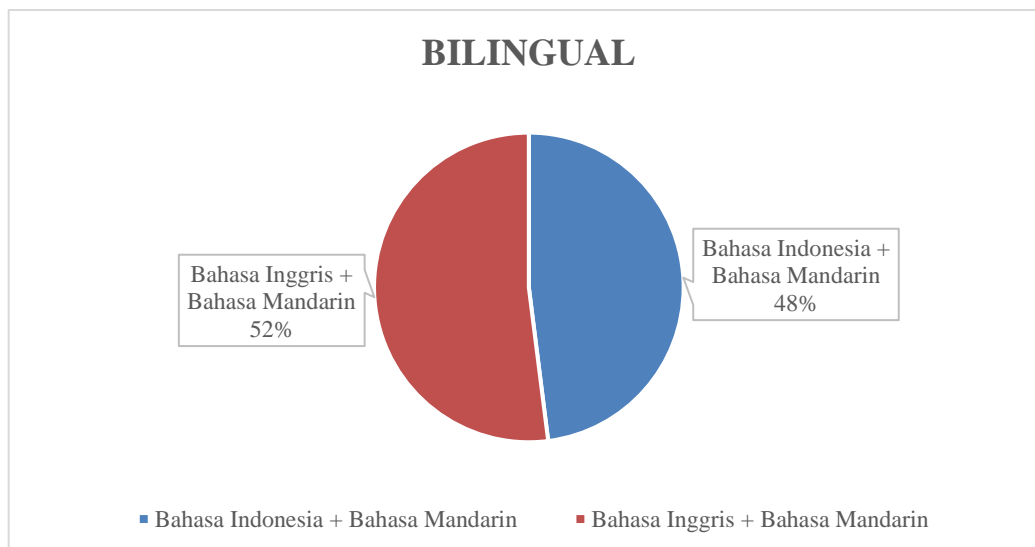
Berdasarkan Tabel 2, tanda publik kategori bilingual merupakan yang paling dominan di kawasan PIK 2, dengan jumlah 25 tanda (65,79%). Kombinasi bahasa yang paling sering digunakan adalah bahasa Inggris dan Mandarin (34,21%), diikuti bahasa Indonesia dan

Mandarin (31,57%). Sementara itu, tanda publik monolingual berjumlah 7 tanda (18,42%), yang sebagian besar menggunakan bahasa Mandarin, sedangkan bahasa Indonesia hanya muncul secara terbatas. Kategori multilingual ditemukan sebanyak 6 tanda (15,79%), dengan kombinasi paling umum berupa bahasa Indonesia, Inggris, dan Mandarin, serta satu tanda yang menyertakan unsur bahasa Arab. Temuan ini memperlihatkan bahwa bilingualisme menjadi strategi komunikasi yang paling umum di ruang publik PIK 2, sedangkan multilingualisme masih digunakan secara terbatas.



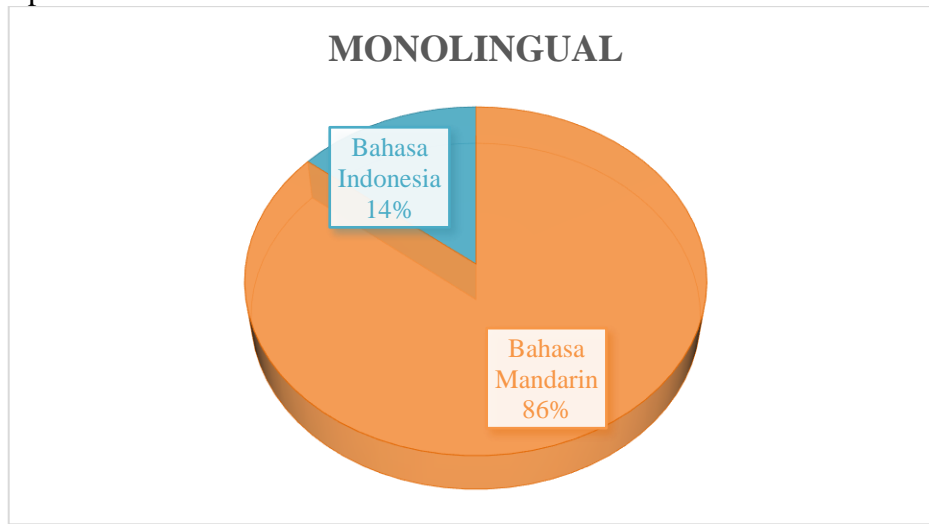
Gambar 2. Distribusi Bahasa LL di PIK 2

Gambar 2 memperlihatkan bahwa tanda publik kategori bilingual mendominasi kawasan PIK 2 dengan persentase 65,79%. Posisi berikutnya ditempati tanda monolingual sebesar 18,42%, sedangkan tanda multilingual berada pada urutan terakhir dengan 15,79%. Dominasi penggunaan dua bahasa pada satu tanda publik mengindikasikan bahwa strategi komunikasi di kawasan tersebut diarahkan untuk menjangkau kelompok masyarakat yang lebih luas secara efisien. Terbatasnya jumlah tanda multibahasa menunjukkan bahwa penggunaan lebih dari dua bahasa belum menjadi kecenderungan umum. Pola ini mencerminkan strategi komunikasi visual yang berorientasi pada efektivitas pesan dan penyesuaian dengan audiens utama di ruang komersial kawasan wisata urban PIK 2. Distribusi ini akan diperinci lebih lanjut pada Gambar 3.

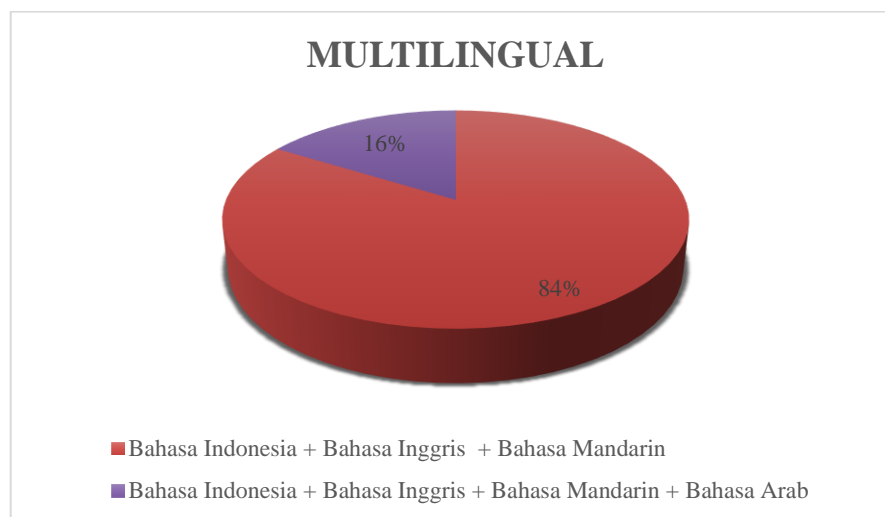


Gambar 3. Tanda publik bilingual di PIK 2

Gambar 3 memperlihatkan distribusi pola bilingual yang terbagi ke dalam tiga kombinasi bahasa. Dari ketiga pola tersebut, kombinasi Bahasa Inggris dan Bahasa Mandarin menempati posisi teratas, diikuti oleh kombinasi Bahasa Indonesia dan Bahasa Mandarin. Temuan ini menegaskan bahwa perpaduan antara Bahasa Inggris dan Bahasa Mandarin tidak hanya memiliki fungsi komunikatif, tetapi juga mengandung nilai simbolik serta komersial dalam konteks Indonesia (Alindra 2023). Dominasi kedua bahasa tersebut semakin terlihat ketika dibandingkan dengan kategori monolingual maupun multilingual, sebagaimana ditampilkan lebih lanjut pada Gambar 4 dan Gambar 5.



Gambar 4. Tanda Publik Bilingual di PIK 2



Gambar 5. Tanda Publik Multilingual di PIK 2

Proporsi penggunaan Bahasa Mandarin dan Bahasa Inggris dalam tanda publik bilingual menempati posisi tertinggi, yaitu tercatat pada 13 dari 38 dokumentasi visual atau sebesar 34,21%. Fenomena ini dapat dipahami karena kawasan wisata urban Pantai Indah Kapuk 2 lebih cenderung memanfaatkan bahasa-bahasa dengan nilai komersial tinggi untuk menarik perhatian pengunjung. Data tersebut memperlihatkan bahwa kombinasi Bahasa Mandarin dan Bahasa Inggris menjadi pasangan bahasa yang paling dominan pada tanda-tanda bilingual,

menegaskan fungsinya sebagai strategi komunikasi visual yang efektif sekaligus bernilai simbolik dalam konteks ruang publik kawasan tersebut.



Data 1



Data 2



Data 3



Data 4

Data 1–4 menunjukkan dominasi bahasa Mandarin dan bahasa Inggris dalam lanskap linguistik kawasan wisata urban dan komersial di PIK 2. Misalnya, papan nama *MUYAN* (沐颜) *BEAUTY* memadukan bahasa Mandarin dan bahasa Inggris, menghadirkan citra modern dan elegan yang berfungsi sebagai strategi pemasaran. Dalam konteks ini, bahasa Mandarin berperan sebagai simbol warisan sekaligus kebanggaan etnik (Wang and Li 2024), sedangkan bahasa Inggris berfungsi menjangkau khalayak yang lebih luas (Khazanah et al. 2021). Demikian pula, restoran *BANTIANYAO GRILLED FISH* (半天妖烤鱼) menggunakan karakter Mandarin dengan transliterasi latin sebagai strategi branding.

Fenomena ini menegaskan bahwa pemilihan bahasa dalam ruang publik tidak hanya sarana komunikasi, melainkan juga instrumen simbolik dan komersial yang memperkuat identitas budaya serta daya tarik usaha (Artawa et al. 2023; Kholifah et.al., 2021); Lestariningsih et al. 2023).



Data 5



Data 6

Data 7

Data 5–7 memperlihatkan penggunaan bahasa Mandarin dan bahasa Indonesia sebagai sarana promosi institusi dan kuliner. Papan nama *Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia* (静思堂), misalnya, merepresentasikan lembaga sosial keagamaan yang berakar pada nilai budaya Tionghoa, dengan bahasa Indonesia digunakan untuk menjangkau masyarakat umum (Nasution & Ayuningtyas 2020) dan bahasa Mandarin menegaskan identitas komunitas (Wang & Li, 2024); Li et al. 2024). Contoh lainnya, restoran *Laoguangdong* (老关东) menekankan otentisitas kuliner timur laut Tiongkok melalui penggunaan karakter Mandarin. Fakta ini mencerminkan pengaruh kuat komunitas Tionghoa di kawasan PIK 2, di mana bahasa berfungsi sebagai simbol etnisitas dan modal ekonomi (Jiao and Singh 2024). Selain itu, penggunaan Bahasa Indonesia mengacu pada Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 (UU RI No. 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan 2009), yang menegaskan perannya sebagai bahasa persatuan sekaligus alat integrasi.



Data 8



Data 9



Data 10

Data 8–10 menggambarkan dinamika sosial dan kultural dalam lanskap linguistik. Restoran *DIN TAI FUNG* (鼎泰豐) memanfaatkan bahasa Mandarin untuk menegaskan identitas budaya Tionghoa, sekaligus strategi pemasaran yang mengkomodifikasi etnisitas dalam ruang komersial (Y. Wang & Li, 2024). Sebaliknya, restoran *Warung Guling Pak Made* menggunakan bahasa Indonesia untuk mempertahankan identitas lokal di tengah dominasi citra modern dan global. Hal ini memperlihatkan bagaimana bahasa di ruang publik berfungsi tidak hanya sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai representasi identitas dan budaya. Lanskap linguistik dapat mencerminkan relasi sosial, budaya, dan kekuasaan di suatu wilayah. Dalam konteks PIK 2, keberagaman bahasa pada papan nama restoran memperlihatkan adanya perpaduan antara budaya lokal dan global.



Data 11



Data 12



Data 13

Data 11–13 menampilkan kombinasi tiga bahasa: Mandarin, Inggris, dan Indonesia. Restoran waralaba *KFC (Kentucky Fried Chicken)* menggunakan bahasa Inggris sebagai merek global, disertai slogan “Jagonya Ayam” dalam bahasa Indonesia untuk menjangkau konsumen lokal, serta penambahan nama dalam bahasa Mandarin (肯德基, *kěn dé jī*) yang memperkuat citra Tionghoa di kawasan tersebut. Sementara itu, papan nama *PT. China Trading Indonesia* menampilkan kombinasi tiga bahasa sebagai representasi perusahaan dengan orientasi bisnis Tiongkok.

Pembahasan

Hasil analisis menunjukkan bahwa tanda publik kategori bilingual mendominasi lanskap linguistik (LL) PIK 2, yaitu sebesar 65,79%. Temuan ini sejalan dengan kecenderungan yang juga ditemukan di berbagai wilayah lain di Indonesia. Misalnya, penelitian di Palembang oleh Putri et al. (2025) menunjukkan bahwa tanda bilingual menjadi kategori paling menonjol dengan persentase 64,57%, melampaui monolingual maupun multilingual. Fenomena ini dipahami sebagai strategi komersial yang bertujuan menjangkau audiens lokal sekaligus global. Hal serupa juga terlihat di Sumenep, di mana museum dan situs budaya menggunakan tanda berbahasa Indonesia–Inggris sebagai bentuk akomodasi bagi pengunjung domestik maupun mancanegara (Diana et al. 2022). Dengan demikian, praktik penggunaan dua bahasa di PIK 2 khususnya kombinasi Inggris–Mandarin dan Indonesia–Mandarin dapat ditafsirkan sebagai strategi universal dalam destinasi wisata urban yang menekankan efisiensi, daya komunikatif, sekaligus fungsi simbolik.

Bahasa Mandarin yang konsisten hadir dalam kategori monolingual, bilingual, maupun multilingual menegaskan peran simboliknya dalam lanskap linguistik PIK 2. Kehadiran bahasa ini tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai representasi identitas dan modal kultural. Studi di Canggu, Bali, misalnya, menunjukkan bahwa penggunaan beragam bahasa bahkan hingga 13 bahasa tidak semata-mata dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, melainkan juga untuk menegaskan citra internasional dan eksklusivitas kawasan wisata (Savitri, 2021; Alfien & Rakhmawati 2024; Mehta & Tuzlukova 2026). Pola serupa dapat dilihat di PIK 2, di mana Mandarin tidak hanya berperan sebagai medium interaksi komunitas Tionghoa, tetapi juga sebagai simbol otentisitas budaya yang sekaligus menjadi modal simbolik dalam memperkuat daya tarik komersial kawasan (Rahmawati, 2023). Dengan demikian, konsistensi penggunaan Mandarin selaras dengan perspektif bahwa lanskap linguistik berfungsi sebagai arena representasi identitas, legitimasi sosial, dan relasi kekuasaan.

Berbeda dengan kawasan wisata lain yang tumbuh secara alami, penggunaan bahasa di PIK 2 dibentuk melalui perencanaan kawasan (*planned urban space*), sehingga pilihan bahasa di ruang publik lebih mencerminkan strategi simbolik dan komersial daripada kebutuhan komunikasi sehari-hari. Dalam berbagai studi, Bahasa Indonesia secara konsisten ditemukan mendominasi papan tanda publik sebagai perwujudan statusnya sebagai bahasa nasional

(Atmawati et al. 2024); Rohmah et.al, 2024; Sudarmanto et al. 2025; Yannuar et al. 2025). Namun, pola tersebut tidak sepenuhnya berlaku di PIK 2. Lanskap linguistik kawasan ini justru menyimpang dari ruang publik Indonesia pada umumnya dan menampilkan dinamika kebahasaan yang berbeda, dengan kehadiran Bahasa Mandarin yang sangat menonjol dalam berbagai penanda ruang. Berdasarkan analisis terhadap 38 tanda publik, Bahasa Mandarin muncul secara monolingual pada 6 tanda (15,78%), jauh melampaui penggunaan monolingual Bahasa Indonesia yang hanya ditemukan pada 1 tanda (2,63%). Dominasi ini semakin diperkuat pada tanda-tanda bilingual, terutama melalui kombinasi Bahasa Indonesia–Bahasa Mandarin sebanyak 12 tanda (31,57%) dan Bahasa Inggris–Bahasa Mandarin sebanyak 13 tanda (34,21%). Temuan ini menegaskan bahwa Bahasa Mandarin berperan sebagai elemen strategis dalam membangun citra kawasan dan orientasi pasar PIK 2, sekaligus menjadi bahasa yang paling konsisten hadir dalam lanskap linguistik kawasan tersebut.

Penggunaan Bahasa Mandarin pada berbagai ranah di PIK 2 mulai dari restoran seperti Din Tai Fung, Laoguangdong, dan Bantianyao, institusi sosial-keagamaan seperti Tzu Chi, hingga perusahaan seperti PT. China Trading Indonesia menunjukkan bahwa bahasa tidak sekadar berfungsi sebagai alat komunikasi. Dalam konteks ini, Bahasa Mandarin berperan sebagai penanda etnisitas, simbol kebanggaan budaya, sekaligus modal ekonomi yang memperkuat daya tarik komersial kawasan. Pola ini sejalan dengan temuan-temuan terdahulu di berbagai konteks global, seperti di Jiangnan Road, Wuhan, di mana papan tanda berbahasa Tionghoa merefleksikan identifikasi kultural dan keunikan historis kawasan (An & Zhang 2024; Zhang 2024), serta di Chinatown San Francisco, di mana penempatan aksara Tionghoa secara menonjol pada papan restoran membangun identitas gastronomi dan kebanggaan budaya (Yeoh 2017). Selain itu, sejumlah studi menunjukkan bahwa Bahasa Mandarin juga berfungsi strategis dalam menarik segmen pasar tertentu, seperti di Lhasa, di mana bahasa Tionghoa memainkan peran komunikatif dan ekonomi yang sentral dalam ruang pasar (Cui et.al., 2025), dan di Hurstville, Sydney, di mana papan tanda bilingual merefleksikan keterikatan budaya sekaligus aspirasi ekonomi dan integrasi sosial (Wang & Hu 2025). Bahkan dalam konteks pemasaran pendidikan di Chengdu, penggunaan papan tanda bilingual Mandarin–Inggris dimanfaatkan sebagai strategi untuk meningkatkan daya tarik komersial dan nilai status sosial (Fenwei 2026). Dengan demikian, kehadiran Bahasa Mandarin yang konsisten dan terbuka di ruang publik PIK 2 menegaskan kawasan ini sebagai ruang urban dengan identitas Tionghoa yang terepresentasi secara dominan, sebuah fenomena yang relatif jarang ditemukan di kawasan publik lain di Indonesia.

Bahasa Inggris di PIK 2 berfungsi sebagai lingua franca global sekaligus simbol modernitas yang memperkuat citra kawasan. Temuan ini sejalan dengan penelitian di Timor Tengah Selatan (TTS), di mana bahasa Inggris, meski diposisikan bersama bahasa Indonesia, menjadi elemen kunci dalam mendukung pariwisata berkelanjutan dan inklusif (Nenotek et al. 2025). Demikian pula, penelitian Odhilia & Kumala (2025) mengenai *PIK open space* menunjukkan bahwa bahasa Inggris mendominasi penamaan ruang terbuka, yang secara simbolik menghadirkan kesan positif, modern, dan berkelas. Oleh karena itu, peran bahasa Inggris di PIK 2 dapat dipandang sebagai strategi branding kawasan komersial yang konsisten dengan pola nasional: ia tidak hanya menawarkan akses global, tetapi juga membawa nilai prestise dan legitimasi modernitas.

Temuan di PIK 2 ini memperkuat hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa bahasa Inggris merupakan bahasa kedua yang paling menonjol dalam lanskap linguistik Indonesia, khususnya pada ranah komersial dan pariwisata. Kehadirannya secara berulang merepresentasikan prestise simbolik serta daya tarik global yang dilekatkan pada ruang publik (Fajrina et al., 2024; (alini et al. 2022); Oktavianus et al. 2025; Sari et al. 2024; Wang & Gao 2025). Bahasa Inggris dan Mandarin memperoleh visibilitas tinggi karena nilai ekonomi dan

prestise global yang dikandungnya, sementara bahasa lokal non-dominan, seperti Betawi dan Sunda, nyaris tidak terwakili secara visual. Dengan demikian, penggunaan bahasa Inggris di PIK 2 dapat dipahami sebagai strategi branding kawasan yang tidak hanya memfasilitasi konektivitas global, tetapi juga mengukuhkan legitimasi modernitas dan nilai komersial ruang tersebut.

Meskipun porsi relatif kecil, penggunaan bahasa Indonesia di PIK 2 tetap memiliki makna yang signifikan. Hal ini sejalan dengan temuan studi di Surabaya, Savitri (2021) yang menegaskan bahwa bahasa Indonesia hadir di ruang publik sebagai representasi kedaulatan nasional, meskipun sering bersanding dengan bahasa Inggris maupun bahasa asing lainnya. Bahkan, penelitian di Papua (Andriani & Adelia 2025), menyoroti bahwa penggunaan bahasa Indonesia pada papan nama wisata tidak hanya berfungsi komunikatif, tetapi juga diwajibkan secara regulatif melalui UU No. 24/2009 sekaligus menjadi simbol integrasi nasional. Dengan demikian, kehadiran bahasa Indonesia di PIK 2, meskipun tidak dominan secara kuantitatif, tetap mencerminkan fungsi regulatif dan simbolik sebagai bahasa pemersatu bangsa serta peneguh identitas nasional di tengah arus globalisasi. Temuan ini merefleksikan keberadaan kebijakan bahasa implisit di ruang publik PIK 2, di mana bahasa Indonesia berfungsi secara simbolik dan administratif, sedangkan bahasa asing dan etnis dimobilisasi secara strategis untuk kepentingan komersial dan konstruksi identitas kawasan. Hal ini menjadikan PIK 2 sebagai ruang publik yang menyimpang secara normatif, namun tetap legal karena penggunaan Bahasa Indonesia masih sesuai dengan UU No. 24 Tahun 2009. Bahasa Indonesia tidak lagi berfungsi sebagai medium utama komunikasi, tetapi berfungsi sebagai simbol persatuan dan alat pemenuhan aturan formal, bukan sebagai bahasa utama.

Kategori multilingual di PIK 2 (15,79%) juga memperlihatkan pola yang sejalan dengan temuan di kawasan lain di Indonesia. Di Palembang, misalnya, porsi multilingual sebesar 13,39% dipahami sebagai cerminan keragaman sosial-ekonomi sekaligus strategi wisata yang inklusif (Putri dkk., 2025). Sementara itu, di Canggu, penggunaan kombinasi dua hingga tiga bahasa secara konsisten menandai kawasan tersebut sebagai destinasi internasional yang terbuka bagi wisatawan global (Savitri, 2021). Hal ini mencerminkan kekayaan keragaman bahasa negara dan faktor sosio-politik serta ekonomi yang memengaruhi penggunaan bahasa (Andriyanti 2019; Atmawati et al., 2024; Tafrijiyah et al., 2024). Dengan demikian, multilingualisme di PIK 2 dapat ditafsirkan sebagai upaya untuk mengintegrasikan identitas lokal, nasional, etnis, dan global dalam satu ruang urban-komersial, sehingga menciptakan lanskap linguistik yang tidak hanya komunikatif, tetapi juga sarat makna simbolik.

Dengan mengacu pada studi di Palembang, Sumenep, Surabaya, Canggu, Timor Tengah Selatan (TTS), hingga Papua, pola lanskap linguistik (LL) di PIK 2 dapat dijustifikasi sebagai representasi kompleksitas fungsi bahasa di ruang publik urban. Bilingual sebagai praktik dominan mencerminkan pola nasional dalam menjangkau audiens lokal sekaligus global melalui strategi komunikasi yang efisien dan mudah dipahami. Kehadiran bahasa Mandarin tidak hanya merepresentasikan identitas etnis Tionghoa, tetapi juga berfungsi sebagai modal simbolik yang memperkuat daya tarik komersial kawasan. Bahasa Inggris, di sisi lain, berperan penting dalam mengukuhkan branding global sekaligus menghadirkan citra modernitas dan prestise. Sementara itu, bahasa Indonesia tetap menempati posisi strategis sebagai bahasa regulatif yang diwajibkan secara hukum sekaligus simbol integrasi nasional. Adapun kategori multilingual, meskipun porsi relatif kecil, merefleksikan integrasi identitas lintas skala lokal, etnis, nasional, dan global yang menjadikan PIK 2 sebagai ruang urban-komersial dengan karakter majemuk dan berorientasi internasional.

Temuan ini menunjukkan bahwa lanskap linguistik di PIK 2 tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai arena representasi identitas, kekuasaan, dan ekonomi. Kehadiran bahasa Mandarin mencerminkan kekuatan komunitas Tionghoa sekaligus

modal budaya yang terinstitusionalisasi dalam ruang publik. Bahasa Inggris berperan sebagai simbol globalisasi yang memperkuat daya tarik komersial dan citra modern kawasan. Sementara itu, bahasa Indonesia hadir dengan fungsi regulatif sekaligus sebagai simbol integrasi nasional yang meneguhkan identitas kebangsaan. Dengan demikian, pola distribusi bahasa di PIK 2 menggambarkan bagaimana kepentingan lokal, etnis, nasional, dan global saling berkelindan, menciptakan lanskap linguistik yang kompleks dan dinamis dalam ruang urban-komersial.

SIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa bilingualisme merupakan strategi komunikasi dominan dalam lanskap linguistik kawasan PIK 2, dengan kombinasi bahasa Inggris dan Mandarin sebagai pasangan yang paling banyak digunakan. Bahasa Mandarin hadir secara konsisten dalam berbagai kategori sebagai simbol identitas etnis dan modal komersial, sedangkan bahasa Inggris berfungsi memperkuat citra global dan modern. Sementara itu, meskipun tidak dominan secara visual, bahasa Indonesia tetap berperan penting sebagai alat integrasi nasional sekaligus pemenuhan aspek regulatif. Kehadiran multilingualisme dalam porsi terbatas mencerminkan upaya integrasi identitas lokal, nasional, dan global secara bersamaan, sebagaimana terlihat pada papan nama waralaba internasional. Secara keseluruhan, lanskap linguistik di PIK 2 tidak hanya merepresentasikan fungsi komunikatif, melainkan juga mencerminkan relasi sosial, budaya, dan ekonomi. Hal ini menegaskan bahwa bahasa dalam ruang publik berfungsi sebagai medium ideologis dan komodifikasi yang membentuk citra PIK 2 sebagai kawasan urban multikultural, kosmopolitan, sekaligus komersial. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, jumlah data yang dianalisis terbatas pada 38 tanda publik sehingga belum sepenuhnya merepresentasikan luasnya lanskap linguistik PIK 2. Kedua, penelitian hanya berfokus pada analisis visual dan distribusi bahasa tanpa melibatkan perspektif pelaku usaha, pengelola kawasan, maupun pengunjung, sehingga motivasi ideologis, ekonomi, dan kebijakan di balik pemilihan bahasa belum tergalai secara mendalam. Ketiga, sifat penelitian yang deskriptif-sinkronis belum mampu menangkap perubahan lanskap linguistik dari waktu ke waktu seiring perkembangan kawasan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan data dengan melibatkan lebih banyak jenis tanda publik dan wilayah yang lebih luas, serta memperkaya pendekatan melalui wawancara atau survei guna menggali persepsi dan pertimbangan para aktor terkait dalam pemilihan bahasa di ruang publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, C. U., & Wulung, S. R. P. (2023). Lanskap Linguistik Daya Tarik Wisata: Aspek Multilingualisme di Kawasan Pariwisata Nasional Lembang dan Tangkubanparahu. *Khasanah Ilmu Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 14(1), 43–49. <https://doi.org/10.31294/khi.v14i1.14350>
- Alfien, M. F., & Rakhmawati, A. (2024). Penggunaan Bahasa Indonesia di Ruang Publik Wilayah Indramayu: Kajian Lanskap Linguistik. *Indonesian Language Education and Literature*, 10(1), 213–225. <https://doi.org/10.24235/ileal.v10i1.17999>.
- Alindra, D. A. (2023). The Effectiveness of Using Mandarin Language in Optimizing Business and Marketing Strategies in Indonesia. *Sinolingua: Journal of Chinese Studies*, 1(2), 119. <https://doi.org/10.20961/sinolingua.v1i2.74884>.
- Alsaif, R. A. S., & Starks, D. (2019). Medium and Domains in the Linguistic Landscapes of the Grand Mosque in Mecca. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 40(1), 14–31. <https://doi.org/10.1080/01434632.2018.1461874>.
- An, R., & Zhang, Y. (2024). Language Choice and Identity Construction: Linguistic Landscape of Jiangnan Road in Wuhan. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*,

- 45(10), 4236–4253. <https://doi.org/10.1080/01434632.2022.2152456>.
- Andriani, Y. Y., and Adelia, S. (2025). Linguistic Landscape in Goa Jepang Binsari Biak Papua. *Language Horizon: Journal of Language Studies*, 13(1), 22–32. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/language-horizon/article/view/67158>.
- 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. <https://doi.org/10.17509/ijal.v9i1.13841>.
- Artawa, K., Paramarta, I. M. S., Mulyanah, A., & Atmawati, D. (2023). Centripetal and Centrifugal Interconnection on Hotel and Restaurant Linguistic Landscape of Bali, Indonesia. *Cogent Arts & Humanities*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2023.2218189>.
- Atmawati, D., Mulyanah, A., Endardi, J., Muhardis, M., & Fatinah, S. (2024). The Role of Language in Economic Activities in the Borobudur Area: A Linguistic Landscape Study. *Cogent Arts & Humanities*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2024.2365042>.
- Backhaus, P. (2006). Multilingualism in Tokyo: A Look into the Linguistic Landscape. *International Journal of Multilingualism*, 3(1), 52–66. <https://doi.org/10.1080/14790710608668385>.
- Benu, N. N., Artawa, I. K., Satyawati, M. S., & Purnawati, K. W. (2023). Local Language Vitality in Kupang City, Indonesia: A Linguistic Landscape Approach. *Cogent Arts & Humanities*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2022.2153973>.
- Costley, T., Kula, N., & Marten, L. (2023). Translanguaging Spaces and Multilingual Public Writing in Zambia: Tracing Change in the Linguistic Landscape of Ndola on the Copperbelt. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 44(9), 773–793. <https://doi.org/10.1080/01434632.2022.2086985>.
- Cui, T., Bai, L., & Gu, X. (2025). Policy Negotiation, Identity Construction, and Market Adaptation: A Multidimensional Analysis of the Linguistic Landscape in Lhasa. *International Journal of Multilingualism*, 1–28. <https://doi.org/10.1080/14790718.2025.2587819>.
- Diana, P. N., Wildaniyah, T., Oktavia, T. A. T., & Ekawati, R. (2022). Landscape Linguistic of Sumenep Tourism Destination in the New Normal Era. *Prosodi*, 16(1), 70–81. <https://doi.org/10.21107/prosodi.v16i1.13379>.
- Fajrina, D., Wardana, A., Achmad, D., & Adnin, L. N. (2024). Cross-Cultural Communication Challenges among Pedicab Drivers and Vendors with Foreign Tourists in Aceh, Indonesia. *Studies in English Language and Education*, 11(3), 1669–1684. <https://doi.org/10.24815/siele.v11i3.37180>.
- Fenwei, C. (2026). Naming Practices in Chinese Private Language Schools: Insights into English Language Ideologies and Teaching Approaches. *Pedagogy, Culture & Society*, 34(1), 177–198. <https://doi.org/10.1080/14681366.2025.2475097>.
- Jiao, Y., & Singh, M. K. M. (2024). Chinese in the Linguistic Landscape of Chinese Communities in Malaysia: A Tale of Three Cities. *International Journal of English Linguistics*, 14(5), 78. <https://doi.org/10.5539/ijel.v14n5p78>.
- Khazanah, D., Sampurna, H., Kusumaningputri, R., Setiarini, R., & Supiastutik, S. (2021). A Linguistic Landscape Study of English in Yogyakarta: Its Representation of Power in Commercial Boards. *ELLITE: Journal of English Language, Literature, and Teaching*, 6(2), 92–102. <https://doi.org/10.32528/ellite.v6i2.6380>.
- Kholifah, A. N., Sholikhah, I. M., & Wardani, E. (2021). Power and Branding: Language Commodification of Tourist Resorts. *Humanus*, 20(1), 21. <https://doi.org/10.24036/humanus.v20i1.111026>.
- Lee, K., & Lee, N. (2025). A Geosemiotic Analysis of the Linguistic Landscape in a Touristified

- Residential Neighborhood. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 23(2–3), 247–266. <https://doi.org/10.1080/14766825.2025.2512349>.
- Lestariningsih, D. N., Sihombing, R. M., Okitasari, I., Alaini, N. N., Wardhani, A., & Budihastuti, E. (2023). Multimodal Linguistic Landscape in Lombok: A Case Study of Product Branding. *Theory and Practice in Language Studies*, 13(12), 3330–3337. <https://doi.org/10.17507/tpls.1312.31>.
- Li, C., Lu, S., Long, C., & Zhu, J. (2024). Linguistic Landscape and Its Impacts on Place-Making in Mountain Destination: A Case of Mogan Mountain Town of Huzhou City, China. *Journal of Mountain Science*, 21(5), 1613–29. <https://doi.org/10.1007/s11629-022-7762-2>.
- Malini, N. L. N. S., Sukarini, N. W., Yadnya, I. B. P., & Maharani, S. A. I. (2022). Exploring Needs Analysis of English Language Training: An Evidence from Small Hotel and Restaurant Employees in Nusa Lembongan, Bali, Indonesia. *Indonesian Journal of Applied Linguistics*, 12(1), 212–223. <https://doi.org/10.17509/ijal.v12i1.46437>.
- Mansoor, S. S., Hamzah, N. H., & Shangeetha, R. K. (2023). Linguistic Landscape in Malaysia: The Case of Language Choice Used in Signboards. *Studies in English Language and Education*, 10(2), 1062–83. <https://doi.org/10.24815/siele.v10i2.28338>.
- Mantis, M. H. (2024). Tourism in Huelva throughout the Urban Linguistic Landscape. *Philologia Hispalensis*, 1(38), 87–123. <https://doi.org/10.12795/PH.2024.v38.i01.04>.
- Mehta, S., R., & Tuzlukova, V. (2026). Mapping Visual Language: Exploring the Linguistic Landscape of a University in Oman. *Social Sciences & Humanities Open*, 13, 102473. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2026.102473>.
- Mubarok, Y., Sudana, D., Nurhuda, Z., & Yanti, D. (2024). Linguistic Landscape in the Tourist Area, Lembang Bandung, Indonesia. *World Journal of English Language*, 14(2), 230. <https://doi.org/10.5430/wjel.v14n2p230>.
- Nasution, V. A., & Ayuningtyas, N. (2020). The Language Choice of Chinese Community in Medan: A Sociolinguistics Study. *JOALL (Journal of Applied Linguistics & Literature)*, 5(1), 11–25. <https://doi.org/10.33369/joall.v5i1.9063>.
- Nenotek, S. A., Paramarta, I. M. S., Sjoen, A. E., Beeh, N., Cornelis, A.R., & Benu, N. N. (2025). The Linguistic Landscape for Sustainable and Inclusive Tourism: Insight from Timor Tengah Selatan, Indonesia. *Cogent Arts & Humanities*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2024.2441579>.
- Odhilia, C. D., & Kumala, S. A. (2025). Linguistic Landscape of Open Space Naming in PIK. *E-LinguaTera: Linguistics, Literature, and Cultural Studies*, 5(1), 400–407. <https://doi.org/10.31253/lt.v2i2.1806>.
- Oktavianus, O., Zulprianto, Z., Revita, I., Novalinda, N., Ferdinal, F., Sari, K., Handayani, M., & Handayani, S. (2025). English Linguistic Landscape and EFL Learning: A Discourse-Based Study of Public Signs in Padang. *Jurnal Gramatika*, 11(2), 242–265. <https://doi.org/10.22202/jg.2025.v11i2.10317>.
- Peng, J. H., & Mansor, N. S. (2021). Mapping the Linguistic Cityscape of a Tourist City in Southwestern China: Monolingualism, Bilingualism, and Silenced Minorities. *Journal of Asian Linguistic Anthropology*, 3(4), 1–29. <https://doi.org/10.47298/jala.v3-i4-a1>.
- Prayudhi, R., Triyanto, T., & Muhamad, H. B. D. (2024). Kedudukan Bahasa Indonesia dan Implementasinya Pada Penulisan Papan Petunjuk di Ruang Publik. *Jurnal Salaka : Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya Indonesia*, 6(1), 18–28. <https://doi.org/10.33751/jsalaka.v6i1.9583>.
- Putri, A. Y., Purnomo, M. E., Sholikhah, H. A., & Salsabila, N. (2025). Dinamika Multibahasa di Ruang Publik Kota Palembang Sebagai Cerminan Identitas dan Globalisasi: Kajian Lanskap Linguistik. *Linguistik Indonesia*, 43(2), 361–375.

- <https://doi.org/10.26499/li.v43i2.832>.
- Rahmawati, A. (2023). Identity Contestation in the Linguistic Landscape of Pantai Indah Kapuk 2, Jakarta. *Gramatika*, 9(2), 331–343. <https://doi.org/10.22202/jg.2023.v9i2.6929>.
- Rohmah, Z., Basthomi, Y., & Sholihah, D. N. (2024). Muslim Majority yet without Preference for Arabic: Mapping Linguistic Landscape Studies in Indonesia. *Indonesian Journal of Applied Linguistics*, 13(3), 600–610. <https://doi.org/10.17509/ijal.v13i3.66953>.
- Rosendal, T., & Ngabonziza, J. D. D. A. (2022). Amid Signs of Change: Language Policy, Ideology and Power in the Linguistic Landscape of Urban Rwanda. *Language Policy*, 73–94. <https://doi.org/10.1007/s10993-022-09624-5>.
- Rovira, J. M. S. (2025). Benidorm’s Linguistic Landscape: Unveiling the Multifaceted Tapestry of Urban Expression. *International Journal of Multilingualism*, 22(4), 2021–2042. <https://doi.org/10.1080/14790718.2024.2412064>.
- 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. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12604416>.
- Savitri, P. W. (2021). Representasi Multilingualisme Penanda Sarana Pariwisata di Kawasan Wisata Cangu. *Humanis*, 25(4), 529. <https://doi.org/10.24843/JH.2021.v25.i04.p12>.
- Sudarmanto, B. A., Benu, N. N., Wahyuni, T., Aji, E. N. W., Kurnia, N., Mulyanah, A., Purba, A., Djuwarijah, S., Istiana, I. I., & Utami, R. E. (2025). Language Preservation through Public Signage: Analyzing the Linguistic Landscape of the Indonesia-Timor Leste Border. *Forum for Linguistic Studies*. <https://doi.org/10.30564/fls.v7i4.9052>.
- Tafrijyah, K., Chasanah, L. N., Syaifudin, N., & Andriani, C. (2024). A Linguistic Landscape Study into Bakery Signs: A Case of Yogyakarta. *International Journal of Society, Culture & Language*, 12(3), 108–19. <https://doi.org/10.22034/ijsc.2024.2035703.3571>.
- Verdeguer, J. R. (2025). Linguistic Landscape and Tourism in Valencia: The Transformation of a City. *Cultura, Lenguaje y Representación*, 38, 165–190. <https://doi.org/10.6035/clr.8689>.
- Wang, X., & Gao, Y. (2025). The Role of English in the Linguistic Landscape of Luang Prabang. *English Today*, 41(2), 85–95. <https://doi.org/10.1017/S0266078424000476>.
- Wang, Y., & Hu, W. (2025). Identity Formation through Cultural Expression: Exploring Chinese Spaces of Ethnic Consumption in Sydney, Australia. *Area*. <https://doi.org/10.1111/area.70043>.
- Wang, Y., & Li, J. (2024). Changing Discourses of Chinese Language Maintenance in Australia: Unpacking Language Ideologies of First-Generation Chinese Immigrant Parents from People’s Republic of China. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1259398>.
- Yannuar, N., Febrianti, Y., Nurhayani, I., Nazarudin, N., & Basthomi, Y. (2025). Multidimensional Perspectives on Language Vitality and Linguistic Landscapes in Indonesia. *3L The Southeast Asian Journal of English Language Studies*, 31(4), 420–448. <https://doi.org/10.17576/3L-2025-3104-27>.
- Yeoh, K. C. (2017). The Golden Dragon Wok: A Visual Survey of the Evocative Essence of Chinese Restaurant Signage Designs in an American Chinatown. *The International Journal of Visual Design*, 11(2), 1–17. <https://doi.org/10.18848/2325-1581/CGP/v11i02/1-17>.
- Zeng, L., Zheng, S., & Lyu, G. (2023). Spatial-Temporal Distribution Characteristics and Evolution Logic of Inn Linguistic Landscape in Shuanglang Ancient Town under the Tourism Development. *Tropical Geography*, 43(5), 929–944. <https://doi.org/10.13284/j.cnki.rddl.003677>.

Zhang, T. (2024). Linguistic Landscape as a Way to Construct Multiple Identities in the Context of Globalization: The Case of an Ancient Town in China. *Social Semiotics*, 1–21. <https://doi.org/10.1080/10350330.2024.2405511>.