

FENOMENA PENGGUNAAN BAHASA ASING PADA MENU MAKANAN DAN MINUMAN DI RESTORAN INDONESIA (PENELITIAN BAHASA INDONESIA DI RUANG PUBLIK)

Goziyah¹, Nur Amala²

¹Universitas Muhammadiyah Tangerang, Jalan Perintis Kemerdekaan I No.33,
Kota Tangerang, 15118, Indonesia

² Universitas Muhammadiyah Tangerang, Jalan Perintis Kemerdekaan I No.33, Kota
Tangerang, 15118, Indonesia

*Alamat email penulis koresponden: goziyah1812@gmail.com

Abstrak

Perkembangan industri kuliner di Indonesia berdampak signifikan terhadap penggunaan bahasa Asing di ruang publik, khususnya pada pilihan menu makanan dan minuman di restoran. Tidak hanya restoran internasional, berbagai restoran lokal, kafe, hingga usaha kuliner skala menengah juga menggunakan nama-nama menu seperti *curry rice*, *signature latte*, dan *crispy chicken*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola dan bentuk bahasa Asing pada menu makanan dan minuman di resto Indonesia, serta menganalisa penggunaan bahasa Indonesia (pemertahanan bahasa) di ruang publik. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari gambar hasil tangkapan layar (*screenshot*) pada mesin pencarian Google. Teknik analisis data, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pola dan bentuk bahasa Inggris pada menu makanan dan minuman di resto Indonesia sangat masif digunakan, misalnya kata *Brother*, *Shot Iced Shaken*, dan Kenangan *Milk Tea*. Pemertahanan bahasa Indonesia di ruang publik memperlihatkan bahwa bahasa Indonesia ada pada posisi sekunder dalam penamaan menu makanan dan minuman yang disediakan.

Kata Kunci: Bahasa Asing, Lanskap Linguistik, Menu, Pemertahanan Bahasa, Ruang Publik.

Abstract

The growth of the culinary industry in Indonesia has significantly impacted the use of foreign languages in public spaces, particularly regarding food and beverage menu choices in restaurants. Beyond international establishments, various local restaurants, cafés, and even mid-scale culinary businesses employ menu names such as "curry rice," "signature latte," and "crispy chicken." This study aims to identify the patterns and forms of foreign languages found on menus in Indonesian restaurants and to analyze the use of Indonesian (language maintenance) within this public sphere. A descriptive qualitative approach utilizing content analysis was employed. Data were gathered from screenshots obtained via Google search. The data analysis process involved data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings reveal a widespread use of English patterns and forms in food and beverage menus—examples include terms like "Brother," "Shot Iced Shaken," and "Kenangan Milk Tea." Regarding language maintenance, the results indicate that

Indonesian occupies a secondary position in the naming of the food and beverage items offered.

Keywords: *Foreign Language, Linguistic Landscape, Menu, Language Maintenance, Public Space*

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan industri kuliner di Indonesia berdampak signifikan terhadap penggunaan bahasa Asing di ruang publik. Saat ini, industri kuliner tanah air diwarnai oleh maraknya penggunaan istilah bahasa Inggris (Simorangkir, 2025) pada daftar menu makanan dan minuman di berbagai kafe maupun restoran yang menonjolkan citra modern, eksklusif, dan berkelas. Tidak hanya restoran internasional, berbagai restoran lokal, kafe, hingga usaha kuliner skala menengah juga menggunakan nama-nama menu seperti *curry rice*, *signature latte*, *crispy chicken*, *cheese burger*, atau *creamy carbonara* sebagai identitas produk yang diyakini lebih menarik perhatian konsumen. Penggunaan bahasa Inggris dalam penamaan menu dan deskripsi sajian telah menjadi fenomena yang lazim untuk memberikan kesan eksklusif, modern, dan bernuansa global pada produk kuliner (Pratiwi, 2024).

Studi Lanskap Linguistik (LL) memandang bahasa tulis di ruang publik sebagai bagian integral dari dinamika sosial yang lebih luas (Warman, 2026). Sebuah studi terbaru mengenai lanskap linguistik di Indonesia mengungkapkan adanya kesinambungan dalam penggunaan bahasa di kota-kota besar, dengan kecenderungan bahasa Indonesia dan Inggris sebagai Bahasa asing yang mendominasi bahasa lokal (Damayanti, 2023). Penelitian Landry dan Bourhis (1997), konsep lanskap linguistik terbatas pada bahasa yang digunakan dalam rambu jalan, reklame, nama jalan, nama tempat, kompleks pertokoan, dan papan nama instansi pemerintahan di suatu wilayah (Ricardo, 2025). Kajian mengenai lanskap linguistik ini akan memberikan informasi terkait kebahasaan yang digunakan. Artinya, penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik turut menjadi sorotan pada kajian lanskap linguistik (Prayudhi, 2024).

Di banyak komunitas di seluruh dunia, terdapat restoran. Seperti halnya komunitas itu sendiri, bahasa yang digunakan restoran juga bervariasi. Bahkan, restoran mungkin menunjukkan praktik linguistik yang lebih luas daripada komunitas yang mereka layani (Kasimura, 2024). Restoran menyediakan layanan penting di berbagai komunitas di seluruh dunia dan berfungsi sebagai tempat di mana

penggunaan bahasa dapat dikaji dalam kaitannya dengan populasi yang dilayaninya. Menu sering kali dipajang baik di luar maupun di dalam tempat usaha ini, menjadikannya objek yang berharga untuk menganalisis lanskap linguistik (Siregar, 2021). Dalam ranah pemasaran makanan, pemasar dan penjual memegang peranan krusial. Mereka menggunakan nama-nama unik yang dihasilkan dari penggabungan dua kata atau lebih untuk menarik perhatian konsumen terhadap produk makanan dan minuman yang ditawarkan (Maier, 2023 dalam Kadek, 2024).

Penggabungan kata melalui pemendekan ini dikenal sebagai portmanteau (Wulan et. al 2021). Nama merek memiliki keterkaitan erat dengan citra merek. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa terdapat beragam strategi dalam pengembangan nama merek, termasuk penggunaan portmanteau (Rita dkk., 2023). Proses pencampuran kata (*blending*) merupakan salah satu aspek pembentukan kata dalam bidang linguistik. Proses ini melibatkan kombinasi bentuk-bentuk yang telah dipendekkan serta penggabungan dua kata yang berbeda. Meskipun memiliki kemiripan dengan kata majemuk (*compound*), proses blending secara khusus memasukkan unsur kata yang dipendekkan (*clipped words*) dalam pembentukannya (Angelina dkk., 2020). Praktik pencampuran kata dalam bidang linguistik dapat ditemukan pada berbagai aspek, seperti nama tempat, menu restoran, nama restoran, jenis makanan, dan sebagainya. (Ali dan Markhamah, 2024) Fenomena ini sangat menarik untuk diteliti karena berbagai jenis pencampuran kata sering dijumpai pada menu restoran, khususnya di restoran yang banyak dikunjungi pelanggan dari berbagai negara agar mampu memikat perhatian pelanggan lokal maupun mancanegara.

Meskipun penelitian mengenai lanskap kebahasaan (*linguistic landscape*) dalam bidang kuliner di Indonesia telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada penerjemahan nama makanan dari bahasa Indonesia ke bahasa Inggris. Penelitian Setyaningsih (2020), misalnya, mengkaji strategi penerjemahan nama makanan tradisional Indonesia ke dalam bahasa Inggris pada restoran hotel. Sejauh ini, masih terbatas penelitian yang secara khusus membedah dinamika kebahasaan pada lembar menu makanan sebagai arena interaksi sosiolinguistik dan multimodalitas yang kompleks (Kholifah, 2025). Sementara itu, Cindy dkk. (2022) menelaah struktur frasa nominal bahasa Inggris pada nama menu restoran. Ada celah

kajian dalam memahami bagaimana pilihan bahasa pada menu makanan dan minuman bekerja secara simultan sebagai strategi komodifikasi bahasa sekaligus potensi hambatan komunikatif bagi konsumen lokal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk penggunaan bahasa asing pada menu makanan di restoran dan kedai kopi Indonesia, sekaligus menganalisa penggunaan bahasa Indonesia (pemertahanan bahasa) di ruang publik.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada pendekatan sociolinguistik kritis yang tidak hanya memandang nama menu sebagai satuan leksikal atau hasil penerjemahan, tetapi juga sebagai fenomena sosial-budaya yang merefleksikan praktik lanskap linguistik dan menganalisa penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik. Pendekatan tersebut diharapkan dapat memperkaya kajian Pendidikan Bahasa Indonesia, khususnya mengenai penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik. Agar tujuan penelitian ini tercapai, penelitian ini dirumuskan ke dalam dua pertanyaan kunci, yaitu bagaimanakah pola dan bentuk penggunaan bahasa asing pada menu makanan dan minuman di restoran Aldi's Burger dan kedai Kopi Kenangan, serta menganalisa penggunaan bahasa Indonesia (pemertahanan bahasa) di ruang publik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk mengetahui pola dan bentuk penggunaan bahasa asing pada menu makanan dan minuman di restoran Aldi's Burger dan kedai Kopi Kenangan, serta menganalisa penggunaan bahasa Indonesia (pemertahanan bahasa) di ruang publik. Metode yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian ini adalah metode analisis isi (*Content Analysis*). Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari data teks media gambar berupa satuan lingual pada nama menu makanan dan minuman. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui proses pengambilan gambar berupa tangkapan layar (*screenshot*) menggunakan Google sebagai alat untuk mencari gambar menu makanan dan minuman di Resto Aldi's Burger dan kedai Kopi Kenangan. Teknik analisis data, yaitu: reduksi data (memilah data yang relevan dengan tujuan penelitian), Penyajian data (menyusun data ke dalam tabel atau deskripsi tematik), dan Penarikan kesimpulan (menginterpretasikan data untuk memahami pola dan bentuk penggunaan bahasa Asing pada menu tersebut).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk mengetahui pola dan bentuk penggunaan bahasa asing pada menu makanan dan minuman di restoran Aldi's Burger dan kedai Kopi Kenangan, serta menganalisa penggunaan bahasa Indonesia (pemertahanan bahasa) di ruang publik. Metode yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian ini adalah metode analisis isi (*Content Analysis*). Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari data teks media gambar berupa satuan lingual pada nama menu makanan dan minuman. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui proses pengambilan gambar berupa tangkapan layar (*screenshot*) menggunakan Google sebagai alat untuk mencari gambar menu makanan dan minuman di Resto Aldi's Burger dan kedai Kopi Kenangan. Teknik analisis data, yaitu: reduksi data (memilah data yang relevan dengan tujuan penelitian), Penyajian data (menyusun data ke dalam tabel atau deskripsi tematik), dan Penarikan kesimpulan (menginterpretasikan data untuk memahami pola dan bentuk penggunaan bahasa Asing pada menu tersebut).

Tabel 1. Istilah Bahasa Inggris pada menu makanan di Resto Aldi's Burger

No	Nama Menu	Unsur Bahasa Asing	Asal Bahasa
1	<i>Brother</i>	<i>Brother</i>	Inggris
2	<i>Big Brother</i>	<i>Big, Brother</i>	Inggris
3	<i>Gallagher</i>	<i>Gallagher</i>	Irlandia

Hasil

Bentuk dan Jenis Kata Serapan Asing (Inggris) dalam menu makanan di Resto Aldi's Burger

Dari hasil observasi terhadap menu makanan di Google ditemukan bahwa penggunaan kata serapan bahasa Inggris yang cukup masif. Beberapa contoh menu makanan di Resto Aldi's Burger antara lain:



Gambar 1. Daftar menu makanan di Resto Aldi's Burger

Bentuk dan Jenis Kata Serapan Asing (Inggris) dalam menu minuman di Kedai Kopi Kenangan

Dari hasil observasi terhadap menu makanan di Google ditemukan bahwa penggunaan kata serapan bahasa Inggris yang cukup masif. Beberapa contoh menu minuman di Kedai Kopi Kenangan:



Gambar 1. Daftar menu minuman di Kedai Kopi Kenangan



Gambar 2. Daftar menu minuman di Kedai Kopi Kenangan

Tabel 2. Istilah Bahasa Inggris pada menu minuman di Kedai Kopi Kenangan

No	Nama Menu	Unsur Bahasa Asing	Asal Bahasa
1	<i>Dua Shot Iced Shaken</i>	<i>Shot, Iced, Shaken</i>	Inggris
2	<i>Dutch Chocolate</i>	<i>Dutch, Chocolate</i>	Inggris
3	<i>Caramel Dutch Choco</i>	<i>Caramel, Dutch, Choco</i>	Inggris
4	<i>Hazelnut Choco Milk Tea</i>	<i>Hazelnut, Choco, Milk Tea</i>	Inggris
5	<i>Thai Tea</i>	<i>Thai, Tea</i>	Inggris
6	<i>Kenangan Milk Tea</i>	<i>Milk Tea</i>	Inggris
7	<i>Lemon Black Tea</i>	<i>Lemon, Black Tea</i>	Inggris
8	<i>Fresh Lemonade</i>	<i>Fresh, Lemonade</i>	Inggris
9	<i>Raspberry Hibiscus</i>	<i>Raspberry, Hibiscus</i>	Inggris
10	<i>Oreo Shake</i>	<i>Shake</i>	Inggris

11	<i>Avocado Coffee</i>	<i>Avocado, Coffee</i>	Inggris
12	<i>Avocado Milk</i>	<i>Avocado, Milk</i>	Inggris

Menganalisa penggunaan bahasa Indonesia (pemertahanan bahasa) di ruang publik

Apabila dikaji dari perspektif pemertahanan bahasa Indonesia di ruang publik, hasil dari temuan penelitian menunjukkan bahwa kedudukan bahasa Indonesia dalam penamaan menu masih cenderung berada pada posisi sekunder. Bahasa Indonesia lebih banyak berfungsi sebagai unsur pelengkap, sedangkan unsur bahasa Inggris digunakan sebagai penanda utama identitas produk, cita rasa, kualitas, maupun strategi pemasaran.

Pembahasan

Bentuk dan Jenis Kata Serapan Asing (Inggris) dalam menu makanan di Resto Aldi's Burger

1. Brother

Kata "*Brother*" merupakan bahasa Inggris yang berarti "saudara laki-laki", namun pada menu makanan Aldi's Burger merujuk pada varian burger ukuran *basic* (kecil).

2. Big Brother

Big Brother adalah kata berbahasa Inggris. *Big* merupakan besar, sedangkan *brother* berarti saudara laki-laki. Sedangkan dalam menu makanan, *Big Brother* adalah salah satu dari tiga menu burger andalan di Aldi's Burger, berukuran sedang, dan ditujukan bagi konsumen yang sedang dalam keadaan "lapar serius".

3. Gallagher

Gallagher adalah nama keluarga yang berasal dari bahasa Gaelik (bahasa Irlandia Kuno). Nama ini diturunkan dari kata *Ó Gallchobhair*, yang secara harfiah berarti "keturunan penolong asing" atau "pendukung orang asing". Pada menu makanan, *Gallagher* adalah nama varian burger terbesar di kedai tersebut. Berbeda dengan menu biasa (*Burger Brother* atau *Big Brother*) yang porsinya untuk perorangan, *Gallagher Burger* memiliki ukuran patty raksasa seberat sekitar 200–250 gram.

Bentuk dan Jenis Kata Serapan Asing (Inggris) dalam menu minuman di Kedai Kopi Kenangan

1. Dua *Shot Iced Shaken*

"Dua" adalah kata berbahasa Indonesia. *Shot, Iced, Shaken* adalah kata yang berasal dari bahasa Inggris. *Shot* memiliki arti satu porsi kecil (sekitar 30ml) espresso murni.

Kata "*iced*" berasal dari kata benda bahasa Inggris "*ice*" (es) yang ditambahkan akhiran -ed untuk mengubahnya menjadi kata sifat (*adjective*) atau bentuk partisip Pasif. Di dalam menu minuman, artinya adalah "diberi es" atau "didinginkan dengan es". Istilah "*iced*" menunjukkan bahwa minuman tersebut panas saat dibuat, lalu disajikan di atas es (misalnya: *iced americano* atau *iced latte*). Berbeda dengan "*cold brew*" yang sejak awal diseduh menggunakan air dingin.

Shaken: Berarti dikocok. Dalam pembuatan kopi, proses ini dilakukan menggunakan alat pengocok (*shaker*) untuk mencampurkan espresso, es, dan susu dengan cepat sehingga menciptakan tekstur yang lebih lembut (sedikit berbusa) dan tercampur merata.

Dua *Shot Iced Shaken* adalah menu Kopi Kenangan berupa sajian kopi dingin yang menggunakan double shot espresso yang dikocok bersama susu untuk memberikan rasa yang kuat namun menyegarkan dan creamy.

2. *Dutch Chocolate*

Istilah *Dutch Chocolate* pada menu minuman mengacu pada jenis bubuk kakao yang telah melalui proses alkalisasi (sering disebut *Dutch process*) untuk menetralkan asam alaminya. Proses ini ditemukan dan dipatenkan oleh Coenraad Johannes van Houten asal Belanda pada tahun 1828.

Asal Kata:

- a. *Dutch*: Berasal dari bahasa Inggris Kuno yang berarti "Belanda" (berkaitan dengan negara atau orang Belanda).
- b. *Chocolate*: Berasal dari kata *xocolātl* dalam bahasa Nahuatl (suku Aztec), yang merupakan gabungan kata *xococ* (pahit/asam) dan *atl* (air).

Arti pada Menu Minuman:

- a. Warna & Rasa: Menghasilkan cokelat dengan warna yang lebih gelap, tekstur yang sangat halus, dan rasa yang lebih lembut serta pekat. Rasa asam alaminya hilang sehingga terasa lebih *creamy* dan sedikit manis.
- b. Penggunaan: Nama ini disematkan karena teknik pembuatannya yang khas. Minuman seperti Kopi Kenangan menjadikan bubuk ini sebagai bahan utama agar minumannya terasa mewah dan tidak terlalu pahit atau asam.

3. *Caramel, Dutch, dan Choco*

Berikut adalah rincian asal kata dan artinya pada menu minuman:

Caramel (Karamel): Berasal dari bahasa Arab pertengahan *kora-mohalláh* ("bola manisan") yang diserap ke dalam bahasa Latin *calamellus* dan Prancis *caramel*. Artinya adalah cairan atau permen manis berwarna cokelat keemasan yang dihasilkan dari pemanasan gula. Pada minuman, ini menjadi saus atau sirup untuk memberikan sensasi rasa manis, gurih, dan legit.

Dutch: Berasal dari kata bahasa Inggris yang merujuk pada hal-hal yang berkaitan dengan Belanda. Dalam menu minuman (seperti *Dutch Chocolate* atau *Dutch Coffee*), istilah ini biasanya mengacu pada bahan dasar cokelat berkualitas tinggi yang diproses dengan gaya atau standar khas Belanda, atau merujuk pada metode seduh dingin (*Dutch Coffee/Cold Brew*).

Choco (Cokelat): Singkatan dari *chocolate* yang berasal dari bahasa suku Aztec, yaitu *xocolātl*. Istilah ini merupakan gabungan dari kata *xococ* (pahit) dan *atl* (air). Artinya adalah olahan makanan atau minuman yang terbuat dari biji kakao. Pada menu, *choco* adalah varian rasa manis atau *creamy* khas cokelat.

4. Istilah *Hazelnut, Choco, dan Milk Tea* berasal dari bahasa Inggris yang mendeskripsikan bahan dasar dan cita rasa minuman.

Hazelnut: Berasal dari kata *hazel* (pohon/kacang hazel) dan *nut* (kacang). Artinya adalah kacang hazel. Dalam minuman, ini merujuk pada sirup atau perisa ekstrak kacang yang memberikan rasa manis, gurih, dan *creamy*.

Choco: Singkatan atau bentuk klipang dari kata *chocolate* (cokelat). Artinya adalah cokelat, yang berasal dari bahasa Nahuatl *chocolātl*. Digunakan untuk menunjukkan rasa atau bahan dasar cokelat pada minuman.

Milk Tea: Gabungan dari *milk* (susu) dan *tea* (teh). Artinya teh susu. Ini adalah minuman yang memadukan seduhan daun teh dengan susu, sering kali disajikan dingin bersama tambahan *topping* seperti *boba*.

5. Thai Tea

Istilah "Thai Tea" berasal dari bahasa Inggris yang secara harfiah berarti "teh Thailand". Minuman ini merupakan perpaduan antara teh hitam pekat (biasanya menggunakan varietas teh Ceylon), rempah-rempah, dan susu yang menjadi ciri khas kuliner dari negara Thailand.

Berikut adalah rincian asal dan arti masing-masing katanya:

a. Thai

Asal kata: Merujuk langsung pada negara Thailand (dalam bahasa lokal disebut *Prathet Thai* yang artinya "tanah kebebasan").

Arti pada menu: Kata ini berfungsi sebagai penunjuk asal geografis atau identitas kultural. Ini menandakan bahwa resep, bahan, dan racikan minuman tersebut adalah khas dari Thailand. Di negara asalnya, minuman ini lebih dikenal dengan sebutan *Cha Yen* (Teh Dingin).

b. Tea

Asal kata: Kata *tea* diserap dari bahasa Belanda *thee*, yang berakar dari dialek Min Nan Tiongkok (*tê*), berasal dari pelafalan karakter Tionghoa (茶).

Arti pada menu: Berarti teh. Pada menu minuman, ini merujuk pada bahan dasar utama yang digunakan, yaitu seduhan daun teh hitam pekat yang dicampur dengan rempah-rempah (seperti adas manis dan kapulaga) serta susu evaporasi atau kental manis.

6. Kenangan Milk Tea

Asal Kata: Berasal dari kata dasar bahasa Indonesia "kenang" yang mendapat imbuhan *-an*. Kata "kenang" berarti membangkitkan kembali ingatan atau mengingat-ingat artinya sesuatu yang membekas dalam ingatan, ingatan, atau kesan. Pada menu minuman (seperti populer pada merek Kopi Kenangan), kata ini digunakan sebagai daya tarik emosional untuk menciptakan memori atau perasaan nostalgia saat menikmatinya.

a. Milk

Asal Kata: Berasal dari bahasa Inggris Kuno *meoluc* atau *milc*, yang berakar dari bahasa Jermanik *meluks* dan bahasa Proto-Indo-Eropa *melg-* (berarti gerakan memerah).

Arti: Dalam bahasa Inggris, *milk* berarti susu. Pada menu, ini merujuk pada bahan dasar susu hewani (seperti *fresh milk*) maupun alternatif nabati (seperti *oat milk* atau *soy milk*) yang digunakan untuk mencampur kopi atau teh.

b. Tea

Asal Kata: Berasal dari bahasa Minnan (Tiongkok) "tê". Kata ini diserap ke dalam bahasa Inggris menjadi *tea* pada abad ke-17.

Arti: Dalam bahasa Inggris, *tea* berarti teh, yaitu minuman yang diseduh dari daun tanaman *Camellia sinensis* atau seduhan herbal lainnya.

7. Lemon Black Tea

Minuman perpaduan teh hitam dengan perasan air buah lemon. Berikut adalah rincian asal dan arti kata dari menu tersebut:

a. Lemon

Asal Kata: Berasal dari bahasa Prancis Kuno *limon*, lalu dari bahasa Italia *limone*, dari bahasa Arab *laymūn/līmūn*, dan berakar dari bahasa Persia *līmū*.

Arti Kata: Nama buah sitrus dengan rasa yang asam dan segar. Di dalam KBBI, kata ini juga disamakan dengan "limau" dan merujuk pada warna kuning muda.

b. Black Tea (Teh Hitam)

Asal Kata: Merupakan terjemahan langsung dari bahasa Inggris. Kata *Black* berasal dari bahasa Inggris Kuno *blæc*, sedangkan *Tea* berasal dari bahasa Hokkien (Tiongkok) *tê*.

Arti Kata: Jenis teh yang daunnya mengalami proses oksidasi (fermentasi) penuh sebelum dikeringkan. Proses ini menghasilkan warna seduhan yang gelap (merah kecokelatan) serta memberikan karakter rasa dan aroma teh yang lebih pekat dan kuat.

8. Fresh Lemonade

Minuman yang terbuat dari perasan jeruk lemon asli yang dicampur dengan air dan pemanis. Istilah ini sangat populer sebagai menu minuman melepas dahaga yang menyegarkan. Berikut adalah rincian asal dan arti kata tersebut:

Asal Kata (Etimologi)

- a. Fresh: Berasal dari bahasa Inggris Kuno "*fersc*", yang berarti baru, segar, tidak basi, atau tidak diawetkan. Dalam konteks menu, ini menekankan bahwa sari lemon yang digunakan baru saja diperas (*freshly squeezed*).
- b. Lemonade: Berasal dari bahasa Prancis "*limonade*" yang diserap ke dalam bahasa Inggris. Kata dasar utamanya adalah "*limon*" (bahasa Prancis dan Arab untuk lemon). Ditambah dengan akhiran *-ade* (dari bahasa Latin *-ata*), yang biasanya digunakan untuk merujuk pada minuman atau produk dari bahan tertentu. *Lemonade* secara harfiah diartikan sebagai limun atau air jeruk lemon manis. Komposisi dasarnya sangat sederhana: jus lemon, air, dan gula, yang sering kali disajikan dingin dengan es batu.

Fresh Lemonade berarti limun segar, yakni sajian minuman lemon manis yang dibuat langsung dari buah asli yang masih segar, bukan memakai perasa atau sirup buatan.

9. Raspberry Hibiscus

Perpaduan rasa minuman yang menggabungkan manis-asamnya buah *raspberry* (frampos) dan kesegaran bunga *hibiscus* (kembang sepatu). Untuk memahami arti namanya secara rinci:

a. Raspberry (Rasberi / Frampos)

Asal Kata: Berasal dari bahasa Inggris kuno, gabungan dari kata *rasp* (bermakna suara serak atau kasar pada permukaan kulit buah) dan *berry*. Di Indonesia, buah ini sering juga disebut frampos.

Arti dalam Minuman: Memberikan rasa buah yang manis, sedikit tajam, *fruity*, dan segar.

b. Hibiscus (Hibiskus / Kembang Sepatu)

Asal Kata: Berasal dari bahasa Latin *hibiscus* yang berakar dari bahasa Yunani *hibiskos*, merujuk pada tanaman kembang sepatu.

Arti dalam Minuman: Menggunakan kelopak bunga kering (sering disebut teh rosella) yang memberikan seduhan warna merah yang cerah alami, serta rasa asam menyegarkan mirip *cranberry*.

10. Oreo Shake

Minuman *milkshake* yang diblender menggunakan bahan dasar susu, es krim, dan kepingan biskuit Oreo, lalu diberi *topping* remahan biskuit. Kata ini berasal dari

merek biskuit legendaris "Oreo" dan "Shake" yang bermakna campuran bahan minuman yang dikocok atau diblender hingga berbusa. "Shake" Kata ini berasal dari bahasa Inggris yang secara harfiah berarti "kocok". Dalam konteks menu minuman, *shake* (sering disebut sebagai *milkshake*) adalah minuman manis dingin yang dibuat dengan cara mencampur, mengocok, atau memblender susu dan es krim hingga teksturnya lembut dan berbusa

11. *Avocado Coffee* adalah minuman perpaduan antara buah alpukat yang dihaluskan (atau sebagai perasa) dengan *espresso* atau kopi hitam, biasanya ditambah susu dan pemanis. Minuman ini menawarkan sensasi rasa yang *creamy*, pahit khas kopi, dan manis yang seimbang.

Berikut adalah penjabaran asal kata dan arti secara detail:

- a. *Avocado* (Alpukat): Berasal dari kata bahasa Nahuatl (suku Aztec) *ahuacatl* yang berarti testis (merujuk pada bentuk fisik buah ini di pohon). Kata ini diserap ke dalam bahasa Spanyol menjadi *aguacate* dan kemudian dilafalkan oleh lidah Inggris/internasional menjadi *avocado*.
- b. *Coffee* (Kopi): Berasal dari bahasa Arab *qahwah*. Kata ini berkembang melalui bahasa Turki *kahve* dan bahasa Belanda *koffie*, sebelum akhirnya dikenal luas dalam bahasa Inggris sebagai *coffee*.

12. *Avocado Milk* pada menu minuman adalah perpaduan jus atau lumatan daging buah alpukat yang dicampur dengan susu. Minuman ini memiliki tekstur yang *creamy* atau kental, serta memberikan perpaduan rasa manis dan gurih.

Berikut adalah rincian asal dan arti katanya:

- a. *Avocado* (Alpukat)

Asal Kata: Berasal dari bahasa Nahuatl (bahasa suku Aztec di Meksiko), yakni "*ahuacatl*". Kata ini kemudian diserap ke dalam bahasa Spanyol menjadi "*aguacate*" dan akhirnya diserap ke dalam bahasa Inggris menjadi "*avocado*".

Arti Kata: Kata asli "*ahuacatl*" sebenarnya bermakna "testis" atau "buah zakar", yang merujuk pada bentuk buah tersebut saat menggantung di pohon. Dalam bahasa Indonesia, kata ini diserap menjadi "alpukat".

- b. *Milk* (Susu)

Asal Kata: Berasal dari bahasa Inggris Kuno "*milc*" (berakar dari bahasa Jermanik purba "*meluks*").

Arti Kata: Cairan bernutrisi berwarna putih yang diproduksi oleh kelenjar susu mamalia. Dalam konteks minuman ini, *milk* biasanya merujuk pada susu sapi cair (*full cream* atau susu evaporasi) atau bisa juga diganti dengan susu nabati.

Menganalisa penggunaan bahasa Indonesia (pemertahanan bahasa) di ruang publik

Berdasarkan temuan pada menu makanan di Resto Aldi's Burger dan menu minuman di Kedai Kopi Kenangan, penggunaan bahasa asing, terutama bahasa Inggris, tampak lebih dominan dibandingkan bahasa Indonesia dalam penamaan produk. Pada menu makanan Aldi's Burger ditemukan nama-nama seperti Brother, Big Brother, dan Gallagher yang seluruhnya menggunakan unsur bahasa asing tanpa padanan bahasa Indonesia.

Demikian pula pada menu minuman Kopi Kenangan, sebagian besar nama menu menggunakan istilah bahasa Inggris, seperti Dua Shot Iced Shaken, Dutch Chocolate, Hazelnut Choco Milk Tea, Fresh Lemonade, Raspberry Hibiscus, Oreo Shake, Avocado Coffee, dan Avocado Milk. Bahkan, beberapa menu mengombinasikan bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris, misalnya Dua Shot Iced Shaken dan Kenangan Milk Tea, sehingga membentuk gejala campur kode (*code-mixing*) dalam penamaan produk.

Ditinjau dari bentuk kebahasaan, penggunaan bahasa asing pada menu tersebut dapat diklasifikasikan menjadi tiga bentuk. Pertama, penggunaan kata tunggal (*single word*), seperti Brother, Gallagher, Chocolate, Caramel, Hazelnut, Coffee, Milk, dan Shake. Kedua, penggunaan frasa nominal (*noun phrase*), seperti Big Brother, Dutch Chocolate, Thai Tea, Milk Tea, Black Tea, Fresh Lemonade, Raspberry Hibiscus, Avocado Coffee, dan Avocado Milk. Ketiga, penggunaan frasa campuran bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, seperti Dua Shot Iced Shaken dan Kenangan Milk Tea, yang memperlihatkan perpaduan unsur leksikal bahasa Indonesia dengan istilah asing dalam satu konstruksi nama produk.

Apabila dikaji dari perspektif pemertahanan bahasa Indonesia di ruang publik, fenomena tersebut menunjukkan bahwa kedudukan bahasa Indonesia dalam penamaan menu masih cenderung berada pada posisi sekunder. Bahasa Indonesia lebih banyak berfungsi sebagai unsur pelengkap, sedangkan unsur bahasa Inggris digunakan sebagai penanda utama identitas produk, cita rasa, kualitas, maupun strategi pemasaran. Pilihan penggunaan istilah seperti coffee, milk, tea, fresh, shake,

iced, dan chocolate dibandingkan padanan bahasa Indonesia, seperti kopi, susu, teh, segar, kocok, dingin, atau coklat, menunjukkan adanya preferensi terhadap bahasa asing karena dianggap lebih modern, prestisius, dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Kondisi ini memperlihatkan gejala berkurangnya visibilitas bahasa Indonesia di ruang publik, khususnya pada sektor kuliner, sehingga fungsi bahasa Indonesia sebagai identitas nasional berpotensi tergeser oleh dominasi bahasa asing.

Meskipun demikian, masih ditemukan upaya mempertahankan bahasa Indonesia melalui penggunaan unsur-unsur lokal dalam beberapa nama menu, misalnya kata Dua pada Dua Shot Iced Shaken dan kata Kenangan pada Kenangan Milk Tea. Kehadiran unsur bahasa Indonesia tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha tetap berupaya mempertahankan identitas lokal sebagai bagian dari citra merek. Namun, secara proporsional penggunaan bahasa Indonesia masih jauh lebih sedikit dibandingkan penggunaan bahasa asing. Oleh karena itu, pemertahanan bahasa Indonesia di ruang publik belum sepenuhnya terwujud karena penamaan menu masih didominasi oleh istilah-istilah asing yang lebih menonjol daripada padanan bahasa Indonesia. Temuan ini mengindikasikan perlunya penguatan kebijakan penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009, tanpa mengabaikan kebutuhan promosi dan pemasaran dalam industri kuliner.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan bahasa asing pada menu makanan di Resto Aldi's Burger dan menu minuman di Kedai Kopi Kenangan didominasi oleh bahasa Inggris, baik dalam bentuk kata tunggal, frasa nominal, maupun campuran antara bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Bentuk penggunaan bahasa asing tersebut tidak hanya berfungsi sebagai penanda jenis makanan dan minuman, tetapi juga sebagai strategi pemasaran untuk membangun citra modern, eksklusif, dan berdaya saing. Dari perspektif pemertahanan bahasa Indonesia di ruang publik, dominasi bahasa asing menunjukkan bahwa eksistensi bahasa Indonesia dalam penamaan menu masih relatif terbatas. Bahasa Indonesia lebih sering digunakan sebagai unsur pelengkap, sedangkan unsur bahasa asing menjadi identitas utama produk. Meskipun demikian, masih terdapat upaya mempertahankan bahasa Indonesia melalui penggunaan unsur-unsur lokal, seperti

kata dua dan kenangan, yang dipadukan dengan istilah asing. Temuan ini menunjukkan bahwa praktik penamaan menu di sektor kuliner mencerminkan adanya dinamika antara kepentingan komersial, globalisasi, dan upaya mempertahankan identitas bahasa Indonesia di ruang publik.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pelaku usaha kuliner diharapkan dapat lebih mengoptimalkan penggunaan bahasa Indonesia dalam penamaan menu dengan tetap mempertimbangkan aspek pemasaran, misalnya melalui penggunaan padanan bahasa Indonesia atau penyajian nama menu secara dwibahasa sehingga nilai komersial dan identitas nasional dapat berjalan beriringan. Bagi pemerintah, khususnya lembaga yang berwenang dalam pembinaan bahasa, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memperkuat sosialisasi dan implementasi kebijakan penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Selain itu, bagi akademisi dan peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan untuk mengembangkan kajian yang lebih luas mengenai fenomena penggunaan bahasa asing pada ruang publik dengan objek, wilayah, maupun perspektif kajian yang berbeda, seperti lanskap linguistik, sikap bahasa, atau kebijakan bahasa, sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai pemertahanan bahasa Indonesia di era globalisasi.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggraini, P. (2016). Citra Tokoh Perempuan dalam Cerita Anak Indonesia (Sebuah Pendekatan Kritik Feminisme). *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 2(1), 67–76.
- Ali Rahman, Muhammad. Markhamah. (2024). Analisis Wacana pada Penggunaan Bahasa Asing dalam Daftar Menu di Star Steak. *Frasa: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 5(1).
- Azzahra, Yoanita., Nur Khilofah, Asrofin., Pascarina, Hanifa. (2024). Investigating Food Names Translation of Restaurant and Cafe Menus. *Parole: Journal of Linguistics and English Teaching*, 14(1), 52-62.
- Benu, N. N., Sudarmanto, B. A., Wahyuni, T., Susilastri, D., Rosita, E., Mahmud, A., & Yono, S. (2025). The culinary linguistic landscape of Kupang City, Indonesia: unraveling identity through sign boards. *Cogent Arts & Humanities*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2025.2449735>

- Cindy, J., Marnita, R., & Ayendi. (2022). The Study of Noun Phrase Structure of English Names for Menus in Selected Restaurants and Cafes in Padang Chinese Town, Indonesia. *Linguistika Kultura*, 11(1), 33-45. <https://doi.org/10.25077/jlk.11.1.33-45.2022>
- Damayanti, Wahyu. Sulissusiawan, Ahadi. Saman Madeten, Sisilya. (2023). Review of The Linguistic Landscape on Indoglish Phenomena Public Space Media in Pontianak City. *SALINGKA: Majalah Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 20(2), 175-186.
- Database Peraturan. Undang-undang (UU) No.24 Tahun 2009. Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38661/uu-no-24-tahun-2009>
- Kadek Ayu Wulan Setiari, Ini. Made Verayanti Utami, Ini. (2024). Flavorful Words: The Analysis of Linguistic Landscape on Restaurant Menus in Pererenan and Canggu. *Lingua Cultura*, 18(2), 155-163.
- Kaimura, Ibuki. et al. 2024. *The linguistic landscape of restaurant menus*. Buletin dan Laporan Penelitian: Studi Internasional dan Regional. No.27
- Kholifah, A. N., Maratus, S. I., Wardani, E. (2025). Multilingualism and Meaning-Making in the Soeds Café Menus: A Multimodal Discourse Analysis. *ISHEL Journal* (Universitas Negeri Jakarta), 1(1), 617-627.
- Prayudhi, Risa. Triyanto. Muhammad Hasan Basri, Dadi. (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.
- Pratiwi, A., Silvana, S., T., Rangkuti, R., Noor, R., R. (2024). Linguistic Landscape on Food and Beverage Signboards in Binjai City. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 314-325.
- Ricardo, P., Angelita, T. (2025). Pengutamaan Bahasa Indonesia di Ruang Publik dalam Papan Nama Jalan dan Gedung di Kota Surakarta. *Polygot: Journal of Linguistics, Literature, and Language Education*, 1(1), 45-53.
- Setyaningsih, R. W. (2020). Food Name Translation Practice: A Case Study of Indonesian-English Menus. *NOTION: Journal of Linguistics, Literature, and Culture*, 2(2), 70-79. <https://doi.org/10.12928/notion.v2i2.2936>
- Dehouq Simorangkir, C., Lestari Silaban, D., Hutasoit, Meldalena., L.L Saragih, Elza. (2025). Analysis Of The Use Of Foreign Languages On Food And Beverage Menus In A Restaurant In Medan City. *JKIP: Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan*, 6(2), 691-701.
- Warman, A. P., Widiatmoko, S., Anwar, M. (2026). Language Commodification in Culinary Businesses Naming at Sedayu City, Kelapa Gading: A Linguistic Landscape Study. *Bahasa Indonesia Prima (BIP)*, 8(1), 132-149.
- Wulan Sari, Sulhizah. Martiwi, Rini. Nisa Baiatun. (2021). Portmanteau words of English food and beverage's names in Indonesia. *LingCuRe: Linguistics and Culture Review*, 5(S3), 1534-1547.