

**Bilingualisme di Perusahaan Multinasional:
Analisis Preferensi dan Praktik Komunikasi Korporat**

Agnes Arum Budiana¹, Pretti Ristra²
Politeknik Negeri Bengkalis^(Penulis 1, 2)
agnes@polbeng.ac.id , prettirista@polbeng.ac.id

Abstract

This research aims to understand the dynamics of language choice in multinational corporations (MNCs), particularly regarding employee preferences and communication practices in Indonesia. By surveying six MNC employees, the study reveals variations in the use of English and Indonesian as corporate languages. The survey results show that an employee with more than 20 years of experience as a talent coordinator uses English exclusively in corporate communication. Meanwhile, an employee with 1-5 years of experience, working as an architect, prefers Indonesian as the corporate language. Four other employees, who have worked for 11-15 years and hold managerial and department head positions, use both languages bilingually in daily communication. These findings suggest that language choices in MNCs are influenced by various factors, including length of service, job position, and field of work. Additionally, language proficiency, cultural identity, and individual comfort also play a significant role in determining the language used. This research provides insights for multinational companies to better understand and manage linguistic diversity in the workplace, enhancing communication effectiveness and fostering an inclusive organizational culture.

Keywords : Bilingualism, Multi National Corporation, Language Choice.

1. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi, perusahaan multinasional (MNC) menghadapi tantangan besar dalam mengelola keragaman bahasa di lingkungan kerja yang semakin lintas budaya. Salah satu cara yang sering diterapkan adalah memperkenalkan bahasa korporat umum, biasanya bahasa Inggris, untuk memfasilitasi komunikasi lintas negara dan budaya (Neeley, 2012). Namun, dalam konteks negara-negara seperti Indonesia, di mana bahasa lokal seperti Bahasa Indonesia berperan penting sebagai bahasa resmi dan identitas nasional, dinamika penggunaan bahasa di perusahaan multinasional menjadi lebih kompleks (Lauder, 2008).

Studi terdahulu menunjukkan bahwa pengenalan bahasa Inggris sebagai bahasa korporat tidak hanya meningkatkan efisiensi komunikasi lintas negara, tetapi juga mempengaruhi hubungan sosial antar karyawan yang berasal dari latar belakang budaya dan bahasa yang berbeda. Tietze, Cohen, dan Musson (2003) menemukan bahwa meskipun bahasa Inggris sering menjadi lingua franca di perusahaan multinasional, banyak karyawan lebih memilih menggunakan bahasa lokal atau bilingualisme dalam komunikasi internal, terutama untuk menjaga rasa identitas budaya dan kenyamanan komunikasi sehari-hari.

Penelitian lain oleh Janssens dan Steyaert (2014) menunjukkan bahwa manajemen kebijakan bahasa di MNC tidak hanya berfungsi untuk memperlancar komunikasi, tetapi juga berperan penting dalam pembentukan identitas organisasi dan keterlibatan karyawan. Kebijakan yang tidak memperhatikan perbedaan bahasa lokal dan kemampuan bahasa karyawan dapat menyebabkan ketidaknyamanan dan bahkan menciptakan hambatan dalam komunikasi dan kolaborasi.

Di Indonesia, penggunaan bahasa Inggris di perusahaan multinasional sering kali dipengaruhi oleh faktor jabatan, lama bekerja, dan kemampuan bahasa individu. Lauder (2008) mengemukakan bahwa meskipun bahasa Inggris semakin mendominasi dunia bisnis global, Bahasa Indonesia tetap menjadi bahasa dominan di sektor-sektor tertentu. Dengan demikian, penting untuk memahami kapan, mengapa, dan bagaimana karyawan di perusahaan multinasional memilih antara bahasa Inggris dan bahasa lokal, serta faktor-faktor apa yang mempengaruhi pilihan tersebut. Berdasarkan latar belakang ini, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dinamika pilihan bahasa dalam perusahaan multinasional di Indonesia. Melalui survei terhadap karyawan MNC di berbagai posisi dan dengan pengalaman kerja yang berbeda, penelitian ini akan memberikan wawasan mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi bahasa karyawan, serta dampaknya terhadap efektivitas komunikasi dan budaya organisasi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian tentang penggunaan bahasa di lingkungan perusahaan multinasional (MNC) telah menarik perhatian para akademisi, terutama dalam konteks. Penelitian ini berfokus pada bagaimana bahasa Inggris, sebagai bahasa korporat global, dan bahasa lokal seperti Bahasa Indonesia digunakan di lingkungan MNC di Indonesia. Beberapa literatur penting yang mendasari penelitian ini terkait dengan, serta dalam konteks kerja.

1. Bahasa Inggris sebagai Bahasa Korporat di Perusahaan Multinasional

Dalam beberapa dekade terakhir, bahasa Inggris telah diakui sebagai, terutama di perusahaan multinasional (MNC) yang beroperasi di berbagai negara. Neeley (2012) menjelaskan bahwa MNC sering mengadopsi bahasa Inggris sebagai bahasa korporat tunggal untuk memfasilitasi komunikasi antar kantor dan cabang di berbagai negara, serta untuk memastikan efisiensi dan konsistensi dalam pertukaran informasi. Studi ini menyoroti peran bahasa Inggris dalam mengatasi hambatan komunikasi dan menciptakan di antara karyawan yang memiliki latar belakang bahasa yang berbeda. Namun, penelitian tersebut juga menunjukkan a dalam penerapan kebijakan satu bahasa ini, terutama dalam hal proses adaptasi karyawan. Karyawan yang tidak fasih dalam bahasa Inggris mungkin merasa terisolasi atau kesulitan dalam berpartisipasi dalam komunikasi formal. Ini memunculkan kebutuhan un yang lebih fleksibel, di mana karyawan dapat menggunakan bahasa lokal dalam situasi informal atau domestik. Sejalan dengan penelitian Neeley (2012), penelitian ini juga menyoroti peran penting bahasa Inggris dalam komunikasi formal, namun mencatat bahwa karyawan di MNC sering kali beralih ke bahasa lokal untuk percakapan informal, seperti yang ditunjukkan dalam penelitian oleh Tietze, Cohen, dan Musson (2003).

2. Peran Bilingualisme dan Dinamika Pilihan Bahasa di Tempat Kerja

Penggunaan bilingualisme dalam lingkungan MNC juga banyak dibahas dalam literatur. Janssens dan Steyaert (2014) berpendapat bahwa bilingualisme memungkinkan fleksibilitas komunikasi yang diperlukan untuk menangani situasi kerja yang kompleks, di mana komunikasi internasional dan lokal sering kali saling tumpang tindih. Penelitian mereka menunjukkan bahwa karyawan yang berada di posisi manajerial sering kali harus menyeimbangkan antara bahasa Inggris untuk berkomunikasi dengan mitra internasional dan bahasa lokal untuk berinteraksi dengan tim lokal. Dalam konteks Indonesia, Lauder (2008) menegaskan pentingnya bilingualisme sebagai pendekatan strategis dalam perusahaan multinasional. Bahasa Inggris digunakan sebagai bahasa formal dalam skenario internasional, sementara Bahasa Indonesia tetap penting untuk komunikasi internal dan dalam konteks budaya lokal. Bilingualisme, oleh karena itu, tidak hanya menjadi alat komunikasi tetapi juga berfungsi

sebagai jembatan budaya yang menghubungkan karyawan dari berbagai latar belakang. Hal ini didukung oleh temuan penelitian ini, di mana manajer dan kepala departemen menggunakan kedua bahasa sesuai dengan kebutuhan dan konteks. Studi oleh Luo dan Shenkar (2006) menambahkan bahwa pengelolaan keragaman bahasa di MNC merupakan bagian penting dari strategi manajemen sumber daya manusia. Menurut mereka, perusahaan yang mampu mengelola keragaman bahasa dengan baik dapat menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan meningkatkan kolaborasi antarbudaya. Studi ini juga menyoroti pentingnya kesadaran linguistik bagi manajer dalam memfasilitasi komunikasi yang efektif di MNC.

3. Identitas Budaya dan Pilihan Bahasa

Pilihan bahasa di tempat kerja juga dipengaruhi oleh identitas budaya dan kenyamanan individu dalam berkomunikasi. Tietze et al. (2003) berpendapat bahwa meskipun bahasa Inggris mungkin dominan dalam situasi formal, banyak karyawan di MNC yang lebih memilih menggunakan bahasa lokal dalam percakapan sehari-hari. Hal ini karena bahasa lokal lebih terkait dengan identitas budaya mereka dan memberikan rasa kenyamanan dalam interaksi sosial. Dalam konteks Indonesia, penggunaan Bahasa Indonesia dalam percakapan informal di MNC mencerminkan ikatan sosial dan kedekatan budaya antar karyawan. Penelitian oleh Harzing dan Feely (2008) juga menemukan bahwa ketika karyawan diizinkan menggunakan bahasa lokal mereka, hal ini dapat meningkatkan keterlibatan karyawan dan menciptakan suasana kerja yang lebih inklusif. Dengan demikian, manajemen bahasa yang mendukung penggunaan bahasa lokal dalam situasi informal dapat berkontribusi pada peningkatan hubungan antar karyawan dan keberhasilan komunikasi internal di perusahaan.

4. Tantangan Pengelolaan Bahasa di MNC

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh MNC adalah bagaimana mengelola keragaman bahasa yang ada di tempat kerja tanpa mengorbankan efisiensi operasional. Luo dan Shenkar (2006) menjelaskan bahwa strategi manajemen bahasa yang efektif harus mempertimbangkan perbedaan tingkat kemampuan bahasa karyawan, serta kebutuhan bisnis yang berbeda-beda. Menerapkan kebijakan satu bahasa saja mungkin tidak selalu efektif, terutama di negara dengan keragaman linguistik yang tinggi seperti Indonesia. Adopsi kebijakan bahasa yang fleksibel dan berorientasi lokal menjadi semakin penting dalam menghadapi tantangan ini. Neeley (2017) menekankan bahwa perusahaan multinasional harus mengembangkan strategi komunikasi bahasa yang memperhitungkan kemampuan bahasa, latar belakang budaya, dan kebutuhan operasional di berbagai negara. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk tetap kompetitif secara global sambil mempertahankan efektivitas lokal.

3. METODE PENELITIAN

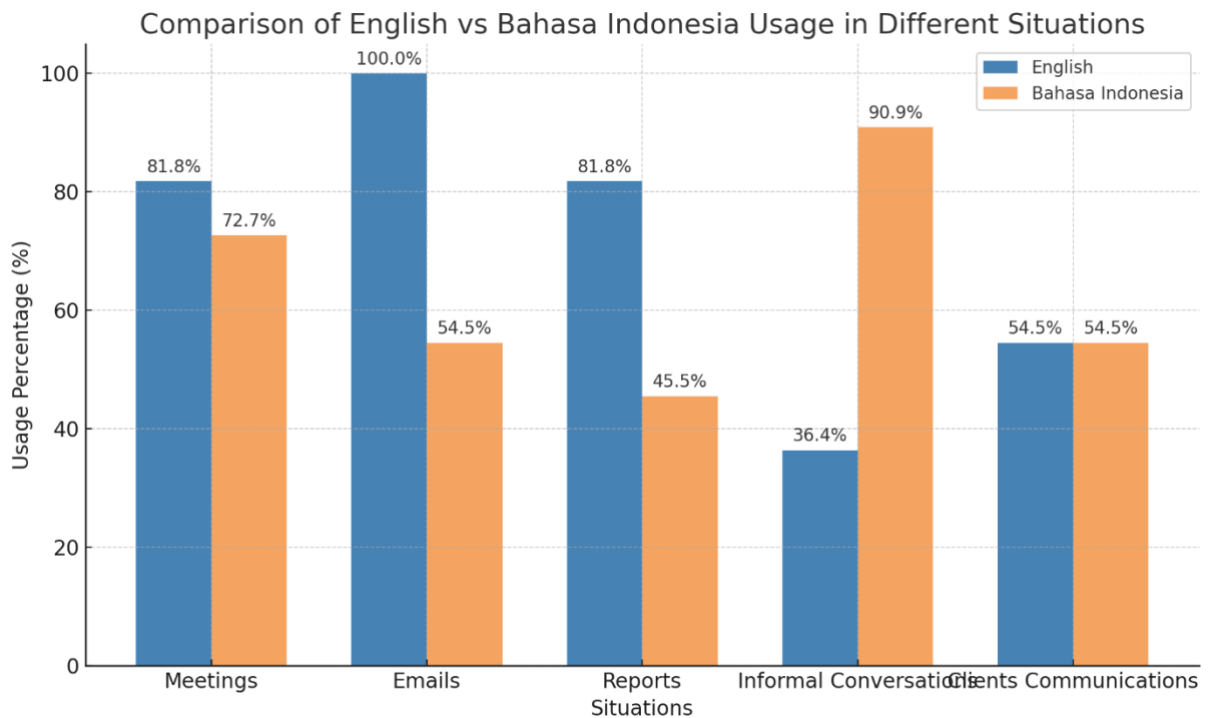
Penelitian ini menggunakan desain studi kasus dengan pengumpulan data melalui survei. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan preferensi bahasa dan praktik komunikasi di lingkungan MNC. Responden dalam penelitian ini terdiri dari 6 karyawan MNC dengan berbagai posisi dan pengalaman kerja. Kriteria pemilihan responden adalah sebagai berikut: 1. Karyawan yang memiliki pengalaman kerja di MNC minimal satu tahun, 2. Beragam latar belakang jabatan, termasuk talent coordinator, manajer, arsitek, dan kepala program. Karyawan yang menguasai, 3. nakan baik bahasa Inggris maupun Bahasa Indonesia dalam komunikasi sehari-hari. Pengumpulan data dilakukan melalui metode utama yakni survei. Survei dirancang untuk mengumpulkan informasi mengenai penggunaan bahasa dalam berbagai skenario kerja, serta preferensi bahasa yang digunakan oleh responden. Pertanyaan dalam survei mencakup aspek-aspek berikut: a. Bahasa yang digunakan dalam komunikasi

dengan klien, b. Bahasa yang digunakan dalam percakapan informal, c. Bahasa yang digunakan dalam penulisan laporan, email, dan rapat, d. Alasan di balik pilihan bahasa yang digunakan.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini meneliti penggunaan bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia dalam berbagai skenario di tempat kerja perusahaan multinasional. Berdasarkan survei dan data grafis yang mengilustrasikan penggunaan kedua bahasa dalam lima skenario berbeda, hasilnya menunjukkan dinamika yang menarik dalam preferensi bahasa karyawan.

1. **Komunikasi dengan Klien (*Client Communications*):** Dalam komunikasi dengan klien, bahasa Inggris mendominasi hampir sepenuhnya. Hal ini mengindikasikan bahwa bahasa Inggris memiliki peran penting dalam interaksi profesional dengan klien, terutama klien internasional. Penggunaan penuh bahasa Inggris dalam skenario ini menekankan kebutuhan akan keseragaman bahasa di tingkat global dalam perusahaan multinasional.
2. **Percakapan Informal (*Informal Conversations*):** Bahasa Indonesia menjadi bahasa yang lebih banyak digunakan dalam percakapan informal antar karyawan. Karyawan lebih memilih menggunakan bahasa lokal di skenario yang bersifat santai, mencerminkan kenyamanan dan hubungan personal yang lebih dekat dengan bahasa ibu. Hal ini konsisten dengan penelitian oleh Tietze, Cohen, dan Musson (2003) yang menemukan bahwa karyawan di perusahaan multinasional sering beralih ke bahasa lokal dalam interaksi sehari-hari untuk menjaga identitas budaya dan memperkuat hubungan sosial.
3. **Laporan (*Reports*):** Laporan-laporan di perusahaan lebih banyak ditulis dalam bahasa Inggris, meskipun masih ada penggunaan Bahasa Indonesia, khususnya untuk dokumentasi internal atau laporan yang ditujukan bagi tim lokal. Penggunaan bahasa Inggris yang dominan di sini sejalan dengan kebutuhan untuk menjaga standar global dan konsistensi, terutama ketika laporan tersebut diakses oleh pihak luar atau tim internasional.
4. **Email:** Bahasa Inggris juga mendominasi dalam korespondensi melalui email, terutama untuk komunikasi formal atau eksternal. Bahasa Indonesia digunakan untuk email yang bersifat internal, terutama untuk percakapan antar karyawan lokal atau untuk hal-hal yang lebih santai. Penggunaan bahasa yang bervariasi dalam komunikasi email ini menunjukkan adanya fleksibilitas karyawan dalam menyesuaikan bahasa berdasarkan kebutuhan dan audiens, seperti yang diidentifikasi oleh Lauder (2008) dalam konteks multinasional di Indonesia.
5. **Rapat (*Meetings*):** Dalam rapat-rapat, bahasa Inggris digunakan secara luas, namun Bahasa Indonesia tetap memainkan peran penting. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun bahasa Inggris sering menjadi pilihan utama dalam lingkungan profesional, terutama ketika ada keterlibatan pihak asing atau materi yang terkait dengan operasi global, Bahasa Indonesia tetap digunakan dalam rapat yang melibatkan karyawan lokal. Penggunaan kedua bahasa ini mencerminkan sifat bilingual dari lingkungan kerja multinasional, di mana kebutuhan untuk memahami dan berkomunikasi dengan jelas menjadi prioritas.



Gambar 1. Table Perbandingan Penggunaan Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pola penggunaan bahasa yang disesuaikan dengan konteks profesional di tempat kerja. Bahasa Inggris jelas mendominasi skenario-skenario yang melibatkan komunikasi formal, terutama yang berkaitan dengan interaksi eksternal seperti komunikasi dengan klien, penulisan laporan, dan email formal. Hal ini menunjukkan bahwa bahasa Inggris, sebagai bahasa global, memiliki peran sentral dalam menjaga keseragaman dan efektivitas komunikasi di tingkat internasional, seperti yang ditunjukkan oleh Neeley (2012) dalam studinya tentang adopsi bahasa Inggris di MNC. Sebaliknya, Bahasa Indonesia lebih banyak digunakan dalam konteks informal, menunjukkan pentingnya bahasa lokal dalam menciptakan hubungan sosial yang erat dan kenyamanan di tempat kerja. Ini sejalan dengan temuan dari Tietze et al. (2003), yang mengungkapkan bahwa meskipun bahasa Inggris penting untuk komunikasi formal, karyawan tetap menggunakan bahasa lokal mereka dalam situasi yang lebih santai untuk mempertahankan identitas budaya. Skenario rapat yang memperlihatkan penggunaan kedua bahasa secara bersamaan menunjukkan bahwa bilingualisme adalah strategi penting dalam perusahaan multinasional di Indonesia. Ini memungkinkan karyawan untuk menyeimbangkan kebutuhan komunikasi profesional dengan kenyamanan bahasa lokal, serta memfasilitasi kolaborasi antara karyawan lokal dan internasional. Penelitian oleh Janssens dan Steyaert (2014) menegaskan bahwa manajemen bahasa dalam MNC harus memperhitungkan faktor-faktor seperti kemampuan bahasa individu dan kenyamanan untuk memaksimalkan efektivitas komunikasi. Dengan demikian, temuan ini memberikan gambaran bahwa perusahaan multinasional di Indonesia menghadapi tantangan dalam mengelola keragaman bahasa, dan adopsi bilingualisme serta fleksibilitas dalam penggunaan bahasa merupakan pendekatan yang efektif untuk memenuhi kebutuhan komunikasi yang beragam.

Penelitian ini juga mengeksplorasi detail demografis dari responden yang berpartisipasi, memberikan wawasan lebih dalam tentang peran, pengalaman kerja, latar belakang pendidikan, serta bahasa korporat yang mereka gunakan. Hasil ini memberikan gambaran bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi pilihan bahasa di tempat kerja perusahaan multinasional.

1. **Talent Coordinator:** Responden ini telah bekerja selama lebih dari 20 tahun di perusahaan dan memiliki gelar sarjana. Bahasa korporat yang digunakan sepenuhnya adalah bahasa Inggris. Pengalaman jangka panjang dan interaksi formal yang sering, terutama dalam konteks profesional, kemungkinan menjadi alasan utama penggunaan bahasa Inggris secara penuh. Hal ini mencerminkan tingkat komunikasi yang sering melibatkan pihak internasional, sesuai dengan temuan Neeley (2012) yang menyatakan bahwa bahasa Inggris mendominasi komunikasi formal di lingkungan MNC.
2. **Manajer:** Dengan pengalaman kerja selama 11-15 tahun dan gelar magister, manajer ini menggunakan bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia secara dwibahasa di tempat kerja. Penggunaan dua bahasa ini menunjukkan bahwa peran manajer melibatkan komunikasi formal dengan pihak internasional serta percakapan informal dengan rekan kerja lokal. Studi Janssens dan Steyaert (2014) mendukung temuan ini, bahwa bilingualisme diperlukan dalam lingkungan kerja multinasional untuk menjembatani perbedaan bahasa antar kolega.
3. **Hubungan Masyarakat (*Public Relations*):** Responden ini memiliki pengalaman kerja selama 11-15 tahun dan gelar sarjana. Dalam pekerjaannya, ia menggunakan bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia secara bergantian, tergantung pada audiens. Ketika berkomunikasi dengan pemangku kepentingan internasional, bahasa Inggris lebih sering digunakan, sementara Bahasa Indonesia digunakan untuk interaksi dengan kolega lokal. Hal ini mencerminkan pentingnya adaptabilitas bahasa dalam peran yang melibatkan hubungan eksternal maupun internal.
4. **Arsitek:** Responden yang memiliki pengalaman kerja lebih singkat, yakni 1-5 tahun, dan gelar magister ini lebih banyak menggunakan Bahasa Indonesia sebagai bahasa korporat. Hal ini mungkin menunjukkan bahwa pekerjaannya lebih terfokus pada proyek internal atau domestik, di mana Bahasa Indonesia lebih relevan. Penggunaan bahasa lokal mencerminkan kebutuhan untuk berkomunikasi dengan tim lokal atau mitra dalam proyek-proyek yang bersifat lebih regional.
5. **Wakil Kepala Komunikasi Korporat (*Corporate Communications Deputy Head*):** Dengan pengalaman kerja selama 11-15 tahun dan gelar sarjana, responden ini menggunakan kedua bahasa, Inggris dan Bahasa Indonesia, di lingkungan kerja.
6. **Kepala Program Pendidikan (*Education Program Head*):** Responden ini memiliki pengalaman kerja 11-15 tahun dengan gelar magister dan menggunakan kedua bahasa, Inggris dan Bahasa Indonesia. Penggunaan dua bahasa tersebut kemungkinan didorong oleh kebutuhan untuk berinteraksi dengan beragam audiens, termasuk kolaborator internasional serta karyawan lokal, mencerminkan pentingnya fleksibilitas bahasa dalam peran yang melibatkan berbagai jenis komunikasi.

Data demografis responden menunjukkan bahwa penggunaan bahasa di perusahaan multinasional sangat terkait dengan faktor-faktor seperti lama bekerja, tingkat pendidikan, dan posisi jabatan. Penggunaan bahasa Inggris secara eksklusif dalam komunikasi korporat sering ditemukan pada karyawan dengan posisi yang membutuhkan interaksi dengan pihak internasional, seperti yang terlihat pada Talent Coordinator. Sementara itu, penggunaan dwibahasa ditemukan pada karyawan dengan pengalaman kerja menengah hingga tinggi, seperti manajer dan kepala departemen, yang menunjukkan adanya kebutuhan untuk menyeimbangkan antara komunikasi formal dan informal, baik dengan audiens lokal maupun internasional. Selain itu, responden dengan pengalaman kerja yang lebih singkat, seperti arsitek, cenderung lebih banyak menggunakan Bahasa Indonesia, yang mencerminkan sifat pekerjaan yang lebih terfokus pada proyek domestik atau internal. Studi ini mendukung temuan bahwa penggunaan bahasa dalam perusahaan multinasional bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh konteks kerja, peran, dan audiens, seperti yang dikemukakan dalam penelitian Janssens dan Steyaert (2014). Dengan demikian, manajemen bahasa yang fleksibel sangat penting untuk

memastikan efektivitas komunikasi di lingkungan kerja multinasional yang beragam secara linguistic. Kedua hasil penelitian yang disajikan sebelumnya, yakni penggunaan bahasa dalam berbagai skenario kerja dan detail demografis responden, memberikan wawasan penting mengenai preferensi penggunaan bahasa Inggris di perusahaan multinasional (MNC). Kaitan antara hasil penelitian ini dengan preferensi penggunaan bahasa Inggris di MNC dapat diuraikan sebagai berikut:

Kaitan dengan Preferensi Penggunaan Bahasa Inggris di MNC

Kedua hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa preferensi penggunaan bahasa Inggris di MNC sangat dipengaruhi oleh faktor konteks pekerjaan, audiens, lama bekerja, dan posisi jabatan. Bahasa Inggris lebih banyak digunakan dalam situasi formal dan interaksi yang melibatkan pihak internasional, menunjukkan preferensi yang kuat terhadap bahasa Inggris dalam skenario di mana efisiensi komunikasi global dan standarisasi diperlukan. Sebaliknya, dalam situasi informal atau pekerjaan yang lebih lokal, Bahasa Indonesia tetap menjadi pilihan utama, menunjukkan bahwa bilingualisme adalah strategi komunikasi yang efektif di MNC untuk menyeimbangkan tuntutan global dan lokal. Dengan demikian, preferensi penggunaan bahasa Inggris di MNC sangat terkait dengan kebutuhan untuk mencapai komunikasi yang efektif di tingkat global sambil tetap mempertahankan fleksibilitas lokal melalui penggunaan bahasa Indonesia. Penelitian ini menyoroti pentingnya manajemen bahasa yang adaptif di lingkungan multinasional yang beragam secara linguistic, di mana penggunaan bahasa Inggris sebagai bahasa korporat global harus disertai dengan pengakuan terhadap peran bahasa lokal dalam menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan nyaman bagi karyawan

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pilihan penggunaan bahasa di perusahaan multinasional (MNC) di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk konteks pekerjaan, peran jabatan, dan identitas budaya karyawan. Berdasarkan hasil penelitian, beberapa poin utama yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut:

1. Bahasa Inggris berfungsi sebagai bahasa korporat utama dalam konteks komunikasi formal, termasuk interaksi dengan klien internasional, penulisan laporan, email, dan rapat. Penggunaan bahasa Inggris dalam skenario ini mencerminkan kebutuhan untuk menjaga efisiensi, profesionalisme, dan konsistensi komunikasi di tingkat global.
2. Di sisi lain, Bahasa Indonesia lebih sering digunakan dalam percakapan informal antar karyawan, menunjukkan preferensi untuk menggunakan bahasa lokal yang lebih nyaman dalam interaksi sosial. Ini menunjukkan bahwa meskipun bahasa Inggris penting dalam komunikasi formal, bahasa lokal tetap berperan vital dalam membangun hubungan sosial yang lebih dekat dan menyenangkan di tempat kerja.
3. Bilingualisme sebagai Strategi Komunikasi. Karyawan di posisi manajerial dan profesional lainnya cenderung menggunakan dwibahasa, beralih antara bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia sesuai dengan kebutuhan konteks dan audiens. Hal ini menunjukkan bahwa bilingualisme bukan hanya suatu keterampilan, tetapi juga merupakan strategi komunikasi yang penting di MNC untuk mengatasi tantangan komunikasi lintas budaya.
4. Pengalaman kerja, posisi jabatan, dan latar belakang pendidikan karyawan berkontribusi pada preferensi bahasa yang mereka gunakan. Karyawan dengan pengalaman lebih banyak cenderung menggunakan bahasa Inggris lebih banyak dalam situasi formal, sementara yang lebih baru cenderung menggunakan Bahasa Indonesia, terutama dalam konteks domestik.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Crystal, D. (2003). *English as a Global Language*. Cambridge University Press.
- Harzing, A. W., & Pudelko, M. (2013). *Language in the Multinational Corporation: A Review of the Literature and a Future Research Agenda*. *Journal of International Business Studies*, 44(3), 225-253. <https://doi.org/10.1057/jibs.2013.20>
- Laurent, A., & W. W. J. (1986). *Cultural Diversity in International Marketing*. *International Marketing Review*, 3(2), 12-22. <https://doi.org/10.1108/02651338610135836>
- Marschan-Piekkari, R., Welch, C., & Welch, D. (1999). *In the Shadow of Headquarters: The Impact of Language on the Management of Multinational Companies*. *International Business Review*, 8(6), 607-629. [https://doi.org/10.1016/S0969-5931\(99\)00031-8](https://doi.org/10.1016/S0969-5931(99)00031-8)
- Neeley, T. (2013). *Global Business English: The Role of Language in Global Business*. *Harvard Business Review*. Retrieved from <https://hbr.org>
- Schneider, C., & von Glinow, M. A. (2018). *Language in International Business: A Review and Future Directions*. *Journal of World Business*, 53(2), 154-165. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2017.11.004>
- Tange, H., & Luring, J. (2009). *Language Management in Multinational Companies: A Review of the Literature*. *Journal of International Management*, 15(4), 364-372. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2009.02.002>
- Van der Wurff, W. (2008). *Language Use in International Business: An Overview*. *International Business Review*, 17(1), 101-112. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2007.10.001>
- Welch, C., & Piekkari, R. (2006). *Language and Globalization: The Role of Language in International Business*. *Journal of International Business Studies*, 37(2), 146-163. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400193>
- Zhou, J., & Lee, C. (2020). *Cultural Diversity and Corporate Communication: The Role of Language*. *Journal of Business Communication*, 57(3), 345-367. <https://doi.org/10.1177/2329488420910984>