

**KONDISI DAN PEMARTABATAN BAHASA INDONESIA SEBAGAI  
IDENTITAS BANGSA DI ERA GLOBALISASI**  
*(Condition and Valuation of Indonesian Language as National Identity in the  
Globalization Era)*

**David Gustaaf Manuputty**

Balai Bahasa Ujung Pandang

Jalan Sultan Alauddin Km 7 Talasalapang, Makassar

Telepon (0411) 882401, Fax. (0411) 882403

Pos-el: [dgm\\_sakty@yahoo.com](mailto:dgm_sakty@yahoo.com)

Diterima: 8 Mei 2010; Disetujui: 10 Juli 2010

**Abstract**

*The usage of Indonesian language, local (regional) language, and foreign language may influence one another. Local (regional) language slants Indonesian Language in cultural aspect or sensibility proportion, while foreign language slants it in science and technology and economy especially in trading. Those problems describe that the language problem involves the life of society, nation, and state. Therefore, re-affirmation and restability concerning the position and function of Indonesian Language, especially in the life of society, nation, and state in the globalization era. In addition, local (regional) language and foreign language should be considered in accordance with their position and function respectively*

**Key words:** *Indonesian language, local (regional) language, foreign language*

**Abstrak**

Penggunaan bahasa Indonesia, bahasa daerah, dan bahasa asing saling memengaruhi satu terhadap yang lain. Bahasa daerah mewarnai penggunaan bahasa Indonesia dalam aspek budaya atau nilai rasa, sedangkan bahasa asing mewarnai penggunaan bahasa Indonesia di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi serta bidang ekonomi, khususnya perniagaan. Berbagai permasalahan tersebut memberi gambaran bahwa permasalahan kebahasaan menyangkut kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Oleh karena itu, perlu dilakukan penegasan dan pemantapan kembali kedudukan dan fungsi bahasa Indonesia, terutama di dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara di era globalisasi. Selain itu, bahasa daerah dan bahasa asing agar ditempatkan sesuai dengan kedudukan dan fungsinya masing-masing.

**Kata kunci:** bahasa Indonesia, bahasa daerah, bahasa asing

## 1. Pendahuluan

Amanat menjunjung bahasa Indonesia telah ditetapkan di dalam Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 36, dan butir ketiga Sumpah Pemuda. Sehubungan dengan itu, pemerintah berkewajiban mengembangkan dan memajukan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional. Selain bahasa Indonesia, bahasa daerah sebagai salah satu unsur kebudayaan nasional juga perlu dipelihara dan dikembangkan.

Bahasa Indonesia berkedudukan sebagai bahasa nasional atau bahasa persatuan dan sebagai bahasa negara. Selain penggunaan bahasa Indonesia, ada penggunaan bahasa daerah dan penggunaan bahasa asing.

Dalam kenyataannya, penggunaan ketiga bahasa tersebut di atas saling memengaruhi satu terhadap yang lain. Bahasa daerah mewarnai penggunaan bahasa Indonesia dalam aspek budaya atau nilai rasa, sedangkan bahasa asing mewarnai penggunaan bahasa Indonesia di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi serta bidang ekonomi, khususnya perniagaan.

Berbagai permasalahan tersebut di atas memberikan gambaran bahwa permasalahan kebahasaan menyangkut masalah kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Oleh karena itu, perlu dilakukan penegasan dan pemantapan kembali kedudukan dan fungsi bahasa Indonesia, baik sebagai bahasa nasional maupun sebagai bahasa negara, di dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara pada tatanan kehidupan baru globalisasi. Selain itu, bahasa daerah dan bahasa asing agar ditempatkan sesuai dengan kedudukan dan fungsinya masing-masing.

Hal-hal yang meliputi kondisi di masyarakat serta upaya 'pemertabatan' agar bahasa Indonesia menjadi 'bahasa

utama' di negeri sendiri serta menjadi identitas atau 'jati diri' dan 'kebanggaan' bangsa Indonesia inilah yang menjadi parameter di dalam tulisan ini.

## 2. Kerangka Teori

Merujuk kepada salah satu fungsi bahasa yaitu sebagai alat komunikasi, adalah suatu kenyataan bahwa manusia mempergunakan bahasa sebagai sarana komunikasi vital dalam hidup ini, sehingga bahasa memunyai peran berdasarkan fungsi komunikatif. Jadi, kunci terakhir untuk membuka hakikat bahasa adalah komunikasi dan interaksi. Bahasa berfungsi sebagai perekat dalam menyatupadukan keluarga, masyarakat, dan bahasa dalam kegiatan sosialisasi.

Keraf (1980:14) menyebutkan, komunikasi dengan menggunakan bahasa adalah bersifat umum dan universal apabila sifat itu dilihat dari fungsinya, maka bahasa memunyai fungsi sebagai berikut.

- 1) Untuk tujuan praktis, yaitu komunikasi antarmanusia dalam pergaulan.
- 2) Untuk tujuan artistik, yaitu tatkala manusia mengolah bahasa guna menghasilkan ungkapan yang seindah-indahnya, seperti dalam cerita, kisah, syair, puisi, gambar, lukisan, musik, dan pahatan-pahatan.
- 3) Untuk tujuan filologis, yakni tatkala kita mempelajari naskah-naskah kuno, latar belakang sejarah, kebudayaan, adat istiadat manusia, serta perkembangan bahasa.
- 4) Untuk menjadi kunci dalam mempelajari pengetahuan lainnya.

Sobur (2004:307) menambahkan, jika proses komunikasi berhasil menyampaikan pesan (*message*) dari seseorang atau pihak tertentu kepada orang atau pihak lain, maka konteks komunikasi tersebut mencakupi juga "penulanan"

pengetahuan mengenai suatu hal. Namun, proses komunikasi selanjutnya bukanlah sekadar penyampaian informasi saja, melainkan merupakan proses interaksi pengetahuan dan kebenaran antara pihak pertama dan pihak kedua atau bahkan ketiga.

Sufika (2007:68) menyebutkan bahwa bahasa merupakan bahagian dari budaya yang erat hubungannya dengan berpikir. Dengan demikian, masyarakat dengan budayanya memiliki cara berpikir tertentu yang diekspresikan dalam bahasanya. Bahasa adalah alat intelektual yang paling fleksibel dan paling berkekuatan yang dikembangkan oleh manusia. Salah satu fungsi bahasa adalah kemampuannya merefleksikan dunia dan dirinya sendiri. Bahasa dapat mendeskripsikan budaya masyarakat pengguna bahasa itu, dan melalui bahasanya kita dapat memahami budaya pengguna bahasa itu yang di dalamnya tercakup juga cara berpikir masyarakatnya. Oleh karena keeratan itulah, bahasa dan budaya saling memengaruhi, saling mengisi, dan berjalan berdampingan. Yang paling mendasar adalah bahasa harus dipelajari dalam konteks budaya dan budaya dapat dipelajari melalui bahasa.

Oleh karena itu, bahasa dapat berkembang karena akal atau sistem pengetahuan manusia. Dengan bahasa dan sistem pengetahuan, manusia membangun dan mengatur segala kehidupan manusia dalam organisasi sosial. Atas dasar inilah kita selalu percaya bahwa “bahasa menunjukkan bangsa”.

### **3. Kondisi Kebahasaan**

Di Indonesia selain penggunaan bahasa Indonesia, ada penggunaan bahasa daerah dan penggunaan bahasa asing. Ketiga jenis bahasa itu memiliki kedudukan dan fungsi masing-masing,

sebagaimana dirumuskan dalam Politik Bahasa Nasional. Bahasa Indonesia berkedudukan sebagai bahasa nasional atau bahasa persatuan dan sebagai bahasa negara. Dalam kedudukannya sebagai bahasa nasional, bahasa Indonesia berfungsi sebagai (1) lambang identitas nasional, (2) lambang kebanggaan nasional, (3) alat pemersatu berbagai kelompok etnik yang berbeda latar belakang sosial budaya dan bahasanya, serta (4) alat perhubungan antarbangsa, antarbudaya, dan antardaerah.

Di dalam kedudukannya sebagai bahasa negara, bahasa Indonesia berfungsi sebagai (1) bahasa resmi kenegaraan, (2) bahasa pengantar resmi di lembaga pendidikan, (3) bahasa resmi di dalam perhubungan pada tingkat nasional, (4) bahasa resmi untuk pengembangan kebudayaan nasional, (5) sarana pengembangan dan pemanfaatan ilmu pengetahuan modern, (6) bahasa media massa, (7) pendukung sastra Indonesia, dan (8) pemer kaya bahasa dan sastra daerah.

Di dalam fungsinya sebagai bahasa resmi kenegaraan, bahasa Indonesia digunakan dalam (1) administrasi kenegaraan, (2) pidato resmi kenegaraan, (3) peraturan perundang-undangan, (4) dokumen kenegaraan, (5) piagam kerja sama (MOU), (6) nama instansi/lembaga, termasuk merek dagang, (7) pelayanan



Bandar Udara Ngurah Raih, Denpasar

terhadap masyarakat, (8) pertemuan, rapat, sidang, konferensi, dan sebagainya.

Selain bahasa Indonesia dan bahasa asing, bahasa-bahasa di Indonesia berkedudukan sebagai bahasa daerah. Dalam kedudukannya itu, bahasa-bahasa daerah di Indonesia berfungsi sebagai (1) lambang identitas negara, (2) lambang kebanggaan daerah, (3) alat perhubungan di dalam keluarga dan masyarakat daerah, (4) sarana pendukung budaya daerah dan bahasa Indonesia, serta (5) pendukung sastra daerah dan sastra Indonesia.



Jalan Daeng Tata, Makassar



Media Peringatan bagi pengguna jalan di Makassar

Selain bahasa Indonesia dan bahasa daerah, bahasa-bahasa yang digunakan di Indonesia berkedudukan sebagai bahasa asing. Dalam kedudukannya itu, bahasa-bahasa asing di Indonesia berfungsi sebagai (1) sarana perhubungan antarbangsa, (2) sarana pemanfaatan ilmu

pengetahuan dan teknologi modern, (3) sumber kebahasaan untuk memperkayai bahasa Indonesia, terutama dalam kaitannya dengan pengembangan kosakata dan peristilahan (Moeliono, 2001).

Dalam kenyataannya, penggunaan ketiga bahasa tersebut di atas saling pengaruh satu terhadap yang lain. Bahasa daerah mewarnai penggunaan bahasa Indonesia dalam aspek budaya atau nilai rasa, sedangkan bahasa asing mewarnai penggunaan bahasa Indonesia bidang ilmu pengetahuan dan teknologi serta bidang ekonomi, khususnya perniagaan.



Karebosi Link, Makassar

#### 4. Eksistensi Bahasa Asing

Berpegang pada semboyan bahwa bahasa menunjukkan bangsa, disadari atau tidak, bahasa merupakan cermin dunia seseorang. Ketika seseorang berbahasa sebenarnya dia menunjukkan jati diri dan identitasnya. Sikap positif masyarakat terhadap bahasa Indonesia masih sangat memprihatinkan. Hal ini terbukti dengan masih kurangnya masyarakat yang menunjukkan kemampuannya menggunakan bahasa Indonesia secara baik dan benar. Selain itu, masyarakat cenderung pada penggunaan bahasa dan istilah asing yang tidak pada tempatnya karena istilah tersebut sesungguhnya ada padanannya dalam bahasa Indonesia.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan atau disingkat

BBLNLK telah disahkan pada tanggal 9 Juli 2009. Sesuai dengan namanya, salah satu topik yang diatur pada undang-undang (UU) ini adalah tentang bahasa negara.

Di dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tersebut, masalah kebahasaan dijelaskan secara gamblang. Pasal 1 menjelaskan tentang definisi bahasa Indonesia (bahasa resmi nasional), bahasa daerah (bahasa yang digunakan secara turun-temurun di daerah di Indonesia), dan bahasa asing (bahasa selain bahasa Indonesia dan bahasa daerah).

Pasal 25 menjelaskan bahwa bahasa Indonesia adalah bahasa resmi negara dan bahasa persatuan yang dikembangkan sesuai dengan dinamika peradaban bangsa. Fungsinya adalah sebagai (1) jati diri bangsa, (2) kebanggaan nasional, (3) sarana pemersatu berbagai suku bangsa, serta (4) sarana komunikasi antardaerah dan antarbudaya daerah.

Nama resmi geografi dan nama diri termasuk nama bangunan atau gedung, jalan, apartemen atau permukiman, perkantoran, kompleks perdagangan, merek dagang, lembaga usaha, lembaga pendidikan, serta organisasi yang didirikan atau dimiliki oleh warga negara Indonesia atau badan hukum Indonesia kewajiban menggunakan bahasa Indonesia. Bahasa daerah atau bahasa asing apabila memiliki nilai sejarah, budaya, adat istiadat, dan/atau keagamaan.

Selain itu, informasi produk atau jasa, rambu, penunjuk, dan informasi layanan umum wajib menggunakan bahasa Indonesia. Bahasa daerah atau bahasa asing dapat disertakan jika dirasa perlu. Khusus bagi media massa, bahasa daerah atau bahasa asing dapat digunakan pada media massa yang memunyai tujuan atau sasaran khusus.

Dengan demikian, bahasa Indonesia wajib menjadi 'tuan' di negeri

sendiri. Artinya, bahasa Indonesia merupakan identitas atau jati diri bangsa Indonesia sehingga nama-nama lembaga termasuk usaha dagang dan merek dagang wajib menggunakan bahasa Indonesia.

Teks berbahasa Indonesia wajib ditempatkan di atas teks berbahasa Inggris. Selain itu, ukuran huruf teks yang berbahasa Indonesia harus lebih besar daripada yang berbahasa Inggris.

Namun, pada kenyataannya, banyak sekali penggunaan bahasa asing—terutama bahasa Inggris—yang tidak pada tempatnya seperti terlihat pada beberapa foto berikut.



Panakkukang Square, Makassar



Panakkukang Square, Makassar



PT Hadji Kalla, Makassar



Kampus UNJ Rawamangun, Jakarta

### 5. Gengsi Penggunaan Bahasa Asing

Merujuk kepada beberapa teks, baik yang berbahasa Indonesia maupun yang berbahasa asing, terlihat bahwa tingkat pengetahuan berbahasa baik bahasa Indonesia maupun bahasa asing sebagian besar masyarakat masih memprihatinkan. Selain itu, kecenderungan masyarakat pada penggunaan bahasa asing tanpa disadari melecehkan posisi bahasa Indonesia. Fenomena ini dapat diklasifikasi sebagai berikut.

#### 1) Faktor Melecehkan Bahasa Nasional



PT Hadji Kalla, Makassar

Papan nama badan usaha dan jenis usaha ini merupakan pelecehan terhadap bahasa Indonesia karena selain tidak terdapat satu pun teks berbahasa Indonesia, juga mengaburkan jenis badan usaha yang diamban. Kenyataan seperti ini sangat

bertolak belakang dengan kebanggaan bangsa Malaysia yang cenderung dan menjunjung penggunaan bahasa Melayu pada badan usaha yang sama sekali tidak menggunakan teks berbahasa asing, seperti terlihat pada foto berikut.



Stasiun Kereta Api di Alor Setar  
(Malaysia)

#### 2) Faktor Menjunjung Bahasa Nasional



Carrefour Karebosi Link, Makassar

Kenyataan ini patut dibanggakan karena menempatkan teks berbahasa Indonesia di atas teks berbahasa asing. Namun, ukuran huruf teks berbahasa Indonesia tersebut masih sama besar dengan ukuran huruf teks yang berbahasa Inggris. Hal ini belum sepenuhnya sesuai dengan regulasi bahwa ukuran huruf teks yang berbahasa Indonesia harus lebih besar daripada yang berbahasa Inggris sebagaimana yang diterapkan di negara ASEAN lainnya, seperti terlihat pada foto berikut.



Stasiun Bus Chiang Mai, Thailand

### 3) Faktor Ketidakkonsistenan



Panakkukang Square, Makassar

Penggunaan istilah *Ice Tea* pada stiker informasi tentang barang dagangan TEH UPET sesungguhnya hanya menunjukkan gengsi sang pengusaha. Istilah *Ice Tea* sesungguhnya ada padanannya dalam bahasa Indonesia, yaitu 'Teh Es'.

### 4) Faktor Kolaborasi Bahasa



Panakkukang Square, Makassar

Informasi tentang jasa pijat refleksi yang berlokasi di salah satu pusat perbelanjaan di kawasan elit di Makassar ini belum sepenuhnya menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Hal ini terlihat pada penulisan kata *reflexi* yang seharusnya 'refleksi'. Selain itu, informasi tentang pemijatan sepenuhnya menggunakan bahasa asing (Mandarin) termasuk penulisan aksaranya.

### 5) Faktor Kekonyolan



Penulisan '*exhibition*' menunjukkan rendahnya tingkat pengetahuan bahasa asing (Inggris) si penulis. Penulisan '*exhibition*' seharusnya '*exhibition*'. Sesungguhnya kata '*exhibition*' tersebut telah ada padanannya dalam bahasa Indonesia yaitu 'eksibisi'.



Penulisan '*kindern huiz*' sebagai informasi usaha jasa rumah/tempat penitipan anak menunjukkan ketidaktahuan si pembuat informasi tentang bahasa asing (Belanda). Penulisan '*kindern huiz*' dalam bahasa Belanda seharusnya adalah *kinderen huis* (rumah anak-anak). Penulis pernah menegur sang pengelola usaha tersebut ihwal kekeliruan mereka, tetapi mereka

justru membela diri dengan berkelit bahwa itu bukan bahasa Belanda, melainkan bahasa Jerman. Pembelaan diri tersebut justru lebih menunjukkan 'kekonyolan' mereka, karena penulisannya dalam bahasa Jerman yang benar adalah *kindern haus*.

## 6. Penutup

Dari uraian di atas, penulis menyimpulkan bahwa pemanfaatan bahasa sebagai alat komunikasi dalam berbagai media promosi dapat menjadi media komunikasi yang efektif antara produsen dengan konsumen.

Namun, dalam banyak hal seperti undangan, orang cenderung menggunakan bahasa asing (Inggris) sekalipun amburadul, misalnya: *invite you to come to my house for my birthday on January 3th*. Hal ini selain menunjukkan gengsi yang bersangkutan menggunakan bahasa Inggris, juga menunjukkan 'ketololannya' karena bentuk singkatan bilangan *ordinal third* adalah *3rd*.

Selain bahasa asing (Inggris), tingkat pengetahuan masyarakat terhadap bahasa Indonesia pun masih sangat memprihatinkan terutama dalam hal penulisan ejaan, seperti: 'di larang' yang seharusnya 'dilarang' dan 'dikontrakan' yang seharusnya 'dikontrakkan'.



Sikap positif masyarakat terhadap bahasa Indonesia masih sangat memprihatinkan. Hal ini terbukti dengan masih kurangnya masyarakat yang menunjukkan kecenderungannya menggunakan bahasa Indonesia dalam segala hal, terutama para pedagang dan para pengelola jasa yang bersinggungan dengan bisnis pariwisata.

Mereka cenderung menggunakan bahasa dan istilah asing.

Seyogyanya bahasa Indonesia harus menjadi 'tuan' di negeri sendiri dan menjadi jati diri bangsa Indonesia karena bahasa menunjukkan bangsa. Disadari atau tidak, bahasa merupakan cerminan dunia seseorang karena ketika seseorang berbahasa sesungguhnya dia menunjukkan jati diri atau identitasnya. Permasalahan ini sesungguhnya merupakan ulah sebagian besar orang Indonesia sendiri yang enggan membiasakan diri menggunakan bahasa Indonesia karena merasa lebih tersanjung, lebih terhormat, dan lebih intelek apabila menggunakan bahasa asing (terutama bahasa Inggris).

## DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Hasan. 1995. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- 1995. *Tatabahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Keraf, Gorys. 1980. *Eksposisi*. Ende: Nusa Indah.
- Moeliono, Anton M. 2001. *Tata Istilah*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Sikki, Muhammad dkk. 2000. "Sejarah Balai Bahasa Ujung Pandang 1952—2000". Makassar: Balai Bahasa, Departemen Pendidikan Nasional.
- Sobur, Alex. 2004. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sufika, Arwina. 2007. "Fungsi Bahasa dalam Perspektif Promosi Pariwisata" dalam Chaiyanara (editor) *Kesinambungan dan Pemantapan Bahasa di Asia Tenggara*. Singapura:



Rancangan Penumbuhan Persatuan  
Linguis ASEAN.

Tim Penyusun. 1997. *Pedoman Umum  
Pembentukan Istilah*: Departemen  
Pendidikan dan Kebudayaan.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.  
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.  
This page will not be added after purchasing Win2PDF.