

## MENDUNIAKAN BAHASA INDONESIA DENGAN MENGINDONESIAKANNYA

M. Rus Andianto

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia-Universitas Jember

Jl. Kalimantan No. 37 Kampus Tegal Boto

rus.andianto@yahoo.com

**Abstrak:** Kemungkinan dan harapan bahasa Indonesia menjadi bahasa Internasional berhadapan dengan situasi ironis paradoksal. Meskipun banyak negara lain yang bersemangat menjadikan bahasa Indonesia sebagai bahasa kedua, justru banyak sekali orang Indonesia sendiri memperlakukannya dengan kurang simpatik, yang di antaranya dengan lebih menonjolkan unsur-unsur bahasa asing. Akibatnya, bahasa Indonesia terkesan kurang meng-Indonesia. Oleh karena itu, untuk menjadikannya sebagai bahasa internasional atau Menduniakannya, bangsa Indonesia harus meng-Indonesiaikannya dengan “mantap”, “cantik”, dan “menarik”. “Mantap” berkenaan dengan penerapan kaidah semantik dan gramatikal serta prinsip pragmatik kerjasama, sedangkan “cantik” terkait dengan penerapan prinsip pragmatik sopan santun, sedangkan “menarik” bergayut dengan penyajian substansial keeksotikaan alam dan budaya Indonesia.

**Kata-kata Kunci:** *bahasa indonesia, global, pragmatik*

### PENDAHULUAN

Wacana sejak lama tentang kemungkinan dan harapan bahasa Indonesia menjadi bahasa internasional, makin lama terasa semakin berhadapan dengan banyak situasi yang ironis dan paradoksal. Sudah cukup banyak negara lain memiliki semangat besar untuk menjadikan bahasa Indonesia sebagai bahasa kedua, ketiga, atau keempat; seperti Australia, Kanada, Rusia, Vietnam, Amerika, Vietnam, Thailand, dan lain-lain (Fauziah, 2013). Setidaknya, sudah ada 219 lembaga di 74 negara, baik di dalam negeri maupun di luar negeri, yang menyelenggarakan BIPA (Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing) (Wahya dalam Widodo 2010). Pihak Pemerintah Republik Indonesia sendiri, melalui lembaga Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa (Pusat Bahasa atau Badan Bahasa Kemendikbud), sejak zaman Orde Baru, sudah berusaha keras dengan berbagai kebijakan dan strategi untuk menjadikannya bahasa yang mantap dan berwibawa. Dari sekian banyak upaya itu, di antaranya kini telah berhasil didirikan 150 pusat bahasa dan kebudayaan Indonesia di 48 negara, yang bahkan akan terus ditambah (Dharma dalam Kompas, 2011). Akan tetapi, kenyataannya pada perkembangan akhir-akhir ini, justru banyak sekali orang Indonesia sendiri memperlakukan bahasa Indonesia dengan kurang simpatik. Dalam komunikasi lisan, baik formal maupun non-formal, misalnya, wacana keilmuan, bisnis, dan periklanan, dipaparkan dengan menggunakan bahasa Indonesia

yang disisipi dengan banyak sekali unsur bahasa asing. Dalam banyak kesempatan, para pembicara yang orang dengan tempat kegiatan di Indonesia sendiri banyak sekali menggunakan kata-kata, istilah-istilah, dan bahkan kalimat-kalimat bahasa asing, khususnya bahasa Inggris, dengan tanpa atau kurang adanya upaya mengindonesiakannya. Dalam komunikasi tulis, tidak sedikit hasil-hasil karya cipta orang Indonesia yang penamaan dan atau pemberian merknya menggunakan kata-kata asing. Sebagai contoh bisa dilihat seperti merk sepeda “*Polygon*” yang sub-sub merknya “*Mountain Bike*”, “*Racing Bike*”, “*City Bike*”, “*BMX*”, “*Junior & Kids Bike*”, merk sepatu “*Bodypack*”, “*Eiger*”, “*Export*”, “*Neosack*”, merk sepatu dan tas kulit “*Buccheri*” merk celana “*lea jeans*” (Ayu, 2017), dan sangat banyak lainnya lagi. Semua itu adalah buatan orang dengan lokasi produksinya di Indonesia. Tidak bisa dielak, bahwa pada saat ini, orang Indonesia, terutama kalangan kaum muda, banyak yang membanggakan segala sesuatu yang berbau asing, yang diekspresikannya dengan memilih dan menggunakan barang-barang dan bahasa asing (khususnya bahasa Inggris). Barang-barang dan bahasa Indonesia dianggap kuno. Bahasa Indonesia disikapi sebagai bahasa yang kurang membanggakan. Kemudian, untuk membanggakannya, disisipilah kata-kata, istilah-istilah, dan atau kalimat-kalimat asing.

Dari satu sisi, situasi seperti itu merupakan wujud ketidakberdayaan masyarakat Indonesia dalam membendung derasnya arus budaya global. Suatu keniscayaan yang tidak bisa dihindari oleh bukan hanya orang-orang Indonesia. Dari sisi lain, disadari atau tidak, hal tersebut bisa diinterpretasi sebagai wujud pengebawahan (*subordinate*) bahasa Indonesia oleh orang Indonesia sendiri. Dalam konteks sosiolinguistik, semua itu bisa juga dimaknai sebagai situasi bahasa Indonesia yang masih kurang mengindonesia. Bahasa Indonesia yang disikapi dan diperlakukan sebagai bahasa yang tidak memiliki daya mewadahi berbagai wujud fenomena, entitas, temuan, karya cipta, gagasan, dan pikiran serta perasaan baru; pendek kata: peradaban baru. Lebih ekstrem lagi, bahasa Indonesia dipandang tidak memiliki dampak nilai ekonomi dan pola dan atau gaya hidup tinggi; tidak cukup untuk menjadi kebanggaan

Semua itu tentu semestinya cukup menggelisahkan hati dan pikiran orang Indonesia yang peduli akan kepribadian dan harga diri kebangsaannya. di tengah-tengah bangsa lain. Bagaimana tidak? Ibarat seseorang yang diundang hadir dalam suatu pesta, normalnya, tentulah akan merasa malu apabila pakaian yang dikenakannya terlalu besar atau terlalu kecil, sana-sini banyak tambalan, penataan bentuk dan warnanya kurang serasi (*macthing*), kualitas kainnya rendah, dan sebagainya. Akibatnya, kepribadian dan atau harga dirinya terasa rendah, sehingga kurang simpatik dan meyakinkan. Demikian pula dengan bahasa Indonesia. Kalau ada kesadaran bahwa bahasa Indonesia sedang diminati oleh bangsa lain, yang oleh karenanya berpotensi menjadi bahasa internasional, semestinya bangsa Indonesia juga akan menjadi malu apabila tidak selalu mengupayakan untuk bisa menampilkannya dengan cantik. Dengan cara demikian, dampaknya diharapkan bangsa lain yang melihat, mendengar, dan

menggunakannya bisa menangkap dan menghayati nilai-nilai budaya dan kepribadian bangsa Indonesia yang sering mereka anggap santun dan menarik.

Memang, untuk menjadikan bahasa internasional tidak cukup dengan menampilkannya secara cantik, yakni menggunakannya dengan benar dan baik, yang merupakan perwujudan dari rasa percaya diri dan kepedulian dari orang Indonesia sendiri sebagai pemiliknya. Ada persyaratan lain yang bersifat fungsional yang lebih menentukan, yaitu bahasa Indonesia harus digunakan dalam diplomasi dan perdagangan tingkat internasional serta berperan besar dalam penyebaran ilmu pengetahuan. Selain itu, bahasa Indonesia juga harus menunjukkan karakteristik yang bersistem sederhana dalam bunyi bahasa dan gramatiknya, sehingga penutur asing dengan mudah mempelajarinya (Damhauser dalam Raharjo, 2011). Akan tetapi, untuk bisa memenuhi persyaratan seperti itu, orang Indonesia sebagai pemilik semestinya merawat, memperlakukan, dan menggunakan bahasa Indonesia dengan baik dan benar, sehingga penampilan fungsionalnya menjadi mantap, cantik, dan menarik yang mengindonesia. Mantap berkenaan dengan masalah penerapan kaidah semantik dan gramatikal, serta prinsip pragmatik-kerjasama (Grice, 1975), sedangkan cantik berkaitan dengan persoalan pengimplementasian prinsip pragmatik-kesantunan (Leech, 1985; Brown & Levinson, 1990). Sementara itu, menarik bergayut dengan segala ikhwal substansial keeksotikan alam beserta unsur-unsur budaya Indonesia lainnya. Apabila ditampilkan dengan memperhatikan tiga hal tersebut, bahasa Indonesia bisa diharapkan akan menjadi bahasa yang mengindonesia. Artinya bahasa Indonesia yang membawa kepribadian bangsa Indonesia.

## PEMBAHASAN

### Mengindonesiakan dengan “Mantap”

Sudah diutarakan di atas, bahwa bahasa yang dikatakan mantap (*steady, unwavering*) itu berkenaan dengan masalah penerapan kaidah-kaidah semantik dan gramatikal serta prinsip pragmatik-kerjasama. Kaidah-kaidah semantik memandu kepada penggunaan kata atau kalimat yang tepat secara semantik, sesuai dengan unsur-unsur makna yang disimbolkannya berdasarkan kultur Indonesia. Sebagai contoh sederhana, kata *mati*, misalnya, mengandung unsur-unsur makna: tidak bernyawa, kategori binatang, tumbuh-tumbuhan, atau manusia yang berstatus sosial “rendah (tidak atau kurang terhormat)” atau orang biasa (orang kebanyakan). Berbeda halnya dengan kata *meninggal* yang memiliki unsur makna: tidak bernyawa, hanya untuk kategori manusia dengan berstatus sosial “tinggi (terhormat atau dihormati)”, dan sebagainya. Oleh karena itu, dua kata yang bersinonim tersebut, masing-masing harus dipilih dan digunakan sesuai dengan unsur-unsur makna masing-masing secara tepat. Bagi orang Indonesia, hal ini tidak bermasalah, karena norma-norma interaksi dan interpretasi budayanya sudah melekat. Akan tetapi, bagi orang asing yang budayanya berbeda, kekurangtepatan diksi ini sangat gampang dan sering terjadi. Bahasa Indonesia, yang secara semantik dibangun dari bahasa komunitas etnik tertentu dan yang selanjutnya

dikembangkan dengan menyerap kosakata dari berbagai bahasa etnik dalam dan luar negeri beserta kompleksitas makna kulturalnya itu, semestinyalah digunakan dengan memperhatikan kaidah-kaidah semantik bahasa Indonesia. Bangunan kaidah semantik tersebut memang tidak gampang dirumuskan secara jelas seperti kaidah gramatikal. Akan tetapi, hal itu bisa dicermati dan dipedomani dari kosakata yang sudah disajikan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (termasuk tata ejaan, tata istilah, dan kaidah penyerapan unsur bahasa asing) serta berbagai kamus istilah yang kini sudah banyak tersedia di berbagai perputakaan, toko buku konvensional dan elektronik. Persoalannya bukan masalah ada-tidaknya kaidah-kaidah tersebut, tetapi belum banyaknya orang Indonesia yang menyadari pentingnya masalah ini.

Terkait dengan kaidah gramatikal, bahasa Indonesia sudah memperlihatkan kualitas tingkat kemantapannya, sehingga pada tataran teori tidak banyak menimbulkan masalah. Akan tetapi, pada tataran implementasi, diakui atau tidak masih banyak yang kurang memerhatikan kaidah-kaidah tersebut. Satu contoh sederhana, misalnya, adalah kalimat *Kita sudah bawa masalah ini ke Komisi III*. Penutur rupanya bermaksud mengungkapkan pikirannya dengan kalimat pasif dengan mengedepankan predikat, tetapi tergelincir ke dalam bentuk kalimat aktif, sehingga strukturnya menjadi tidak jelas antara bentuk aktif dan pasif. Apabila yang dimaksudkan adalah kalimat pasif, kata *sudah* semestinya ditempatkan di depan *kita*, sehingga menjadi *Sudah kita bawa masalah ini ke Komisi III*. Akan tetapi, kalau yang dimaksudkan adalah kalimat aktif, kata *bawa* harus diperluas dengan bentuk verba aktif *membawa*, sehingga kalimatnya menjadi *Kita sudah membawa masalah ini ke Komisi III*. Sama kasusnya dengan contoh kaidah semantik di atas, bahwa bagi orang Indonesia mungkin itu tidak banyak bermasalah. Akan tetapi, kalau kalimat yang strukturnya tidak jelas itu ditiru secara luas oleh orang asing, tentu hal itu akan berdampak luas juga, menyangkut masalah konsistensi kaidah, yang pada akhirnya menimbulkan kesan bahasa Indonesia sulit dipelajari. Ini berarti menggugurkan salah satu syarat dijadikannya bahasa Indonesia sebagai bahasa internasional.

Bergayut dengan penerapan prinsip pragmatik-kerjasama, persoalan kemantapan bahasa Indonesia dilihat dari keefektivannya dalam mengungkapkan maksud dalam komunikasi. Pada dasarnya, teori prinsip kerjasama dimunculkan untuk menjelaskan fenomena pragmatik bahasa (terutama dalam wujud percakapan) yang secara struktural, hubungan antar unsur pembangunnya tidak koheren sehingga tampak tidak relevan. Dari sinilah berkembang dan lahir teori implikatur (Grice, 1975), yang selanjutnya termasuk berkembang dan melahirkan teori implikatur percakapan umum (Levinson, 1982), teori prinsip sopan santun (Leech, 1983), dan teori relevan (Sperber & Wilson, 1998).

Secara garis besar, prinsip pragmatik-kerjasama mengatur supaya dalam berkomunikasi, kalau berbicara hendaknya diupayakan (1) seinformatif mungkin (dalam bahasa Jawa *Ngomong sak perlune* ‘Berbicara seperlunya’ [sub-maksim kuantitatif 1]), tidak berlebihan (dalam bahasa Jawa *Ojo ditambah-tambahi!* ‘Jangan

ditambah-tambahi!’ [sub-maksim kuantitatif 2]); (2) tidak berbohong atau berkata tidak benar (dalam bahasa Jawa *Ojo ngapusi!* ‘jangan membohongi!’ [sub-maksim kualitatif 1]), tidak mengatakan sesuatu yang tanpa bukti yang berakibat tidak atau kurang meyakinkan (dalam bahasa Jawa *Ojo ngoplog thok!* ‘jangan berbicara tanpa bukti’ [sub-maksim kualitatif 2]); (3) menghindari kesamaran (dalam bahasa Jawa *Ojo ngomong ora cetho!* ‘Jangan berbicara tidak jelas’ [sub-maksim cara 1]); (4) menghindari berbicara panjang bertele-tele (dalam bahasa Jawa *Ojo ngomong dowo-dowo, ngoyoworo!* ‘Jangan berbicara panjang-panjang ke sana ke mari!’ [sub-maksim cara 2]); (5) berbicara dengan teratur (dalam bahasa Jawa *Ojo ngomong morat-marit!* ‘Jangan berbicara berantakan! [sub-maksim cara 3]). Dengan berbicara seperti itu, diharapkan komunikasi akan berjalan dengan lancar; dengan kata lain efektif. Implementasi prinsip ini, dalam bahasa Indonesia, selanjutnya, dikatakan sebagai bahasa efektif.

Prinsip kerjasama tersebut jelas menuntun kepada suatu penggunaan bahasa Indonesia yang bisa mengekspresikan sikap yang jelas-tegas, jujur, sederhana, dan tertip. Semua ini merupakan idealisasi karakter dan atau kepribadian bangsa Indonesia yang diharapkan terekspresikan ke dalam penggunaannya dalam komunikasi. Dengan demikian, jika memang diharapkan dan kelak dijadikan sebagai bahasa internasional, bahasa Indonesia harus membawa karakter dan atau kepribadian bangsa Indonesia yang terpuji. Akan sangat merugikan bangsa Indonesia dalam segala bidang apabila di dalam perbincangan global, bangsa Indonesia dikenal sebagai bangsa yang berkarakter tidak terpuji.

berhasil d irumu berdasarkan dengan bersinonim dalam dan prinsip pragmatik ini pada dasarnya merupakan instrumen pengatur (regulator) bahasa Indonesia untuk menjadi bahasa yang benar dan baik.

Tidak bisa dipungkiri dan dihindari, sebagai bangsa yang pada umumnya masih menjadi konsumen ilmu pengetahuan dan teknologi global, Indonesia mau tidak mau harus banyak menerima dan menggunakan berbagai wujud karya cipta bangsa lain yang menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi mutakhir. hasa asing. Namun demikian,

### **Mengdonesiakan dengan “Cantik”**

Sesuai dengan apa yang telah diutarakan di atas, mengindonesiakan bahasa Indonesia dengan “cantik” berarti menggunakan bahasa Indonesia dengan santun berdasarkan kultur orang Indonesia. Kesantunan berbahasa pada dasarnya merupakan suatu kesantunan (*politeness*) yang diekspresikan dalam wujud perilaku berbahasa. Dengan demikian, kesantunan berbahasa mengejala, pertama-tama, dalam wujud tindak berbahasa, baik lisan ataupun tulis. Kesantunan itu sendiri, pada dasarnya, merupakan aspek substansial yang bersifat non-lingual. Wujudnya sangat abstrak berupa nilai-nilai dan atau norma-norma tentang baik-tidak baik atau pantas-tidak pantas suatu tindak(-an) dilakukan. Nilai-nilai itu sendiri sangat lokasional-konvensional; artinya berada dan berlaku dalam suatu komunitas tertentu, bahkan bisa

bersifat sangat personal-interpretatif. Keberadaan kesantunan berbahasa melekat dan atau menjadi bagian dari kultur suatu komunitas bangsa, etnis, profesi, atau kelompok-kelompok kategorial lainnya. Atas dasar ontologi ini, kesantunan berbahasa akan belum cukup bisa dijelaskan secara detil dengan menggunakan teori yang sangat umum (Andianto, 2016)

Kesantunan berbahasa Indonesia berdasarkan kultur bangsa Indonesia, pada dasarnya, terekspresikan berdasarkan atas prinsip-prinsip, yang secara operasional-konsepsional, menjadi semacam motivasi digunakannya kesantunan dalam bertindak tutur (bandingkan Leech, 1983). Implementasi prinsip-prinsip itu bisa dicermati dan atau ditelusur dari strategi yang digunakan dan dapat diukur tingkat kesantunannya berdasarkan seberapa jauh, dalam tindak tuturnya, penutur (1) berusaha mengimplementasikan hak dan kewajiban psikososialnya di mata mitra tutur; (2) menguntungkan secara psikososial mitra tuturnya; (3) menyelamatkan, tidak mengecewakan, dan atau menyenangkan mitra tutur secara psikososial, (4) tidak memaksakan tetapi memberi kesempatan mitra tutur untuk menentukan pilihannya, (5) mengekspresikan maksud dan atau pesannya dengan cara tidak langsung kepada mitra tutur (Andianto, 2014)

Lima hal tersebut mengisyaratkan, bahwa penggunaan strategi kesantunan dalam bertindak berbahasa dan atau bertindak tutur memiliki sangkut-paut dengan persoalan pendisiplinan, penguntungan, perlindungan, pembebasan, dan cara penyampaian, berkenaan dengan posisi mitra tutur sebagai komunikan. Dengan demikian, kesantunan yang diturutsertakan dengan maksud, pesan, dan atau informasi dalam tindak tutur yang disampaikan kepada mitra tutur, bisa dimotivasi oleh keinginan penuturnya untuk bertindak disiplin, menguntungkan, melindungi, dan membebaskan mitra tutur, serta menggunakan cara menyampaikan maksud tertentu agar mitra tutur bersimpatik. Berdasarkan penalaran ini, maka prinsip-prinsip kesantunan berbahasa bisa dikategorisasikan atas (1) prinsip pendisiplinan (*disciplinary principle*), (2) prinsip penguntungan (*profitability principle*), (3) prinsip perlindungan (*protection principle*), (4) prinsip pembebasan (*liberation principle*), dan (5) prinsip cara penyampaian (*manner of service principle*). Prinsip pendisiplinan adalah suatu prinsip yang melandasi penggunaan suatu tindak tutur, sebagai pengeksresi kesantunan, yang mengetengahkan penempatan penutur dan mitra tutur sesuai dengan posisi status sosial masing-masing. Prinsip penguntungan merupakan suatu prinsip yang mendasari penggunaan suatu tindak tutur, sebagai pengeksresi kesantunan, yang menonjolkan pemberian nilai tambah secara material atau non-material bagi mitra tutur. Prinsip perlindungan ialah suatu prinsip yang memondasi pemakaian suatu tindak tutur, sebagai pengeksresi kesantunan, yang menekankan pada pemberian kenyamanan bagi mitra tutur. Prinsip pembebasan adalah suatu prinsip yang melandasi pemilihan tindak tutur tertentu, sebagai pengeksresi kesantunan, yang mengedepankan pemberian keleluasaan mitra tutur untuk memilih, memutuskan, dan atau menentukan sesuatu sesuai dengan yang diinginkan. Sementara itu, prinsip cara penyampaian dapat

dikatakan sebagai suatu prinsip yang mendasari penentuan suatu tindak tutur, sebagai pengeksresi kesantunan, yang mengungkapkan penyampaian suatu maksud kepada mitra tutur dengan sikap, tindak tutur, dan tindak fisik tertentu yang bisa memberikan dampak psikologis positif berkenaan dengan persoalan-persoalan pendisiplinan, penguntungan, perlindungan, dan atau pembebasan.

Dari sisi lain, secara teknis dapat dikatakan bahwa strategi kesantunan berbahasa merupakan upaya penutur dalam mengekspresikan kesantunannya dalam wujud bahasa (tindak tutur) kepada mitra tutur. Strategi kesantunan itu dapat dicermati dan dirunut dari hubungan rasional antara wujud-wujud kesantunan, yang terealisasikannya ke dalam rupa tindak tutur, dengan fungsi komunikatifnya. Berdasarkan penalaran ini, strategi kesantunan berbahasa dapat dikategorisasikan atas strategi formal (*formal strategy*), strategi kontekstual (*contextual strategy*), dan strategi tindak tutur tak langsung (*indirect speech act strategy*). Strategi formal adalah strategi kesantunan berbahasa yang diupayakan dengan memanfaatkan unsur-unsur formal kebahasaan (unsur lingual) yang tersedia dalam khasanah bahasa yang digunakan, baik yang bersifat segmental maupun yang suprasegmental. Penggunaan unsur formal kebahasaan ini biasanya terjadi di dalam kultur masyarakat yang bahasa komunitasnya memiliki stratifikasi (*level of speech*), seperti masyarakat dan bahasa Jawa, Madura, Bali, dan Sunda. Kata-kata (tuturan-tuturan) honorifik biasa dipakai sebagai instrumen kesantunan. Strategi kontekstual merupakan strategi kesantunan berbahasa yang diusahakan dengan menggunakan konteks penuturan tertentu, menyertai peluncuran tindak tutur yang bersangkutan. Konteks penuturan ini, pada umumnya, berupa gerakan-gerakan tubuh dan atau anggotanya. Sementara itu, strategi tindak tutur tak langsung ialah kesantunan berbahasa yang diekspresikan melalui tindak tutur tidak langsung, yakni mengatakan sesuatu yang makna (proposisi)-nya tidak sejajar dengan maksud dan tujuan yang diungkapkan.

Atas dasar uraian teoritis tentang kesantunan berbahasa di atas, bahasa Indonnesia yang “cantik”, yang santun tentulah diupayakan dengan memperhatikan aspek-aspek tersebut. Masalahnya adalah bahasa Indonesia pada dasarnya merupakan bahasa yang sengaja dibangun untuk tujuan politik kesatuan kebangsaan. Sementara itu, kesantunan selalu bersumber dari keseluruhan kultur dari suatu komunitas, dan kebangsaan Indonesia dibangun dari berbagai komunitas etnik, penganut agama dan atau keyakinan, dan profesi. Oleh karena itu, bahasa Indonesia yang santun tentu diwarnai dengan realisasi kultur keanekaragaman sub-komunitas tersebut. Akibatnya, implementasi kesantunan berbahasa Indonesia menjadi kompleks. Penyikapannya bisa dilakukan dengan memasukkan ekspresi norma kesantunan dari berbagai kultur sub-komunitas itu, terutama pada sisi strategi formal dan kontekstualnya.

### **Mengindonesiakan dengan “Menarik”**

Sudah disebutkan di atas, “menarik” yang dimaksud di sini berkenaan dengan masalah substansial keeksotikan alam beserta unsur-unsur budaya Indonesia lainnya.

Dengan demikian, bahasa Indonesia harus dibuat menjadi menarik oleh karena substansi keindonesiaannya. Impiekasinya, segala macam wujud wacana bahasa Indonesia, yang mengomunikasikan tentang Indonesia, terutama yang cenderung dan mudah diakses oleh orang asing, pertama-tama harus diperlihatkan karakteristik keindonesiaan yang asli. Ketertarikan orang asing harus dibawa kepada kepenasaran dan keinginan mereka untuk memahami dalam waktu yang relatif lama. Konsekuensinya, mereka akan berada di Indonesia lebih lama. Hal ini akan menguntungkan bangsa Indonesia dalam segala bidang.

Untuk mengimplementasikan strategi itu, diperlukan perangkat hukum yang mengaturnya dari Pemerintah Republik Indonesia. Segala macam petunjuk dan penjelasan di tempat-tempat mana pun di Indonesia, pertama-tama harus didahulukan dengan menggunakan bahasa Indonesia. Misalnya di kompleks pelabuhan udara, darat, dan laut. Di lokasi-lokasi pariwisata, di pusat-pusat budaya, di kompleks perkantoran, di pusat-pusat perdagangan, dan lain sebagainya. Demikian juga dalam wacana-wacana pemerintahan, perdagangan dan periklanan, forum-forum pembicaraan seperti konferensi, seminar, dan sebagainya. Pada zaman Orde Baru, hal ini pernah dilakukan. Yang dimaksud pertama-tama di sini adalah yang ditampilkan harus bahasa Indonesia, entah dalam wujud kata, istilah, kalimat, maupun wacana. Setelah itu, yang berikutnya, kalau memang diperlukan, bisa digunakan atau diterjemahkan ke dalam bahasa internasional lainnya.

## **SIMPULAN**

Strategi itu memang kelihatannya sangat ekstrem. Akan tetapi, karena tujuannya untuk mengindonesiakan bahasa Indonesia, dengan penuh kepercayaan dan keberanian harus ditempuh. Apabila situasi seperti saat ini, di mana semua wacana dalam segala bidang justru yang ditonjolkan, bahkan digunakan penuh dengan bahasa asing, makin lama bangsa Indonesia akan semakin kehilangan jatidiri. Bangsa Indonesia akan kehilangan warisan budaya leluhur yang pada mulanya diperjuangkan dengan memakan banyak dan segala macam pengorbanan. Terlebih lagi, ternyata semua itu banyak dikagumi oleh orang asing, karena memang tidak semua bangsa dan negara memilikinya. Pengalaman masa lalu, di mana banyak dokumen sejarah dan budaya bangsa Indonesia yang dimiliki oleh bangsa dan negara lain, sangat penting untuk dijadikan bahan kajian untuk kepentingan bangsa Indonesia kini dan masa depan.

## **DAFTAR RUJUKAN**

Andianto, M. Rus. 2013. *Pragmatik: Direktif dan Kesantunan Berbahasa*. Yogyakarta: Gress Publishing.

Andianto, M. Rus. 2014 “Membangun Paradigma tentang dan melalui Kajian Kesantunan Berbahasa dalam Kultur Jawa”. Dalam *Prosiding Seminar Nasional*



2014 *Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya dengan Tema Bahasa dan Sastra untuk Peradaban Indonesia yang Unggul*. Jember: Gress Publishing.

- Andianto, M. Rus. 2016. "Model-model Strategi Kesantunan Berbahasa dalam Kultur Jawa". Dalam *Jejak Langkah Perubahan dari Using Sampai Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Atmazaki, 2016. *Tantangan Bahasa Indonesia Menjadi Bahasa Internasional dan Peradaban Dunia*. <http://www.atmazaki.net/?p=79>. Diunduh 14 Feb, 2917
- Ayu, Noviana, 2015. *Produk-produk Asli Indonesia Dikira Buatan Luar Negeri*. <https://ngonoo.com/2015/12/170046/produk-asli-indonesia/> Diunduh 15 Februari 2017.
- Brown, Penelope and Levinson, Sephen C. 1987 (1990). *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fauziah, Miftah. 2013. *Bahasa Indonesia sebagai Bahasa Internasional*. <https://fauziahmiftah.wordpress.com/2013/04/25/bahasa-indonesia-sebagai-bahasa-internasional/> Diunduh 14 Feb, 2917.
- Grice, H.P. 1975. Logic and Conversation. Dalam P. Cole & J. L. Morgan (Eds.) *Syntax an Semantics*. Vol. 3: Speec Acts. New York: Academic Press
- Rahardjo, Mudjia. 2011. *Bahasa Indonesia: Mungkinkah Menjadi Bahasa Internasional?*. <<http://www.mudjiarahardjo.com/> Diunduh 14 Februari 2017.
- Widodo, Supriyanto. 2010. *Bahasa Indonesia Menuju Bahasa Internasional*. <http://badanbahasa.kemdikbud.go.id/lamanbahasa/artikel/1362>, Diunduh 14 Feb, 2917.

