



**STRATEGI INDONESIA DALAM MENJADIKAN BAHASA INDONESIA
SEBAGAI *LINGUA FRANCA* DI KAWASAN ASIA TENGGARA**

*(INDONESIA'S STRATEGY IN MAKING BAHASA AS A LINGUA FRANCA IN
THE SOUTHEAST ASIA REGION)*

SKRIPSI

Oleh:

SAPTA NUGRAHA

NIM 140910101035

PROGRAM STUDI ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS JEMBER

2018



**STRATEGI INDONESIA DALAM MENJADIKAN BAHASA INDONESIA
SEBAGAI *LINGUA FRANCA* DI KAWASAN ASIA TENGGARA**

*(INDONESIA'S STRATEGY IN MAKING BAHASA AS A LINGUA FRANCA IN
THE SOUTHEAST ASIA REGION)*

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Ilmu Hubungan Internasional (S1) dan mencapai gelar Sarjana Sosial

Oleh:

SAPTA NUGRAHA

NIM 140910101035

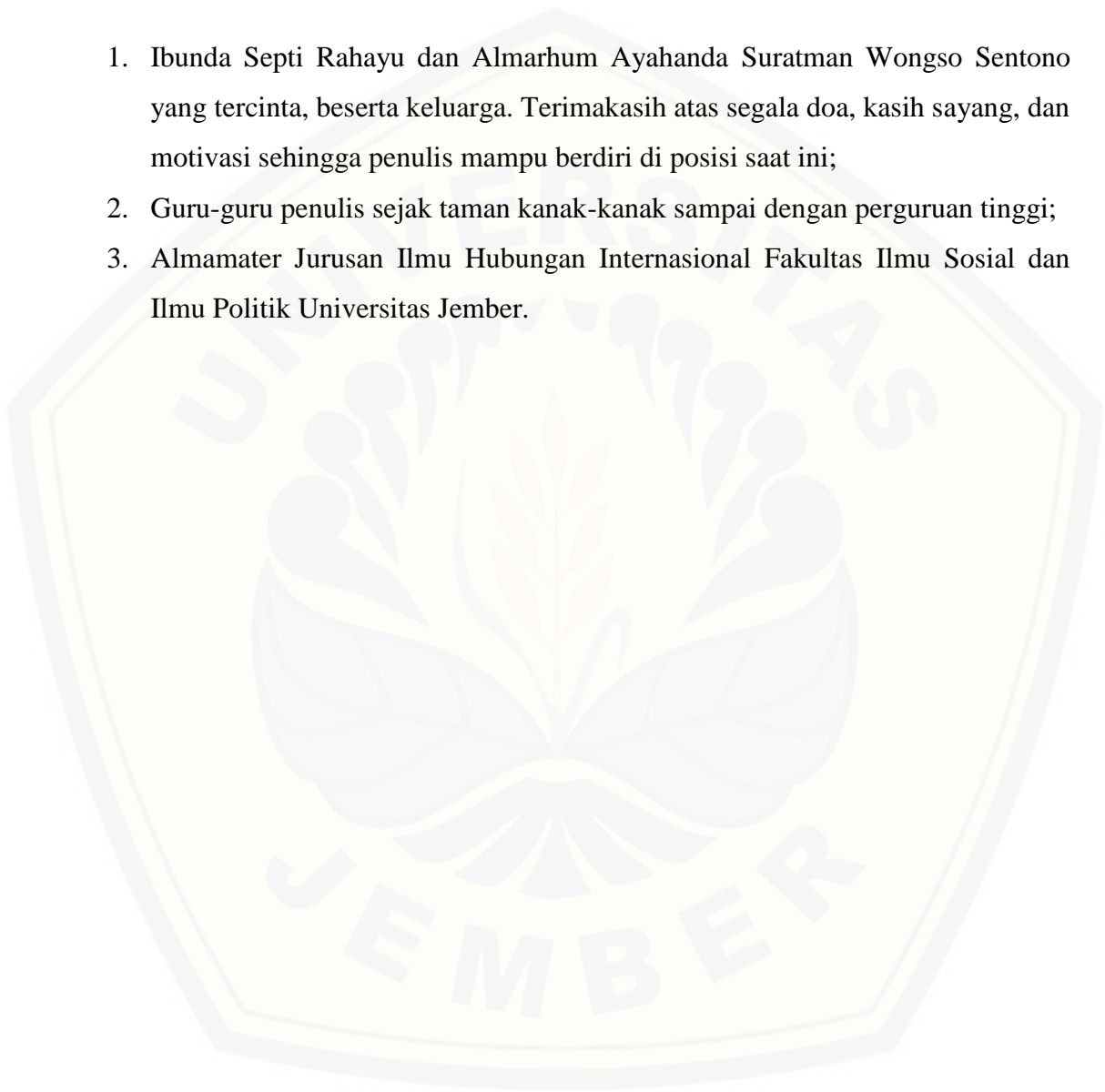
**PROGRAM STUDI ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

2018

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Tuhan Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, dengan penuh rasa syukur saya persembahkan skripsi ini kepada:

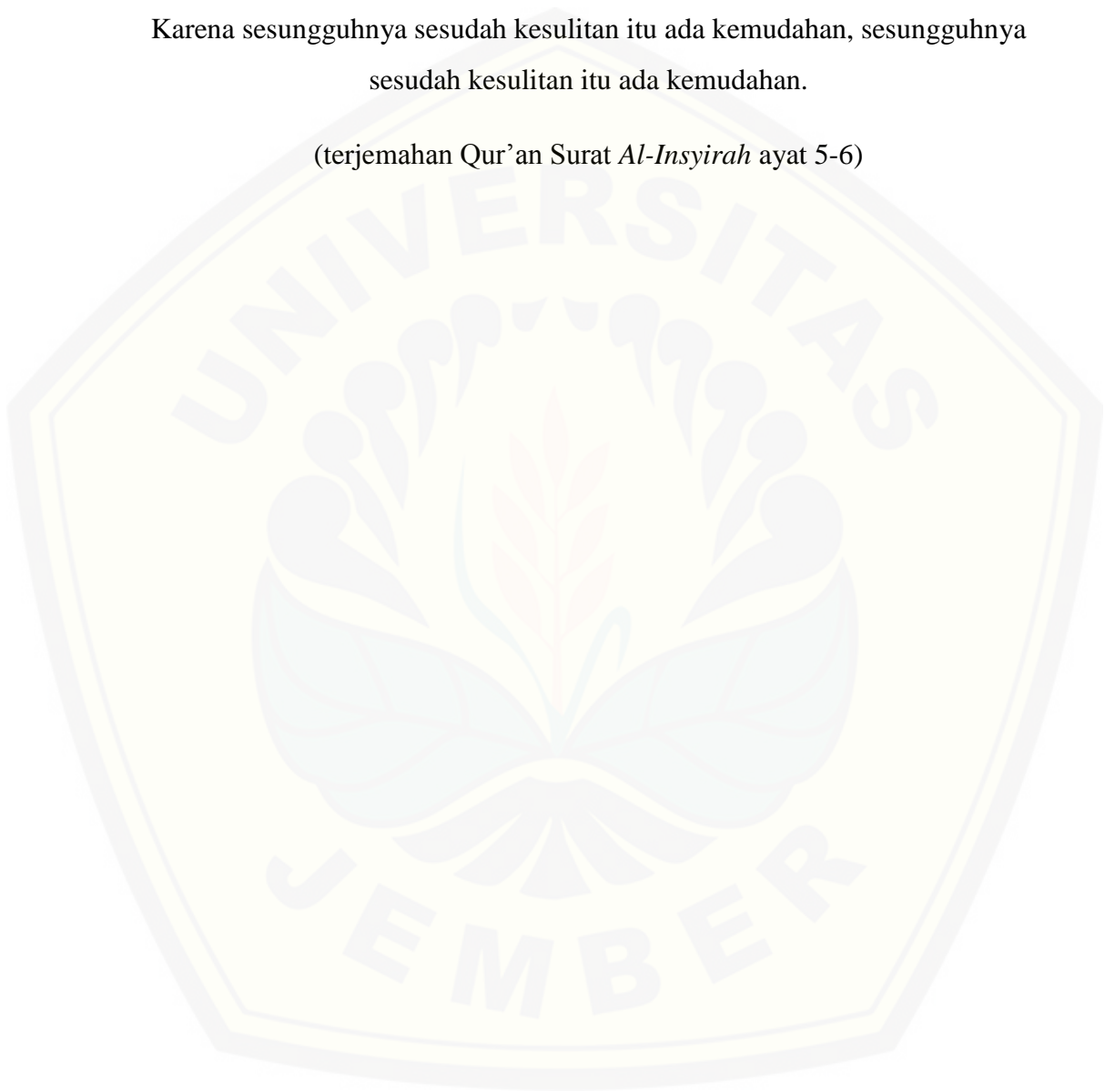
1. Ibunda Septi Rahayu dan Almarhum Ayahanda Suratman Wongso Sentono yang tercinta, beserta keluarga. Terimakasih atas segala doa, kasih sayang, dan motivasi sehingga penulis mampu berdiri di posisi saat ini;
2. Guru-guru penulis sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi;
3. Almamater Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.



MOTTO

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya
sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

(terjemahan Qur'an Surat *Al-Insyirah* ayat 5-6)



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sapta Nugraha

NIM : 140910101035

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Strategi Indonesia Dalam Menjadikan Bahasa Indonesia Sebagai *Lingua Franca* Di Kawasan Asia Tenggara” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 20 Juli 2018

Yang menyatakan,

Sapta Nugraha

NIM 140910101035

SKRIPSI

**STRATEGI INDONESIA DALAM MENJADIKAN BAHASA INDONESIA
SEBAGAI *LINGUA FRANCA* DI KAWASAN ASIA TENGGARA**

Oleh

**SAPTA NUGRAHA
NIM 140910101035**

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Djoko Susilo, M.Si.

Dosen Pembimbing Anggota : Dra. Sri Yuniati, M.Si.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Strategi Indonesia Dalam Menjadikan Bahasa Indonesia Sebagai *Lingua Franca* Di Kawasan Asia Tenggara” telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Selasa, 3 Juli 2018
waktu : 12.00 WIB
tempat : Ruang Ujian Bersama, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember

Tim Penguji,
Ketua

Drs. Bagus Sigit Sunarko, M.Si, Ph.D
NIP. 196802291998031001

Sekretaris I

Sekretaris II

Drs. Djoko Susilo, M.Si.
NIP. 195908311989021001

Dra. Sri Yuniati, M.Si.
NIP. 196305261989022001

Anggota I

Anggota II

Drs. Pra Adi Soelistijono, M.Si.
NIP. 196105151988021001

Honest Dody Molasy, S.Sos., M.A.
NIP. 197611122003121002

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Ardiyanto, M.Si.
NIP. 195808101987021002

RINGKASAN

Strategi Indonesia Dalam Menjadikan Bahasa Indonesia Sebagai Lingua Franca Di Kawasan Asia Tenggara; Sapta Nugraha; 140910101035; 2018; 71 Halaman; Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

Menurut Undang – Undang No. 24 Pasal 44 Tahun 2009 tentang bendera, bahasa, dan lambang negara, serta lagu kebangsaan, telah terjadi peningkatan fungsi Bahasa Indonesia. Bahasa Indonesia diharapkan tidak hanya menjadi bahasa nasional melainkan menjadi bahasa internasional. Bahasa internasional yang dimaksud adalah bahasa yang digunakan sebagai sarana komunikasi antar bangsa. Dengan adanya Undang – Undang yang mengatur perihal tersebut, tentu menjadi tanggung jawab semua pihak, mulai dari masyarakat hingga Pemerintah Indonesia. Menurut The U. S. Foreign Institute, Bahasa Indonesia masuk pada kategori bahasa yang mudah dipelajari dan membutuhkan waktu yang cukup singkat untuk belajar Bahasa Indonesia. Namun demikian, terhitung sejak tahun 2009, Bahasa Indonesia masih belum diterima dan diakui menjadi bahasa internasional. Hal ini dikarenakan adanya stagnasi dari usaha pemerintah dalam menjadikan Bahasa Indonesia sebagai bahasa internasional. Dalam penelitian ini, yang menjadi pokok permasalahan adalah strategi diplomasi Pemerintah Indonesia dalam menjadikan Bahasa Indonesia sebagai *lingua franca* di kawasan Asia Tenggara.

Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan. Metode penelitian tersebut menitikberatkan pada penggunaan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari hasil pengamatan pihak lain dan bukan pengamatan langsung. Sumber data sekunder yang digunakan yaitu situs internet atau situs resmi milik pemerintah, media cetak, buku cetak ataupun buku elektronik, serta jurnal ilmiah. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis

deskriptif kualitatif. Data – data dianalisis, kemudian dideskripsikan hingga memunculkan sebuah kesimpulan terhadap permasalahan tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk menjadikan Bahasa Indonesia sebagai *lingua franca* di kawasan Asia Tenggara, Pemerintah Indonesia melakukan dua strategi, yaitu melibatkan masyarakat Indonesia dan menciptakan citra positif Bahasa Indonesia terhadap masyarakat internasional. Strategi pertama dijalankan dengan melibatkan masyarakat Indonesia dalam penyusunan kurikulum pada program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) dan melibatkan masyarakat Indonesia sebagai tenaga pengajar Bahasa Indonesia yang akan ditugaskan ke luar negeri. Strategi kedua yakni menciptakan citra positif Bahasa Indonesia terhadap masyarakat internasional melalui media pesan – pesan lisan berupa pembelajaran Bahasa Indonesia pada pusat kebudayaan Indonesia di negara setempat dan pembelajaran Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA).

PRAKATA

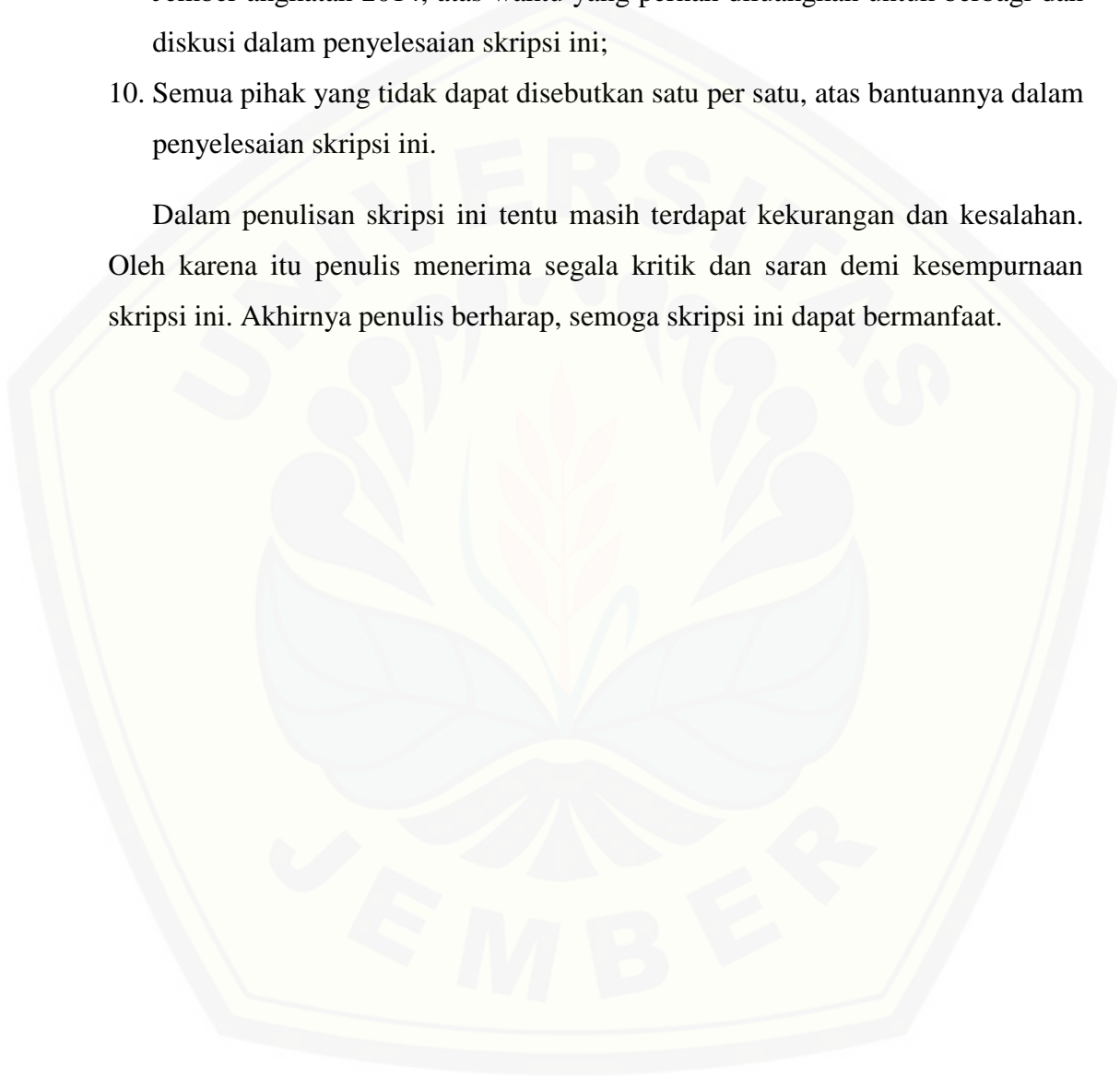
Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Indonesia Dalam Menjadikan Bahasa Indonesia Sebagai *Lingua Franca* Di Kawasan Asia Tenggara”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT., karena atas kuasa-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir untuk meraih gelar sarjana;
2. Dr. Ardiyanto, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
3. Drs. Djoko Susilo, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Utama dan Dra. Sri Yuniati, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu, pikiran, perhatian, dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini;
4. Dr. Muhammad Iqbal, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik atas dorongan dan bimbingan selama penulis menjadi mahasiswa;
5. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Ilmu Hubungan Internasional FISIP Universitas Jember yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis menjadi mahasiswa;
6. Lexy Akbar, Indreswari, Dewo Erfan Hadi, Keluarga Theodore, dan Keluarga Besar Malang, sebagai bagian terpenting dalam memberikan semangat dan motivasi pada penulis;
7. Pembina dan teman-teman UKM Protokol FISIP Universitas Jember sebagai keluarga kedua yang telah memberikan banyak pelajaran dan bekal pada penulis di luar ruang perkuliahan;

8. Pembina dan teman-teman Paguyuban Duta Kampus Universitas Jember 2016 yang memberikan kesempatan pada penulis untuk mengenal arti penting mengabdikan pada Universitas Jember;
9. Teman-teman di Jurusan Ilmu Hubungan Internasional FISIP Universitas Jember angkatan 2014, atas waktu yang pernah diluangkan untuk berbagi dan diskusi dalam penyelesaian skripsi ini;
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas bantuannya dalam penyelesaian skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini tentu masih terdapat kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu penulis menerima segala kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

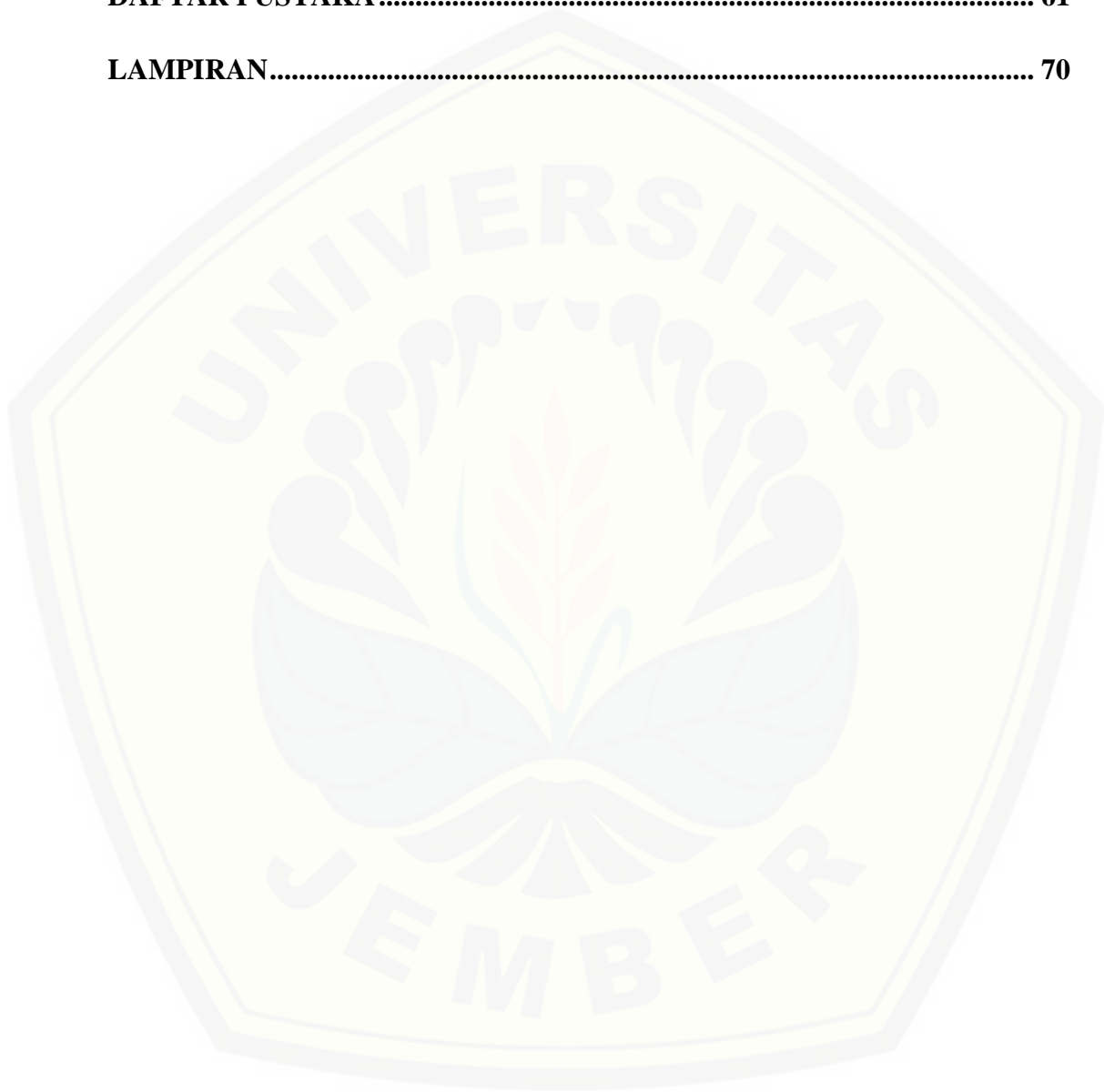


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PEMBIMBINGAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR SINGKATAN.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Ruang Lingkup Pembahasan	4
1.3.1. Batasan Materi.....	4
1.3.2. Batasan Waktu	5
1.4. Tujuan Penelitian	5

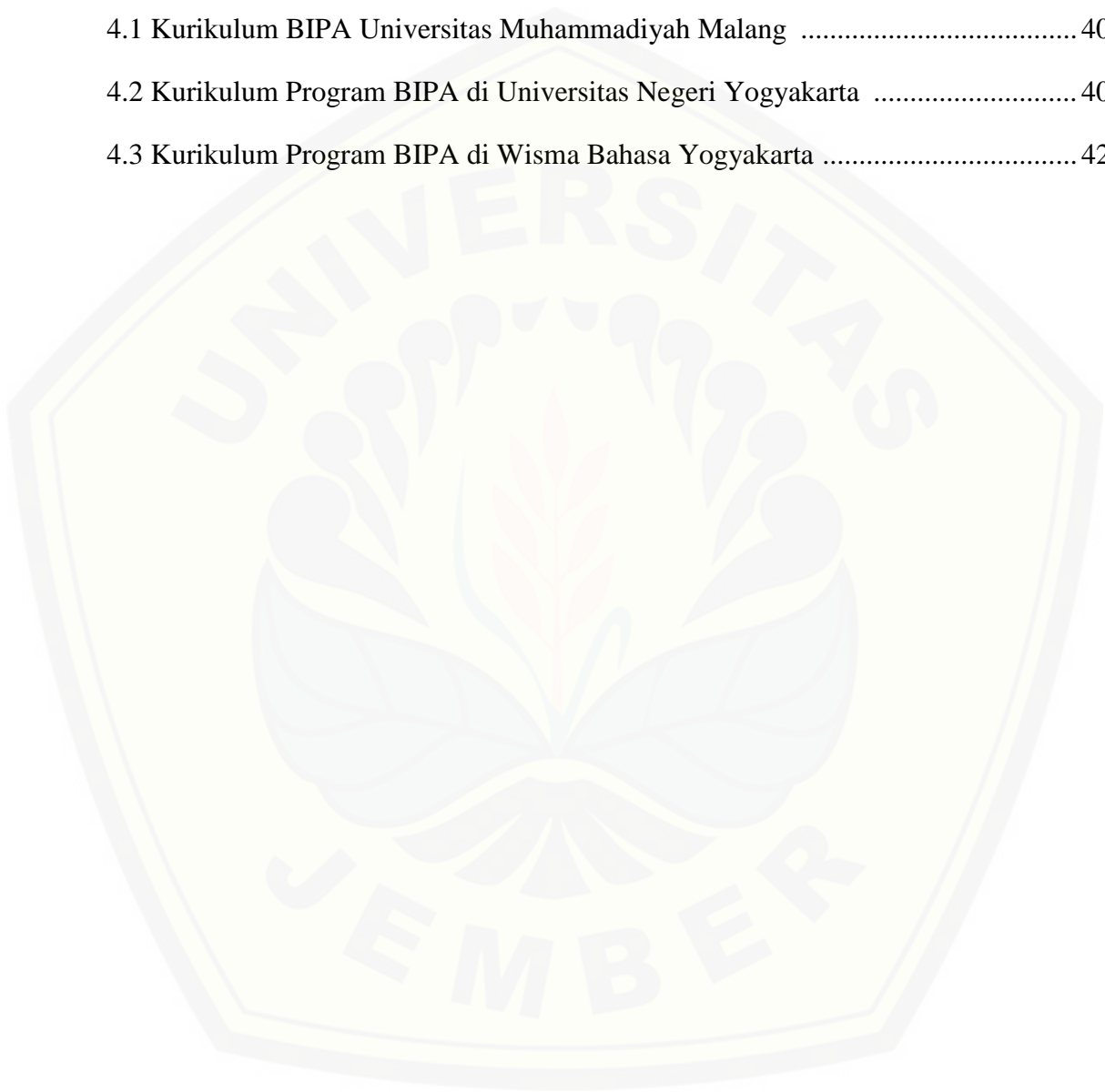
1.5.	Kerangka Pemikiran.....	5
1.5.1.	Strategi.....	5
1.5.2.	Konsep Diplomasi Publik.....	6
1.5.3.	Partisipasi Masyarakat.....	11
1.5.4.	Citra	13
1.6.	Argumen Utama	17
1.7.	Metode Penelitian.....	18
1.7.1.	Teknik Pengumpulan Data	18
1.7.2.	Teknik Analisis Data	19
1.8.	Sistematika Penulisan	19
BAB 2. GAMBARAN UMUM BAHASA INDONESIA SEBAGAI <i>LINGUA</i>		
<i>FRANCA</i>		21
2.1.	Lingua Franca	21
2.2.	Potensi Bahasa Indonesia Sebagai <i>Lingua Franca</i>	26
BAB 3. PERKEMBANGAN BAHASA INDONESIA SEBAGAI <i>LINGUA</i>		
<i>FRANCA</i> DI ASIA TENGGARA		30
3.1.	Bahasa Indonesia di Negara – Negara Asia Tenggara	30
3.2.	Kendala Bahasa Indonesia Menjadi <i>Lingua Franca</i>	35
BAB 4. STRATEGI DIPLOMASI INDONESIA DALAM MENJADIKAN		
BAHASA INDONESIA SEBAGAI <i>LINGUA FRANCA</i> KAWASAN ASIA		
TENGGARA.....		38
4.1.	Melibatkan Masyarakat Indonesia.....	38
4.1.1.	Keterlibatan Masyarakat Indonesia Dalam Menyusun Kurikulum Pembelajaran Bahasa Indonesia Bagi Penutur Asing.....	40
4.1.2.	Keterlibatan Masyarakat Indonesia Menjadi Tenaga Pengajar Bahasa Indonesia Di Luar Negeri	42

4.2. Menciptakan Citra Positif Bahasa Indonesia Terhadap Masyarakat Asia Tenggara.....	44
BAB 5. KESIMPULAN	58
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	70



DAFTAR TABEL

	Halaman
4.1 Kurikulum BIPA Universitas Muhammadiyah Malang	40
4.2 Kurikulum Program BIPA di Universitas Negeri Yogyakarta	40
4.3 Kurikulum Program BIPA di Wisma Bahasa Yogyakarta	42



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
3.1 Kegiatan Belajar Bahasa Indonesia di KBRI Vientiane	34
4.1 Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Muhadjir Effendy dalam Kegiatan Pembekalan Tenaga Pengajar BIPA Untuk Masa Tugas 2017	43
4.2 Kegiatan Kelas Bahasa Indonesia di Markas Besar 911 <i>Special Forces</i> Kamboja oleh Pusbudi Nusantara	48
4.3 Pembukaan Kursus Bahasa Indonesia Angkatan IX oleh R. P. Pratirto Suharyo, Duta Besar RI untuk Laos	53
4.4 Jumlah Siswa Kelas Bahasa Indonesia Tingkat Sekolah Menengah di Thailand tahun 2017 / 2018	55
4.5 Jumlah Siswa Kelas Bahasa Indonesia Tingkat Pendidikan Tinggi (<i>college</i>) di Thailand tahun 2017 / 2018	55
4.6 Jumlah Siswa Kelas Bahasa Indonesia Tingkat Pendidikan Tinggi (<i>university</i>) di Thailand tahun 2017 / 2018	56
4.7 Hasil akhir lomba pidato Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) 2017	56

DAFTAR SINGKATAN

- APEC : *Asia – Pasific Economic Cooperation* (Organisasi Kerjasama Ekonomi Asia Pasifik)
- ASEAN : *Association of South East Asian Nations* (Perhimpunan Bangsa – Bangsa Asia Tenggara)
- BIPA : Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing
- KBRI : Kedutaan Besar Republik Indonesia
- Kemlu RI : Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia
- KJRI : Konsulat Jenderal Republik Indonesia
- PBB : Perserikatan Bangsa – Bangsa
- Pusbudi : Pusat Budaya Indonesia
- RBI : Rumah Budaya Indonesia
- TOEFL : *Test of English as a Foreign Language* (Uji Kemampuan Berbahasa Inggris)
- UKBI : Uji Kompetensi Bahasa Indonesia
- UNESCO : *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (Organisasi Keilmuan, Pendidikan, dan Kebudayaan PBB)
- UU : Undang – Undang

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Undang – Undang No. 24 Pasal 44 Tahun 2009	61



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan tingkat keberagaman yang tinggi dan disebut sebagai kiblat dari multikulturalisme. Hal ini tercantum pada semboyan negara Indonesia yaitu Bhinneka Tunggal Ika, yang memiliki arti berbeda-beda tapi tetap satu jua. Semboyan tersebut menggambarkan bahwa negeri ini milik semua etnis yang ada didalamnya. Indonesia memiliki 33 provinsi dengan lebih dari 300 suku bangsa. Bangsa Indonesia juga mengakui keberagaman religiusitas, diantaranya Islam, Hindu, Budha, Kristen, Katolik, dan Khonghucu. Dominasi keberagaman kepercayaan tersebut dimiliki oleh warga muslim yang mencapai hampir 90%. Apresiasi atas keberagaman budaya di Indonesia datang dari UNESCO yang memandang bahwa Pemerintah Indonesia berhasil dalam manajemen kebijakan sehingga keberagaman tersebut dapat tumbuh dan berkembang dengan baik (Tamindael, 2011).

Keberagaman suku bangsa yang ada di Indonesia berimplikasi pada ragam bahasa daerahnya. Hampir di setiap daerah memiliki bahasa daerahnya masing-masing. Keunikan dengan beragam bahasa daerah menjadi sesuatu hal yang dapat ditonjolkan oleh Indonesia. Kepala Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, menyatakan bahwa tercatat sedikitnya ada 442 bahasa daerah yang dimiliki oleh bangsa Indonesia pada 2008. Jumlah tersebut bertambah menjadi 546 bahasa pada 2012 berdasarkan riset yang dilakukan di Maluku dan Papua (Akuntono, 2012). Selain itu, Indonesia memiliki bahasa nasional yakni Bahasa Indonesia. Bahasa Indonesia menjadi bahasa persatuan ditengah-tengah keberagaman budaya dan bahasa di negeri ini.

Pemerintah telah meningkatkan fungsi Bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional sekaligus bahasa pemersatu. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Pasal 44 Tahun 2009 fungsi Bahasa Indonesia telah ditingkatkan statusnya menjadi bahasa internasional. Dalam UU tersebut juga diatur bahwa Bahasa Indonesia wajib digunakan dalam setiap komunikasi yang

digunakan dalam lembaga pemerintahan maupun swasta. Selain itu, dalam menjalin kerjasama antar negara, juga wajib menggunakan Bahasa Indonesia pada nota kesepahaman yang mengikat kerjasama tersebut. Hal ini tentu wajib dijadikan pedoman oleh pemerintah dalam menjalin kerjasama dengan negara manapun di dunia, termasuk ASEAN. Pemerintah Indonesia saat ini telah menerapkan hal tersebut dalam setiap pertemuan formal skala internasional di luar negeri. Contohnya saat menghadiri *APEC Leaders' Meeting* 2014 di Tiongkok, *ASEAN Summit* 2014 di Myanmar, dan *G-20 Leaders' Summit* 2014 di Australia, Presiden Joko Widodo menggunakan Bahasa Indonesia dalam setiap pidato kenegaraannya. Hal ini merupakan implementasi dari UU tersebut (Ihsanuddin, 2014).

Hingga kini Bahasa Indonesia telah diterima dan masuk pada sejumlah negara di dunia. Perguruan Tinggi di berbagai negara juga telah membuka kelas-kelas Bahasa Indonesia sebagai mata kuliah pilihan bahasa asing. Hal tersebut bisa dipandang sebagai apresiasi masyarakat internasional terhadap Bahasa Indonesia karena mereka mengadakan pembelajaran Bahasa Indonesia tanpa rekomendasi pihak manapun (Kementerian Luar Negeri RI, 2017:6). Kemudian di Vietnam, Bahasa Indonesia sejak Desember 2007 secara resmi menjadi bahasa kedua di Kota Ho Chi Minh (Wicaksono, 2017). Terakhir, di Australia Bahasa Indonesia menjadi bahasa paling populer keempat (Kementerian Luar Negeri RI, 2017:4).

Indonesia merupakan negara yang sangat potensial di kawasan Asia Tenggara. Kondisi semakin diperkuat dengan dimulainya Komunitas ASEAN dengan berjalannya pilar pertama yakni pilar ekonomi. Bahasa sebagai alat komunikasi memegang peranan penting dalam proses integrasi dan adaptasi. Melalui bahasa, seseorang dapat mengerti maksud dan tujuanyang ingin dibicarakan. Hal ini dapat mengurangi kesalahan dalam berkomunikasi, serta mempererat rasa kepemilikan satu sama lain.

Guna menginternasionalisasi Bahasa Indonesia dalam kancah internasional, pemerintah menempuh cara diplomasi. Diplomasi merupakan sebuah cara yang dilakukan oleh aktor untuk mencapai kepentingan suatu negara

secara damai di luar negeri. Saat ini diplomasi menjadi sesuatu hal yang penting dalam memproduksi dan mendistribusikan nilai-nilai perdamaian sehingga dapat mencegah perang. Diplomasi dapat masuk pada segala lini seperti bahasa, ekonomi, militer, politik, budaya, hingga lingkungan (Emilia, 2013:5). Oleh karena itu, aktivitas diplomasi yang melibatkan beberapa pihak sangat dibutuhkan dalam rangka sebagai pelengkap kekurangan yang terdapat dalam diplomasi tradisional, salah satunya adalah diplomasi publik.

Diplomasi publik dapat dijadikan alat komunikasi politik yang sangat menonjol yang bertujuan untuk menyebarkan isu atau membentuk opini masyarakat. Dalam menjalankan diplomasi publik, biasanya terbentuk kelompok-kelompok yang berperan sebagai penyebar agenda-agenda politik suatu pihak dengan tujuan tertentu. Hal tersebut melibatkan berbagai pihak seperti lembaga *think-tank* dan media. Menurut Joseph Nye, diplomasi publik tergolong dalam perilaku *soft power*. *Soft power* didasarkan pada kemampuan dalam menyebarkan pengaruh secara tidak langsung seperti budaya, nilai dan norma, serta ideologi (Snow, 2009:3). Tidak sedikit negara didunia memilih menggunakan diplomasi publik sebagai alat mencapai kepentingan terhadap negara lain.

Menurut *The U.S. Foreign Service Institute*¹, Bahasa Indonesia masuk pada kategori bahasa yang mudah untuk dipelajari dengan estimasi waktu pembelajaran 36 minggu. Bahasa Indonesia tergolong mudah dipelajari jika dibandingkan dengan bahasa-bahasa lain seperti bahasa Arab, Mandarin, Russia, Jepang, dan Korea. Kelima bahasa tersebut masing-masing membutuhkan waktu 88 minggu untuk dapat dikuasai (Caldwell, 2017).

Namun demikian, Pemerintah Indonesia mengalami stagnasi dalam menjadikan Bahasa Indonesia sebagai *lingua franca* di kawasan Asia Tenggara. Kemudahan dalam mempelajari Bahasa Indonesia tidak lantas menjadikan Bahasa Indonesia dengan mudah diterima atau diakui menjadi *lingua franca*. Hal ini

¹ *The U.S. Foreign Service Institute* adalah institusi milik pemerintah Amerika Serikat yang bergerak dibidang pelatihan. Pada institusi tersebut tersedia 800 kursus, salah satunya adalah kursus Bahasa asing dengan total 70 bahasa. *The U.S. Foreign Service Institute* hadir untuk mempersiapkan diplomat Amerika Serikat dalam mencapai kepentingan negaranya di luar negeri. Selengkapnya lihat <https://www.state.gov/fsi/> diakses pada 18 Desember 2017

terbukti, hingga saat ini Bahasa Indonesia masih belum diterima dan diakui menjadi *lingua franca* di kawasan Asia Tenggara. Oleh karena itu dibutuhkan strategi diplomasi agar Bahasa Indonesia bisa diakui menjadi sebuah *lingua franca*. Berdasarkan alasan tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti strategi Pemerintah Indonesia dalam menjadikan Bahasa Indonesia sebagai *lingua franca* di kawasan Asia Tenggara.

1.2. Rumusan Masalah

Dalam sebuah karya tulis ilmiah, permasalahan akan menjadi fokus penting bagi suatu karya tulis ilmiah. Sebab dengan menentukan rumusan masalah, penulis akan dapat menjelaskan inti permasalahan yang menjadi fokus sekaligus menjawab atau memecahkan permasalahan yang ditentukan. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan yakni:

Bagaimana strategi diplomasi Indonesia dalam menjadikan Bahasa Indonesia sebagai *lingua franca* di kawasan Asia Tenggara?

1.3. Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup pembahasan diperlukan dalam penulisan karya tulis ilmiah. Tujuannya adalah untuk mencegah melebarnya pembahasan terkait dengan masalah yang sedang diteliti. Disamping itu, pembatasan masalah diperlukan untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian. Adanya pembatasan bermaksud agar karya tulis ilmiah fokus terhadap pokok permasalahan yang sedang diteliti. Dalam penulisan karya tulis ilmiah ini ruang lingkup pembahasan dibedakan menjadi batasan materi dan batasan waktu.

1.3.1. Batasan Materi

Karya tulis ilmiah ini memiliki batasan materi yang akan memperjelas fokus permasalahan yang akan dianalisis. Pada karya tulis ilmiah ini, penulis akan membatasi ruang lingkup materi penelitian pada kondisi dan isu yang berkaitan dengan perkembangan Bahasa Indonesia di luar negeri serta strategi diplomasi Indonesia dalam menjadikan Bahasa Indonesia sebagai *lingua franca* di kawasan Asia Tenggara.

1.3.2. Batasan Waktu

Batasan waktu akan membantu sebuah karya tulis ilmiah untuk memperjelas waktu yang digunakan dalam mengkaji permasalahan yang akan di analisis. Penelitian ini dimulai tahun 2009 yakni ketika disahkannya UU No. 24 Tahun 2009 tentang bendera, bahasa, dan lambang negara, serta lagu kebangsaan, yang didalamnya juga memuat tentang peningkatan fungsi Bahasa Indonesia sebagai bahasa internasional, hingga Februari tahun 2017 yaitu pengiriman tenaga pengajar Bahasa Indonesia ke luar negeri.

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi diplomasi Indonesia dalam menjadikan Bahasa Indonesia sebagai *lingua franca* di kawasan Asia Tenggara.

1.5. Kerangka Pemikiran

Sebuah karya tulis ilmiah memerlukan kerangka pemikiran yang akan membantu proses menemukan jawaban dari suatu permasalahan yang telah ditentukan. Kerangka pemikiran tersebut akan berfungsi sebagai alat analisis dalam sebuah karya tulis ilmiah. Dalam tulisan ini, kerangka pemikiran yang digunakan oleh penulis, yaitu:

1.5.1. Strategi

Strategi merupakan cara untuk mencapai sebuah hasil akhir. Hasil akhir tersebut menyangkut tujuan dan sasaran organisasi (Oliver, 2006:2). Kemudian, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai (KBBI, 2018). Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 1990:32).

Goldworsthy dan Ashley dalam Purnomo (2008) menyebutkan bahwa terdapat tujuh aturan dasar dalam perumusan strategi. Tujuh aturan dasar tersebut meliputi:

- a. Harus mampu menginterpretasi masa yang akan datang, tidak hanya berbicara perihal kondisi saat ini
- b. Arahan strategi harus menghasilkan rencana, bukan rencana yang menghasilkan strategi
- c. Strategi harus berfokus pada keunggulan kompetitif, tidak semata – mata perihal keuangan
- d. Harus diaplikasikan dari atas ke bawah, bukan dari bawah ke atas
- e. Strategi harus memiliki orientasi eksternal
- f. Fleksibilitas adalah sangat esensial
- g. Strategi harus berpusat pada hasil jangka panjang

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan sebuah jembatan antara kondisi saat ini dengan kondisi masa depan sebuah negara. Adanya strategi mendekatkan sebuah negara dengan tujuan atau cita-cita di masa depan. Tercapainya sebuah cita – cita memerlukan perencanaan strategi yang cukup matang. Kondisi lingkungan sekitar sangat mempengaruhi berhasil atau tidaknya strategi yang dijalankan. Pemerintah Indonesia memerlukan adanya strategi untuk mencapai kepentingan nasional yaitu Bahasa Indonesia sebagai *lingua franca* di kawasan Asia Tenggara.

1.5.2. Konsep Diplomasi Publik

Diplomasi publik merupakan salah satu metode diplomasi yang sering digunakan di jaman sekarang. Diplomasi publik ini termasuk dalam bagian *soft power*. Departemen Luar Negeri Amerika Serikat berpendapat bahwa diplomasi publik adalah suatu upaya yang dilakukan untuk mempengaruhi opini publik internasional melalui program-program yang di sponsori oleh pemerintah. Diplomasi publik ini digunakan pertama kali pada tahun 1965 oleh Edmund Gullion, seorang diplomat sekaligus dekan *Fletcher School of Law and Diplomacy* di Universitas Tufts. Edmund Gullion berpendapat bahwa diplomasi

publik adalah suatu keterkaitan antara pengaruh sikap publik pada pembentukan dan pelaksanaan kebijakan luar negeri. Hal ini mencakup dimensi hubungan internasional di luar diplomasi tradisional, termasuk budidaya oleh pemerintah di satu negara terhadap yang lain, interaksi kelompok swasta dengan kelompok kepentingan di negara lain, menjalankan komunikasi dengan publik asing, serta mengedepankan komunikasi antar budaya (Wolf & Rosen, 2004:3).

Diplomasi publik mampu meningkatkan rasa kekeluargaan dan empati dengan negara lain, menciptakan persamaan persepsi, dan membentuk citra positif terhadap suatu negara. Implementasi diplomasi publik tidak lagi melibatkan dominasi pemerintah, melainkan peran warga negara juga dibutuhkan untuk menyukseskan diplomasi publik suatu negara. Desain dari diplomasi publik dikemas dengan tidak terlalu kaku agar mampu merangkul masyarakat secara luas. Aktor non negara dalam diplomasi publik perlu mendapat perhatian. Pasalnya, dalam melakukan diplomasi publik tidak hanya bersifat *government to government* atau *government to public* melainkan juga *public to public* atau *citizen diplomacy* dimana masing-masing pelaku diplomasi publik dari sisi masyarakat harus sadar bahwa aktivitas tersebut dilakukan untuk meningkatkan citra positif negaranya. Sinergitas antar kedua aktor, negara dan non negara, sangat dibutuhkan agar tetap mengarah pada pencapaian kepentingan nasional.

Menurut Mark Leonard (Leonard et al., 2002:9), ada empat tujuan dari penerapan diplomasi publik, yaitu:

1. Menumbuhkan rasa familiaritas masyarakat terhadap suatu negara. Negara pelaku diplomasi publik tentunya menginginkan agar publik internasional mengenal hingga mencari tahu tentang negaranya. Dengan menumbuhkan rasa familiaritas tentunya akan mampu membentuk opini positif publik terhadap negara tersebut.
2. Menumbuhkan apresiasi publik. Ketika rasa familiaritas telah tumbuh maka akan menghasilkan opini positif publik. Jika opini positif publik telah tercipta maka apresiasi akan datang dengan sendirinya bagi negara tersebut. Selanjutnya, publik internasional akan memandang suatu

peristiwa global yang berkaitan dengan negara tersebut dengan perspektif yang sama.

3. Muncul keterikatan dengan publik. Fase ini dapat dilakukan melalui program-program negara seperti kerjasama pendidikan, penelitian ilmiah, pariwisata, dan budaya-budaya agar dapat diadopsi dan dipahami bersama yang kemudian akan memunculkan keterikatan.
4. Mempengaruhi sikap suatu masyarakat. Ketika tiga fase diatas telah berjalan dengan baik, tentunya negara dengan mudah menyebarkan pengaruh-pengaruhnya pada publik internasional. Selain itu, diplomasi publik juga bertujuan untuk menarik investor asing untuk dapat berinvestasi di negaranya serta dapat dijadikan rekan dalam hubungan politik.

Diplomasi publik di Indonesia dewasa ini berbicara seputar Islam yang moderat, demokratisasi, serta sosial ekonomi yang modern. Diplomasi publik mampu berjalan dengan baik melalui beberapa hal diantaranya menggunakan jalur diluar pemerintahan, ditunjang teknologi informasi yang semakin cepat dalam membentuk opini publik, melengkapi bagian-bagian yang telah dilakukan oleh pemerintah, menumbuhkan pengertian dan pemahaman opini masyarakat internasional lewat kelompok-kelompok kepentingan, mensyaratkan kemampuan komunikasi antar budaya, dan membutuhkan manajerial yang baik agar diplomasi publik berhasil dilakukan.

Diplomasi publik hadir dengan tujuan untuk menciptakan opini publik internasional terhadap suatu negara. Untuk menjadikan Bahasa Indonesia sebagai bahasa internasional tentu dibutuhkan opini publik internasional yang positif terhadap Bahasa Indonesia dan negara Indonesia sendiri. Usaha tersebut dilakukan melalui pendekatan-pendekatan budaya.

Menurut Joseph S. Nye, budaya merupakan salah satu elemen pendukung dari konsep *soft power*. Budaya adalah sekumpulan nilai-nilai dan praktik yang dapat menciptakan suatu makna bagi masyarakat. Pada umumnya budaya terbagi menjadi *high culture* dan *popular culture*. *High culture* meliputi literatur, kesenian, dan pendidikan. Sedangkan *popular culture* lebih berfokus pada media-

media hiburan (Nye, 2004:11). Dari penjelasan diatas, tercermin bahwa budaya tidak selalu perihal kegiatan seni tertentu. Namun budaya adalah seperangkat nilai yang mampu menciptakan makna bagi masyarakat.

Budaya terdiri dari beberapa aspek, yaitu seni dalam arti yang luas, kehidupan masyarakatnya, adat istiadat, tradisi, sejarah, musik, gaya hidup, bahasa, kesusastraan, legenda atau cerita rakyat, serta hubungan sosial masyarakat (Rahman, 2012). Setiap aktivitas yang melibatkan beberapa aspek budaya diatas maka dapat dikatakan sebagai diplomasi budaya. Kemudian, yang perlu digaris bawahi adalah diplomasi kebudayaan bukanlah sebuah propaganda, tetapi sebuah pendekatan, aktivitas membangun hubungan, dan menciptakan rasa saling pengertian antar negara (Rosendorf, 2009:176).

Budaya merupakan alat yang mampu membentuk sebuah peradaban. Budaya sangat mempengaruhi pola berfikir manusia yang kemudian diekspresikannya melalui bahasa. Budaya dan bahasa adalah dua hal yang tidak bisa dipisahkan. Bahasa merupakan hasil dari sebuah budaya secara keseluruhan, sekaligus menjadi suatu alat bagi aspek budaya yang lain agar bisa tersampaikan dengan baik. Jika seorang pemula hanya mempelajari bahasa tanpa mempelajari budaya didalamnya, maka ia hanya akan mendapatkan kata-kata serta ungkapan. Hal itu akan mempermudah munculnya konflik karena perbedaan persepsi dalam memandang suatu hal (Salikin, 2009).

Bahasa menunjukkan identitas suatu masyarakat. Satu hal penting yang perlu dipahami adalah identitas linguistik/kebahasaan merupakan sebuah standar bagi sebagian komunitas masyarakat. Contohnya adalah banyak etnis indian Amerika merasa menyesal telah kehilangan bahasa asli/suku mereka ketika terjadi proses asimilasi dengan bahasa Inggris. Mereka beranggapan bahwa kehilangan bahasa asli/suku telah menghilangkan pula keaslian dari etnis mereka (Saville & Troike, 1986:188). Kemudian, persamaan penggunaan bahasa mampu menghasilkan sebuah kedekatan atau solidaritas diantara penggunanya. Demikian pula sebuah perbedaan penggunaan bahasa mampu menjauhkan seseorang dari lingkungannya. Contohnya adalah kebanggaan terhadap suatu etnis tertentu di Amerika Serikat dianggap sebagai sebuah ancaman terhadap negara. Hal tersebut

dinyatakan sebagai simbol dari sebuah upaya pemecah belah persatuan. Mereka menganggap jika sebagian masyarakat tidak menggunakan bahasa Inggris dalam kesehariannya maka mereka dianggap bukan bagian dari Amerika Serikat (Saville & Troike, 1986:191).

Dalam proses persebaran bahasa ada beberapa faktor yang mempengaruhi. Pertama, efektifitas fungsi bahasa terhadap suatu komunitas. Bahasa Yiddish dan Ladino digunakan oleh mayoritas bangsa Yahudi di seluruh dunia. Bahasa Yiddish digunakan di area Eropa untuk berkomunikasi antar kaum Yahudi. Penggunaan bahasa Yiddish selain untuk berkomunikasi sehari-hari juga digunakan sebagai bahasa beribadah bagi bangsa mereka. Sedangkan bahasa Ladino digunakan oleh bangsa Yahudi di kawasan Timur-Tengah dan Amerika Latin. Bahasa Ladino selain digunakan untuk berkomunikasi sehari-hari juga digunakan sebagai bahasa beribadah, sama halnya seperti bahasa Yiddish. Kedua, peranan struktur sosial, politik, dan ekonomi di masyarakat. Kapasitas Amerika Serikat dalam hal ekonomi dan politik membuat negara tersebut menjadi wilayah yang dituju oleh banyak imigran dari seluruh negara. Untuk bisa beradaptasi dan bertahan hidup di Amerika Serikat, pemerintah berupaya untuk menyamakan setiap penduduk yakni menggunakan bahasa Inggris. Namun upaya tersebut tidak dapat dikatakan berhasil karena hanya sebagian imigran saja yang mampu memahami bahasa Inggris dengan baik. Hal tersebut menciptakan kesenjangan sosial, dimana mereka yang tidak menggunakan bahasa Inggris dinilai sebagai golongan yang terpinggirkan. Ketiga, faktor sejarah juga mempengaruhi proses penyebaran bahasa. Faktor sejarah yang dimaksud adalah ekspansi imperialistik. Ketika dominasi negara sangat kuat terhadap suatu wilayah, maka budaya dan tradisi negara tersebut secara otomatis akan ditanamkan pada wilayah yang diduduki. Contohnya negara Arab dalam melakukan penyebaran agama Islam dan bahasa Arab di beberapa wilayah sekitarnya (Saville & Troike, 1986:192).

Penulis memilih konsep diplomasi publik untuk menjelaskan permasalahan dalam penelitian ini. Strategi Pemerintah Indonesia dalam menjadikan Bahasa Indonesia sebagai *lingua franca* di kawasan Asia Tenggara yakni dengan melibatkan masyarakat Indonesia dan menciptakan citra positif

Bahasa Indonesia terhadap masyarakat Asia Tenggara. Kedua hal tersebut dilakukan karena pemerintah perlu melibatkan masyarakat Indonesia agar proses mengenalkan Bahasa Indonesia antar masyarakat sebuah negara dapat berjalan dengan mudah; dan juga citra positif Bahasa Indonesia sangat diperlukan agar masyarakat sebuah negara dengan mudah menerima Bahasa Indonesia.

1.5.3. Partisipasi Masyarakat

Keberhasilan kebijakan pemerintah dapat diukur dari adanya partisipasi aktif masyarakat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, partisipasi adalah perihal berperan turut serta dalam suatu kegiatan (KBBI, 2018). Partisipasi juga dapat dirumuskan sebagai keterlibatan emosi dan mental dalam sebuah situasi untuk mencapai tujuan kelompok dan bertanggung jawab atas segala keterlibatannya (Kaho, 2001:114).

Partisipasi masyarakat terbagi menjadi empat macam (Kaho, 2001:115), yaitu:

1. Partisipasi dalam proses pembuatan keputusan

Setiap proses penyelenggaraan, terutama dalam kehidupan bersama masyarakat, pasti tahap penentuan kebijakan. Partisipasi masyarakat dalam hal ini sangat mendasar. Pada ranah politik, partisipasi masyarakat sangat dibutuhkan untuk menentukan putusan – putusan politik. Semakin besar kemampuan untuk menentukan nasib sendiri, semakin besar partisipasi masyarakat dalam pembangunan.

2. Partisipasi dalam pelaksanaan

Dalam hal ini, partisipasi yang dimaksud adalah keikutsertaan masyarakat dalam memberikan kontribusi guna menunjang pelaksanaan pembangunan yang berwujud tenaga, uang, barang, material, ataupun informasi yang berguna bagi pelaksanaan pembangunan. Partisipasi dalam pelaksanaan juga dapat didefinisikan sebagai kesediaan untuk membantu tercapainya tujuan, tanpa mengorbankan kepentingan diri sendiri.

3. Partisipasi dalam pemanfaatan hasil

Setiap usaha manusia misalnya dalam hal pembangunan, selalu ditujukan untuk kepentingan dan kesejahteraan anggota masyarakat. Oleh sebab itu, anggota masyarakat berhak untuk berpartisipasi dalam menikmati setiap usaha bersama yang ada. Demikian pula perihal penyelenggaraan sebuah kebijakan, masyarakat berhak menikmati hasilnya secara adil.

4. Partisipasi dalam evaluasi

Dalam setiap penyelenggaraan kebijakan, dapat dikatakan berhasil apabila memberikan banyak manfaat bagi masyarakat. Untuk dapat dinilai berhasil atau tidaknya, sudah menjadi hal yang wajar apabila masyarakat ikut terlibat dalam proses evaluasi atau penilaian. Sikap ikut memelihara dan melestarikan hasil yang telah dicapai, dapat dilihat sebagai indikasi adanya dukungan positif masyarakat terhadap apa yang dihasilkan. Sebaliknya, sikap apatisme dan tak adanya perasaan ikut memiliki, merupakan indikasi bahwa apa yang diselenggarakan oleh pemerintah belum sesuai dengan kepentingan masyarakat.

Partisipasi masyarakat terhadap setiap penyelenggaraan kebijakan pemerintah merupakan hal yang sangat esensial. Namun demikian, tidak berarti setiap masyarakat dapat berpartisipasi dengan intensitas dan kapasitas yang sama dalam penyelenggaraan kebijakan pemerintah tersebut. Hal ini dikarenakan oleh perbedaan kemampuan, perbedaan kepentingan, dan perbedaan antar anggota masyarakat satu dengan yang lainnya. Maka berarti bahwa seseorang dapat terlibat sesuai dengan relevansinya, misal keahlian, kepentingan, dan tingkat kemampuan. Dengan kata lain, masyarakat dapat berpartisipasi secara parsial yakni terlibat dalam salah satu atau beberapa dari keempat aktivitas diatas. Jika memang memungkinkan, masyarakat dapat berpartisipasi secara prososial yakni terlibat dalam semua fase dari awal hingga akhir dari aktivitas diatas (Kaho, 2001:117).

Penulis menggunakan konsep partisipasi masyarakat karena dirasa relevan dengan topik yang sedang dibahas. Strategi pertama Pemerintah Indonesia dalam menjadikan Bahasa Indonesia sebagai *lingua franca* di kawasan Asia Tenggara adalah dengan melibatkan masyarakat Indonesia. Konsep partisipasi digunakan

untuk menjelaskan bahwa keterlibatan masyarakat dalam menjadikan Bahasa Indonesia sebagai *lingua franca* di kawasan Asia Tenggara termasuk kedalam jenis partisipasi parsial. Hal ini dikarenakan partisipasi yang dilakukan masyarakat hanya terjadi pada tahap pelaksanaan suatu kebijakan.

1.5.4. Citra

Citra adalah kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya (Suryanto dan Syarifuddin, 2016:156). Citra tidak selamanya mencerminkan kenyataan yang sesungguhnya atas sesuatu hal. Hal tersebut dikarenakan citra dapat terbentuk berdasarkan informasi yang tersedia. Dengan demikian, informasi yang benar, akurat, tidak memihak, lengkap, dan memadai itu benar – benar penting bagi munculnya citra yang tepat. Maka dari itu, sangat dimungkinkan masing – masing orang mendapat citra yang berlainan tentang sesuatu dari sumber informasi yang berbeda. Variasi informasi menyebabkan lahirnya variasi citra walaupun subjek yang terlibat sama (Jefkins, 2004:19).

Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations* (2004:20) menyebutkan bahwa citra terbagi kedalam beberapa jenis, yaitu:

a. Citra Bayangan

Citra bayangan adalah anggapan atau persepsi orang dalam mengenai pandangan masyarakat terhadap organisasinya. Citra ini seringkali tidaklah tepat, bahkan hanya sekedar ilusi. Hal ini disebabkan keterbatasan informasi, pengetahuan ataupun pemahaman yang dimiliki oleh kalangan dalam organisasi itu mengenai pendapat atau pandangan pihak – pihak luar.

b. Citra yang Berlaku

Definisi citra yang berlaku ini merupakan kebalikan dari definisi citra bayangan. Citra yang berlaku (*current images*) adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak – pihak luar mengenai suatu organisasi. Citra ini sepenuhnya ditentukan oleh banyak atau sedikitnya informasinya beredar di lingkungan luar suatu organisasi. Dalam kondisi dunia dan kehidupan yang memberikan kemudahan akses informasi ini, salah satu

dampak buruknya adalah banyaknya informasi – informasi palsu yang beredar dan mengakibatkan citra buruk sebuah organisasi. Kalangan dalam sebuah organisasi harus mampu menangkal informasi – informasi palsu agar tidak merusak citra.

c. Citra yang Diharapkan

Citra yang diharapkan (*wish images*) adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak kalangan dalam organisasi. Citra ini juga tidak sama dengan citra yang sebenarnya. Biasanya citra yang diharapkan itu lebih baik atau lebih menyenangkan daripada citra yang ada, walaupun dalam keadaan tertentu citra yang terlalu baik juga merepotkan. Citra yang diharapkan itu biasanya dirumuskan dan diterapkan untuk sesuatu yang relatif baru, ketika masyarakat belum memiliki informasi yang memadai mengenai hal baru tersebut.

d. Citra Perusahaan

Citra perusahaan atau biasa disebut dengan citra lembaga adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya. Citra perusahaan ini terbentuk dari beberapa hal yaitu sejarah organisasi, prestasi, kualitas, kesediaan untuk memikul tanggung jawab sosial, dan konsistensi.

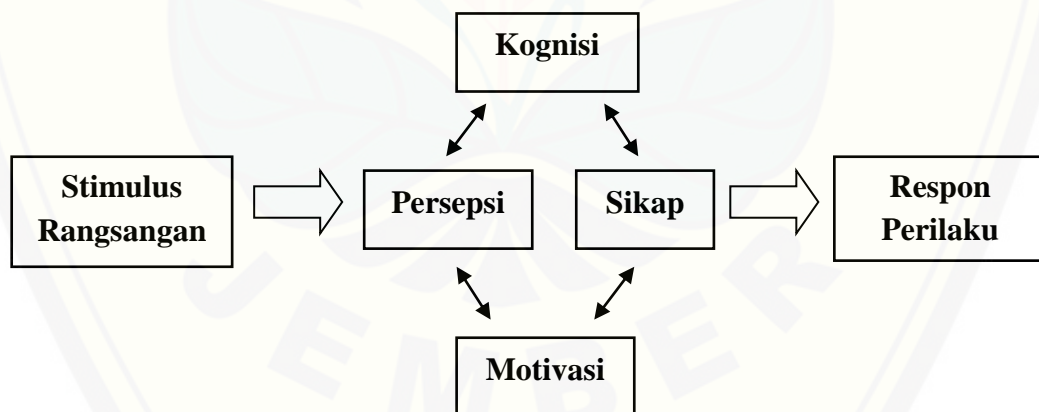
e. Citra Majemuk

Citra majemuk adalah kondisi dimana muncul variasi citra karena banyaknya jumlah pegawai, anak perusahaan, atau kantor – kantor perwakilan organisasi dan belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan tersebut secara keseluruhan. Untuk menghindari berbagai hal yang tidak diinginkan, maka variasi citra harus ditekan seminimal mungkin dan citra organisasi atau perusahaan secara keseluruhan harus ditegakkan. Langkah yang dapat ditempuh untuk menegakkan citra organisasi secara keseluruhan adalah dengan mewajibkan semua karyawan menggunakan seragam, lencana, mengadakan pelatihan, dan lain sebagainya. Salah satu contoh dari adanya contoh nyata adalah maskapai penerbangan. Segala sesuatu yang berkenaan dengan maskapai sengaja dibuat sedemikian rupa agar benar – benar khas demi mengukuhkan identitas perusahaan.

f. Citra yang Baik dan yang Buruk

Reputasi baik dan buruk bergantung pada bagaimana citra tersebut dibentuk. Keduanya bersumber dari adanya citra yang berlaku (*current images*) yang bersifat negatif atau positif. Citra yang lebih baik sebenarnya bisa dimunculkan kapan saja dan dimana saja. Cara yang dapat ditempuh adalah dengan menjelaskannya secara jujur tentang hal – hal yang menyangkut organisasi terhadap khalayak. Namun demikian, yang acap kali terjadi adalah usaha – usaha untuk pemolesan citra terus dilakukan, dimana kondisi tersebut jauh dari kondisi yang sebenarnya. Hal tersebut tidak bisa dibenarkan.

Proses menciptakan citra positif melibatkan empat komponen yaitu persepsi, kognisi, motivasi, serta sikap. Seorang pakar psikologi sosial, Walter Lipman, menyebutkan bahwa empat komponen tersebut dinamakan *picture in our head* (Gani, 2014). Jika rangsangan dapat tersampaikan dengan baik, maka akan muncul respon dari target untuk berusaha ingin mengerti akan rangsangan tersebut.



Gambar 1.1 Proses terjadinya pencitraan (Sumber: John Nimpoeno dalam Suryanto dan Syarifuddin, 2016:158)

Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap rangsangan yang didapat dan dikaitkan dengan pemaknaan. Kemampuan mempersepsikan rangsangan oleh setiap individu akan menentukan keberlanjutan proses membentuk citra tersebut. Persepsi akan mampu terbentuk secara positif pada setiap individu apabila memenuhi kognisi (Ginting, 2013:15).

Kognisi merupakan keyakinan individu terhadap stimulus atau rangsangan yang diterima (Gani, 2014). Keyakinan akan muncul apabila rangsangan telah dimengerti oleh setiap individu. Langkah selanjutnya adalah perkembangan kognisi. Setiap individu yang telah mengerti perihal rangsangan yang diterima, informasi – informasi yang positif harus tetap diberikan agar setiap individu dapat mengembangkan kognisinya (Ginting, 2013:16).

Motivasi dan sikap akan mendorong adanya respon dari stimulus atau rangsangan yang diterima individu. Motif adalah keadaan dalam individu yang mendorong untuk melakukan kegiatan – kegiatan tertentu untuk mencapai tujuan (Ginting, 2013:16). Sikap adalah kecenderungan untuk bertindak. Sikap bukan berarti perilaku, melainkan sebuah kecenderungan untuk berperilaku dengan cara tertentu. Sikap juga mampu menentukan keberpihakan seseorang (Gani, 2014).

Dalam menciptakan citra yang positif, Frank Jefkins (2004:68) menyebutkan terdapat beberapa media yang dapat digunakan, yaitu:

- a. Media pers (*press*). Media ini terdiri dari koran, majalah, buku, dan laporan tahunan yang dicetak secara gratis dan sengaja dipublikasikan untuk umum.
- b. Audio – visual. Media ini terdiri dari slide dan kaset video.
- c. Radio. Kategori ini meliputi semua jenis radio, dimulai dari radio berskala lokal, nasional, hingga internasional seperti radio BBC, dan sebagainya.
- d. Televisi. Sama halnya dengan radio, media televisi yang digunakan mulai dari skala lokal hingga internasional.
- e. Pameran (*exhibition*). Pameran menjadi salah satu alat yang digunakan untuk meningkatkan citra. Dalam pameran, hal yang dapat dilakukan adalah menyebarkan publikasi melalui kartu nama, display, booklet, dan leaflet. Desain stan pameran juga perlu dipertimbangkan dengan matang dan representative Karen akan mempengaruhi citra organisasi.
- f. Bahan – bahan cetakan (*printed materials*). Pada kategori ini yang dimaksud adalah cetakan yang bersifat mendidik, informatif, dan menghibur yang disebarkan dalam berbagai bentuk untuk mencapai tujuan.
- g. Penerbitan buku khusus (*sponsored books*). Isi buku ini bisa bermacam – macam, misalnya buku petunjuk penggunaan produk yang dikeluarkan oleh

perusahaan elektronik, buku cara memasak yang dikeluarkan oleh pabrik makanan, buku petunjuk wisata yang dikeluarkan oleh agen perjalanan wisata, dan sebagainya.

- h. Surat langsung (*direct email*). Media ini lazim pula digunakan sebagai alat peningkat citra. Surat ini tidak hanya ditujukan kepada khalayak tertentu, namun juga ditujukan pada berbagai macam pihak yang dinilai relevan dan berkaitan dalam pencapaian tujuan.
- i. Pesan – pesan lisan (*spoken word*). Penyampaian pesan secara langsung atau tatap muka juga dinilai dapat meningkatkan citra. Kegiatan seperti ini bisa dilakukan dalam berbagai kesempatan seperti *gala dinner*, dalam pembicaraan telepon, dalam suatu seminar, dan lain sebagainya.
- j. Pemberian sponsor (*sponsorship*). Suatu organisasi atau perusahaan dapat meningkatkan citranya dengan melakukan penyediaan dana atau dukungan tertentu atas suatu penyelenggaraan kegiatan seni, olahraga, hingga beasiswa. Pemberian dana dan dukungan juga sering kali dilakukan dalam melancarkan suatu pemasaran dan iklan. Hal tersebut akan menghasilkan nilai baik bagi organisasi atau perusahaan yang memberikannya.

Penulis menggunakan konsep citra karena dirasa relevan dengan topik yang sedang dibahas. Strategi kedua yang dilakukan Pemerintah Indonesia dalam menjadikan Bahasa Indonesia sebagai *lingua franca* di kawasan Asia Tenggara adalah dengan menciptakan citra positif Bahasa Indonesia terhadap masyarakat Asia Tenggara. Hal tersebut dilakukan melalui pesan – pesan lisan. Proses pembentukan citra diawali dengan memberikan stimulus bagi masyarakat luar negeri. Kemudian, jika stimulus diterima maka tahapan selanjutnya yakni penerimaan pada setiap individu melibatkan empat elemen seperti persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap. Setelah proses tersebut telah dilalui maka akan muncul sebuah respon dari stimulus yang telah diberikan.

1.6. Argumen Utama

Argumen utama merupakan jawaban sementara penulis terhadap topik yang telah diambil. Argumen utama dalam karya ilmiah ini adalah strategi

diplomasi Pemerintah Indonesia dalam menjadikan Bahasa Indonesia sebagai *lingua franca* di kawasan Asia Tenggara yaitu yang pertama, dengan melibatkan masyarakat Indonesia. Keterlibatan yang dilakukan oleh masyarakat terjadi secara parsial karena hanya terlibat pada tahap pelaksanaan. Strategi yang kedua yakni menciptakan citra positif Bahasa Indonesia terhadap masyarakat Asia Tenggara. Penciptaan citra positif dilakukan dengan menggunakan media pesan – pesan lisan (*spoken word*).

1.7. Metode Penelitian

Metode penelitian mempunyai peranan yang sangat penting dalam penulisan karya ilmiah. Suatu karya tulis tentunya harus mengandung nilai-nilai ilmiah, sistematis logis, dan sesuai dengan kaidah penelitian. Sehingga karya tulis tersebut dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Tingkat keilmiahannya suatu karya tulis dapat dipenuhi melalui adanya metode dalam sebuah penelitian. Metode penelitian adalah suatu prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu yang mempunyai langkah-langkah sistematis (Husaini & Akbar, 2009:41). Metode penelitian mewakili sejumlah alat atau instrumen yang kita gunakan dan memberikan kita cara untuk mengumpulkan data, memilah dan menganalisis informasi sehingga kita dapat menarik sebuah kesimpulan (Bakry, 2016:11). Dalam penelitian ini metode penelitian yang akan digunakan terbagi menjadi dua hal, yakni teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

1.7.1. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data sekunder (*secondary data*). Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari hasil pengamatan pihak lain dan bukan pengamatan langsung. Dalam hal ini, penulis tidak melakukan interaksi secara langsung dengan objek yang akan diteliti (Moleong, 1995:62). Metode ini biasa disebut dengan studi kepustakaan, dan dilakukan pada beberapa tempat yakni:

1. Perpustakaan Pusat Universitas Jember
2. Ruang Baca Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Sedangkan sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Buku, Jurnal, dan Artikel
2. Media Cetak
3. Situs Internet

1.7.2. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang menggambarkan suatu fenomena secara cermat berdasarkan data yang ada. Tujuannya adalah untuk menggambarkan fenomena tersebut berdasarkan karakteristik, fakta-fakta, dan menentukan frekuensi sesuatu yang terjadi (Adi, 2010:5). Menurut Jerome Kirk dan Marc Miller, penelitian kualitatif merupakan sebuah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara mendasar bergantung pada pengamatan manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan peristilahannya (Moleong, 1995:3). Pada analisis data ini, penulis dituntut untuk mampu menjelaskan, menggambarkan, serta menganalisis fenomena yang ada hingga memunculkan sebuah kesimpulan terhadap permasalahan tersebut.

1.8. Sistematika Penulisan

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, landasan teori, argumen utama, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab 2 Gambaran Umum Bahasa Indonesia sebagai *Lingua Franca*

Pada bab 2 ini penulis akan memaparkan perihal gambaran umum Bahasa Indonesia sebagai *lingua franca* yang akan diawali dengan membahas perihal *lingua franca* dan dilanjutkan dengan menjelaskan perihal potensi Bahasa Indonesia sebagai *lingua franca*.

Bab 3 Perkembangan Bahasa Indonesia sebagai *Lingua Franca* Di Asia Tenggara

Bab ini akan menjelaskan perihal perkembangan Bahasa Indonesia sebagai *lingua franca* di negara – negara Asia Tenggara.

Bab 4 Strategi Diplomasi Indonesia Dalam Menjadikan Bahasa Indonesia sebagai *Lingua Franca* kawasan Asia Tenggara

Dalam bab ini, penulis akan menjelaskan mengenai strategi diplomasi Pemerintah Indonesia dalam menjadikan Bahasa Indonesia sebagai bahasa internasional.

Bab 5 Kesimpulan

Bab ini merupakan kesimpulan dari uraian yang telah disebutkan dalam bab-bab sebelumnya.



BAB 2. GAMBARAN UMUM BAHASA INDONESIA SEBAGAI *LINGUA FRANCA*

Dalam bab ini akan memaparkan gambaran umum Bahasa Indonesia sebagai *lingua franca*, yang akan diawali dengan menjelaskan perihal *lingua franca* kemudian menjelaskan tentang potensi Bahasa Indonesia sebagai *lingua franca*. Hal tersebut dirasa penulis perlu untuk dijelaskan karena untuk mengetahui strategi pemerintah dalam menginternasionalisasikan Bahasa Indonesia, perlu adanya gambaran seputar topik terkait agar muncul kesepahaman bagi pembaca.

2.1. *Lingua Franca*

Globalisasi mendorong terciptanya kondisi dimana suatu wilayah hampir tak terbatas (*borderless*). Masyarakat sebuah negara dimudahkan dengan adanya globalisasi tersebut. Dengan berkurangnya batas – batas suatu wilayah, maka akan mendorong aktivitas masyarakat yang tidak terbatas pula. Aktivitas tersebut sering kali melibatkan dan berinteraksi dengan masyarakat di wilayah yang berbeda. Agar mampu melancarkan interaksi masyarakat dengan wilayah yang berbeda, dibutuhkan *lingua franca* sebagai alat komunikasi antar masyarakat.

Lingua Franca adalah bahasa yang digunakan sebagai perantara berkomunikasi antar masyarakat dengan bahasa Ibu yang berbeda (Nordquist, 2018). *Lingua Franca* biasa disebut dengan bahasa pengantar. Perkembangan komunikasi internasional mendorong lahirnya sebuah bahasa pengantar. Seseorang menjalin komunikasi dengan masyarakat yang berbeda negara, tentu membutuhkan teknologi moderen agar memudahkan berkomunikasi. Pelaku bisnis tidak akan mampu dengan mudah berpindah dari satu tempat ke tempat lain, misal ke Singapura, tanpa menggunakan kecanggihan transportasi udara. Manusia kini telah memasuki era dimana mobilitas sangat tinggi, perlu didukung

dengan sarana yang memadai. Bahasa pengantar merupakan salah satu kebutuhan yang harus ada untuk menunjang mobilitas manusia.

Dalam buku *English as a Global Languages* disebutkan bahwa terdapat dua cara untuk menjadikan sebuah bahasa asing menjadi bahasa pengantar. Pertama, menjadikan sebuah bahasa asing sebagai bahasa pengantar yaitu dengan membiasakan diri menggunakan bahasa tersebut pada tatanan pemerintah, aturan – aturan hukum, media, dan sektor pendidikan. Empat hal tersebut merupakan pilar yang nantinya mampu mempengaruhi masyarakat, atau mengarahkan pola pemikiran masyarakat untuk menggunakan bahasa yang sama seperti pemerintah, tokoh – tokoh media dan para tenaga pengajar di berbagai lembaga pendidikan. Dengan pola membiasakan diri seperti yang telah dijelaskan diatas, maka akan memberikan efek jangka panjang yaitu mudahnya bahasa diterima oleh suatu komunitas atau masyarakat. Setelah proses membiasakan diri telah dilalui, selanjutnya diikuti dengan menerbitkan kebijakan secara resmi oleh pemerintah terkait penggunaan bahasa tersebut, seperti yang dilakukan oleh pemerintah Rwanda menetapkan bahasa Inggris sebagai bahasa resmi Rwanda pada tahun 1996 (Crystal, 2003:4).

Cara yang kedua yang bisa dilakukan menurut buku *English as a Global Languages* adalah dengan menjadikan sebuah bahasa tersebut menjadi prioritas pembelajaran bahasa asing di sekolah. Hal tersebut akan membuat bahasa menjadi lebih disukai oleh para siswa, utamanya anak – anak. Mereka akan dengan senang hati terus menerus mempraktekan bahasa tersebut bersama temannya ketika berada di sekolah. Pembelajaran bahasa di sekolah juga akan mampu menjaring para remaja hingga dewasa untuk tetap mempelajari bahasa. Contohnya adalah bahasa Inggris yang telah diajarkan pada lebih dari 100 negara sebagai bahasa asing di sekolah – sekolah. Pada tahun 1996, bahasa Inggris mampu menjadi prioritas bahasa asing menggantikan bahasa Perancis di Aljazair, negara bekas jajahan Perancis (Crystal, 2003:5).

Wiliam Samarin (2016) dalam tulisannya *Lingua Francas Of The World* menyebutkan bahwa *lingua franca* dibagi ke dalam beberapa jenis. Jenis yang pertama adalah *natural languages*. Apabila *natural languages* diterima oleh masyarakat umum sebagai bahasa kedua, maka bahasa tersebut menjadi *lingua franca*. *Natural languages* memainkan peran yang cukup penting bagi masyarakat barat pada jaman dahulu. *Natural languages* yang pertama adalah bahasa Yunani. Hampir 800 tahun, bahasa Yunani mampu menyatukan masyarakat kawasan mediterania. Bahasa Yunani berhasil masuk dan digunakan oleh semua kalangan masyarakat. Kedua, bahasa latin menjadi *lingua franca* setelah bangsa Romawi gugur. Setelah jatuhnya bangsa Romawi, semua kegiatan politik hingga ibadah di gereja menggunakan bahasa latin. Hingga abad ke-16, bahasa latin menjadi bahasa pengantar yang digunakan dalam setiap dokumen dan akta berkekuatan hukum. Terakhir, setelah bahasa latin mampu menjadi bahasa pengantar di kawasan barat, bahasa Perancis hadir menggantikan posisi bahasa latin. Bahasa Perancis menjadi *lingua franca* dimulai pada abad ke-18. Bahasa Perancis memiliki karakteristik lebih halus dari bahasa Yunani dan lebih egaliter dari bahasa latin.

Jenis yang kedua adalah *planned-lingua franca*. Jenis yang kedua ini dapat disederhanakan menjadi bahasa pengantar yang direncanakan. *Planned-lingua franca* telah diwacanakan sejak 75 tahun terakhir. Bahasa yang diusung menjadi bahasa pengantar adalah Esperanto, memiliki 1.5 juta penutur. Kalangan ilmuwan menjadi tokoh dibalik pengusungan Esperanto menjadi bahasa pengantar. Kalangan ilmuwan memandang bahwa bahasa tersebut layak menjadi bahasa pengantar ditinjau dari kesederhanaan dan rasionalitas kosa kata.

Jenis yang ketiga adalah *pidgin languages*. *Pidgin languages* adalah bahasa yang tumbuh akibat dari konsolidasi sebuah komunitas untuk memudahkan komunikasi. Jika *pidgin languages* digunakan oleh sebuah komunitas dalam jangka waktu yang cukup lama, maka bahasa tersebut besar kemungkinan menjadi bahasa Ibu. Jika bahasa pidgin menjadi bahasa Ibu, maka

bahasa tersebut masuk dalam kategori *natural languages*. Setelah proses tersebut dilewati, bahasa pidgin akan menjadi bahasa tetap pada suatu kawasan.

Pada era saat ini, Bahasa Inggris diakui menjadi bahasa internasional. Bahasa Inggris merupakan bahasa Ibu bagi lebih dari 375 juta orang, bahasa kedua bagi sekitar 375 juta orang, dan menjadi bahasa asing bagi 750 juta orang. Hal tersebut membuktikan bahwa bahasa Inggris mampu diterima oleh banyak masyarakat di berbagai negara. Bahasa Inggris adalah bahasa resmi yang digunakan oleh banyak organisasi internasional dan bidang transportasi udara. Selain itu, bahasa Inggris juga menjadi dominan dalam teknologi, ilmu pengetahuan, media, pendidikan, perdagangan internasional, serta politik. Karena pengaruh besar bahasa Inggris di era saat ini ditunjang dengan jumlah penutur yang mendominasi, maka bahasa Inggris dapat disebut sebagai *lingua franca* (Zikmundova, 2016:8).

Bahasa Inggris sebagai *lingua franca* menjalankan dua fungsi yaitu pada lingkup lokal dan lingkup global. Pada lingkup lokal, bahasa Inggris berfungsi sebagai bahasa pemersatu di tengah – tengah masyarakat pada satu wilayah. Contohnya, di Nigeria terdapat beberapa bahasa yang digunakan masyarakatnya untuk berkomunikasi seperti bahasa Hausa, Igbo, dan Yoruba. Agar dapat menyatukan masyarakat dengan perbedaan bahasa tersebut, bahasa Inggris hadir sebagai *lingua franca*. Pada lingkup global, bahasa Inggris berfungsi sebagai bahasa resmi yang digunakan dalam berkomunikasi antar masyarakat dari negara yang berbeda. Setiap negara memiliki bahasa Ibu yang berbeda dengan negara lain. Bahasa Inggris ditunjuk sebagai bahasa yang menjembatani proses komunikasi tersebut. Bahasa Inggris dalam lingkup global ini digunakan untuk berbagai kepentingan seperti perdagangan internasional dan kerjasama.

David Crystal (2003) mengungkapkan bahwa bahasa Inggris mampu menjadi bahasa internasional yang diakui banyak negara dikarenakan oleh tiga hal, yaitu faktor sejarah, politik dan faktor sosial budaya. Berbicara mengenai faktor sejarah tentu perlu disadari bahwa Inggris merupakan negara yang sangat

besar dan melakukan ekspansi ke berbagai negara. Pertama, kerajaan Inggris dalam melakukan ekspansi ke negara jajahannya, diikuti dengan menyebarkan bahasa Inggris sehingga banyak masyarakat dari negara – negara jajahan Inggris akan mempelajari bahasa Inggris. Sehingga bahasa Inggris terus menerus diturunkan kepada generasi terbaru dari negara jajahan Inggris. Selanjutnya, ketika Liga Bangsa – Bangsa terbentuk, bahasa Inggris memainkan peran yang dominan dan digunakan pada seluruh lembaga politik yang ada kala itu. Kemudian, memasuki zaman revolusi industri, manusia dituntut untuk mengenal dan mempelajari teknologi serta hal baru, dimana didalamnya terdapat pula tuntutan untuk mempelajari bahasa Inggris. Terakhir, abad ke-20 menjadikan London dan New York sebagai dua kota besar dengan prospek ekonomi yang menjanjikan. sebagai dua kota besar dan mempunyai kekuatan yang sangat diperhitungkan di tatanan internasional, secara tidak langsung akan mempermudah proses penyebarluasan bahasa Inggris ke seluruh negara di dunia.

Faktor kedua adalah politik, dimana faktor politik memiliki peran dalam membuat kebijakan yang salah satu tujuannya adalah menyebarkan bahasa Inggris. Pertama, kebijakan perihal penggunaan bahasa Inggris di ranah pendidikan. Kebijakan tersebut mendorong adanya sebuah keharusan untuk mempelajari bahasa Inggris. Kedua, kebijakan pada layanan komunikasi, dimana setiap sistem pos dan telepon, termasuk internet, harus menggunakan bahasa Inggris.

Faktor ketiga adalah sosial budaya, faktor ini menitikberatkan pada peran media dalam menyebarkan bahasa Inggris. Pertama, pada abad ke-19 di Amerika telah dimulai kapitalisasi dalam bidang periklanan agar meminimalkan modal dan memperbesar hasil distribusi. Periklanan menjadi sektor yang paling menonjol dalam kapitalisme Amerika Serikat kala itu, dan memperkuat perekonomian Amerika Serikat sehingga mendorong bahasa Inggris menjadi bahasa perdagangan global. Kedua, munculnya radio pada 1920 di Pennsylvania dan tahun 1922 di Inggris mendorong penyebaran bahasa Inggris melalui siaran – siaran radio tersebut. Kemudian, muncul televisi yang mampu secara perlahan menggantikan

peran radio dalam menyebarkan bahasa Inggris ke berbagai negara. ketiga, perkembangan industri hiburan meliputi film dan musik. Pasca perang dunia pertama, industri perfilman Amerika Serikat mulai tumbuh dan mulai tahun 1920 bahasa yang digunakan dalam film adalah bahasa Inggris. Kemudian, industri musik Amerika Serikat memiliki pertumbuhan yang cukup signifikan, bahasa yang digunakan di setiap lagu didominasi oleh bahasa Inggris dan tidak pernah berganti.

2.2. Potensi Bahasa Indonesia Sebagai *Lingua Franca*

Bahasa Melayu merupakan salah satu bahasa yang banyak digunakan di wilayah Asia Tenggara. Penutur bahasa Melayu tercatat sebanyak lebih dari 300 juta jiwa. Bahasa Melayu juga merupakan bahasa dengan jumlah penutur terpenting setelah bahasa Mandarin, bahasa Inggris, bahasa Hindi Urdu, dan bahasa Spanyol. Bahasa Melayu juga ditemukan di Sri Lanka. Penutur bahasa Melayu di Sri Lanka mencapai 70.000 (Takari, 2018). Bahasa Melayu digunakan pada empat negara di Asia Tenggara yaitu Malaysia, Indonesia, Singapura, dan Brunei Darussalam. Hal tersebut mendorong segenap pembuat kebijakan di beberapa negara, mencanangkan bahasa Melayu sebagai *lingua franca*.

Wacana agar mendorong bahasa Melayu datang dari hasil konsolidasi Majelis Bahasa Brunei Darussalam, Malaysia, dan Indonesia (MABBIM) pada sidang ke-41 (KBRI Kuala Lumpur, 2015). Dalam sidang tersebut merumuskan bahasa Melayu agar mampu dijadikan bahasa dalam kegiatan perdagangan dan komunikasi di wilayah Asia Tenggara. Langkah pertama yang dilakukan untuk mewujudkan cita-cita tersebut yaitu dengan meningkatkan citra bahasa Melayu pada tata pergaulan internasional. Menurut Muhammad Takari (2018), alasan bahasa Melayu mampu menjadi bahasa pengantar (*lingua franca*) di kawasan Asia Tenggara adalah karena orang Melayu aktif melakukan misi perdagangan, pelayaran, serta penyebaran agama dan budaya. Kemudian, dari segi bahasa, Melayu merupakan bahasa yang tidak memiliki tingkatan-tingkatan yang mencerminkan status sosial tertentu, dengan kata lain bahasa Melayu mampu digunakan secara langsung oleh semua kalangan. Bahasa Melayu juga turut

berkontribusi dalam pengembangan budaya-budaya literasi yang terdapat dalam gurindam, pantun, talibun, karmina, syair, dan sebagainya. Kondisi yang demikian, terjadi melalui proses alamiah dan tanpa dorongan. Oleh karena itu, jika dikatakan bahasa Melayu telah menjadi *lingua franca* di beberapa negara, hal tersebut benar adanya. Proses yang terjadi secara alamiah dan mampu beradaptasi dengan sosial budaya negara setempat tanpa meninggalkan ciri khas budaya Melayu.

Berbicara Bahasa Indonesia tentu tidak dapat dilepaskan dari bahasa Melayu. Bahasa Indonesia berakar pada bahasa Melayu tradisional. Pada Bahasa Indonesia, bahasa Melayu dipengaruhi oleh bahasa Jawa, bahasa Belanda, dan bahasa Portugis untuk bisa membentuk Bahasa Indonesia yang saat ini digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Pada 28 Oktober 1928, Bahasa Indonesia ditetapkan menjadi bahasa nasional negeri ini melalui momentum kegiatan sumpah pemuda. Bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional memiliki fungsi sebagai alat pemersatu bangsa. Bahasa Indonesia sangat dimungkinkan untuk mampu menyatukan keberagaman sosial budaya masyarakat Indonesia dan membentuk masyarakat Indonesia yang bersatu. Kemudian, Bahasa Indonesia juga berfungsi sebagai bahasa resmi kenegaraan. Bahasa Indonesia digunakan pada setiap kegiatan kenegaraan baik secara lisan maupun tertulis. Termasuk penggunaannya pada dokumen – dokumen resmi milik negara seperti dokumen perjanjian, pidato presiden, dan putusan – putusan milik pemerintah. Selanjutnya, Bahasa Indonesia merupakan bahasa pengantar dalam setiap jenjang pendidikan. Sebagaimana yang diketahui bersama, bahwa setiap daerah di Indonesia memiliki bahasa daerahnya masing-masing. Setiap daerah di Indonesia memiliki lembaga pendidikan, maka untuk menyetarakan dan menyelaraskan komunikasi, Bahasa Indonesia digunakan sebagai bahasa pengantar dalam proses kegiatan belajar mengajar (Nuryanto, 2015).

Tercatat pada UU No. 24 Pasal 44 Tahun 2009 fungsi Bahasa Indonesia tidak hanya menjadi bahasa nasional, melainkan bahasa internasional. Peningkatan fungsi tersebut merupakan sebuah amanah sekaligus cita – cita yang wajib didukung oleh semua elemen masyarakat Indonesia. Bahasa internasional yang dimaksud dalam undang – undang tersebut adalah bahasa yang digunakan dalam komunikasi antar bangsa.

Bahasa Indonesia diyakini mampu dan memiliki potensi untuk menjadi bahasa internasional. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor. Humaidi (2016) menyebutkan faktor yang pertama, bahasa Melayu dikenal sebagai bahasa yang mudah dipahami. Sama halnya dengan Bahasa Indonesia yang berakar pada bahasa Melayu. Bahasa Indonesia telah diterima secara sukarela di seluruh pelosok negeri termasuk semua suku yang ada. Hal tersebut akan membuat setiap masyarakat asing yang berkeinginan belajar, berdagang, hingga bekerja di Indonesia dapat dengan mudah berkomunikasi karena hanya mempelajari satu bahasa. Kedua, Bahasa Indonesia memiliki penutur yang banyak dan wilayah yang sangat luas. Jumlah penduduk Indonesia mencapai 220 juta. Jumlah pulau di Indonesia 17.508. Dengan demikian, Indonesia memiliki daya tarik bagi wisatawan maupun investor. Ketiga, Bahasa Indonesia telah dipelajari oleh masyarakat di berbagai belahan dunia. Pembelajaran Bahasa Indonesia di luar negeri terjadi melalui dua jalur yaitu jalur formal seperti pembelajaran di universitas, dan jalur informal seperti kursus Bahasa Indonesia oleh lembaga kursus bahasa. Faktor yang terakhir adalah keanekaragaman sosial, budaya, hingga sektor pariwisata Indonesia. Pariwisata yang dimiliki Indonesia telah banyak mendatangkan wisatawan mancanegara. Jika banyak masyarakat asing yang datang ke Indonesia, hal tersebut merupakan sebuah peluang untuk sekaligus mengenalkan Bahasa Indonesia. Faktor yang terakhir ini, akan sedikit banyak mampu mendorong Bahasa Indonesia menjadi pertimbangan untuk menjadi *lingua franca*.

Selain itu, faktor intrabahasa juga menyatakan bahwa Bahasa Indonesia berpotensi untuk menjadi bahasa internasional. Yang dimaksud dari faktor

intrabahasa adalah sistem bahasa. Bahasa Indonesia memiliki standar ejaan yang baku, masyarakat Indonesia mengenal dengan sebutan Ejaan Yang Disempurnakan atau EYD. Hal tersebut juga didukung dengan adanya Pedoman Ejaan Bahasa Indonesia Yang Disempurnakan. Merujuk pada hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa Bahasa Indonesia memiliki aturan tata tulis yang baku. Kemudian, penulisan dalam Bahasa Indonesia menggunakan huruf latin yang telah diakui secara internasional dan tidak menggunakan huruf kedaerahan. Hal tersebut menjadi sebuah keuntungan tersendiri bagi Indonesia karena masyarakat asing akan dengan mudah mempelajari Bahasa Indonesia. Bahasa Indonesia juga mudah beradaptasi dengan bahasa asing dengan melakukan penyerapan, misal seperti istilah pada bahasa Inggris yang sering kali diserap menjadi istilah dalam Bahasa Indonesia. selanjutnya, adanya Kamus Besar Bahasa Indonesia yang berisi ribuan kosakata dan dapat digunakan untuk mengungkapkan pendapat, berekspresi, dan menjelaskan pengetahuan oleh penutur. Kosakata dalam Bahasa Indonesia terus mengalami perkembangan dengan melakukan penyerapan terhadap bahasa daerah dan bahasa asing. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) tahun 1988 memuat sebanyak 62.100 kosakata, tahun 1991 memuat sebanyak 68.000, tahun 2001 memuat sebanyak 78.000, dan tahun 2008 memuat sebanyak 90.000. Oleh karena itu, dapat diketahui bersama bahwa perkembangan kosakata Bahasa Indonesia sangat luar biasa selama dua dekade yakni mencapai 27.900 (Widodo, 2013).

BAB 3. PERKEMBANGAN BAHASA INDONESIA SEBAGAI *LINGUA FRANCA* DI ASIA TENGGARA

Dalam bab ini akan menjelaskan perihal Bahasa Indonesia di luar negeri dan perkembangan sejak ditetapkan dalam Undang – Undang hingga saat ini. Hal ini menjadi penting untuk dijelaskan karena guna mengetahui strategi Pemerintah Indonesia dalam menjadikan Bahasa Indonesia sebagai bahasa internasional, perlu mengetahui bagaimana Bahasa Indonesia di berbagai negara dan perkembangan Bahasa Indonesia menjadi bahasa internasional.

Bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional telah disahkan sejak 28 Oktober 1928 bertepatan dengan sumpah pemuda. Bahasa Indonesia berakar pada bahasa Melayu tradisional. Pada Bahasa Indonesia, bahasa Melayu dipengaruhi oleh bahasa Jawa, bahasa Belanda, dan bahasa Portugis untuk bisa membentuk Bahasa Indonesia. Hingga kini, Bahasa Indonesia telah digunakan oleh mayoritas lapisan masyarakat di negeri ini. Selain masyarakat Indonesia, Bahasa Indonesia nyatanya dikenal hingga ke mancanegara.

3.1. Bahasa Indonesia di Negara – Negara Asia Tenggara

Association South East Asian Nations (ASEAN) merupakan organisasi kawasan dari negara-negara di Asia Tenggara yang bergerak dibidang ekonomi, sosial, budaya, keamanan dan perdamaian. ASEAN terdiri dari sepuluh negara anggota, diantaranya Indonesia, Brunei Darussalam, Malaysia, Singapura, Thailand, Filipina, Laos, Kamboja, Myanmar, dan Vietnam. Saat ini organisasi Asia Tenggara tersebut telah memulai era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) merupakan salah satu dari tiga produk ASEAN *Community*. Dua diantara produk tersebut adalah ASEAN *Socio-Cultural Community* dan ASEAN *Political-Security Community*. Ketiga bentuk tersebut menuntut adanya konektifitas antar penduduk negara-negara Asia Tenggara,

dengan kata lain, meleburkan batas-batas negara, agar tujuan ASEAN mampu terwujud dengan mudah.

Indonesia merupakan salah satu pemain dalam ASEAN *Community* tersebut. Dengan cita-cita integrasi yang diusung oleh ASEAN, sangat dibutuhkan bahasa pemersatu diantara negara-negara anggota. Bahasa Indonesia digadagadag menjadi bahasa pemersatu atau bahasa pengantar (*lingua franca*) di lingkup ASEAN. Bahasa Indonesia yang berakar pada bahasa Melayu ini telah digunakan sebagai bahasa percakapan sehari-hari oleh 300 juta dari 550 juta penduduk Asia Tenggara. Jumlah penduduk tersebut berasal dari Indonesia; Malaysia; Brunei Darussalam; Singapura; Thailand Selatan; Filipina Selatan; dan kota Ho Chi Minh, Vietnam.

Di Vietnam, Bahasa Indonesia merupakan bahasa yang cukup populer, terutama di kota Ho Chi Minh. Pada tahun 2007, pemerintah kota Ho Chi Minh secara resmi menetapkan Bahasa Indonesia sebagai bahasa kedua setelah bahasa Vietnam (Wicaksono, 2017). Hal ini dikarenakan banyaknya penduduk kota Ho Chi Minh yang telah mengenal Bahasa Indonesia, dan telah menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari. Merupakan sebuah sejarah panjang perihal bagaimana Bahasa Indonesia bisa dikenal dan digunakan menjadi bahasa sehari-hari kota Ho Chi Minh. Sejarah tersebut bermula dari banyaknya penduduk pulau Bawean, Indonesia, yang berada di negara Vietnam, tepatnya di kota Ho Chi Minh. Warga keturunan Indonesia asal pulau Bawean berada di wilayah Ho Chi Minh sejak masa kolonial Belanda. Tujuan mereka datang ke Vietnam sangat beragam, dimulai dari merantau untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, hingga sengaja datang untuk bekerja pada pemerintahan kolonial Perancis di Vietnam kala itu. Malte Stokhof, seorang peneliti orang Bawean, menjelaskan bahwa kebanyakan warga pulau Bawean menempuh perjalanan melalui sungai Mekong, dan bekerja pada saudagar Cina, hingga sampai di Saigon, Ho Chi Minh. Sebagian besar dari mereka yang datang ke Vietnam, tertahan dan tidak bisa kembali ke Indonesia karena tidak memiliki dokumen kewarganegaraan (Lestari, 2015).

Di Thailand, Bahasa Indonesia sedang mencapai popularitas di sana. Pasalnya, banyak mahasiswa Thailand yang cukup fasih berbahasa Indonesia. Bahasa Indonesia diajarkan di beberapa universitas sebagai bahasa asing pilihan. Beberapa universitas yang terdaftar mengajarkan Bahasa Indonesia adalah *Thammasat University, Chulalongkorn University, Prince of Songkla University, Mahidol University, Naesuan University, Fatoni University, Nakhom Phatom University* (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2017:11).

Berkembangnya Bahasa Indonesia di Thailand membawa sebuah angin segar bagi masyarakat Indonesia. Thailand adalah negara yang penting di Asia Tenggara, ditinjau dari sisi politik, sosial, budaya, dan ekonomi. Apabila jumlah warga Thailand yang belajar Bahasa Indonesia semakin banyak, maka cita-cita yang tertuang dalam UU No. 24 Pasal 44 Tahun 2009 akan segera terwujud. Rasa kebanggaan akan muncul pada setiap diri masyarakat Indonesia apabila mengetahui bahwa Bahasa Indonesia diminati oleh masyarakat negara lain.

Peningkatan minat warga Thailand terhadap Bahasa Indonesia mampu menjadi penetrasi pengaruh Indonesia secara sosial budaya. Pemahaman yang baik pada Bahasa Indonesia akan mendukung peningkatan pemahaman warga Thailand pada bangsa dan negara Indonesia. Hal ini bermanfaat untuk memperkuat hubungan bilateral antara Indonesia dan Thailand di berbagai sector baik di level pemerintah (*government to government*) maupun antar masyarakat (*people to people*) (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2017:8).

Di Kamboja, Bahasa Indonesia diajarkan oleh *staff* Kedutaan Besar Republik Indonesia di Phnom Penh. Proses belajar Bahasa Indonesia terjadi melalui kelas informal atau kursus secara gratis. Kegiatan belajar Bahasa Indonesia di Kamboja oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia di Phnom Penh telah berlangsung sejak tahun 2007. Jumlah siswa sejak tahun 2007 tercatat sebesar 800 orang (KBRI Phnom Penh, 2017).

Pada tahun 2014, Bahasa Indonesia di Kamboja tidak hanya untuk pelajar saja namun juga untuk tentara. Pelatihan tersebut berlangsung selama 4 bulan dengan jumlah peserta sebanyak 20 personil tentara Kamboja. Tahun 2017,

pelatihan tersebut kembali diadakan dengan kurun waktu yang sama yakni 4 bulan. Peserta pelatihan tersebut sebanyak 19 personil. Pembelajaran Bahasa Indonesia dilakukan guna melengkapi kemampuan personil tentara Kamboja, *Royal Cambodian Armed Force (RCAF)* yang akan dikirim ke Indonesia untuk belajar keterampilan khusus militer. Hal tersebut merupakan bentuk implementasi dari kerjasama kedua belah negara dalam *Army to Army Talks (ATAT)* (KBRI Phnom Penh, 2017).

Pada tahun 2016, KBRI Phnom Penh bersama Kemdikbud RI menyusun kamus Bahasa Indonesia – Kamboja. Proses pembuatan tersebut juga melibatkan *native speakers* warga asli Kamboja dengan kemampuan Bahasa Indonesia aktif. Kamus yang disusun tersebut memuat sebanyak 1540 kata dan bukan tergolong kamus komprehensif melainkan kamus yang digunakan untuk mendukung percakapan sehari-hari dengan Bahasa Indonesia (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2016). Hal tersebut dapat dinilai sebagai wujud keseriusan KBRI Phnom Penh dalam menyebarkan Bahasa Indonesia di Kamboja.

Pembelajaran Bahasa Indonesia di Laos dimulai pada tahun 2010. Kursus tersebut diadakan karena kedua belah pihak memandang bahwa Bahasa Indonesia perlu untuk perkembangan kerjasama kedua negara. Adanya peserta kursus Bahasa Indonesia tersebut nantinya diharapkan mampu menjadi *Friends of Indonesia (FOI)*. Pengajar Bahasa Indonesia kala itu mendayagunakan WNI yang tinggal di Laos dan mahir berbahasa Laos serta warga negara Laos yang mahir berbahasa Indonesia. Tahun 2016, KBRI Vientiane bekerja sama dengan Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kemdikbud RI untuk melakukan pengiriman tenaga pengajar Bahasa Indonesia langsung dari Indonesia (KBRI Vientiane, 2018). Proses belajar mengajar berlangsung cukup menarik. Pasalnya, saat didalam kelas tidak hanya Bahasa Indonesia dan bahasa Inggris yang digunakan namun juga bahasa tubuh. Hal ini dikarenakan minimnya penguasaan bahasa Inggris dari peserta (Saleh, 2016).



Gambar 3.1 Kegiatan belajar Bahasa Indonesia di KBRI Vientiane, Laos (Saleh, 2016)

Tahun 2018, kursus Bahasa Indonesia telah dimulai dengan jumlah peserta lebih dari 110 orang. Kursus Bahasa Indonesia di Laos hingga tahun 2018 telah memasuki pada angkatan kesembilan. Kursus tersebut berlangsung selama tujuh bulan di setiap angkatan dan dilaksanakan setiap minggunya (KBRI Vientiane, 2018).

Bahasa Indonesia juga tumbuh di Timor Leste. Tahun 2001, data statistik Timor Leste mengatakan bahwa masyarakat Timor Leste menggunakan Bahasa Indonesia sebanyak 43%. Kemudian memasuki tahun 2002, sejak adanya pengesahan konstitusi *Republic Democratic Timor Leste* (RDTL) terjadi beberapa pergeseran. Pergeseran dalam hal penggunaan bahasa, pemerintah setempat telah menetapkan bahwa bahasa resmi Timor Leste adalah bahasa Tetum dan bahasa Portugis. Hal tersebut menyebabkan penggunaan Bahasa Indonesia di Timor Leste menurun. Pada tahun 2007, data statistik Timor Leste menunjukkan 38% masyarakat Indonesia menguasai Bahasa Indonesia. Besaran tersebut menunjukkan adanya penurunan sekitar 5% dari data tahun 2001 dan data statistik tahun 2007. Penguatan Bahasa Indonesia di Timor Leste terus dilakukan hingga

pada tahun 2008, pemerintah setempat mengeluarkan kebijakan bahwa pengajaran Bahasa Indonesia sebagai bahasa formal di jenjang pendidikan SMA di Timor Leste. Kebijakan tersebut disambut baik oleh Indonesia, sehingga Menteri Pendidikan dari kedua belah pihak menjalin kerjasama agar kebijakan tersebut berjalan dengan lancar serta membuka akses bagi pelajar Timor Leste untuk dapat melanjutkan sekolah di Indonesia (Kusprabowo, 2008).

3.2. Kendala Bahasa Indonesia Menjadi *Lingua Franca*

Berdasarkan Undang – Undang No. 24 Pasal 44 Tahun 2009 tentang bendera, bahasa, dan lambang negara, serta lagu kebangsaan menyatakan bahwa fungsi Bahasa Indonesia tidak hanya sebagai bahasa nasional melainkan menjadi bahasa internasional. Bahasa internasional yang dimaksud adalah bahasa yang digunakan sebagai alat komunikasi antar bangsa. Peningkatan fungsi tersebut patut didukung oleh seluruh elemen masyarakat Indonesia. Pasalnya, meningkatnya fungsi Bahasa Indonesia sebagai bahasa internasional tentu akan mendorong Indonesia untuk mendapatkan posisi di kancah internasional.

Harmoko (2016) menyebutkan bahwa terdapat dampak positif dibalik meningkatkan fungsi Bahasa Indonesia sebagai bahasa internasional, yaitu yang pertama, Bahasa Indonesia mampu menjadi daya tarik bagi para wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia. Bahasa merupakan salah satu media promosi yang cukup efektif untuk mampu mengenalkan budaya suatu bangsa kepada masyarakat asing. Jepang, Korea Selatan, dan Cina merupakan tiga negara dari benua Asia yang menjadi bukti bahwa melalui bahasa, masyarakat asing mampu mengenal budaya yang lebih dalam dari ketiga negara tersebut. Bahasa dari ketiga negara tersebut banyak dipelajari sehingga nilai – nilai budaya dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat asing. Dampak yang kedua adalah meningkatnya perekonomian Indonesia. Jika pada sebelumnya dikatakan Bahasa Indonesia akan menjadi media promosi dan mendatangkan banyak wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia, maka yang berikutnya adalah hasil dari kunjungan tersebut akan memberikan efek pada perekonomian negeri. Semakin banyak wisatawan mancanegara yang datang dan berkunjung ke Indonesia, maka semakin banyak

pula pemasukan negeri ini. Pemasukan tambahan dapat bersumber dari investasi asing, ekspor produk – produk dalam negeri, sektor pariwisata, dan kebudayaan yang mulai diminati oleh masyarakat luar negeri.

Perkembangan Bahasa Indonesia menjadi bahasa internasional mengalami stagnasi. Pasalnya, sejak dicantumkan dalam UU No. 24 Pasal 44 Tahun 2009, hingga kini Bahasa Indonesia tak kunjung menjadi bahasa yang digunakan berkomunikasi masyarakat antar bangsa. Terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab stagnasi dari usaha Pemerintah Indonesia. Faktor pertama adalah kondisi masyarakat Indonesia yang lebih menyukai hal – hal asing atau biasa disebut dengan *xenomania*. Fenomena *xenomania* merupakan dampak dari media massa yang menjadi perantara globalisasi agar nilai – nilai barat dapat memasuki sebuah komunitas (Saudale, 2017). Seorang budayawan Perancis, Jean Couteau, mengungkapkan bahwa fenomena yang dialami masyarakat Indonesia tersebut di dominasi oleh generasi muda. Para pemuda lebih menyukai bahasa atau hal – hal asing sebagai wujud eksklusifitas diri karena tuntutan agar tidak dijauhkan dari lingkungannya. Eksklusifitas diri yang dibangun akan menciptakan jarak sosial (Afrisia, 2015).

Faktor kedua adalah cerita sejarah Indonesia. Muriel Saville-Troike (1986) dalam bukunya *The Ethnography of Communicattion* menyebutkan bahwa proses penyebaran bahasa sangat dipengaruhi oleh faktor sejarah. Dalam hal ini yang dimaksud sejarah adalah ekspansi imperialistik. Ketika suatu negara tumbuh menjadi sosok yang mendominasi percaturan politik termasuk menguasai sebuah negara atau wilayah lain, maka besar peluang negara tersebut untuk dengan mudah menanamkan budaya dan tradisi pada negara atau wilayah yang diduduki. Contohnya adalah kemampuan ekspansi Inggris yang mampu menduduki banyak negara di dunia. Bahasa Inggris yang kini menjadi bahasa internasional dan digunakan oleh banyak masyarakat di dunia, pola penyebarluasan bahasa tersebut adalah saat melakukan ekspansi ke berbagai negara yang pernah diduduki. Setiap negara yang dijajah, diajarkan berbahasa Inggris yang akhirnya terus menerus pembelajaran tersebut menular hingga ke generasi berikutnya. Jika dibandingkan dengan kondisi negeri ini, Indonesia merupakan negara yang tidak pernah

sekalipun menjajah negara lain. Sejarah mencatat bahwa Inggris pernah menjajah Indonesia selama kurang lebih lima tahun dan beberapa negara seperti Jepang, Belanda, dan Portugis juga pernah menjajah Indonesia. Dari kondisi yang demikian, Indonesia merupakan bukan negara besar dengan kemampuan ekspansi yang memadai kala itu sehingga tidak memiliki kesempatan untuk menyebarluaskan budaya dan tradisi ke negara lain di masa lalu termasuk Bahasa Indonesia.

Faktor selanjutnya adalah lemahnya kekuatan tawar menawar (*bargaining power*) Indonesia. Menurut *Cambridge Dictionary*, *bargaining power* adalah kemampuan individu atau grup untuk mendapatkan apa yang diinginkan (Cambridge Dictionary, 2018). Kekuatan tawar menawar menjadi salah satu faktor yang wajib diperhatikan untuk meraih kepentingan nasional di kancah internasional. Kuat tidaknya *bargaining power* yang dimiliki suatu negara akan menentukan diperhitungkan atau tidaknya suatu negara di kancah internasional. Berdasarkan laporan Indeks Daya Saing Global 2016 – 2017 yang dirilis *World Economic Forum*, menunjukkan daya saing ekonomi Indonesia turun dari posisi 37 menjadi 41 dari 137 negara. Pada tahun 2017 – 2018 berdasarkan laporan yang sama terjadi peningkatan, Indonesia menempati urutan 36 dari 137 negara (Schwab, 2017). Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa meski sempat mengalami peningkatan, perekonomian Indonesia tergolong masih belum stabil. Hal ini berbeda dengan negara Swiss, berdasarkan laporan yang sama, negara tersebut berada pada puncak peringkat. Kemudian, diikuti oleh Amerika Serikat dan Singapura yang selalu bergelut pada jajaran tiga besar. Ketidakstabilan tersebut, mempengaruhi *bargaining power* Indonesia. Kekuatan tawar menawar yang dimiliki Indonesia saat ini, belum mampu membuat Bahasa Indonesia menjadi bahasa internasional.

BAB 5. KESIMPULAN

Strategi dalam menjadikan Bahasa Indonesia sebagai *lingua franca* di kawasan Asia Tenggara dijalankan dengan dua hal. Adapun strategi yang pertama yaitu melibatkan masyarakat Indonesia. Sebagaimana diketahui bahwa konsep diplomasi publik menitikberatkan pada peran masyarakat dan mengurangi peran pemerintah maka dalam menjadikan Bahasa Indonesia sebagai *lingua franca* di kawasan Asia Tenggara, Pemerintah Indonesia melibatkan masyarakat. Bila dikaitkan dengan konsep partisipasi masyarakat, keterlibatan masyarakat Indonesia tergolong partisipasi parsial. Hal tersebut dikarenakan masyarakat Indonesia hanya terlibat pada tahap pelaksanaan program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing. Pertama, masyarakat terlibat untuk pembuatan kurikulum pembelajaran Bahasa Indonesia bagi warga negara asing yang belajar di universitas atau lembaga bahasa di Indonesia. Kurikulum merupakan bagian terpenting untuk mencapai tujuan dari sebuah pembelajaran. Kondisi di Indonesia hingga kini belum ada kurikulum baku yang digunakan untuk kelas Bahasa Indonesia bagi penutur asing. Hal tersebut menyebabkan terjadinya perbedaan kurikulum pembelajaran antara masing – masing universitas dan lembaga bahasa yang mengajarkan Bahasa Indonesia kepada warga negara asing.

Kedua, masyarakat terlibat untuk menjadi tenaga pengajar Bahasa Indonesia di luar negeri melalui mekanisme seleksi dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Seleksi yang harus dilewati antara lain seleksi administrasi, *microteaching*, dan wawancara. Setelah para calon tenaga pengajar melewati tiga tahapan seleksi tersebut, maka tenaga pengajar terpilih akan menjalani fase pembekalan. Fase pembekalan berlangsung selama sembilan hari di Pusat Pengembangan Strategi dan Diplomasi Kebahasaan. Fase terakhir adalah penempatan tenaga pengajar. Penempatan seorang tenaga pengajar didasarkan pada kebutuhan negara yang dituju dan merupakan hasil dari koordinasi dengan KBRI negara yang dituju.

Strategi kedua dalam menjadikan Bahasa Indonesia sebagai *lingua franca* di kawasan Asia Tenggara adalah menciptakan citra positif Bahasa Indonesia terhadap masyarakat internasional. Strategi kedua ini dijalankan dengan media – media yang cukup efektif dalam menciptakan citra positif yaitu melalui pesan – pesan lisan (*spoken word*).

Pembentukan citra positif menggunakan pesan – pesan lisan dijalankan dengan melakukan pembelajaran Bahasa Indonesia pada pusat kebudayaan Indonesia di negara setempat dan pembelajaran Bahasa Indonesia bagi penutur asing. Pusat kebudayaan Indonesia di luar negeri menjadi pintu utama Indonesia dalam mempromosikan keanekaragaman budaya yang dimiliki. Pembelajaran Bahasa Indonesia yang terjadi di pusat kebudayaan Indonesia selalu melibatkan peran KBRI dan KJRI di negara setempat. Pembelajaran Bahasa Indonesia pada program ini berlangsung secara informal dan gratis yakni berupa kursus Bahasa Indonesia di Kedutaan Besar Republik Indonesia.

Program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) merupakan program yang berdiri dibawah naungan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Program ini merupakan ujung tombak dalam menjadikan Bahasa Indonesia sebagai *lingua franca* di kawasan Asia Tenggara. Program BIPA didirikan di lembaga – lembaga dalam negeri maupun di luar negeri. Meski program tersebut sudah cukup lama berdiri, tetapi dalam pelaksanaannya program BIPA masih terdapat beberapa kekurangan. Pertama, perihal kurikulum. Kurikulum merupakan suatu dasar yang penting dalam kegiatan belajar mengajar agar dapat mempermudah tercapainya tujuan dari pembelajaran tersebut. Program BIPA belum memiliki kurikulum yang baku dan setara, serta digunakan oleh semua pihak. Hal tersebut mengakibatkan perbedaan kurikulum dari setiap lembaga pengajar BIPA. Perbedaan kurikulum akan membuat usaha menjadikan Bahasa Indonesia sebagai bahasa internasional sedikit susah. Kekurangan yang kedua adalah perihal standar kualifikasi tenaga pengajar. Program BIPA yang ada baik di dalam negeri maupun di luar negeri belum memiliki standar kualifikasi tenaga pengajar. Kualifikasi yang ada belum bisa mengatur secara baku perihal jenjang minimum bagi tenaga pengajar BIPA. Kemudian perihal sarana dan

prasarana yang ada di luar negeri. Proses kegiatan pembelajaran Bahasa Indonesia di luar negeri kurang ditunjang dengan sarana dan prasarana yang memadai. Jika di Indonesia, pembelajaran Bahasa Indonesia bisa dilakukan dengan terjun ke lapangan. Namun berbeda dengan pembelajaran Bahasa Indonesia di luar negeri. Sarana penunjang seperti kaset rekaman, gambar pembelajaran, serta bahan-bahan belajar yang mampu menggambarkan kondisi nyata Indonesia kurang dioptimalisasi.

Berdasarkan proses yang telah dilewati oleh Pemerintah Indonesia, dapat disimpulkan bahwa pembelajaran Bahasa Indonesia stimulus yang diberikan pada masyarakat Asia Tenggara dapat diterima dengan baik. Bukti bahwa stimulus diterima dengan baik adalah adanya konsistensi pembelajaran Bahasa Indonesia di Kamboja melalui Pusbudi Nusantara. Kemudian, Bahasa Indonesia tidak hanya dipelajari oleh kaum pelajar namun juga angkatan darat Kamboja mempelajari Bahasa Indonesia. Selain itu, hasil dari proses pembentukan citra tersebut adalah banyaknya pelajar Thailand yang mempelajari Bahasa Indonesia, animo peserta kursus Bahasa Indonesia yang tinggi dalam mengikuti lomba pidato Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing, dan dibukanya kursus Bahasa Indonesia angkatan kesembilan di Laos.

DAFTAR PUSTAKA**Buku**

- Adi, R. (2010). *Metode Penelitian Sosial dan Hukum*. Jakarta: Granit.
- Alwasilah, A. C. 1997. *Politik Bahasa Dan Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Amirullah. (2015). *Manajemen Strategi: Teori-Konsep-Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Bakry, U. S. (2016). *Metode Penelitian Hubungan Internasional*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bound, K., Briggs, R., Holden, J., & Jones, S. (2007). *Cultural Diplomacy*. London: Demos
- Crystal, D. 2003. *English as a Global Languages*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Departemen Luar Negeri Republik Indonesia. 1986. *Peningkatan Peranan Kebudayaan Sebagai Sarana Diplomasi Kebudayaan*. Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan, Departemen Luar Negeri
- Department of Education and Early Childhood Development. 2010. *Languages Other Than English in Victorian government schools 2009*. Melbourne: LOTE Unit
- Department of Education and Training. 2017. *Languages Provision in Victorian Government School 2016*. Melbourne: Languages Unit, Learning, and Teaching Branch
- Djamal, J. S. (2015). *Notes On STRATEGY and Techno Economy: Kemana Kita*

Hendak Melangkah? Yogyakarta: Diandra Kreatif

Effendy, O. C. 1990. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Emilia, Ranny. 2013. *Praktek Diplomasi*. Jakarta: Boduose Media

Husaini, U., & Akbar, P. S. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.

Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga

Kaho, J. R. 2001. *Prospek Otonomi Daerah di Negara Republik Indonesia*. Jakarta: RajaGrafindo Persada

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia Republik Indonesia. 2015. *Rencana Strategis Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa 2015 – 2019*. Jakarta: Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa

Leonard, M., Stead, C., & Smewing, C. (2002). The Three Dimensions of Public Diplomacy. In *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy.

Moleong, L. J. (1995). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs

Oliver, Sandra. 2006. *Public Relations Strategy*. London: Kogan Page Ltd

Saville, M. & Troike. 1986. *The Ethnography of Communication*. New York: Basil Blackwell Inc.

Schwab, K. 2017. *The Global Competitiveness Report 2017 - 2018*. Geneva:

World Economic Forum.

Suryanto & Syarifuddin. 2016. *Public Relations*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta

Wolf, C., & Rosen, B. 2004. What is Public Diplomacy? In *Public Diplomacy: How to Think About and Improve It*. California: RAND Corporation.

Skripsi, Tesis, Jurnal

Ginting, Lowina Mindasari. 2013. Strategi Public Relations Pemerintah Daerah Kabupaten Karo Dalam Membentuk Citra Positif. *Skripsi*. Yogyakarta: Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Purnomo, Adi Hendro. 2008. Kreativitas Pengembangan Teknologi Informasi (Studi Perencanaan Strategis dan Rekayasa Ulang Teknologi Informasi Pada Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Kalimantan Timur). *Tesis*. Malang: Ilmu Administrasi Publik Universitas Brawijaya

Rahman, Bajora. 2012. Diplomasi Hip Hop Sebagai Diplomasi Budaya Amerika Serikat. *Skripsi*. Depok: Ilmu Hubungan Internasional Universitas Indonesia

Salikin, Hairus. (2009). A Preliminary View of The Relation between Language and Culture. *Jurnal Humanis*. 1(2): 171-177

Seung-Yoon, Yang. (2007). Perjalanan Studi Bahasa Indonesia Di Korea: Dahulu, Sekarang, dan Mendatang. *Jurnal Humaniora*. 19(2): 175-184

Prosiding

Andayani. 2015. Integrasi Model Pemahaman Budaya Lokal Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia Bagi Penutur Asing Dengan Pendekatan Integratif. *Prosiding Seminar Nasional Dan Launching ADOBSI. Asosiasi Dosen Bahasa Dan Sastra Indonesia*: 401 – 406.

Harmoko, D. 2015. Analisa Bahasa Indonesia Sebagai Bahasa Komunikasi Antar Negara Anggota ASEAN. *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Dan Tren (SNIT) 2015. Bina Sarana Informatika (BSI)*: 1 – 6

Humaidi, A. 2016. Potensi Bahasa Indonesia Sebagai Lingua Franca Dalam Era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). *Prosiding Seminar Nasional Biologi Dan Pembelajarannya Dalam Meningkatkan Daya Saing Menghadapi MEA. STKIP PGRI Banjarmasin*: 1 – 16

Kusuma, E. R., A. Ismail. 2017. Karut Marut Dalam Kurikulum Pembelajaran Bahasa Indonesia Bagi Penutur Asing (BIPA) Di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Bahasa Dan Sastra Indonesia Dalam Konteks Global. Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember*: 99 – 104.

Mukti, W. I., Andayani., & N. E. Wardani. 2017. Pengajaran BIPA dan Tes UKBI Dalam Upaya Menjaga Eksistensi Bahasa Indonesia Di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. *The 1st Education and Language International Conference Proceedings. Center for International Language Development of Unissula*: 911 – 916.

Ningrum, R. K., H. J. Waluyo., & R. Winarni. 2017. BIPA (Bahasa Indonesia Penutur Asing) Sebagai Upaya Internasionalisasi Universitas Di Indonesia. *The 1st Education and Language International Conference Proceedings. Center for International Language Development of Unissula*: 726 – 732.

Suyitno, I. 2015. Pemahaman Budaya Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA). *Prosiding Seminar Internasional Menjadikan Bahasa Indonesia sebagai Bahasa Internasional. Universitas Islam Malang*: 305 – 323.

Makalah

Muliastuti, L. 2016. BIPA Pendukung Internasionalisasi Bahasa Indonesia. *Makalah Seminar Nasional Politik Bahasa. Magelang: Peringatan Bulan Bahasa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tidar. 18 Oktober.*

Rafiek, M. 2014. Bahasa Indonesia Sebagai Bahasa Persatuan Indonesia: Kenyataan, Tantangan, Dan Peluang Bagi Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa. *Makalah Seminar Kebahasaan. Kalimantan Selatan: Peringatan Hari Sumpah Pemuda Ke-86. 14 Oktober.*

Majalah

Kedutaan Besar Republik Indonesia Kuala Lumpur. 2015. Bahasa Indonesia – Melayu Menuju Bahasa Internasional. Kuala Lumpur: Tabloid Caraka. Maret 2015. Halaman 1 – 4

Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. 2017. 52 Negara Mengajarkan Bahasa Indonesia. Jakarta: Tabloid Diplomasi. 15 Juni. Halaman 11.

Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. 2017. Bahasa Indonesia Menggeliat Di Thailand. Jakarta: Tabloid Diplomasi. 15 Juni. Halaman 8.

Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. 2017. Soft Diplomacy Darmasiswa Menyiapkan Duta Indonesia Di Berbagai Negara. Jakarta: Tabloid Diplomasi. 15 Juni. Halaman 13.

Internet

Akuntono, I. 2012. Mau Tahu Jumlah Ragam Bahasa di Indonesia?. <http://edukasi.kompas.com/read/2012/09/01/12030360/Mau.Tahu.Jumlah.Ragam.Bahasa.di.Indonesia> [Diakses pada 26 Oktober 2017]

Afrisia, R. S. 2015. Alasan Bahasa Indonesia Terasing Di Negeri Sendiri. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20151106192127-277-90009/alasan-bahasa-indonesia-terasing-di-negeri-sendiri> [Diakses pada 19 April 2018]

APPBIPA Thailand. tanpa tahun. Chart LITBANG Intan. <https://www.appbipathailand16.weebly.com/chart.html> [Diakses pada 15 Mei 2018]

Appel, R., Irony, A., Schmerz, S., & Ziv, A. (2008). http://portal.idc.ac.il/sitecollectiondocuments/cultural_diplomacy.pdf [Diakses pada 19 Desember 2017]

Caldwell, Z. 2017. The easiest (and hardest) languages to learn according to the U.S. Foreign Service. <https://aleteia.org/2017/12/13/the-easiest-and-hardest-languages-to-learn-according-to-the-u-s-foreign-service/> [Diakses pada 18 Desember 2017]

Cambridge Dictionary. 2018. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/bargaining-power> [Diakses pada 22 April 2018]

Gani, P. K., 2014. Membangun Citra Positif. www.lspr.edu/pritakemalgani/membangun-citra-positif/ [Diakses 11 Agustus 2018]

Harmsworth, S., & Turpin, S. 2000. *Creating an Effective Dissamination Strategy*. <http://www.innovations.ac.uk/btg/resources/publications/dissemination.pdf> [Diakses pada 4 Januari 2018]

Ihsanuddin. 2014. Presiden Jokowi Diingatkan Gunakan Bahasa Indonesia dalam Forum Internasional. <http://nasional.kompas.com/read/2014/11/10/10363381/Presiden.Jokowi.Diingatkan.Gunakan.Bahasa.Indonesia.dalam.Forum.Internasional> [Diakses 26 Oktober 2017]

Kedutaan Besar Republik Indonesia Phnom Penh. 2017. Ayo Belajar Bahasa Indonesia di PUSBUDI Nusantara, Kamboja. <https://www.kemlu.go.id/phnompenh/id/berita-agenda/berita-perwakilan/Pages/Ayo-Belajar-Bahasa-Indonesia-di-PUSBUDI-Nusantara,-Kamboja.aspx> [Diakses pada 9 Februari 2018]

Kedutaan Besar Republik Indonesia Vientiane. 2018. Tingginya Animo Masyarakat Laos Untuk Belajar Bahasa Indonesia. <https://www.kemlu.go.id/id/berita/berita-perwakilan/Pages/Tingginya-Animo-Masyarakat-Laos-untuk-Belajar-Bahasa-Indonesia-.aspx> [Diakses pada 16 Juli 2018]

Kedutaan Besar Republik Indonesia Phnom Penh. 2017. Pengajaran Bahasa

Indonesia di Markas Besar Brigade 911 Special Forces Kamboja. <https://www.kemlu.go.id/phnompenh/id/berita-agenda/berita-perwakilan/Pages/Pengajaran-Bahasa-Indonesia-di-Markas-Besar-Brigade-911-Special-Forces-Kamboja.aspx> [Diakses pada 9 Februari 2018]

Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. 2010. *Tabloid Diplomasi: Presiden RI: Soft Power Memperkuat Formula*. <http://www.tabloiddiplomasi.org/index.php/2010/02/24/presiden-ri-soft-power-memperkuat-formula-diplomasi/> [Diakses pada 5 Oktober 2017]

Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. 2017. *Tabloid Diplomasi: 9 Universitas Luar Negeri Dengan Mata Kuliah Bahasa Indonesia*. <http://www.tabloiddiplomasi.org/index.php/2017/08/15/9-universitas-luar-negeri-dengan-mata-kuliah-bahasa-indonesia/> [Diakses pada 26 Oktober 2017]

Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. 2017. *Tabloid Diplomasi: Bahasa Indonesia Berkembang Di Berbagai Belahan Dunia*. <http://www.tabloiddiplomasi.org/index.php/2017/08/15/bahasa-indonesia-berkembang-di-berbagai-belahan-dunia/> [Diakses pada 26 Oktober 2017]

Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. 2016. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa dan KBRI Phnom Penh Susun Kamus Bahasa Indonesia – Kamboja. <https://www.kemlu.go.id/id/berita/berita-perwakilan/Pages/Badan-Pengembangan-dan-Pembinaan-Bahasa-dan-KBRI-Phnom-Penh-Susun-Kamus-Bahasa-Indonesia-%E2%80%93-Kamboja.aspx> [Diakses pada 9 Februari 2018]

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. 2012. *Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA)*. http://badanbahasa.kemdikbud.go.id/lamanbahasa/info_bipa [Diakses pada 26 Februari 2018]

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. 2016. Welcome To Darmasiswa. <http://darmasiswa.kemdikbud.go.id/> [Diakses pada 6 Maret 2018]

- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. 2016. Darmasiswa Scholarship Programs Overview. <http://darmasiswa.kemdikbud.go.id/about-us-2/> [Diakses pada 6 Maret 2018]
- Koran Jakarta. 2018. Totalitas Promosi Indonesia Di Hongaria. <http://www.koran-jakarta.com/totalitas-promosi-indonesia-di-hongaria/> [Diakses pada 23 Mei 2018]
- Kusprabowo, K. 2008. Kondisi Terkini Pengajaran Bahasa Indonesia Di Timor Leste. <https://balaibahasakalteng.kemdikbud.go.id/wp-content/uploads/2016/12/Kondisi-Terkini-Pengajaran-BI-di-Timor-Leste.pdf> [Diakses pada 16 Juli 2018]
- Lestari, S. 2015. Menelusuri Jejak Keturunan Indonesia Asal Bawean di Vietnam. http://www.bbc.com/indonesia/majalah/2015/08/150727_majalahlain_bawean_vietnam [Diakses pada 30 Januari 2018]
- Maulipaksi, D. 2016. Program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) Akan Miliki Standar Baku. <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2016/04/program-bahasa-indonesia-bagi-penutur-asing-bipa-akan-miliki-standar-baku> [Diakses pada 5 Maret 2018]
- Nordquist, R. 2018. *Lingua Franca*. www.thoughtco.com/what-is-a-lingua-franca-1691237 [Diakses pada 15 April 2018]
- Nuraini, R. 2017. Emban Misi Pertahanan Bangsa, Mendikbud: Guru BIPA Harus Jalankan Diplomasi Bahasa. <https://jpp.go.id/teknologi/pendidikan/302050-emban-misi-pertahanan-bangsa-mendikbud-pengajar-bipa-harus-jalankan-diplomasi-bahasa> [Diakses pada 16 Juli 2018]
- Nuryanto, T. 2015. Menurunnya Penutur Bahasa Indonesia Sebagai Lingua Franca. www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/jeill/article/download/50/48 [Diakses pada 27 Maret 2018]
- Pusbudi Nusantara. 2017. From Our Beginnings. <http://www.pusbudi-nusantara.com/about-us/> [Diakses pada 7 Maret 2018]

- Saudale, V. 2017. Xenomania Salah Satu Penghambat Perkembangan Bahasa Indonesia. <http://www.beritasatu.com/kesra/460187-xenomania-salah-satu-penghambat-perkembangan-bahasa-indonesia.html> [Diakses pada 19 April 2018]
- Saleh, Y. 2016. Kelas Bahasa Indonesia Gratis Di Laos: Pakai Bahasa Tubuh Hingga Baju Adat. <https://news.detik.com/berita/d-3305100/kelas-bahasa-indonesia-gratis-di-laos-pakai-bahasa-tubuh-hingga-baju-adat> [Diakses pada 16 Juli 2018]
- Soedjono, P. 2017. Rumah Budaya Indonesia. <http://kbrikualalumpur.org/w/2017/02/25/rumah-budaya-indonesia/> [Diakses pada 7 Maret 2018]
- Takari, M. 2013. *Melayu: Dari Lingua Franca Ke Cultura Franca*. www.researchgate.net/publication/256730080_MELAYU_DARI_LINGUA_FRANCA_KE_CULTURA_FRANCA [Diakses pada 10 April 2018]
- Tamindael, O. 2011. UN official praises indonesia`s cultural diversity. <http://www.antaraneews.com/en/news/77253/un-official-praises-indonesias-cultural-diversity> [Diakses pada 26 Oktober 2017]
- Wicaksono, B. D. (2017). 8 Negara Ini Merasa Belajar Bahasa Indonesia Itu Penting. <https://life.idntimes.com/education/bayu/negara-yang-merasa-kalau-belajar-bahasa-indonesia-itu-penting> [Diakses pada 26 Oktober 2017]
- Widodo, S. 2013. *Bahasa Indonesia Menuju Bahasa Internasional*. <http://badanbahasa.kemdikbud.go.id/lamanbahasa/content/bahasa-indonesia-menuju-bahasa-internasional> [Diakses pada 17 April 2018]
- Wildan, M. 2017. Pengembangan Rumah Budaya Indonesia. <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/ditwdb/2017/03/07/pengembangan-rumah-budaya-indonesia/> [Diakses pada 7 Maret 2018]
- Zikmundova, E. 2016. *English as a Lingua Franca: Theory and Practical Implications*. https://dspace5.zcu.cz/bitstream/11025/22874/1/BP_Zikmundova_.pdf [Diakses pada 14 April 2018]

LAMPIRAN

Undang – Undang No. 24 Pasal 44 Tahun 2009

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 24 TAHUN 2009
TENTANG
BENDERA, BAHASA, DAN LAMBANG NEGARA,
SERTA LAGU KEBANGSAAN

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang :
- a. bahwa bendera, bahasa, dan lambang negara, serta lagu kebangsaan Indonesia merupakan sarana pemersatu, identitas, dan wujud eksistensi bangsa yang menjadi simbol kedaulatan dan kehormatan negara sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
 - b. bahwa bendera, bahasa, dan lambang negara, serta lagu kebangsaan Indonesia merupakan manifestasi kebudayaan yang berakar pada sejarah perjuangan bangsa, kesatuan dalam keragaman budaya, dan kesamaan dalam mewujudkan cita-cita bangsa dan Negara Kesatuan Republik Indonesia;
 - c. bahwa pengaturan tentang bendera, bahasa, dan lambang negara, serta lagu kebangsaan Indonesia belum diatur di dalam bentuk undang-undang;
 - d. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, dan huruf c, perlu membentuk Undang-Undang tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan;

Mengingat : Pasal 20, Pasal 21, Pasal 35, Pasal 36, Pasal 36A, Pasal 36B, dan Pasal 36C Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;

Dengan Persetujuan Bersama

DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA

dan

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : UNDANG-UNDANG TENTANG BENDERA, BAHASA, DAN LAMBANG NEGARA, SERTA LAGU KEBANGSAAN.

BAB I . . .

Bagian Keempat

Peningkatan Fungsi Bahasa Indonesia Menjadi Bahasa Internasional

Pasal 44

- (1) Pemerintah meningkatkan fungsi Bahasa Indonesia menjadi bahasa internasional secara bertahap, sistematis, dan berkelanjutan.
- (2) Peningkatan fungsi Bahasa Indonesia menjadi bahasa internasional sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikordinasi oleh lembaga kebahasaan.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai peningkatan fungsi Bahasa Indonesia menjadi bahasa internasional sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dalam Peraturan Pemerintah.

Pasal 42

Cukup jelas.

Pasal 43

Cukup jelas.

Pasal 44

Yang dimaksud "bahasa internasional" adalah bahasa yang digunakan sebagai sarana komunikasi antarbangsa.

Pasal 45

Cukup jelas.