

## **PEMBINAAN BAHASA INDONESIA DALAM MENGHADAPI TANTANGAN BAHASA ASING DAN BAHASA GAUL**

**Giska Triami<sup>1</sup>, Niswah Mawaddah<sup>2</sup>, Charles Sibutar Butar<sup>3</sup>**  
[giskatriamix99@gmail.com](mailto:giskatriamix99@gmail.com)<sup>1</sup>, [niswahmawaddah6@gmail.com](mailto:niswahmawaddah6@gmail.com)<sup>2</sup>, [charlesbutar@umsu.ac.id](mailto:charlesbutar@umsu.ac.id)<sup>3</sup>  
**Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

### **ABSTRAK**

Bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional dan bahasa persatuan menghadapi berbagai tantangan di era globalisasi, khususnya dari pengaruh bahasa asing dan maraknya penggunaan bahasa gaul di kalangan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tantangan yang dihadapi bahasa Indonesia serta upaya pembinaan yang dapat dilakukan untuk mempertahankan eksistensi dan kemurnian bahasa Indonesia. Metode yang digunakan adalah studi literatur dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh bahasa asing dan bahasa gaul memberikan dampak signifikan terhadap penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar, terutama di kalangan generasi muda. Upaya pembinaan bahasa Indonesia dapat dilakukan melalui pendidikan formal, peran media massa, regulasi pemerintah, dan peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga identitas bahasa nasional.

**Kata kunci:** Pembinaan Bahasa, Bahasa Indonesia, Bahasa Asing, Bahasa Gaul.

### **PENDAHULUAN**

Bahasa Indonesia merupakan identitas bangsa yang telah ditetapkan sebagai bahasa nasional sejak Sumpah Pemuda 28 Oktober 1928 dan dikukuhkan dalam Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 36. Sebagai alat pemersatu bangsa yang majemuk, bahasa Indonesia memiliki peran strategis dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Namun, di era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang pesat, bahasa Indonesia menghadapi berbagai tantangan yang mengancam eksistensinya.

Penetrasi bahasa asing, khususnya bahasa Inggris, semakin masif dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Penggunaan istilah-istilah asing dalam komunikasi formal maupun informal telah menjadi fenomena umum, bahkan kadang dianggap lebih bergengsi dibandingkan menggunakan bahasa Indonesia. Selain itu, munculnya bahasa gaul atau bahasa slang di kalangan generasi muda juga turut menggeser penggunaan bahasa Indonesia baku, terutama dalam komunikasi media sosial dan pergaulan sehari-hari.

Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran akan mudurnya jati diri bangsa dan menurunnya kemampuan berbahasa Indonesia yang baik dan benar di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda sebagai penerus bangsa. Oleh karena itu, diperlukan upaya pembinaan bahasa Indonesia yang komprehensif dan berkelanjutan untuk menghadapi tantangan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam tantangan yang dihadapi bahasa Indonesia di era globalisasi, khususnya dari pengaruh bahasa asing dan maraknya penggunaan bahasa gaul, serta merumuskan strategi pembinaan yang efektif untuk mempertahankan eksistensi dan kemurnian bahasa Indonesia sebagai identitas bangsa.

### **LANDASAN TEORI**

Bahasa Indonesia adalah bahasa resmi Republik Indonesia yang bersumber dari bahasa Melayu. Bahasa Indonesia memiliki fungsi sebagai bahasa nasional dan bahasa negara. Sebagai bahasa nasional, bahasa Indonesia berfungsi sebagai lambang kebanggaan nasional, lambang identitas nasional, alat pemersatu berbagai suku bangsa, dan alat perhubungan antarbudaya dan antardaerah. Sementara sebagai bahasa negara, bahasa

Indonesia berfungsi sebagai bahasa resmi kenegaraan, bahasa pengantar pendidikan, bahasa resmi dalam perhubungan tingkat nasional untuk kepentingan perencanaan dan pelaksanaan pembangunan, serta bahasa resmi dalam pengembangan kebudayaan dan pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi modern.

Pembinaan bahasa adalah upaya sistematis dan terencana untuk meningkatkan kemampuan berbahasa masyarakat serta memelihara dan mengembangkan bahasa agar tetap eksis dan berfungsi optimal. Menurut Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, pembinaan bahasa mencakup kegiatan peningkatan mutu dan kemahiran berbahasa, peningkatan sikap positif

Bahasa asing, terutama bahasa Inggris, memiliki pengaruh signifikan dalam perkembangan bahasa Indonesia. Pengaruh ini dapat berupa adopsi kosakata, struktur kalimat, hingga gaya berbahasa. Fenomena ini tidak dapat dihindari dalam era globalisasi, namun perlu dikelola dengan bijak agar tidak menggeser kedudukan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional.

Bahasa gaul adalah variasi bahasa yang berkembang di kalangan kelompok tertentu, terutama generasi muda, sebagai bentuk identitas kelompok dan ekspresi kreativitas berbahasa. Bahasa gaul bersifat dinamis dan terus berkembang mengikuti tren yang ada. Meskipun merupakan bagian dari kekayaan ragam bahasa, penggunaan bahasa gaul yang berlebihan dapat mengancam pemahaman terhadap bahasa Indonesia baku.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam dan komprehensif mengenai tantangan pembinaan bahasa Indonesia. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan dengan cara mengumpulkan, membaca, mencatat, dan menganalisis berbagai literatur yang berkaitan dengan pembinaan bahasa Indonesia, pengaruh bahasa asing, dan penggunaan bahasa gaul. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis isi (content analysis) melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang terkumpul dianalisis secara kritis untuk mengidentifikasi tantangan, dampak, dan strategi pembinaan bahasa Indonesia.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Tantangan Bahasa Indonesia dari Pengaruh Bahasa Asing Dominasi Bahasa Inggris dalam Berbagai Sektor**

Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional telah mendominasi berbagai sektor kehidupan di Indonesia. Dalam dunia pendidikan, banyak institusi yang menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa pengantar, terutama di perguruan tinggi. Dunia bisnis dan perdagangan juga banyak mengadopsi istilah-istilah bahasa Inggris dalam komunikasi sehari-hari. Fenomena ini menciptakan persepsi bahwa penguasaan bahasa Inggris lebih penting dibandingkan kemampuan berbahasa Indonesia yang baik dan benar.

#### **1. Contoh 1: Sektor Pendidikan Tinggi**

Berdasarkan pengamatan terhadap beberapa universitas terkemuka di Indonesia, ditemukan bahwa program studi internasional seperti International Business Management, International Relations, dan berbagai program kelas internasional lainnya sepenuhnya menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa pengantar. Universitas Indonesia, Institut Teknologi Bandung, dan Universitas Gadjah Mada memiliki program kelas internasional yang mengharuskan mahasiswa berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris, termasuk dalam penulisan tugas dan ujian (Lauder, 2008).

Meskipun kebijakan ini bertujuan meningkatkan daya saing lulusan di pasar global, dampak jangka panjangnya adalah berkurangnya penguasaan terminologi akademik dalam bahasa Indonesia. Mahasiswa program-program tersebut lebih familiar dengan istilah "supply and demand" dibandingkan "penawaran dan permintaan", atau "hypothesis testing" dibandingkan "pengujian hipotesis". Kondisi ini berpotensi menciptakan kesenjangan dalam transfer pengetahuan kepada masyarakat luas yang tidak menguasai bahasa Inggris.

Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional telah mendominasi berbagai sektor kehidupan di Indonesia. Dalam dunia pendidikan, banyak institusi yang menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa pengantar, terutama di perguruan tinggi. Dunia bisnis dan perdagangan juga banyak mengadopsi istilah-istilah bahasa Inggris dalam komunikasi sehari-hari. Fenomena ini menciptakan persepsi bahwa penguasaan bahasa Inggris lebih penting dibandingkan kemampuan berbahasa Indonesia yang baik dan benar.

#### 2. Contoh 2: Dunia Korporasi

Beberapa perusahaan multinasional di Indonesia sebagian besar menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa utama dalam komunikasi internal, termasuk email, memo, dan presentasi. Perusahaan seperti PT Unilever Indonesia, PT Nestle Indonesia, dan berbagai perusahaan teknologi startup menggunakan istilah-istilah seperti "brainstorming session", "quarterly review", "key performance indicator", dan "stakeholder engagement" tanpa padanan bahasa Indonesia.

PT Gojek Indonesia, meskipun merupakan perusahaan lokal, menggunakan bahasa Inggris untuk sebagian besar komunikasi korporatnya. Jabatan-jabatan dalam perusahaan menggunakan istilah "Chief Executive Officer", "Chief Technology Officer", "Product Manager", dan "Software Engineer". Fenomena ini menciptakan standar baru dalam dunia kerja dimana penguasaan bahasa Inggris menjadi prasyarat, sementara kemampuan berbahasa Indonesia yang baik tidak lagi menjadi prioritas utama dalam rekrutmen karyawan.

#### 3. Contoh Kasus 3: Komunikasi Perkantoran

Analisis terhadap 200 email internal di lima perusahaan swasta di Jakarta menunjukkan penggunaan masif istilah bahasa Inggris. Kalimat seperti "Mohon di-review proposal ini sebelum deadline hari Jumat" atau "Tolong reschedule meeting kita karena ada conflict dengan agenda lain" sangat umum ditemukan (Puspitasari, 2020). Padahal, kalimat tersebut dapat dengan mudah dinyatakan dalam bahasa Indonesia: "Mohon ditinjau proposal ini sebelum tenggat waktu hari Jumat" atau "Tolong jadwalkan ulang rapat kita karena ada bentrokan dengan agenda lain".

Hasil penelitian Departemen Linguistik Universitas Indonesia pada tahun 2021 terhadap 1.000 percakapan di lingkungan perkantoran menemukan 347 istilah bahasa Inggris yang digunakan berulang kali, padahal 89% dari istilah tersebut memiliki padanan yang tepat dalam bahasa Indonesia. Istilah seperti "feedback" (umpan balik), "breakdown" (rincian), "update" (pemutakhiran), "confirm" (konfirmasi), dan "cancel" (batal) mendominasi penggunaan.

#### 4. Contoh 4: Industri Kuliner dan Retail

Industri kuliner kafe atau restoran sering kali menggunakan nama berbahasa Inggris atau campuran tanpa terjemahan bahasa Indonesia dalam menu mereka. Menu makanan menggunakan istilah seperti "Grilled Chicken with Mushroom Sauce", "Pasta Carbonara", "Beef Wellington", tanpa penjelasan dalam bahasa Indonesia.

Toko retail modern seperti Zara, H&M, dan Sephora yang beroperasi di Indonesia menggunakan sepenuhnya bahasa Inggris dalam label produk, signage toko, dan materi promosi mereka. Meskipun melayani konsumen Indonesia, tidak ada upaya untuk menyediakan informasi dalam bahasa Indonesia. Kondisi ini diperkuat dengan kebijakan

dari beberapa pusat perbelanjaan premium yang menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa utama dalam petunjuk arah dan informasi fasilitas.

#### 5. Contoh 5: Periklanan dan Media Massa

Beberapa iklan televisi yang tayang di stasiun TV nasional menggunakan bahasa campuran Indonesia-Inggris, dan ada yang sepenuhnya berbahasa Inggris. Iklan Shopee menggunakan "Free Ongkir" (campuran bahasa Indonesia dan singkatan Inggris), dan iklan kartu kredit Bank Mandiri menggunakan frasa "Cashback hingga 50%".

Dalam program televisi, acara seperti "Indonesia's Got Talent", "The Voice Indonesia", dan "MasterChef Indonesia" menggunakan judul berbahasa Inggris meskipun merupakan program lokal yang menyasar pemirsa Indonesia. Pembawa acara dan juri kerap menggunakan bahasa campuran dalam berkomunikasi, seperti "Performance kamu hari ini amazing sekali" atau "Dish yang kamu buat terlihat perfect".

#### 6. Contoh 6: Platform Media Sosial

Influencer seperti Awkarin menggunakan caption seperti "Finally got my dream bag! So excited!" meskipun mayoritas followersnya adalah orang Indonesia. Rachel Vennya kerap menggunakan campuran seperti "Honestly, aku tuh speechless banget sama view disini. Breathtaking bgt guys!". Penggunaan bahasa campuran ini dianggap lebih menarik dan relatable bagi generasi muda, sekaligus menciptakan image yang lebih modern dan internasional.

Aplikasi e-commerce seperti Tokopedia dan Bukalapak, meskipun merupakan platform lokal, menggunakan banyak istilah bahasa Inggris dalam interface mereka seperti "Add to Cart", "Wishlist", "Flash Sale", "Live Chat", dan "Checkout" tanpa terjemahan bahasa Indonesia yang memadai.

#### 7. Contoh 7: Evolusi Bahasa Gaul Gen Z

Bahasa gaul merupakan fenomena kebahasaan yang terus berkembang seiring perubahan zaman. Pada era Generasi Z, bahasa gaul mengalami evolusi yang sangat cepat, terutama dipengaruhi oleh media sosial, budaya populer, dan bahasa asing. Kosakata baru muncul, berubah makna, bahkan menghilang dalam waktu singkat. Fenomena ini menunjukkan kreativitas berbahasa, tetapi di sisi lain berpotensi menggeser penggunaan bahasa Indonesia yang sesuai kaidah, khususnya dalam konteks formal dan akademik. Oleh karena itu, kajian mengenai evolusi bahasa gaul Gen Z penting dilakukan untuk memahami pengaruhnya terhadap perkembangan dan pembinaan bahasa Indonesia. Beberapa contoh yang mendominasi adalah:

- a. Singkatan dan akronim: "baper" (bawa perasaan), "PHP" (Pemberi Harapan Palsu), "kepo" (knowing every particular object - ingin tahu), "gabut" (gaji buta - tidak ada kegiatan), "mager" (malas gerak), "bucin" (budak cinta)
- b. Modifikasi kata: "rekeh" (tidak lucu), "santuy" (santai), "slay" (keren), "goks" (gokil/keren), "mantul" (mantap betul)
- c. Kata pinjaman dan adaptasi: "ghosting" (menghilang tiba-tiba), "gaslighting" (manipulasi psikologis), "toxic" (beracun/negatif), "healing" (memulihkan diri).

#### 8. Contoh 8: Tren Bahasa di TikTok Indonesia

TikTok menjadi salah satu media sosial yang paling populer di Indonesia, khususnya di kalangan Generasi Z. Platform ini tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga ruang pembentukan dan penyebaran tren bahasa. Berbagai kosakata baru, ungkapan viral, singkatan, serta campur kode dengan bahasa asing muncul dan menyebar secara masif. Fenomena ini menunjukkan dinamika perkembangan bahasa, namun juga menimbulkan tantangan terhadap penggunaan bahasa Indonesia yang sesuai kaidah. Oleh karena itu, kajian tentang tren bahasa di TikTok Indonesia penting dilakukan dalam rangka pengembangan dan pembinaan bahasa Indonesia. Beberapa frasa yang viral dan banyak

digunakan antara lain:

- a. "Gak ngerti gak apa-apa yang penting happy" - menunjukkan sikap acuh terhadap pemahaman
- b. "Relate banget sih ini" - menyatakan kesamaan pengalaman
- c. "Literally me" - benar-benar menggambarkan diri sendiri
- d. "No debat" - tidak mau berdebat, sudah final
- e. "Gue banget sih ini" - sangat menggambarkan diri

Fenomena "bahasa alien" juga muncul di TikTok, dimana kata-kata dibalik atau disingkat secara ekstrem seperti "mager" menjadi "regam", "ganteng" menjadi "gntn", atau "sayang" menjadi "syg". Trend ini kemudian diadopsi oleh jutaan pengguna lain, menciptakan siklus penyebaran bahasa gaul yang sangat cepat.

## **B. Strategi Pembinaan Bahasa Indonesia**

### **1. Penguatan Pendidikan Bahasa Indonesia**

Pendidikan formal merupakan jalur utama pembinaan bahasa Indonesia. Kurikulum bahasa Indonesia perlu diperkuat dengan penambahan jam pelajaran dan peningkatan kualitas pembelajaran. Metode pembelajaran harus dibuat lebih menarik dan aplikatif agar peserta didik tidak hanya menguasai teori tetapi juga mampu mengaplikasikan bahasa Indonesia dengan baik dalam kehidupan sehari-hari.

Guru bahasa Indonesia perlu mendapatkan pelatihan berkelanjutan untuk meningkatkan kompetensi dalam mengajarkan bahasa. Selain itu, perlu ditanamkan pemahaman bahwa belajar bahasa Indonesia bukan sekadar memenuhi kewajiban kurikulum, tetapi sebagai upaya melestarikan identitas bangsa.

### **2. Kampanye Cinta Bahasa Indonesia**

Perlu dilakukan kampanye massif untuk menumbuhkan kecintaan terhadap bahasa Indonesia di kalangan masyarakat, terutama generasi muda. Kampanye dapat dilakukan melalui berbagai media dan kegiatan seperti lomba menulis, cipta puisi, pidato bahasa Indonesia, dan kompetisi berbahasa yang menarik.

Peringatan Bulan Bahasa dan Sastra setiap Oktober perlu dioptimalkan sebagai momentum untuk meningkatkan kesadaran berbahasa. Kegiatan-kegiatan kreatif seperti festival bahasa, pameran karya sastra, dan talk show dengan tokoh bahasa dapat menarik minat masyarakat.

### **3. Pengembangan Kosakata dan Terminologi**

Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa perlu terus mengembangkan kosakata dan terminologi bahasa Indonesia untuk mengimbangi perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Penciptaan padanan kata yang tepat untuk istilah asing akan memudahkan masyarakat menggunakan bahasa Indonesia tanpa harus bergantung pada bahasa asing.

Proses pengembangan kosakata harus melibatkan berbagai pihak, termasuk akademisi, praktisi, dan masyarakat umum agar istilah yang diciptakan dapat diterima dan digunakan secara luas.

### **4. Menyikapi yang Bijak terhadap Bahasa Asing dan Bahasa Gaul**

Perlu dipahami bahwa penolakan total terhadap bahasa asing dan bahasa gaul bukanlah solusi yang tepat. Dalam era globalisasi, penguasaan bahasa asing, terutama bahasa Inggris, merupakan kebutuhan untuk berkompetisi di tingkat internasional. Demikian pula bahasa gaul merupakan bagian dari dinamika dan kreativitas berbahasa yang tidak dapat dihilangkan.

Yang diperlukan adalah sikap bijak dalam menggunakan berbagai ragam bahasa sesuai dengan konteks dan situasinya. Masyarakat perlu memahami kapan harus menggunakan bahasa formal dan kapan dapat menggunakan bahasa informal. Penggunaan bahasa asing dapat diterima jika memang tidak ada padanan yang tepat dalam bahasa

Indonesia, namun harus tetap mengutamakan bahasa Indonesia dalam komunikasi resmi dan formal.

Bahasa gaul dapat menjadi sarana ekspresi kreativitas generasi muda, namun tidak boleh menggantikan bahasa baku dalam konteks formal. Generasi muda perlu dibekali pemahaman tentang pentingnya menguasai bahasa Indonesia baku sebagai modal utama, sementara bahasa gaul dapat digunakan sebagai variasi dalam pergaulan informal.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pertama, bahasa Indonesia menghadapi tantangan serius dari dua arah, yaitu pengaruh bahasa asing yang semakin masif dan perkembangan bahasa gaul yang tidak terkendali. Dominasi bahasa Inggris dalam berbagai sektor kehidupan dan penggunaan bahasa gaul yang intensif di kalangan generasi muda telah menggeser posisi bahasa Indonesia sebagai bahasa utama dalam komunikasi.
2. Kedua, dampak dari pengaruh bahasa asing dan bahasa gaul sangat signifikan terhadap eksistensi bahasa Indonesia. Terjadi degradasi kemampuan berbahasa Indonesia yang baik dan benar, memudarnya identitas nasional, kesenjangan komunikasi antargenerasi, dan dampak negatif terhadap dunia pendidikan. Kondisi ini jika dibiarkan dapat mengancam keberlangsungan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional dan bahasa pemersatu bangsa.
3. Ketiga, pembinaan bahasa Indonesia memerlukan pendekatan yang komprehensif dan melibatkan berbagai pihak. Strategi pembinaan dapat dilakukan melalui penguatan pendidikan bahasa Indonesia, optimalisasi peran media massa, kampanye cinta bahasa Indonesia, keteladanan tokoh publik, penguatan regulasi, pengembangan kosakata, pemanfaatan teknologi digital, dan pembinaan di lingkungan keluarga dan masyarakat.
4. Keempat, sikap yang bijak terhadap bahasa asing dan bahasa gaul adalah kunci keberhasilan pembinaan bahasa Indonesia. Bukan menolak keberadaan bahasa asing dan bahasa gaul, tetapi menggunakannya secara proporsional sesuai konteks dan tidak mengabaikan pentingnya menguasai bahasa Indonesia baku.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, H., Dardjowidjojo, S., Lapoliwa, H., & Moeliono, A. M. (2017). *Tata bahasa baku bahasa Indonesia* (Edisi Ketiga). Balai Pustaka.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2019). *Pedoman umum ejaan bahasa Indonesia*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Chaer, A. (2018). *Sosiolinguistik: Perkenalan awal* (Edisi Revisi). Rineka Cipta.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2008). *Kamus besar bahasa Indonesia* (Edisi Keempat). Gramedia Pustaka Utama.
- Lauder, A. (2008). The status and function of English in Indonesia: A review of key factors. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 12(1), 9-20. <https://doi.org/10.7454/mssh.v12i1.128>
- Muslich, M. (2016). *Tata bentuk bahasa Indonesia: Kajian ke arah tatabahasa deskriptif*. Bumi Aksara.
- Nababan, P. W. J. (2015). *Sosiolinguistik: Suatu pengantar*. Gramedia Pustaka Utama.
- Pateda, M. (2017). *Sosiolinguistik* (Edisi Revisi). Angkasa.
- Puspitasari, D. (2020). Penggunaan bahasa campuran Indonesia-Inggris dalam komunikasi perkantoran di Jakarta. *Jurnal Linguistik Indonesia*, 38(2), 145-162.
- Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan*. Sekretariat Negara.
- Sugono, D. (2016). *Berbahasa Indonesia dengan benar*. Puspa Swara.
- Sumarsono. (2017). *Sosiolinguistik* (Edisi Revisi). Pustaka Pelajar.
- Wijana, I. D. P., & Rohmadi, M. (2018). *Sosiolinguistik: Kajian teori dan analisis*. Pustaka Pelajar.