

POPULARIZING INDONESIAN NEW TERMS OVER COMPETITIVE ACS POPULARISASI ISTILAH BARU DALAM BAHASA INDONESIA DALAM TANTANGAN MEA

Bunga Astya Syafitri¹, Dian Nurlaili²

¹(Korean Studies, University of Indonesia) ²(English Literature, UNISULA)
¹bungaastya@gmail.com, ²nurlaili_dian@yahoo.com

Abstract

MEA surely give us a broader space, especially in international communication system, yet challenge to deal with. Globally, English is our main connectors and have become real necessity to make an effective communication. It also become more familiar to Indonesian in latest few years and being used by huge number of commercials. In the other side, the popularity of English term goes beyond Bahasa Indonesia, especially for the new terms appeared as the result of development of culture and technology. At the same time, the Indonesian version of terms is not so popular as the English ones. This paper focuses on researching and describing the fact in our surroundings about the unpopular new terms of Indonesian. Also, we will describe the importance of enhancing the using of our own terms, yet suggest to popularize it in many aspect.

Keywords: Indonesian language, Indonesian new terms, technology, culture, language sustainability.

Pendahuluan

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA-ASEAN Economic Community) yang telah dicanangkan sejak Januari 2016 membuka peluang besar bagi siapa saja yang mampu bersaing. Berdasarkan piagam ASEAN, tujuan dari diciptakannya MEA adalah untuk meningkatkan perekonomian kawasan dengan meningkatkan daya saing di kancah regional dan internasional agar ekonomi tumbuh merata, juga meningkatkan taraf hidup masyarakat ASEAN (IRIB Indonesia, 2016). Potensi dan karya yang telah ada pada Indonesia dapat dikembangkan dan diperkenalkan secara lebih luas pada dunia luar. Namun, kemajuan yang akan dibawa oleh MEA juga seperti pedang bermata dua, di satu sisi memberikan keuntungan besar lewat ruang yang lebih luas, dan di satu sisi akan menjadi jerat bagi negara-negara yang tidak siap dan memiliki pertahanan yang baik di berbagai sector.

Perkembangan teknologi dan budaya tentunya akan memiliki imbas yang nyata, termasuk perkembangan bahasa. Apa yang semula bersifat regional, dapat di bawa ke ranah global dengan bahasa internasional yang telah disepakati, dalam kasus ini adalah bahasa Inggris. Penggunaan bahasa Inggris tentu akan sangat efektif bagi penyebaran informasi. Bahasa Inggris akan menjadi hal yang sangat krusial dan cenderung untuk selalu digunakan di segala bidang.

Seiring dengan berkembangnya teknologi, sistem informasi, budaya, dan gaya hidup, maka akan muncul istilah-istilah baru yang menandai perubahan yang ada. Di Indonesia sendiri, banyak istilah-istilah asing yang digunakan dalam penyajian berita maupun iklan komersial. Istilah-istilah tersebut dikenal luas dan dipilih untuk dipakai karena kepopulerannya membuat penyampaian informasi menjadi lebih efektif.

Sayangnya, akibat penggunaan istilah asing yang begitu umum dilakukan, sebagian masyarakat menjadi tidak familiar dengan versi Indonesia yang juga diciptakan. Padahal, istilah-istilah tersebut sudah tampil dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi terbaru. Penggunaan yang jarang dan rendahnya upaya untuk mempopulerkan istilah tersebut dalam versi Indonesia mengakibatkan banyaknya masyarakat yang tidak dapat menggunakan istilah tersebut dengan tepat. Bahkan, sebagian masyarakat juga tidak mengetahui adanya istilah-istilah baru yang versi Inggrisnya lebih sering didengar.

Untuk mengetahui tingkat kepopuleran istilah asing dibandingkan dengan versi Indonesianya, kami melakukan penelitian survei dengan menggunakan random sampling. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengumpulkan informasi tentang variable dari dari sekelompok obyek atau populasi (Dharma, 2008). Survei ini dilakukan untuk mengetahui seberapa populerkah istilah-istilah Indonesia yang baru di telinga masyarakat, khususnya yang berkaitan dengan perkembangan budaya dan teknologi.

Pembahasan

Dalam survei yang kami buat, kami mengajukan 18 pertanyaan tentang istilah yang berkaitan dengan perkembangan budaya dan teknologi. Kami memilih istilah asing yang reringkali muncul dalam iklan berbagai produk konsumsi. Beberapa di antaranya adalah *drive-thru*, *outbond*, *stapler*, *sash*, *gadget*, *thread*, *hacking*, dan *passion*. Kata-kata tersebut dipilih karena dirasa cukup populer akhir-akhir ini. Sebagai contoh, iklan waralaba ayam goreng Amerika yang membuka cabang di Indonesia menggunakan istilah *drive-thru* untuk mempopulerkan layanan tambahannya untuk mempermudah para pengemudi mobil. Bukan hanya itu, iklan perangkat komunikasi elektronik di televisi pun lebih banyak menggunakan istilah *gadget* ketimbang ‘gawai’ yang merupakan padanan Indonesianya. Beruntungnya, media cetak seperti kompas (versi cetak) dan detik.com mulai mempopulerkan istilah-istilah tersebut dengan memakainya sebagai diksi judul artikel.

Gambar 1



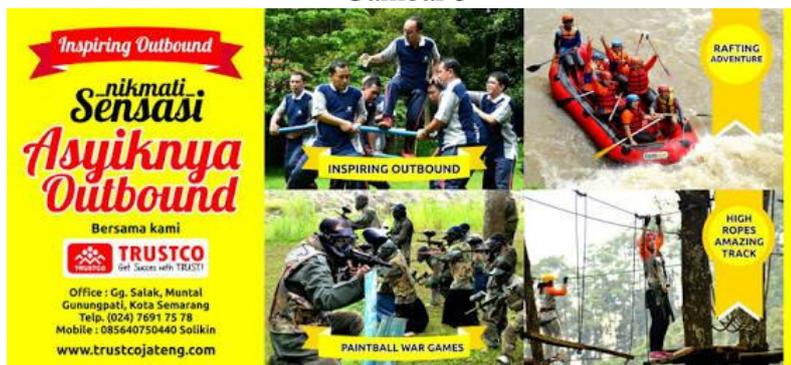
[Taken from elektoshop.blogspot.co.id]

Gambar 2



Anda pasti pernah mendengar istilah outbond bukan? Outbond kini terkenal sebagai jenis hiburan luar ruangan, sebagai materi edukatif, maupun sarana membangun kerjasama untuk sekelompok orang dengan tujuan tertentu. Namun, tahukah Anda bahwa istilah asing *outbond* memiliki padanan bahasa Indonesia yang telah termaktub dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi V? Istilah tersebut adalah mancakrida. Mancakrida diartikan sebagai *pelatihan yang memanfaatkan alam terbuka sebagai media, biasanya berbentuk permainan yang bertujuan untuk mengembangkan karakter diri dan meningkatkan kerjasama antar peserta.*¹

Gambar 3

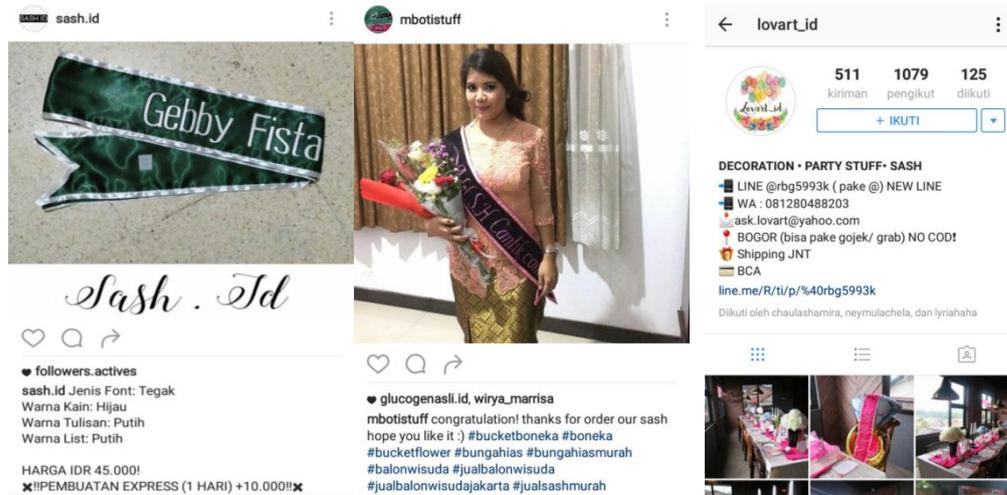


[Gambar diambil dari ipoel.wordpress.com]

Sebagai seorang mahasiswa, kami pun mengamati fenomena yang terjadi di sekitar kami. Dalam beberapa tahun terakhir, muncul budaya penggunaan *sash* atau selempang dalam berbagai acara, baik yang bersifat formal maupun informal. Selempang lazim digunakan dalam rangka pemberian penghargaan kepada para pemenang atau kepada seseorang dengan pencapaian tertentu. Sebagai contoh, selempang digunakan untuk para pemenang kontes kecantikan. Belakangan ini, muncul trend baru di kalangan anak muda, yaitu memberikan *sash* khusus untuk teman baik yang telah menyelesaikan sidangnya dan telah dinyatakan lulus. Fenomena ini tentunya sekaligus memberi peluang bisnis bagi orang-orang yang melihat celahnya. Anda bisa dengan mudah menemukan akun yang menjual selempang di Instagram yang menawarkan benda ini. Namun, apakah Anda familiar dengan kata 'samir' yang juga merupakan kata baku yang merujuk pada *sash*? Kenyataannya, *samir* merupakan sinonim dari selempang yang selama ini kita kenal.

¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia luring edisi ke-V.

Gambar 4



[Gambar diambil dari akun Instagram @sash.id, @mbotistuff, @lovart_id]

Selain kata-kata di atas, istilah *hacking*, *thread*, dan *passion* tentu sudah lazim kita dengar. Dalam artikel-artikel berbau bisnis dan motivasi, kata *passion* seringkali muncul untuk menggambarkan minat yang amat besar terhadap sesuatu. Sebagai contoh, kita dapat melihat judul artikel di bawah ini:

1. Menyeimbangkan Passion dan Kehidupan Pribadi²
2. Persimpangan Antara Passion dan Deadline³
3. Tak Sesuai Passion Pun, Bisa Tetap Sukses Berkarier!⁴

Dalam bahasa Indonesia, *passion* diartikan sebagai 'renjana'. Selama ini, seringkali *passion* diartikan sebagai hasrat. Padahal kata 'hasrat' sendiri merupakan sinonim dari keinginan. Maka, hasrat lebih tepat dipakai untuk menerjemahkan *desire* daripada *passion*. Penerjemahan *passion* sebagai semangat juga dirasa terlalu longgar.⁵ *Passion* sendiri lebih tepat diterjemahkan sebagai renjana. Renjana *berarti rasa hati yang kuat* (rindu, cinta kasih, berahi, dan sebagainya).⁶

Selain *passion*, kata *to hack*, *hacking*, dan *thread* juga populer dikalangan netizen. *Hacking* sendiri merupakan aktivitas penyusupan ke dalam sebuah sistem computer atau jaringan dengan tujuan menyalahgunakan ataupun merusak sistem yang ada (Wilson, 2001). Berdasarkan pengamatan kami, kata *retas* sudah mulai digunakan secara intensif oleh berbagai media cetak seperti koran Kompas yang secara konsisten menggunakan istilah baru tersebut dalam rubrik *Klasika*-nya. Adapun *thread* merupakan istilah asing yang merujuk pada tulisan atau buah pikiran seseorang dalam forum. Dalam sebuah *thread* atau 'utas', para pembaca dapat ikut mengomentari atau beropini tentang berita tersebut. *Thread* pun kini telah memiliki terjemahan baku dalam bahasa Indonesia, yaitu *utas*. Sama seperti *gadget*, istilah *thread* ternyata lebih terkenal dari versi Indonesia-nya.

² Artikel dari portal berita mosaic.co.id. (diakses pada 11 Januari 2017 pukul 11.05 WIB).

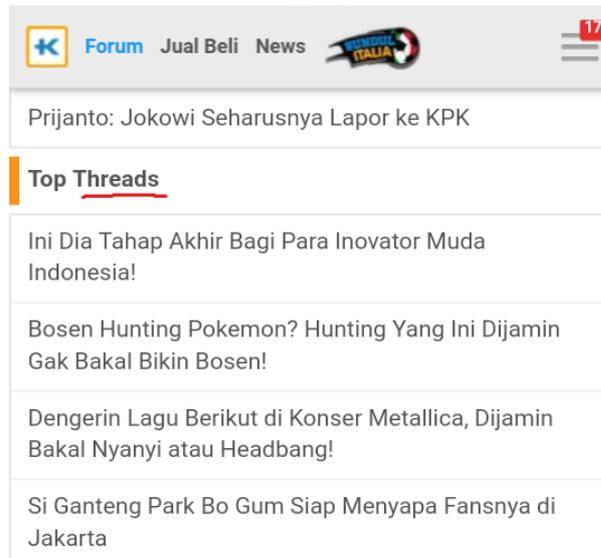
³ Artikel dari portal berita breakeime.co.id. Diunggah pada 8 Desember 2016 (diakses pada 11 Januari 2017 pukul 11.19 WIB)

⁴ Artikel dari portal berita www.hipwee.com. Diunggah pada 18 November 2016 (diakses pada 11 Januari 2017 pukul 11.32 WIB).

⁵ Pendapat jurnalis Paramita Mohamad dalam blog miliknya www.paramitamohamad.com. Argumen terangkum dalam artikel berjudul "Mengapa Follow Your Passion adalah Saran yang Menyesatkan." (diakses pada 11 Januari 2017 pada pukul 23.18 WIB).

⁶ Kamus Besar Bahasa Indonesia luring edisi ke-V (diunduh pada 11 Januari 2016).

Gambar 5



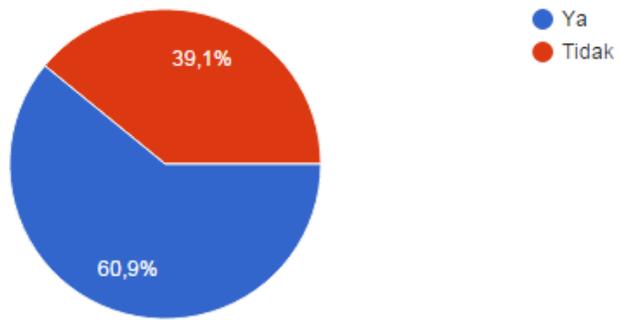
[Gambar diambil dari m.kaskus.co.id]

Dari hasil penelitian yang kami peroleh, sebanyak 60,9 % menyatakan tahu tentang padanan kata *drive-thru* dalam bahasa Indonesia. Sebanyak 71,9% dan 81,3% menyatakan tahu mengenai padanan dalam bahasa Indonesia dari kata *outbond* dan *gadget*. Sementara itu, sejumlah 82,8% dari total responden menyatakan tahu mengenai padanan kata kata *hacking* dan *passion* dalam bahasa Indonesia.

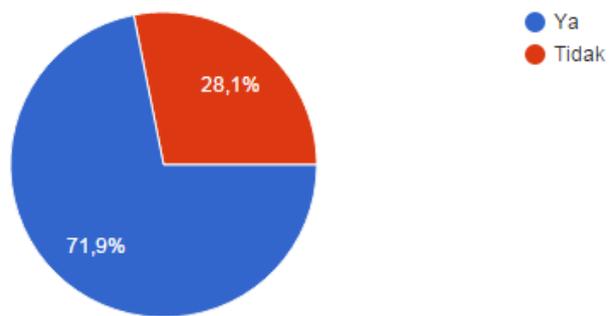
Kemudian, untuk memeriksa pemahaman responden mengenai jawaban yang telah diberikan pada 8 kata sebelumnya, kami membuat lima pernyataan berikutnya. Pertanyaan ini merupakan kebalikan dari pertanyaan sebelumnya. Kali ini, kami menanyakan kepada responden apakah mereka mengerti maksud dari kata-kata yang kami sodorkan. Kelima kata tersebut tak lain adalah padanan Indonesia dari istilah asing yang telah ditanyakan sebelumnya. Namun, hasil yang kami dapat kali ini justru bersifat kontradiktif dengan hasil presentase jawaban responden di delapan nomor pertama.

Dari 16 pertanyaan yang kami sodorkan pada responden (jumlah responden 64 orang dengan range umur antara 13-52 tahun), hasil yang kami dapat adalah mayoritas responden merasa lebih mengerti maksud dari istilah-istilah asing yang digunakan dalam iklan dan artikel daripada versi Indonesianya. Lebih mengejutkan lagi, mayoritas responden telah menyelesaikan pendidikan setara perguruan tinggi. Pertanyaan: Apakah Anda mengerti padanan istilah-istilah di bawah ini dalam bahasa Indonesia?

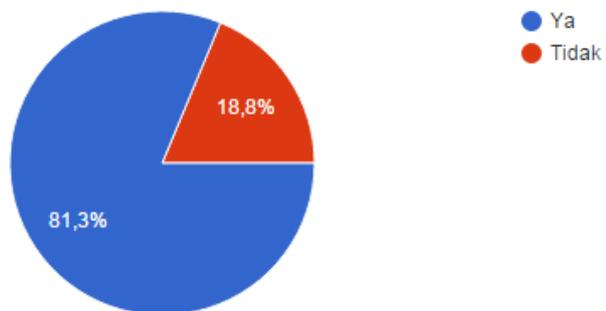
1. Drive-thru



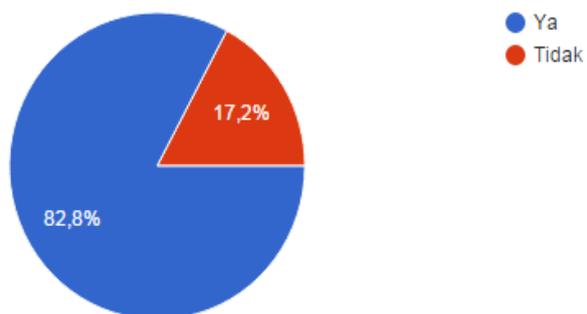
2. Outbond



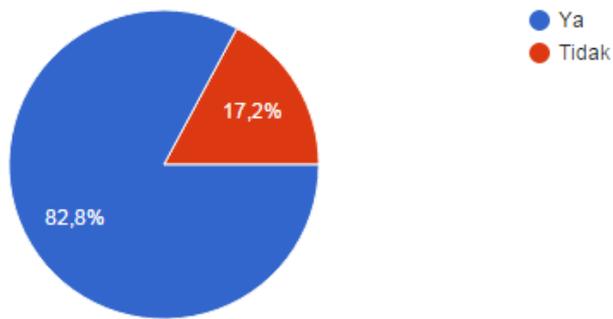
3. Gadget



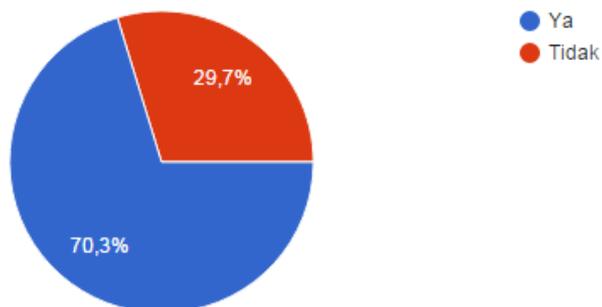
4. Hacking



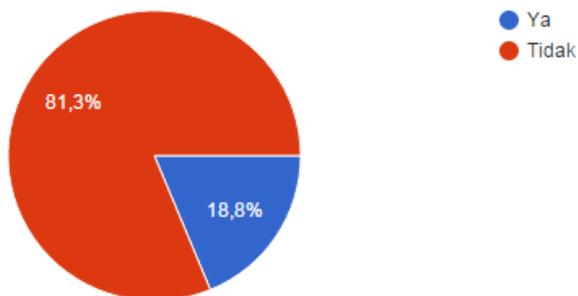
5. Passion



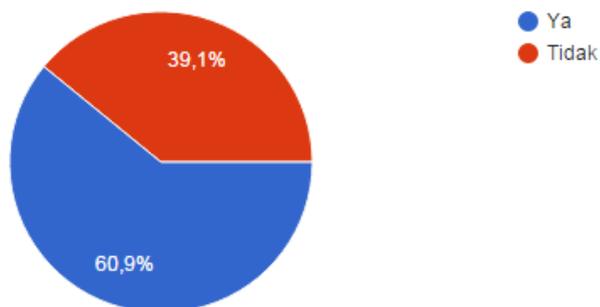
6. Stapler



7. Sash

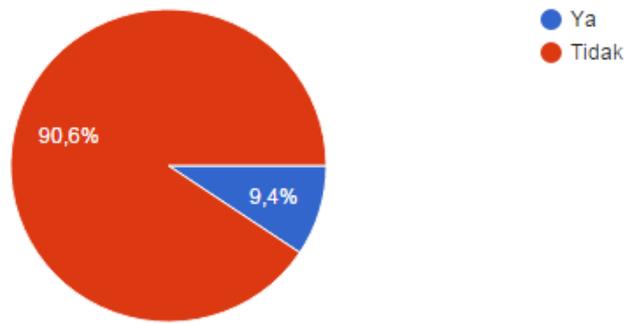


8. Thread

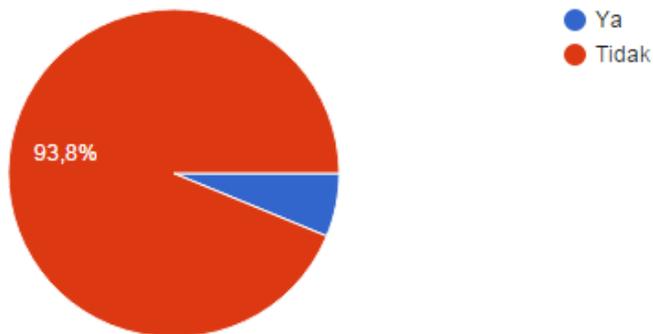


Pertanyaan: Apakah Anda mengerti maksud dari istilah-istilah Indonesia berikut?

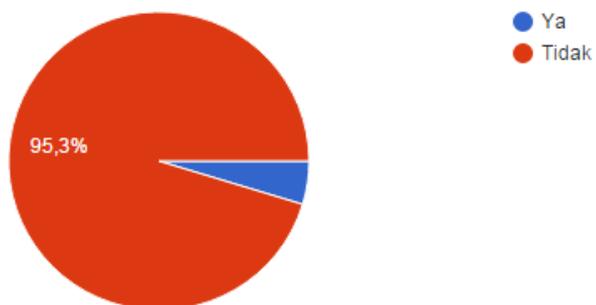
9. Renjana



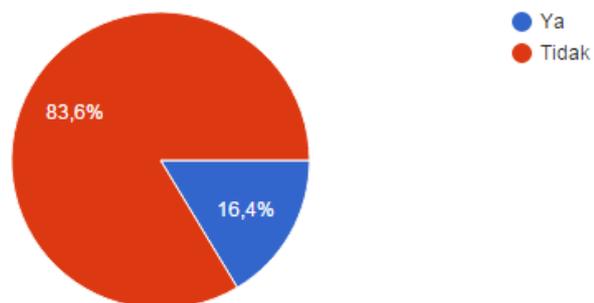
10. Pengokot



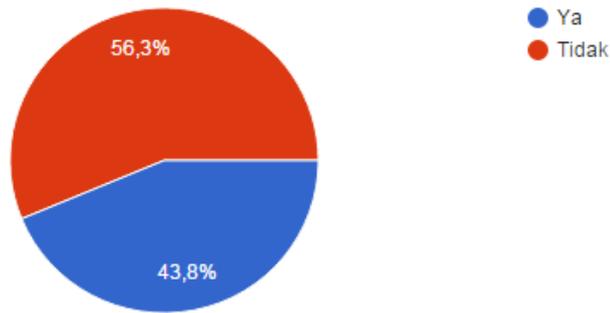
11. Lantatur



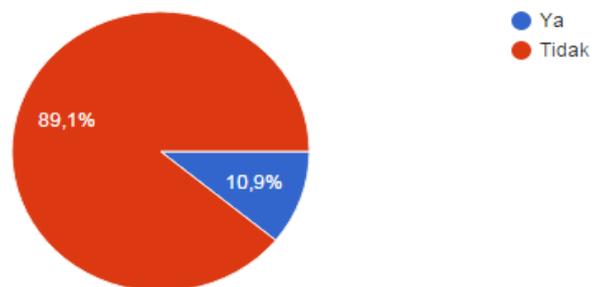
12. Mancakrida



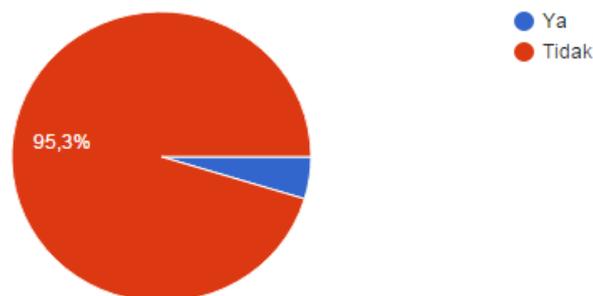
13. Utas



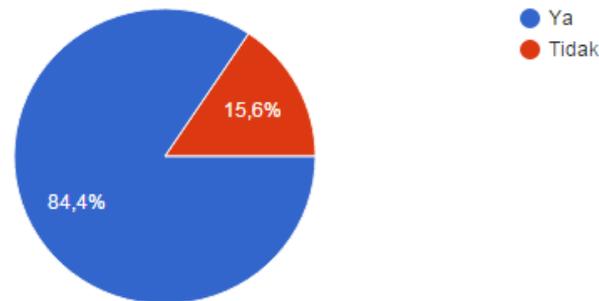
14. Apakah Anda sering menemukan kata-kata di atas (istilah nomor 11-15) dalam iklan dan berbagai artikel berita yang kerap Anda baca?



15. Apakah Anda merasa familiar dengan istilah-istilah yang terdapat pada nomor 11-15?



16. Menurut Anda, pentingkah mengetahui padanan Indonesia dari istilah-istilah asing yang kerap dipakai dalam iklan maupun artikel?



NO.	Terms	Yes	No	Sum
1.	Drive-thru	60,9 %	39,1 %	100 %
2.	Outbond	71,9 %	28,1 %	100 %
3.	Gadget	81,3 %	18,8 %	100 %
4.	Hacking	82,8 %	17,2 %	100 %
5.	Self-talk	64,1 %	35,9 %	100 %
6.	Microphone	79,7 %	20,3 %	100 %
7.	Passion	82,8 %	17,2 %	100 %
8.	Stapler	70,3 %	29,7 %	100 %
9.	Sash	18,8 %	81,3 %	100 %
10.	Thread	39,1 %	60,9 %	100 %
11.	Renjana	9,4 %	90,6 %	100 %
12.	Pengokot	6,3 %	93,8 %	100 %
13.	Lantatur	4,7 %	95,3 %	100 %
14.	Mancakrida	16,4 %	83,6 %	100 %
15.	Utas	43,8 %	56,3 %	100 %

*warna merah menunjukkan kecenderungan mayoritas suara.

Dari penjelasan di atas, dapat dinyatakan bahwa istilah asing tertentu yang berhubungan dengan teknologi dan budaya memang lebih akrab di telinga masyarakat Indonesia. Hali ini amat disayangkan, mengingat kita sebagai warga negara Indonesia seharusnya lebih mengerti tentang istilah-istilah Indonesia itu sendiri. Dimulai sejak dicanangkannya MEA yang memberikan ruang kebebasan lebih dalam perdagangan antar negara, masyarakat Indonesia akan lebih sering terpapar istilah-istilah asing, khususnya dalam bahasa Inggris. Terlebih, budaya dan teknologi juga terus berkembang, melahirkan istilah-istilah baru yang patut untuk dimengerti. Faktanya, 84% responden menyadari betapa pentingnya untuk mengetahui dan terbiasa menggunakan istilah Indonesia ketimbang istilah asing yang saat ini jarang digunakan dalam iklan atau artikel berita. Sebagai warga negara Indonesia, ada baiknya kita berupaya menggalakkan penggunaan istilah Indonesia atau menyeimbangkan penggunaannya dengan istilah asing. Meskipun, kita juga tak dapat menghindari penggunaan istilah asing dalam iklan atau artikel berita. Menggunakan istilah Indonesia dalam iklan atau artikel berita dapat menjadi salah satu cara untuk memperkenalkan istilah-istilah baru yang bermunculan. Dengan begitu, kita akan mampu meningkatkan popularitas dari istilah yang ada dalam bahasa Indonesia. Semua ini adalah hasil penelitian kami atas popularitas istilah asing ketimbang istilah

Indonesia. Di era globalisasi ini, menguasai bahasa asing (bahasa Inggris) memang penting. Namun, kita juga harus menjaga kelangsungan bahasa milik sendiri.

Referensi

- Dharma, Surya. (2008). *Pendekatan, Jenis, dan Metode Penelitian Pendidikan*: Jakarta.
- Mohamad, Paramita. (March, 9th 2014). “Mengapa “Follow Your Passion” Adalah Saran yang Menyesatkan”. <https://paramitamohamad.com/2014/03/09/follow-your-passion-saran-yang-menyesatkan/>. Diakses pada 14 Januari 2016 pukul 23.18 WIB.
- Ratrixia, Diona. (January, 10th 2017). “5 Wanita Indonesia yang Sukses Bekerja Karena Passion-nya.” <http://mosaic.co.id/female/5-wanita-indonesia-yang-sukses-bekerja-karena-passion-nya>. Diakses pada Januari, 11th 2017 pukul 11.05 WIB.
- Wardhani, Pradnya. (November, 18th 2017). “Tak Sesuai Passion Pun, Tetap Bisa Sukses Berkarier!” <http://www.hipwee.com/motivasi/tak-harus-sesuai-passion-ini-6-alasan-kamu-tetap-bisa-bersinar-meski-berkarier-melenceng-dari-impian/>. Diakses pada 11 Januari 2017 pukul 11.32 WIB.
- (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia, The 5th Edition*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.
- (8 Desember 2016). “Persimpangan Antara Passion dan Deadline.” <http://breaktime.co.id/health/mind-and-soul/persimpangan-antara-passion-dan-deadline.html>. Diakses pada 11 Januari 2017 pukul 11.19 WIB.
- (1 Januari 2016). “1 Januari 2016, MEA Mulai Diberlakukan.” Indonesian.tribune.com/indonesia/105646-1-januari-2016,-mea-mulai-diberlakukan. Diakses pada 15 Januari 2016 pukul 22.04 WIB.