

PEMAKAIAN BAHASA INDONESIA DI RUANG PUBLIK: TANTANGAN, IMPLEMENTASI, DAN UPAYA PENGUATAN IDENTITAS NASIONAL

Endut Ahadiat¹, Yetty Morelent², Syofiani³

¹Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP Universitas Bung Hatta, Padang
Indonesia

²³Pascasarjana Universitas Bung Hatta, Padang Indonesia

endutahadiat@bunghatta.ac.id

Abstrak

Bahasa Indonesia merupakan bahasa negara yang memiliki fungsi sebagai identitas nasional, alat pemersatu bangsa, serta sarana komunikasi resmi dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Pemakaian Bahasa Indonesia di ruang publik menjadi salah satu indikator keberhasilan pembinaan bahasa sekaligus cerminan penghormatan terhadap jati diri bangsa. Namun, perkembangan globalisasi, kemajuan teknologi informasi, serta meningkatnya penggunaan bahasa asing dalam berbagai sektor menyebabkan penggunaan Bahasa Indonesia di ruang publik belum sepenuhnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan maupun kaidah kebahasaan. Makalah ini bertujuan mengkaji implementasi pemakaian Bahasa Indonesia di ruang publik, mengidentifikasi berbagai kendala yang dihadapi, serta menawarkan strategi penguatan penggunaan Bahasa Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi pustaka terhadap berbagai regulasi, buku, dan artikel ilmiah. Hasil kajian menunjukkan bahwa masih ditemukan penggunaan bahasa asing secara dominan pada papan nama, reklame, pusat perdagangan, media digital, serta layanan publik. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, dunia usaha, lembaga pendidikan, media massa, dan masyarakat untuk meningkatkan kepatuhan terhadap penggunaan Bahasa Indonesia yang baik dan benar.

Kata kunci: Bahasa Indonesia, ruang publik, identitas nasional

Abstract

Indonesian is the national language that functions as a national identity, a unifying tool for the nation, and a means of official communication in community, national, and state life. The use of Indonesian in public spaces has become one of the indicators of successful language development as well as a reflection of respect for the nation's identity. However, globalization, advances in information technology, and the increasing use of foreign languages in various sectors have caused the use of Indonesian in public spaces to not fully comply with legal regulations or language norms. This paper aims to examine the implementation of Indonesian language use in public spaces, identify various obstacles faced, and offer strategies to strengthen the use of Indonesian. This study uses a qualitative approach through literature review of various regulations, books, and scientific articles. The study results show that the use of foreign languages is still dominantly found on signs, billboards, shopping centers, digital media, and public services. Therefore, collaboration between the government, businesses, educational institutions, media, and the public is needed to improve compliance with proper and correct use of the Indonesian language.

Keywords: Indonesian language, public space, national identity

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan unsur penting dalam kehidupan manusia karena berfungsi sebagai alat komunikasi, penyampai informasi, pembentuk identitas, sekaligus perekat kehidupan sosial. Dalam konteks Indonesia, Bahasa Indonesia memiliki kedudukan yang sangat strategis sebagai bahasa persatuan dan bahasa negara sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 36 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Penggunaan Bahasa Indonesia di ruang publik menjadi salah satu bentuk nyata implementasi kedudukan tersebut. Ruang publik meliputi berbagai tempat yang digunakan masyarakat, seperti kantor pemerintahan, sekolah, rumah sakit, pusat perbelanjaan, jalan raya, bandara, terminal, media informasi, hingga ruang digital yang dapat diakses masyarakat luas.

Perkembangan globalisasi membawa pengaruh besar terhadap penggunaan bahasa. Penggunaan istilah asing semakin meluas dalam papan nama pertokoan, reklame, apartemen, hotel, restoran, maupun media sosial. Fenomena tersebut menunjukkan adanya kecenderungan penggunaan bahasa asing untuk meningkatkan citra komersial, meskipun sering kali mengabaikan ketentuan penggunaan Bahasa Indonesia sebagai bahasa utama.

Padahal, Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 dan Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 telah mengatur kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia dalam berbagai media ruang publik. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian mengenai implementasi penggunaan Bahasa Indonesia di ruang publik beserta berbagai faktor yang memengaruhinya.

Bahasa Indonesia memiliki kedudukan yang sangat penting dalam ruang publik karena merupakan bahasa negara yang berfungsi sebagai identitas nasional, alat komunikasi resmi, pemersatu bangsa, serta sarana penyampaian informasi kepada masyarakat. Penggunaan Bahasa Indonesia di ruang publik tidak hanya mencerminkan ketaatan terhadap peraturan perundang-undangan, tetapi juga menjadi wujud penghormatan terhadap jati diri bangsa di tengah arus globalisasi.

A. Kedudukan Bahasa Indonesia dalam Ruang Publik

1. Bahasa Negara

Bahasa Indonesia berkedudukan sebagai bahasa negara sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 36 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Kedudukan ini mengharuskan penggunaan Bahasa Indonesia dalam berbagai aktivitas resmi, termasuk di ruang publik.

2. Identitas Nasional

Bahasa Indonesia merupakan simbol identitas dan kebanggaan bangsa. Penggunaan bahasa yang baik dan benar pada papan nama, rambu-rambu, petunjuk arah, iklan, spanduk, baliho, dan media informasi lainnya memperkuat citra bangsa Indonesia.

3. Alat Komunikasi Publik

Di ruang publik, Bahasa Indonesia menjadi media komunikasi yang dapat dipahami oleh seluruh lapisan masyarakat yang memiliki latar belakang bahasa daerah yang berbeda-beda. Hal ini mendukung terciptanya pelayanan publik yang efektif dan inklusif.

4. Sarana Pendidikan dan Literasi

Penggunaan Bahasa Indonesia yang sesuai kaidah dalam ruang publik juga memiliki fungsi edukatif. Masyarakat memperoleh contoh penggunaan bahasa yang benar sehingga dapat meningkatkan budaya literasi.

5. Penguatan Persatuan Bangsa

Bahasa Indonesia menjadi perekat keberagaman suku, budaya, dan bahasa daerah. Penggunaan Bahasa Indonesia di ruang publik memperkuat integrasi nasional tanpa menghilangkan keberadaan bahasa daerah.

B. Strategi Penguatan Penggunaan Bahasa Indonesia di Ruang Publik

Penguatan penggunaan Bahasa Indonesia di ruang publik merupakan upaya strategis untuk menjaga kedudukan Bahasa Indonesia sebagai bahasa negara, identitas nasional, dan alat pemersatu bangsa. Di tengah perkembangan globalisasi dan pesatnya teknologi informasi, diperlukan langkah-langkah yang terencana agar Bahasa Indonesia tetap menjadi bahasa utama dalam komunikasi publik tanpa menghambat kebutuhan komunikasi internasional.

1. Memperkuat Penegakan Regulasi Kebahasaan

Pemerintah perlu meningkatkan pengawasan terhadap pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 dan Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 melalui pembinaan, evaluasi, dan pemberian sanksi administratif apabila diperlukan. Alasan: Regulasi yang ditegakkan secara konsisten akan meningkatkan kepatuhan lembaga pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat dalam menggunakan Bahasa Indonesia sebagai bahasa utama di ruang publik.

Contoh:

Papan nama gedung, pusat perbelanjaan, dan fasilitas umum diwajibkan menampilkan Bahasa Indonesia, sedangkan bahasa asing dapat digunakan sebagai pendamping apabila diperlukan.

2. Meningkatkan Edukasi dan Literasi Kebahasaan

Pendidikan mengenai penggunaan Bahasa Indonesia yang baik dan benar perlu diperkuat sejak jenjang sekolah hingga perguruan tinggi serta melalui pelatihan bagi aparatur pemerintah dan pelaku usaha. Alasan: Masyarakat yang memahami fungsi dan kaidah Bahasa Indonesia akan lebih sadar menggunakan bahasa yang sesuai dalam komunikasi publik.

Contoh:

Pelatihan penulisan papan informasi, iklan layanan masyarakat, dan media promosi sesuai kaidah bahasa Indonesia.

3. Mengoptimalkan Peran Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa

Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa perlu terus melakukan pembinaan, sosialisasi, pendampingan, serta pengawasan terhadap penggunaan Bahasa Indonesia di ruang publik. Alasan: Pembinaan yang berkelanjutan membantu masyarakat memahami padanan istilah asing dan penggunaan bahasa yang sesuai dengan kaidah.

Contoh:

Penerbitan daftar padanan istilah asing, konsultasi kebahasaan, dan program penghargaan bagi instansi yang tertib berbahasa.

4. Mengutamakan Padanan Istilah Bahasa Indonesia

Istilah asing yang telah memiliki padanan hendaknya diganti atau disertai dengan padanan Bahasa Indonesia. Alasan: Penggunaan padanan istilah memperkaya kosakata Bahasa Indonesia sekaligus mengurangi ketergantungan pada bahasa asing.

Contoh:

Istilah Asing	Padanan Bahasa Indonesia
Sale	Diskon Obral
Cashless	Nontunai
Check In	Daftar Masuk
Customer Service	Layanan Pelanggan
Self Service	Layanan Mandiri

5. Memanfaatkan Media Digital sebagai Sarana Kampanye

Media sosial, situs web, dan aplikasi digital dapat dimanfaatkan untuk mengampanyekan penggunaan Bahasa Indonesia yang baik dan benar. Alasan: Generasi muda merupakan pengguna aktif media digital sehingga kampanye kebahasaan akan lebih efektif jika dilakukan melalui platform digital.

Contoh:

Pembuatan konten edukatif mengenai kata baku, padanan istilah asing, dan kesalahan bahasa yang sering dijumpai di ruang publik.

6. Mendorong Pelaku Usaha Menggunakan Bahasa Indonesia

Pemerintah bersama organisasi profesi dan dunia usaha dapat memberikan penghargaan kepada pelaku usaha yang mengutamakan Bahasa Indonesia dalam identitas usaha dan media promosi. Alasan: Pendekatan yang bersifat apresiatif dapat meningkatkan kesadaran tanpa menghambat kreativitas dan daya saing usaha.

Contoh:

Pusat perbelanjaan menggunakan nama, petunjuk arah, dan informasi layanan dalam Bahasa Indonesia dengan tambahan bahasa asing bila diperlukan untuk wisatawan.

7. Menumbuhkan Kebanggaan terhadap Bahasa Indonesia

Masyarakat perlu didorong untuk memandang Bahasa Indonesia sebagai simbol identitas nasional yang memiliki nilai ilmiah, budaya, dan internasional. Alasan: Rasa bangga akan menumbuhkan kebiasaan menggunakan Bahasa Indonesia secara sukarela, bukan semata-mata karena kewajiban hukum.

Contoh:

Penyelenggaraan Bulan Bahasa, lomba penulisan, festival sastra, dan kampanye "Utamakan Bahasa Indonesia, Lestarkan Bahasa Daerah, Kuasai Bahasa Asing."

8. Membangun Kolaborasi Berbagai Pihak

Penguatan penggunaan Bahasa Indonesia tidak dapat dilakukan oleh pemerintah saja, tetapi memerlukan kerja sama antara lembaga pendidikan, media massa, pelaku usaha, komunitas, dan masyarakat. Alasan: Kolaborasi menciptakan lingkungan berbahasa yang konsisten sehingga penggunaan Bahasa Indonesia menjadi budaya bersama.

Contoh:

Pemerintah daerah bekerja sama dengan sekolah, perguruan tinggi, media lokal, dan asosiasi pengusaha untuk melakukan pemantauan penggunaan Bahasa Indonesia pada papan nama, reklame, dan media informasi publik.

Strategi penguatan penggunaan Bahasa Indonesia di ruang publik harus mengutamakan pendekatan edukatif, persuasif, dan regulatif. Pendekatan edukatif meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai fungsi Bahasa Indonesia, pendekatan persuasif membangun kebanggaan dan kesadaran untuk menggunakannya, sedangkan pendekatan regulatif memastikan bahwa ketentuan perundang-undangan diterapkan secara konsisten. Ketiga pendekatan tersebut saling melengkapi sehingga Bahasa Indonesia tetap menjadi bahasa utama di ruang publik tanpa mengabaikan kebutuhan penggunaan bahasa asing untuk komunikasi internasional, pariwisata, dan kerja sama global.

METODE PENELITIAN

Makalah ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*). Data diperoleh dari buku ilmiah, jurnal, peraturan perundang-undangan, dan dokumen resmi yang berkaitan dengan penggunaan Bahasa Indonesia di ruang publik. Data dianalisis secara deskriptif melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Implementasi Penggunaan Bahasa Indonesia

Penggunaan Bahasa Indonesia di ruang publik telah diterapkan pada berbagai instansi pemerintah, sekolah, rumah sakit, bandara, pelabuhan, dan fasilitas umum lainnya. Namun demikian, sektor swasta masih banyak menggunakan istilah asing sebagai identitas usaha, promosi, maupun pemasaran.

Implementasi Penggunaan Bahasa Indonesia di Ruang Publik Saat Ini

Implementasi penggunaan Bahasa Indonesia di ruang publik pada saat ini menunjukkan perkembangan yang cukup baik, meskipun masih menghadapi berbagai tantangan. Secara normatif, penggunaan Bahasa Indonesia telah memiliki landasan hukum yang kuat melalui Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 dan Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019. Namun, dalam praktiknya, kepatuhan terhadap regulasi tersebut belum sepenuhnya merata di berbagai daerah dan sektor.

1. Penggunaan pada Lembaga Pemerintah

Instansi pemerintah pada umumnya telah menerapkan penggunaan Bahasa Indonesia dalam berbagai bentuk layanan publik, seperti papan nama kantor, surat-menyerat resmi, papan informasi, petunjuk pelayanan, laman resmi, dan media sosial. Bahasa yang digunakan umumnya mengikuti kaidah bahasa Indonesia yang baik dan benar sehingga mudah dipahami oleh masyarakat.

Implementasi ini menunjukkan bahwa pemerintah berupaya menghadirkan pelayanan publik yang komunikatif sekaligus memperkuat fungsi Bahasa Indonesia sebagai bahasa negara.

2. Penggunaan pada Dunia Pendidikan

Di lingkungan pendidikan, Bahasa Indonesia menjadi bahasa utama dalam kegiatan pembelajaran, administrasi akademik, serta berbagai media informasi di sekolah dan perguruan tinggi. Papan pengumuman, slogan pendidikan, tata tertib sekolah, hingga publikasi ilmiah menggunakan Bahasa Indonesia sesuai dengan standar kebahasaan. Selain itu, sekolah dan perguruan tinggi mulai mengembangkan program literasi yang mendorong penggunaan Bahasa Indonesia secara baik dan benar, baik dalam komunikasi lisan maupun tulisan.

3. Penggunaan pada Dunia Usaha

Di sektor usaha, implementasi penggunaan Bahasa Indonesia masih menunjukkan variasi. Banyak pusat perbelanjaan, hotel, restoran, kafe, dan kawasan bisnis yang menggunakan istilah asing sebagai nama usaha, promosi, maupun informasi produk, misalnya *sale*, *discount*, *cashier*, *lobby*, *coffee shop*, dan *open house*.

Meskipun sebagian besar disertai padanan Bahasa Indonesia, masih banyak pelaku usaha yang lebih mengutamakan bahasa asing sebagai strategi pemasaran karena dianggap lebih modern dan memiliki nilai komersial yang tinggi.

4. Penggunaan pada Media Digital

Perkembangan teknologi informasi telah memperluas penggunaan Bahasa Indonesia pada berbagai platform digital, seperti media sosial, portal berita, aplikasi, dan situs web pemerintah maupun swasta. Bahasa Indonesia menjadi bahasa utama dalam penyebaran informasi kepada masyarakat. Namun, media digital juga memperlihatkan munculnya berbagai fenomena kebahasaan, antara lain (1) penggunaan bahasa gaul; (2) pencampuran Bahasa Indonesia dengan bahasa asing (*code mixing*); (3) penggunaan singkatan yang tidak baku; (4) munculnya istilah baru yang berkembang sangat cepat.

Fenomena tersebut memperkaya dinamika bahasa, tetapi sekaligus menjadi tantangan dalam menjaga penggunaan Bahasa Indonesia yang sesuai kaidah pada ruang publik digital.

5. Penggunaan pada Ruang Publik Fisik

Implementasi Bahasa Indonesia juga tampak pada papan nama jalan; rambu lalu lintas; petunjuk fasilitas umum; rumah sakit; bandar udara; terminal; stasiun kereta api; pusat pelayanan masyarakat.

Di banyak daerah, penggunaan Bahasa Indonesia telah menjadi bahasa utama yang kadang disertai terjemahan dalam bahasa Inggris atau bahasa daerah untuk memudahkan wisatawan dan masyarakat lokal.

6. Tantangan Implementasi

Meskipun regulasi telah tersedia, implementasi penggunaan Bahasa Indonesia di ruang publik masih menghadapi beberapa kendala, antara lain (1) dominasi penggunaan istilah asing pada nama gedung, kawasan bisnis, dan pusat perbelanjaan; (2) rendahnya kesadaran sebagian pelaku usaha terhadap ketentuan penggunaan

Bahasa Indonesia; (3) pengaruh globalisasi dan budaya populer; (4) kurang optimalnya pembinaan dan pengawasan dari pemerintah daerah; (5) berkembangnya komunikasi digital yang cenderung menggunakan bahasa campuran.

7. Upaya Penguatan

Untuk memperkuat implementasi penggunaan Bahasa Indonesia di ruang publik diperlukan berbagai langkah strategis, antara lain (1) meningkatkan sosialisasi peraturan kebahasaan kepada masyarakat dan pelaku usaha; (2) memperkuat pembinaan oleh Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa; (3) meningkatkan pengawasan terhadap penggunaan bahasa pada papan nama, reklame, dan media informasi publik; (4) mendorong penggunaan padanan istilah bahasa Indonesia terhadap istilah asing; (5) meningkatkan pendidikan literasi bahasa sejak jenjang sekolah hingga perguruan tinggi; (6) memanfaatkan media digital sebagai sarana kampanye penggunaan Bahasa Indonesia yang baik dan benar.

Implementasi penggunaan Bahasa Indonesia di ruang publik saat ini memperlihatkan adanya keseimbangan antara kepentingan nasional dan tuntutan global. Di satu sisi, Bahasa Indonesia semakin kuat sebagai bahasa resmi dalam penyelenggaraan pemerintahan, pendidikan, dan pelayanan publik. Di sisi lain, arus globalisasi mendorong semakin luasnya penggunaan bahasa asing, terutama dalam sektor bisnis, pariwisata, dan media digital. Oleh karena itu, kebijakan bahasa perlu diarahkan bukan untuk menolak bahasa asing, melainkan menempatkan Bahasa Indonesia sebagai bahasa utama sesuai amanat konstitusi, sementara bahasa asing digunakan secara proporsional sebagai pelengkap dalam komunikasi internasional.

Pembahasan

Kendala Penggunaan Bahasa Indonesia di Ruang Publik

Penggunaan Bahasa Indonesia di ruang publik merupakan amanat Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 dan Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019. Namun, implementasinya masih menghadapi berbagai kendala yang menyebabkan Bahasa Indonesia belum sepenuhnya menjadi bahasa utama di ruang publik. Berikut uraian kendala beserta contoh yang relevan.

1. Dominasi Penggunaan Bahasa Asing

Kendala yang paling sering dijumpai adalah penggunaan bahasa asing, terutama bahasa Inggris, pada papan nama usaha, pusat perbelanjaan, hotel, restoran, apartemen, dan kawasan bisnis. Banyak pelaku usaha beranggapan bahwa bahasa asing lebih modern, bergengsi, dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi.

Contoh:

- * Coffee Shop lebih sering digunakan daripada Kedai Kopi.
- * Food Court daripada Pusat Kuliner atau Pusat Makan.
- * Grand Opening daripada Pembukaan Resmi.
- * Sale atau Big Sale daripada Obral atau Diskon.

Akibatnya, Bahasa Indonesia kurang mendapat tempat sebagai bahasa utama di ruang publik.

2. Rendahnya Kesadaran Berbahasa

Sebagian masyarakat dan pelaku usaha belum menyadari pentingnya penggunaan Bahasa Indonesia sesuai kaidah. Mereka lebih mengutamakan aspek pemasaran daripada kepatuhan terhadap aturan kebahasaan.

Contoh:

- * Nama toko menggunakan bahasa asing tanpa padanan bahasa Indonesia.
- * Brosur promosi lebih banyak menggunakan istilah asing, padahal tersedia padanan dalam Bahasa Indonesia.

Kondisi ini menunjukkan bahwa fungsi Bahasa Indonesia sebagai identitas nasional belum sepenuhnya dipahami.

3. Pengaruh Globalisasi dan Teknologi Digital

Globalisasi mempercepat masuknya istilah-istilah asing melalui media sosial, internet, film, musik, dan aplikasi digital. Banyak istilah tersebut kemudian digunakan dalam ruang publik tanpa penyesuaian.

Contoh:

- * Check in menggantikan Daftar Masuk.
- * Live Music menggantikan Musik Langsung.
- * Cashless menggantikan Nontunai.
- * Self Service menggantikan Layanan Mandiri.

Penggunaan istilah asing secara berlebihan dapat mengurangi peran Bahasa Indonesia dalam komunikasi publik.

4. Campur Kode (Code Mixing)

Fenomena campur kode terjadi ketika Bahasa Indonesia dicampur dengan bahasa asing dalam satu kalimat. Fenomena ini banyak ditemukan pada media sosial, iklan, dan promosi.

Contoh:

- * "Weekend ini ada special discount"
- * "Yuk upgrade pengalaman belanjamu."
- * "Nikmati free Wi-Fi di area kami."

Penggunaan campur kode yang berlebihan menyebabkan masyarakat terbiasa menggunakan istilah asing meskipun tersedia padanan dalam Bahasa Indonesia.

5. Kurangnya Pengawasan terhadap Regulasi

Pemerintah telah menetapkan aturan mengenai penggunaan Bahasa Indonesia di ruang publik. Namun, pengawasan dan penegakannya belum berjalan secara konsisten sehingga masih banyak pelanggaran.

Contoh:

- * Nama gedung hanya menggunakan bahasa asing.
- * Reklame dan baliho menggunakan bahasa asing tanpa disertai Bahasa Indonesia.

Kondisi ini menunjukkan bahwa regulasi belum sepenuhnya diterapkan secara efektif.

6. Kurangnya Pengetahuan tentang Kaidah Bahasa Indonesia

Sebagian penulis papan informasi, baliho, atau media promosi belum memahami kaidah ejaan dan tata bahasa yang benar.

Contoh:

- * Penulisan huruf kapital yang tidak tepat.
- * Kesalahan penggunaan tanda baca.
- * Kesalahan penulisan kata baku, misalnya /ijin/ (seharusnya izin) dan /resiko/ (seharusnya risiko).

Kesalahan tersebut dapat menurunkan kualitas penggunaan Bahasa Indonesia di ruang publik.

7. Pengaruh Bahasa Daerah dan Dialek Lokal

Di beberapa daerah, penggunaan bahasa daerah lebih dominan daripada Bahasa Indonesia dalam komunikasi maupun informasi publik. Di satu sisi, hal ini merupakan bagian dari pelestarian budaya. Namun, apabila digunakan tanpa Bahasa Indonesia, informasi dapat sulit dipahami oleh masyarakat dari daerah lain.

Contoh:

Papan informasi di kawasan wisata hanya menggunakan bahasa daerah tanpa terjemahan Bahasa Indonesia sehingga pengunjung dari luar daerah mengalami kesulitan memahami informasi tersebut.

8. Pertimbangan Ekonomi dan Pemasaran

Sebagian pelaku usaha memilih bahasa asing karena dianggap lebih menarik bagi konsumen, terutama generasi muda dan wisatawan.

Contoh:

- * Nama apartemen: *Sky Residence*.
- * Nama pusat kebugaran: *Fitness Center*.
- * Nama perumahan: *Green Valley Residence*.

Padahal, penggunaan nama berbahasa Indonesia tetap dapat memiliki daya tarik apabila dikemas secara kreatif.

Kendala penggunaan Bahasa Indonesia di ruang publik tidak hanya berasal dari aspek kebahasaan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor sosial, budaya, ekonomi, dan globalisasi. Bahasa asing memang memiliki fungsi penting dalam komunikasi internasional, tetapi penggunaannya di ruang publik sebaiknya tidak menggeser kedudukan Bahasa Indonesia sebagai bahasa negara. Sesuai Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 dan Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019. Bahasa Indonesia harus menjadi bahasa utama, sedangkan bahasa asing dapat digunakan sebagai pelengkap bila diperlukan, misalnya untuk melayani wisatawan atau komunikasi internasional.

KESIMPULAN

Bahasa Indonesia merupakan identitas nasional yang wajib digunakan sebagai bahasa utama di ruang publik sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Meskipun implementasinya telah berjalan pada berbagai sektor, penggunaan bahasa

asing secara berlebihan masih menjadi tantangan. Oleh sebab itu, diperlukan kerja sama antara pemerintah, dunia usaha, lembaga pendidikan, media, dan masyarakat untuk mewujudkan ruang publik yang mengutamakan Bahasa Indonesia secara baik, benar, dan bermartabat.

DAFTAR RUJUKAN

- Alwi, H., dkk. (2017). *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Chaer, A. (2015). *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kridalaksana, H. (2011). *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Republik Indonesia. (2009). "Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara serta Lagu Kebangsaan".
- Republik Indonesia. (2019). "Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia".
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tarigan, H. G. (2015). *Pengajaran Semantik*. Bandung: Angkasa.