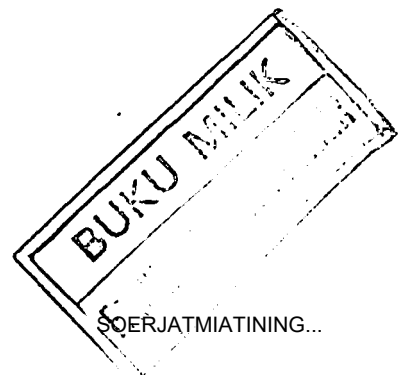


BAB III

TEMUAN DATA DAN ANALISIS

Penelitian ini pada dasarnya ingin mengungkapkan secara deskriptif tentang pelaksanaan gerakan pengindonesiaan istilah asing di Surabaya oleh Pemerintah Kodya Dati II Surabaya. Gerakan tersebut merupakan suatu gerakan yang dapat dikategorikan sebagai gerakan penertiban penggunaan BI. Sama halnya dengan gerakan penertiban yang lain, gerakan ini juga menggunakan tindakan-tindakan yang di nilai kurang etis. Petugas yang menertibkan pun salah satunya dari instansi bagian pengawasan dan penertiban yaitu Satuan Polisi Pamong Praja, yang selanjutnya disebut dengan singkatan Sat. Pol. PP. yang mempunyai tugas utama untuk mengamankan semua kebijakan Wali Kotamadya Surabaya.

Namun dalam hal ini yang lebih banyak terkena langsung dari gerakan pengindonesiaan istilah asing adalah pihak pengusaha sebagai pemilik tempat usaha yang menggunakan istilah asing pada nama dan identitas perusahaannya. Sebenarnya nama dari perusahaan itu sudah menggunakan nama dengan BI, tapi identitas bentuk usahanya banyak yang menggunakan istilah asing. seperti furniture, shoes, stationary, service, dan sebagainya. Sebutan identitas bentuk usaha yang beristilah asing inilah yang menjadi sasaran utama untuk mengindonesiakan istilah asing dalam gerakan tersebut.



Banyak perusahaan yang kemudian mengganti kata-kata yang beristilah asing tersebut ke dalam BI. Akan tetapi karena penggantian tersebut bersifat “terpaksa” sehingga banyak ditemukan penyimpangan dalam penggantian tersebut, terhadap BI itu sendiri. Namun banyak juga perusahaan yang merasa kurang cocok pada padanan dalam BI sehingga mereka tidak menyertakan identitas bentuk usaha ke dalam papan/reklamenya. Ada juga yang membiarkan papan nama/reklamenya terdapat coretan dari pihak pemerintah daerah.

Sebenarnya pihak pemerintah sendiri, dalam hal ini yang mendapat tugas adalah P3B, telah menyusun sebuah buku sebagai pegangan, yaitu Pedoman Pengindonesiaan Nama dan Kata Asing. Namun buku tersebut, yang seharusnya menjadi pegangan untuk menertibkan penggunaan bahasa asing pada papan nama/reklame perusahaan ternyata tidak dipegang secara langsung (dimiliki) oleh instansi-instansi yang bertugas dalam gerakan pengindonesiaan istilah asing tersebut. Hal tersebut mengakibatkan arah dari gerakan ini menjadi kurang tepat, maksudnya ada beberapa penyimpangan dari arah yang sebenarnya.

Adapun topik mengenai pelaksanaan gerakan pengindonesiaan istilah asing ini diaplikasikan melalui pelaksanaan pencoretan dan penggantian papan nama/reklame perusahaan beristilah asing di Surabaya. Sebagian besar topik-topik yang ada menyangkut keadaan perusahaan, pengusaha dan kedudukan pemerintah. Pembahasan mengenai topik pelaksanaan gerakan pengindonesiaan istilah asing akan diperdalam pada sub-pembahasan hasil dan evaluasi pelaksanaan gerakan tersebut.

Data-data yang berupa tulisan pada papan nama/reklame perusahaan dan keterangan dari pengusaha atau pengelola perusahaan dan pemerintah Kota Dati II Surabaya tersebut akan diklasifikasikan dalam beberapa bagian analisis yang disesuaikan dengan pokok permasalahannya. Adapun klasifikasi ini didasarkan adanya penyimpangan-penyimpangan yang terjadi pada pelaksanaan gerakan pengindonesiaan istilah asing. Sehingga hasil dari gerakan tersebut dapat di evaluasi dan selanjutnya dapat diketahui dampaknya pada BI itu sendiri.

3.1 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pelaksanaan Gerakan Pengindonesiaan Istilah Asing di Surabaya

Sebagaimana yang telah diketahui bahwa bahasa juga dipandang sebagai sistem sosial. Bahasa yang dianggap sebagai sistem sosial tersebut dalam penggunaannya tidak hanya ditentukan oleh faktor-faktor linguistik saja tetapi juga faktor-faktor non linguistik antara lain faktor sosial (Suwito, 1983: 3). Adapun faktor-faktor sosial tersebut meliputi status sosial, tingkat pendidikan, tingkat ekonomi, usia dan jenis kelamin.

Berkaitan dengan pandangan tersebut dapat diketahui bahwa bahasa yang digunakan seseorang akan dipengaruhi oleh faktor linguistik (kebahasaan) maupun faktor sosial. Dalam kondisi masyarakat yang dinamis maka penggunaan bahasa pada masyarakat tersebut akan selalu terjadi perubahan yang dinamis maka penggunaan bahasa pada masyarakat tersebut akan selalu terjadi perubahan sesuai dengan kondisi masyarakatnya. Hal tersebut justru menimbulkan kekhawatiran pemerintah sebagai

pihak penguasa dalam mengendalikan masyarakat. Dengan alasan untuk menjaga nasionalisme bangsa agar tetap utuh dan selaras dengan pembangunan bangsa (sesuai dengan kehendak pemerintah), maka salah satu alat yang digunakan pemerintah untuk kepentingan tersebut adalah bahasa.

Munculnya berbagai istilah asing terutama bahasa Inggris pada tempat-tempat umum yang banyak dikunjungi oleh masyarakat umum, menjadikan kekhawatiran pemerintah akan lunturnya jati diri pada BI sebagai bahasa nasional. Oleh karena itu, pemerintah mengantisipasi dengan mengadakan gerakan pengindonesiaan istilah asing. Akan tetapi pelaksanaan dari gerakan tersebut tidak berjalan dengan lancar. Hal tersebut karena banyak faktor yang mempengaruhi pelaksanaan gerakan pengindonesiaan istilah asing. Faktor tersebut ada dari dalam pihak pemerintah itu sendiri, tapi ada juga dari luar pihak pemerintah.

3.1.1 Faktor dari Dalam Pemerintah

Pemerintah yang dimaksud di sini adalah pemerintah daerah, yaitu pemerintah Kodya Dati II Surabaya. Hal ini karena sesuai dengan pasal 11 ayat 1 Undang-Undang Nombr 5, tahun 1974. menyatakan bahwa titik berat otonomi daerah diletakkan pada Daerah Tingkat II. Jadi realisasi dari hampir semua peraturan yang dibuat pemerintah itu dijalankan oleh Pemerintah daerah Tingkat II. Dari peraturan tersebut secara otomatis merupakan perintah untuk melaksanakan/memberlakukan peraturan tersebut pada daerahnya.

Demikian halnya dengan pelaksanaan pengindonesiaan istilah asing juga atas dasar surat yang dikeluarkan oleh Menteri Dalam Negeri, Nomor 434/1021/SJ, Nomor 434/1261/SJ, dan Nomor 434/1864/SJ yang semuanya tentang penertiban bahasa asing. Atas dasar surat tersebut Walikota Surabaya melaksanakan gerakan pengindonesiaan istilah asing dengan menunjuk Kantor Sosial Politik sebagai koordinatonya, karena dalam Surat Menteri Dalam Negeri tersebut juga melimpahkan wewenang pelaksanaannya kepada Direktorat Jendral Sosial Politik.

Sebenarnya tugas utama dari Kantor Sosial Politik adalah di bidang sosial politik dalam melaksanakan penyelenggaraan dan pembinaan politik dalam negeri, pembinaan kesatuan bangsa dan ideologi Pancasila sebagai pelaksanaan GBHN berdasarkan Undang-Undang Dasar 1945. Jadi Pemerintah menganggap masalah penertiban bahasa asing tersebut adalah masalah sosial politik, oleh karena itu tugas tersebut dibebankan pada Kantor Sosial Politik. Selanjutnya untuk memperkuat tugas tersebut Kantor Sosial Politik dibantu oleh pengamanan dan penertiban peraturan daerah yaitu Sat. Pol. PP, karena begitu dikeluarkan suatu peraturan daerah maka secara otomatis Sat. Pol. PP akan menjalankan tugas penertiban terhadap hal-hal yang bertentangan atau melanggar peraturan tersebut.

Seperti halnya penertiban lainnya. maka gerakan pengindonesiaan istilah asing inipun dilakukan dengan cara yang dianggap pengusaha agak kasar, yaitu dengan mencoret begitu saja tanpa ada kompromi ketika melihat tulisan yang menggunakan istilah asing pada papan nam.reklame suatu perusahaan. Bahkan ada

pula yang langsung mencopoti dengan cara mendongkel plat tulisan papan nama/reklame tersebut.

Hal inilah yang membuat masyarakat menjadi kurang simpati pada pemerintah daerah setempat. Banyak pengusaha membiarkan papan nama/reklamena ada corat-coretannya. Namun ada pula beberapa perusahaan yang mencopoti plat tulisan pada papan nama/reklamena sendiri, agar tidak lebih banyak dirugikan. meski harus mengeluarkan biaya yang tidak sedikit.

Sat. Pol. PP sebagai petugas penertiban peraturan daerah, memang sudah terbiasa dengan sikapnya sebagai penguasa dalam menertibkan peraturan daerah tersebut. Sebenarnya tugas Sat. Pol. PP bersifat prefentif non yudisial. yaitu sebagai penengah atau penyidik awal suatu tindak pidana sipil sebelum dibawa ke Sidang Pengadilan. Meskipun demikian, semestinya penertiban bahasa Inggris sewenang-wenang. Kalaupun memang sudah berulang kali diberi peringatan dan perusahaan tersebut masih *belum* mengganti sesuai dengan yang dikehendaki pemerintah. barulah di tindak sebagai tindakan pidana sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Gerakan penertiban bahasa asing tersebut sepatutnya juga didukung oleh instansi-instansi pemerintah daerah. Lainnya, seperti dari Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Karena banyak tempat-tempat kursus yang masih menggunakan istilah asing pada papan namanya, dan hal tersebut mendapat izin dari Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Kotamadya Surabaya, tim penertiban bahasa asing kemudian juga merasa repot menangani hal ini.

Selain itu juga ada Panitia Pertimbangan Perizinan Reklame (P3R), yaitu staf teknis Wali kotamadya yang memberikan pertimbangan kepada Wali Kotamadya Surabaya atas permohonan izin pemasangan reklame jenis reklame papan (billboard). Panitia tersebut dibentuk berdasarkan Keputusan Wali Kotamadya Kepala Daerah Tingkat II Surabaya. Nomor 23, Tahun 1997, tentang Tata Cara Penyelesaian Izin dan Ketentuan Pelaksanaan Reklame di dalam Wilayah Kodya Dati II Surabaya.

Namun Panitia tersebut tidak memegang langsung (memiliki) Buku Pedoman Pengindonesiaan Nama dan Kata Asing yang diterbitkan oleh Departemen Pendidikan dan Kebudayaan agar digunakan sebagai acuan untuk menyeleksi istilah asing yang terdapat pada papan nama/reklame suatu perusahaan. Selanjutnya, gerakan pengindonesiaan istilah asing yang telah dijalankan oleh penertiban tersebut menjadi kurang terkontrol dan terarah

3.1.2 Faktor Luar Pemerintah

Gerakan pengindonesiaan istilah asing di Surabaya ini lebih banyak ditujukan pada papan-papan nama/reklame perusahaan. Karena hal tersebut adalah cara termudah mencari sasaran dalam melaksanakan program gerakan tersebut, sehingga banyak bidang lain yang kurang mendapat sorotan dalam gerakan pengindonesiaan istilah asing ini.

Salah satu contoh yang paling konkrit adalah bidang media massa, diantaranya adalah media cetak. Banyak perusahaan yang meski sudah mengganti papan nama/reklamnya ke dalam BI, akan tetapi dalam iklan media cetaknya masih

menggunakan istilah asing. Sehingga gerakan pengindonesiaan istilah asing ini menjadi sia-sia, karena kurang didukung oleh pihak media massa yang dapat berfungsi sebagai filter dari arus penggunaan bahasa asing yang telah meluas.

Namun di sisi lain pihak media massa juga tetap ingin memperoleh pemasukan dana yang lebih banyak. karena hal tersebut lebih banyak di dapat dari iklan. Sedangkan pihak perusahaan sendiri tidak mau kehilangan pelanggan (konsumen) dengan digantinya nama perusahaan tersebut ke dalam BI. Khawatir kalau pelanggan tersebut tidak mengetahui hal itu.

Selain itu di Surabaya terdapat banyak perusahaan asing yang sudah tentu mempunyai merek dagang, sehingga pihak pemerintah daerah tidak dapat memaksakan pelaksanaan gerakan pengindonesiaan istilah asing pada perusahaan yang sudah mempunyai merek dagang dari pusatnya. Hal ini juga dapat menghambat gerakan pengindonesiaan istilah asing tersebut.

Ada anggapan bahwa nama suatu perusahaan itu membawa keberuntungan (hoki) sendiri. Jadi kalau untuk mengganti nama tersebut tentunya Pada hal setiap perusahaan selalu mencari keberunttngan sebanyak-banyaknya. Oleh karena itulah berat bagi suatu perusahaan untuk mengganti nama yang sudah menjadi keberuntungan perusahaan tersebut.

Sedangkan untuk mengganti nama perusahaan, meski hanya pada papan nama/reklamenya saja, itu dibutuhkan biaya yang tidak sedikit. Memang untuk mengurus perizinan penggantian nama tersebut pemerintah daerah tidak memungut biaya, tapi pada papan nama/reklamenya (billboard) itu justru yang mengeluarkan

biaya banyak. Biasanya pihak perusahaan baru mengganti papan nama/reklamenya ketika mengurus perpanjangan izin pemasangannya. dalam hal ini yang dimaksud perizinan adalah ketika membayar pajak reklame tersebut. Sehingga ketika tim penertiban bahasa asing tersebut melaksanakan kegiatannya terhambat oleh izin yang masih berlaku pada perusahaan tersebut.

3.2 Hasil dan Evaluasi Pelaksanaan Pengindonesiaan istilah asing di Surabaya

Penelitian terhadap pelaksanaan pengindonesiaan istilah asing di Surabaya ini dilakukan secara bertahap, yaitu pada bulan September 1996 sampai dengan Agustus 1997 dan Bulan April sampai dengan September 1998. Hal tersebut dilakukan karena pelaksanaan pengindonesiaan istilah asing yang dilakukan pemerintah Kodya Dati II Surabaya dengan mencoret l dan mencopoti papan nama/reklame perusahaan tersebut tidak kontinu dan terus menerus, tapi juga bertahap sesuai dengan program yang telah ditentukan oleh tim gabungan penertiban bahasa asing.

Penelitian ini dilakukan secara bertahap karena dimaksudkan agar dapat mengevaluasi pelaksanaan pengindonesiaan istilah asing yang dilakukan oleh tim gabungan pemerintah Kodya Dati II Surabaya lebih jauh lagi. Karena untuk mengevaluasi suatu permasalahan tentunya setelah permasalahan tersebut dilakukan.

3.2.1 Hasil Penelitian Pelaksanaan Pengindonesiaan Istilah Asing di Surabaya

Pelaksanaan. pengindonesiaan. istilah asing di Surabaya dilakukan hampir diseluruh wilayah Surabaya Pusat, karena wilayah tersebut yang paling banyak

terdapat tempat-tempat umum yang dikunjungi masyarakat. Seperti pusat pertokoan dan perkantoran, rumah makan, tempat-tempat hiburan, dan sebagainya. Oleh karena itu penelitian ini memang lebih tepat kalau difokuskan pada wilayah Surabaya Pusat.

Banyak perusahaan yang terkena razia penertiban bahasa asing tersebut, tapi yang bersedia untuk menjadi responden hanya dua puluh perusahaan. Namun demikian hal tersebut sudah dapat dipergunakan untuk meneliti pelaksanaan pengindonesiaan istilah asing di Surabaya. Karena Penelitian ini hanya memberikan gambaran dan mengevaluasi pada pelaksanaan pengindonesiaan istilah asing yang dilakukan oleh pemerintah Kodya Dati II Surabaya.

Dua puluh perusahaan tersebut terdiri dari bidang usaha, yaitu jasa penjaitan (tailor), kontraktor, mebel, pusat perbelanjaan, rumah makan, studio foto, tempat hiburan, tempat perbaikan (servis), toko alat-alat tulis dan kantor, toko alat-alat olahraga, toko sepatu, dan usaha dagang (toko diesel). Pemilik atau pengelola perusahaan tersebut hampir seluruhnya laki-laki, hanya satu perusahaan saja yang dipimpin seorang wanita, rata-rata usia pengelola perusahaan tersebut dibawah 45 tahun, hanya ada tujuh pengelola yang berusia diatas 45 tahun.

Selanjutnya hasil temuan data akan digambarkan melalui tabel yang diperoleh peneliti dari hasil penyebaran angket.

Data Pemilik/Pengelola Perusahaan**Tabel 1. Suku Bangsa Pemilik/Pengelola Perusahaan**

Suku Bangsa	Jumlah	Keterangan
Jawa	8 orang	Sikh (India)
WNI Keturunan	11 orang	
Lain-lain	1 orang	

Tabel 2. Tingkat Pendidikan pemilik/Pengelola Perusahaan

Pendidikan	Jumlah
SMP	3 orang
SMA	7 orang
Perguruan Tinggi	10 orang

Tabel 3. Bahasa yang dikuasai Selain BI

Bahasa yang dikuasai	Bahasa Asing				Bahasa Daerah Jawa
	Inggris	Mandarin	Arab	India	
Jumlah	12 org.	10 org.	1 org.	1 org.	9 orang

Tabel 4. Tahun Berdiri Perusahaan

Tahun berdiri	Jumlah
Dibawah Tahun 1980	6
Tahun 1980 -1990	9
Diatas Tahun 1990	5

Melihat tabel hasil dari angket yang telah masuk tersebut dapat dijelaskan bahwa permasalahan tersebut lebih banyak dimiliki dan dikelola oleh warga keturunan Cina (WNI Keturunan) dari pada suku Jawa. Namun demikian tingkat pendidikan mereka cukup tinggi karena separuhnya lulusan perguruan tinggi. Oleh karena itu bahasa asing yang dikuasai juga lebih banyak, yaitu bahasa Inggris, selain itu juga bahasa Mandarin. Sehingga mereka cenderung menggunakan bahasa asing (terutama bahasa Inggris) untuk nama dan identitas perusahaannya.

Kebanyakan perusahaan tersebut berdiri antara tahun 1980 sampai dengan tahun 1990, yaitu ketika arus globalisasi dan informasi lebih banyak masuk ke Indonesia. Namun ada juga yang dibawah tahun 1980, sehingga pengelola sekarang adalah anak dari pemilik yang pertama yang tetap ingin mempertahankan nama yang diberikan oleh orang tuanya (nama yang pertama kali digunakan).

Sebelum ada gerakan pengindonesiaan istilah asing di Surabaya, hampir tidak ada perusahaan yang mengganti namanya dengan alasan untuk mengindonesiakan nama perusahaan yang beristilah asing tersebut. Hanya ada dua perusahaan, itupun karena pemiliknya berpindah tangan dan tidak dalam istilah BI. Dan setelah ada gerakan pengindonesiaan istilah asing ini tidak semua perusahaan segera mengganti papan nama/reklamenya kedalam BI. Hanya sembilan perusahaan dari hasil angket yang mengganti papan nama/reklamenya, dan yang diganti secara menyeluruh hanya satu perusahaan. Namun ternyata dari sembilan perusahaan yang sudah mengganti papan nama/reklamenya tersebut sudah ada perusahaan yang kembali mengganti dengan nama asing. Alasannya bahwa nama yang baru (dalam BI) tidak memberi

keberuntungan (hoki) dan dengan diganti dalam BI banyak pelanggan yang datang dari negara asing yang kurang yakin pada tempat yang dikunjungi tersebut, meski secara operasional tidak ada yang diganti. Tentunya tersebut tanpa sepengetahuan pihak pemerintah Kodya Dati II Surabaya.

Sembilan perusahaan yang mengganti papan nama/reklamenya ke dalam BI tidak semuanya sesuai dengan BI yang baik dan benar. Hanya ada tiga perusahaan yang merasa namanya sudah sesuai dengan BI yang baik dan benar. Sehingga perusahaan lainnya yang sudah diganti ke dalam BI tersebut belum sesuai dengan BI yang baik dan benar. Alasannya karena mereka sebenarnya ingin mempertahankan nama dan identitas dengan istilah asing tersebut. Oleh karena itu mereka tidak mengganti nama perusahaan tersebut dengan menyeluruh. Jadi hanya pada papan nama/reklamenya yang terletak diluar ruangan.

Pelaksanaan pengindonesiaan istilah asing pada papan nama/reklame itu ada dasarnya, yaitu ada di dalam Peraturan Daerah, Nomor 21, Tahun 1995, tentang Pajak Reklame. Namun sedikit perusahaan yang tahu tentang peraturan daerah tersebut dan dari hasil angket hanya delapan perusahaan yang tahu ada peraturan tentang penggunaan BI pada papan nama/reklame perusahaan, tetapi tidak tahu pada peraturan daerah yang mana. Sehingga mereka menganggap tidak ada sanksi dari penertiban tersebut, sedangkan gerakan pengindonesiaan istilah asing dengan mencoret dan mencopot papan nama/reklame dianggap mempunyai maksud-maksud tertentu. tidak sekedar untuk melestarikan BI sesuai dengan tujuan semula. Oleh karena itu tidak banyak perusahaan yang segera mengganti papan nama/reklamenya ke

dalam BI. Pada hal menurut pasal 27 ayat 1. Peraturan Daerah Nomor 21. Tahun 1995, ada sanksi terhadap pelanggaran ketentuan pasal 6 ayat 1 dan 2, Peraturan Daerah Nomor 21. Tahun 1995. tentang penggunaan BI pada papan nama/reklame, yaitu pidana kurungan selama-lamanya tiga bulan atau denda sebanyak-banyaknya Rp.50.000 (Lima Puluh Ribu Rupiah).

Selain itu gerakan pengindonesiaan istilah asing dengan mencoret dan mencopot papan nama/reklame tersebut. dianggap telah merugikan banyak perusahaan. Karena sudah tentu hal tersebut merusak papan nama/reklame yang untuk membuatnya diperlukan biaya yang tidak sedikit. Namun ada juga satu perusahaan yang merasa diuntungkan dengan adanya gerakan tersebut, karena merasa nama yang lama tidak membawa keberuntungan sehingga akhirnya banting setir dalam bentuk lain tapi pada bidang usaha yang sama. Selain itu ada sembilan perusahaan merasa tidak berpengaruh dengan adanya gerakan pengindonesiaan istilah asing tersebut. karena tidak berpengaruh pada omzet perusahaan.

Hasil angket tersebut selanjutnya akan di evaluasi sesuai dengan klasifikasinya masing-masing. yang juga disesuaikan dengan pokok permasalahannya.

3.2.2 Evaluasi Pelaksanaan Pengindonesiaan Istilah Asing di Surabaya

Pelaksanaan pengindonesiaan istilah asing yang diadakan oleh tim gabungan pemerintah Kodya Dati II Surabaya sasaran utamanya pada papan nama/reklame perusahaan. Sasaran tersebut dimaksudkan agar tempat-tempat umum yang sering

dikunjungi oleh masyarakat umum dapat dimengerti bahasanya menurut bidang usahanya. Pemerintah memandang banyak masyarakat awam yang belum tahu kalau pada suatu tempat terdapat tulisan “shoes” artinya adalah sepatu (dalam BI) jadi tempat itu adalah toko sepatu. Pemerintah menganggap kalau menggunakan tulisan toko sepatu maka seluruh kalangan masyarakat akan tahu tempat apa itu.

Alasan ke dua bahwa dalam BI sendiri sudah ada kata “toko sepatu”, jadi untuk lebih menghargai BI sebagai bahasa nasional dan menjadikan BI menjadi tuan rumah di negeri sendiri. Dalam hal ini memang lebih baik kalau kata yang sederhana dan sudah ada istilahnya dalam BI tetap menggunakan BI, karena hal tersebut juga tidak akan menurunkan gengsi dan omzet perusahaan.

Akan tetapi permasalahannya tidak sekedar itu. Apabila pemerintah memang ingin menertibkan penggunaan bahasa asing yang dianggap sudah keluar batas itu. haruslah bertindak yang tegas tapi bijaksana. Maksudnya peraturan yang dipergunakan untuk menertibkan penggunaan bahasa asing tersebut dikeluarkan oleh pemerintah pusat bukan pemerintah daerah, karena hal tersebut dapat dipergunakan sebagai dasar yang lebih kuat dan tidak diselewengkan oleh petugas penertiban. Selain itu, pelaksanaannya akan lebih merata di seluruh Indonesia.

Selain itu petugas penertiban bahasa asing semestinya juga tahu apa yang akan ditertibkan. Tidak hanya langsung menindak begitu tahu ada kesalahan tanpa mengoreksi lebih jauh. Contohnya langsung mencoret papan nama/reklame sebuah toko alat olahraga yang menggunakan identitas “sport” pada hal tidak jauh dari tempat tersebut juga ada toko alat olahraga yang juga menggunakan identitas “sport”

tapi tidak dicoret. Hal tersebut akan menimbulkan tanda tanya bagi pengusaha yang lain..

Tim penertiban ini juga tidak tahu dengan benar apakah yang di coret tersebut memang salah. Contohnya sebuah toko mesin yang menggunakan identitas dengan tulisan "diesel" pada papan nama/reklame perusahaannya. pada hal kata "diesel" dengan tulisan seperti itu sudah diterima dalam BI (menurut Buku Pedoman Pengindonesiaan Nama dan Kata Asing). Namun pemilik toko tersebut juga tidak tahu mengenai hal ini.

Salah satu langkah yang benar yang diambil oleh pemerintah Kodya Dati II Surabaya adalah dengan mempermudah proses perizinan pemasangan papan nama/reklame. Semula proses tersebut cukup panjang dan lama, yaitu dengan mengajukan surat permohonan ke Walikotamadya Surabaya yang kemudian dibawa ke bagian Perekonomian untuk memperoleh rekomendasi ke Kantor Sosial Politik Kodya Dati II Surabaya. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Kotamadya Surabaya, bagian Pemerintahan, Dinas Pendapatan Daerah Kotamadya Surabaya, dan Polwiltabes Surabaya. Selanjutnya jawaban dari rekonmendasi tersebut dibawa kembali kebagian perekonomian, baru setelah itu izinnya keluar dalam hal ini secara formal tidak dipungut biaya, akan tetapi kalau tidak ada tip atau "amplop" maka izin tersebut akan sulit atau lama sekali keluarnya.

Sekarang proses tersebut dipermudah, yaitu dengan mengambil blangko/formulir di Dinas Pendapatan Daerah Kodya Dati II Surabaya lalu di isi dan diserahkan langsung ke lokemnya, izin dapat dikeluarkan hanya dengan satu hari saja

dan disertai dengan membayar pajak. Kalau duuya izin dikeluarkan baru pada akhir berlakunya izin tersebut perusahaan membayar pajak reklame, tapi sekarang pajak di.bayar langsung bersama dengan keluarnya izin tersebut. Namun itu hanya untuk papan nama/reklame yang ukurannya kecil dan sederhana, tapi untuk papan nama/reklame yang ukurannya besar dan rumit ada penanganan khusus. Penanganan khusus ini ialah setelah mengisi dan menyerahnya formulir, selanjutnya izin tersebut dibawa ke P3R untuk diputuskan perizinannya.

Dalam proses perizinan tersebut. pemilik atau pengelola perusahaan harus menyerahkan Kartu Tanda Penduduk, Surat Keterangan Pemilik Persil, Desain reklame, Denah lokasi dan Foto lokasi. Pada desain reklame tersebut oleh tim P3R. dalam hal ini yang diberi wewenang untuk mengesahkan adalah Dinas Pertamanan (selaku Ketua Tim P3R). akan dapat diketahui bahasa yang dipergunakan pada papan nama/reklame tersebut. Akan tetapi sayangnya pihak Dinas Pertamanan tidak memegang secara langsung (memiliki) Buku Pedoman Pengindonesiaan Nama dan kata Asing sebagai acuan untuk mengesahkan izin tersebut. Pihak Dinas Pertamanan hanya menggunakan pengetahuannya sendiri dalam menentukan kesalahan bahasa yang digunakan pada papan nama/reklame tersebut. Dan apabila kesulitan menemukan padanannya dalam BI. maka tidak jarang langsung disahkan begitu saja bahasa yang dipergunakan dalam desain papan nama/reklame tersebut. Di sinilah letak kelemahan pihak pemerintah dalam mengatasi permasalahan tersebut, sehingga hal ini dapat menimbulkan kecemburuan dan prasangka buruk masyarakat terutama pengusaha terutama pada pemerintah.

Selain itu, untuk proses izin papan nama/reklame yang sederhana memang dapat selesai dalam satu hari. Tapi untuk papan nama/reklame yang ukurannya besar dan rumit proses izinnya memakan waktu sampai satu minggu karena tim P3R mengadakan pertemuan rutin hanya pada hari Selasa dan Kamis. Sedangkan pihak perusahaan ada yang membutuhkan waktu secepatnya agar izin segera keluar dan papan nama/reklame tersebut dapat segera dipasang. Biasanya untuk hal semacam ini pihak perusahaan menyerahkan permasalahan tersebut pada biro jasa reklame. Dan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut pihak biro reklame bekerja sama dengan personil-personil (pejabat pemerintah daerah) dalam tim P3R tersebut. Dapat dikatakan bahwa biro-biro reklame mempunyai rekan kerja dalam tim P3R yang menentukan izin pemasangan papan nama/reklame. Dan untuk hal ini semuanya tidak gratis, jadi ada istilah "tahu sama tahu". Dan hal semacam itu menurut pihak biro reklame adalah suatu hal yang wajar dalam dunia bisnis. Tapi ketika hal tersebut disampaikan kepada pejabat yang bersangkutan, hal itu disangkalnya dan mengatakan kalau itu ada maka yang melakukan tersebut adalah oknum.

Hal tersebut sudah tentu akan menimbulkan penyimpangan- penyimpangan dari tujuan yang semula baik menjadi tidak baik. Sehingga anggapan dan prasangka buruk akan muncul dalam masyarakat terutama pengusaha terhadap citra pemerintah.

Dalam pelaksanaan pengindonesiaan istilah asing itu juga semestinya tidak perlu dengan mencoret dan mencopot begitu saja papan nama/reklame, karena dari hasil penelitian diperoleh keterangan dari pihak pengelola perusahaan bahwa tindakan yang dilakukan tersebut agak kasar, sehingga menimbulkan sikap kurang simpati

masyarakat terhadap pemerintah. Selain itu juga merusak keindahan kota dengan adanya coretan-coretan pada papan nama/reklame yang terpampang di jalan-jalan raya.

Hal lain yang menyimpang dalam pelaksanaan pengindonesiaan istilah asing adalah direrimanya “amplop” (dalam arti uang suap) yang diberikan oleh pihak perusahaan yang tidak mau papan nama/reklamennya terdapat coretan atau dicopot dengan kasar oleh tim penertiban tersebut pelaksanaan pengindonesiaan istilah asing ini sudah tidak sesuai lagi pada tujuan semula. Hal tersebut karena untuk pelaksanaan gerakan tersebut memang tidak anggaran khusus dari pemerintah Kodya Dati II Surabaya untuk tim penertiban tersebut. Anggaran yang diberikan, disebut dengan honor, hanyalah cukup untuk makan siang saja. Jadi karena anggarannya terbatas, ketika anggaran tersebut habis dan tidak ada anggaran baru lagi maka pelaksanaan penertiban bahasa asing tersebut juga berhenti, dan baru terlaksana kembali setelah ada anggarannya.

Ada juga papan nama/reklame yang tidak dicoret atau dicopot oleh tim penertiban bahasa asing, padahal papan nama/reklame tersebut sangat jelas menggunakan bahasa asing, sedangkan hampir seluruh tempat disekitarnya terkena razia gerakan tersebut. Hal ini tentunya akan menimbulkan tanda tanya. Dari hasil penelitian diperoleh informasi bahwa pemilik perusahaan tersebut ada hubungannya dengan pihak pejabat pemerintah. Sehingga gerakan penertiban tersebut tidak adil dan merata. Andaikata terpaksa harus dicoret, seharusnya dicoret dengan baik, tidak dengan sembarangan, atau diberi batas waktu untuk memperbaiki sesuai yang

dikehendaki pemerintah. Selain itu ada petugas yang bersedia menerima “amplop” dari pihak perusahaan, menurut pejabat pemerintah Kodya Dati II Surabaya itu adalah oknum. Namun tidak mengelak adanya tindakan tersebut pada saat dilapangan. Lain halnya dengan pihak pengusaha sebagai pengelola perusahaan, karena ingin mempertahankan nama lama yang sudah populer di masyarakat, maka segala cara mereka tempuh. Seperti membiarkan papan nama/reklamenya ada coretan-coretannya, atau melepas sendiri identitas pada papan nama/reklame tersebut agar terlihat lebih rapi. Ada juga yang mengganti nama perusahaannya hanya pada bentuk tapi bunyinya sama, contohnya kata "Princess" ditulis dengan "P-R-I-N-S-E-S", kata “Service” ditulis dengan “S-E-R-V-I-S” dan kata “Double” ditulis dengan “D-O-B-E-L”. Namun hal tersebut kemudian dibenarkan oleh pemerintah Kodya Dati II Surabaya. Pada hal itu tidak benar dan tidak ada dalam Kamus Besar BI atau Buku Pedoman Pengindonesiaan Nama dan Kata Asing.

Selain itu juga ada beberapa kata yang sebenarnya sudah diterima dalam BI dan masuk dalam Kamus BI dan Buku Pedoman Pengindonesiaan Nama dan Kata Asing, yaitu kata "Tailor" dan penulisan "Diesel". Tapi kata-kata tersebut juga dicoret oleh tim penertiban bahasa asing. Hal ini menunjukkan bahwa tim penertiban tersebut sebelumnya belum pernah memperoleh pengarahan tentang BI itu sendiri. Sedangkan pemilik perusahaan tersebut juga tidak tahu mengenai hal ini.

Juga mengenai kaidah dalam tata bahasa Indonesia banyak yang tidak memperhatikan bahwa BI menganut hukum DM (Diterangkan- Menerangkan). Meski nama dan identitas perusahaan sudah diganti dalam BI tapi masih banyak yang

menggunakan hukum MD (Menerangkan-Diterangkan) pada papan nama/reklame. Seperti dari kata "Double A Shoes" diganti menjadi "Doble A Toko Sepatu". Mengenai penggantian nama perusahaan dari hasil penelitian ada pada lampiran tersendiri.

Sebenarnya perusahaan yang dicoret papan nama/reklamanya itu sudah memperoleh izin resmi dari pemerintah Kodya dati II Surabaya dari masih berlaku ketika ada gerakan penertiban bahasa asing tersebut, dan hal itu secara hukum bisa dituntut, tapi pihak perusahaan takut dianggap membangkang dan mengganggu hal tersebut sia-sia karena bagaimanapun akan kalah bila berhadapan dengan pemerintah sebagai penguasa. Selain itu tindak pencoretan dan pencopotan papan nama/reklame perusahaan yang dilakukan oleh tim penertiban bahasa asing sebenarnya bukan merupakan sanksi, karena hal tersebut tidak disebutkan dalam suatu peraturan. Dan mereka juga tidak mau repot- repot dengan usaha yang kemungkinannya sis-sia.

Seharusnya dalam menangani hal ini hendaknya pemerintah bertindak lebih tegas dan terutama lebih bijaksana, yaitu untuk nama yang sudah mendapat izin tidak dipaksa mengganti, tapi tetap diarahkan dan dibina terus dalam arti selalu diminta untuk menggantinya dengan memberi alternatif lain yang lebih tepat dan sesuai. Sedangkan untuk yang akan mengajukan izin baru dapat ditekankan untuk menggunakan BI tapi yang sesuai dengan kaidah tata bahasa Indonesia. Jadi pelaksanaan pengindonesiaan istilah asing nantinya akan dapat diterima oleh masyarakat umum.

Pada pelaksanaan pengindonesiaan istilah asing tersebut pemerintah Kodya Dati II Surabaya telah mengantisipasinya dengan membuat Peraturan Daerah. Nomor 21. Tahun 1995. Meskipun Peraturan Daerah tersebut dibuat pada bulan Mei 1995. akan tetapi Surat Keputusan untuk memberlakukannya baru turun pada tanggal 1 Juli 1997. Hal tersebut disebabkan lamanya proses pengesahan dari Direktorat Jendral Pemerintahan Umum dan Otonomi Daerah, menurut informasi dari pejabat Pemerintah Daerah Kodya Surabaya. itu tergantung dari isi "amplop" yang diberikan kepada Direktorat Jendral Pemerintahan Umum dan Otonomi Daerah. Kalau isi "amplop" -nya banyak maka pengesahan peraturan tersebut. juga akan cepat turun. Disinilah letak harga bahasa itu bagi pejabat pemerintah. Masyarakat diminta untuk lebih menghargai bahasa nasionalnya sendiri. sedangkan pejabatnya justru mempergunakannya sebagai komoditas industri.

Selain itu penertiban bahasa asing seharusnya bukan hanya pada bahasa Inggris saja, karena banyak bahasa asing lain yang juga tumbuh menjamur pada papan nama/reklame perusahaan. Seperti bahasa Cina (Mandarin) pada toko-toko obat, bahasa Arab pada toko-toko alat ibadah dan bahasa Itali pada rumah makan masakan Eropa. Disinilah salah satu letak tidak meratanya pemerintah dalam melaksanakan pengindonesiaan istilah asing.

Sebenarnya dalam pelaksanaan pengindonesiaan istilah asing tersebut, kalau yang diubah hanya bentuknya sementara semangatnya tidak dibenahi hasilnya hanyalah formalitas. Dan jika suatu saat pemerintahan ini mengalami pergantian maka akan kembali ke asalnya lagi, seperti sebelum ada perubahan atau sebelum ada

gerakan pengindonesiaan istilah asing. Hal tersebut sudah terjadi pada masa reformasi sekarang ini, yaitu ada beberapa perusahaan yang telah mengganti lagi nama dan identitasnya dalam bahasa asing. Pada hal dulunya perusahaan tersebut menjadi contoh lilituk perusahaan-perusahaan yang lain.

Pengaruh bahasa asing terhadap perkembangan BI tidak hanya tergantung pada sikap masyarakat penuturnya, tapi juga pada moral dan mental dari pejabat pemerintahnya. Kalau proyek penertiban bahasa asing itu didasari dengan kerelaan, maka tidak akan ada pamrih dari pelaksanaan tersebut. Sehingga proyek tersebut bukan sekedar sebagai komoditas yang merupakan hasil rekayasa profesional pemerintah, tetapi benar-benar untuk usaha pembinaan dan pengembangan BI. Seakan-akan kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah adalah untuk kepentingan masyarakat, padahal itu semua lebih ditujukan untuk kepentingan pemerintah itu sendiri.

Namun tidak hanya mental dari pejabatnya saja, mental dari masyarakat terutama pengusaha di Indonesia juga perlu dibenahi. Banyak produk buatan Indonesia yang menggunakan istilah asing, seperti produk sampo, deterjen, sabun mandi, mentega, dan sebagainya. Contohnya : Sunsilk, Clear, So Klin (dari tulisan Clean), lifebuoy, Lux, Blue Band.

Mungkin nama-nama dengan istilah Indonesia kurang bonafid untuk digunakan sebagai nama produk yang memerlukan pemasaran lebih luas. Tapi mental masyarakat kita juga lebih menyukai produk-produk yang berbau asing, maka untuk menyiasatinya pengusaha tersebut menggunakan nama dengan istilah asing.

Jadi, sepertinya pelaksanaan pengindonesiaan asing ini sangat sulit untuk di laksanakan apabila mental dari masyarakat dan pemerintahnya tidak dibenahi terlebih dahulu.

3.3 Dampak Pelaksanaan Pengindonesiaan Istilah Asing Terhadap Perkembangan Bahasa Indonesia

BI masih sering mengalami perubahan dalam perkembangannya sebagai “bahasa hidup”. Bahasa hidup yang manapun tentu mengalami perubahan yang memang mungkin tidak tampak pada pemakai bahasa itu sendiri di dalam waktu yang pendek, tetapi secara kumulatif dan dalam waktu yang lama akan terlihat dengan jelas perubahan itu (Samsuri, 1987: 50).

Orang yang awam dalam linguistik sering pula merasa lebih tahu tentang BI dan tidak jarang di antara mereka yang membuat kesalahan yang bila dilihat dari sudut ilmu bahasa sangat elementer .

Memperbaiki pemikiran tidaklah semudah memperbaiki bahasa, Sebab utama dari kesemrawutan BI bersumber dari kerancuan cara berpikir dari banyak pemakai BI yang mempengaruhi kehidupan orang banyak. jadi apabila menginginkan BI yang baik dan benar, maka juga harus menggunakan pikiran yang baik dan benar (Anwar, 1995: 41).

Bertolak dari uraian tersebut, maka demikianlah kondisi BI sekarang ini, sehingga pemerintah merasa perlu untuk membenahinya. Pembinaan tersebut banyak kalangan menilai sudah kadaluwarsa. tapi itu mungkin lebih baik daripada

tidak sama sekali. Namun hendaknya pembenahan tersebut didasari dengan niat yang baik agar tercapai tujuan yang diinginkan semua golongan. Dan oleh karenanya seluruh pihak perlu dikutsertakan dalam gerakan pengindonesiaan istilah asing tersebut. Sehingga jangan sampai nantinya BI justru menjadi korban dari gerakan tersebut.

Sebenarnya hal tersebut sudah terjadi pada pelaksanaan pengindonesiaan istilah asing di Surabaya ini. contohnya memaksakan kata dengan tulisan "Prinses" yang tiilisan sebenarnya adalah "P-R-I-N-C-E-S-S". Selain itu dipergunakannya kata "Etan" (bahasa Jawa) yang dalam BI sudah ada kata "Timur" untuk mengganti kata "East" (bahasa Inggris). Bagaimanapun pihak perusahaan tetap ingin mempertahankan nama yang sudah dipakai sejak lama yang tentunya juga banyak mendatangkan keuntungan bagi perusahaan.

Setain itu, karena penggantian nama tersebut dilakukan dengan terpaksa oleh pihak perusahaan, banyak yang tidak memperhatikan kaidah - kaidah dalam BI, yaitu penggunaan hukum DM (Diterangkan-Menerangkan). Masih banyak yang tetap menggunakan hukum MD (Menerangkan-Diterangkan) meski istilah asingnya sudah diganti ke dalam BI.

Hal tersebut justru menimbulkan sikap yang menyepelkan BI, karena anggap BI sebagai bahasa yang sudah digunakan oleh masyarakat umum sejak lama. Juga ada beberapa pihak yang mengkhawatirkan nantinya akan muncul bahasa Inggris-Indoensia, yaitu bahasa Inggris-Indonesia, yaitu bahasa Inggris dengan bentuk tulisan dalam BI, sikap demikianlah yang melecehkan BI bagi pemakai bahasa

itu sendiri. Perkembangan BI memang perlu diarahkan, tapi memang untuk kepentingan BI itu sendiri dan bukan untuk kepentingan politis saja.

BI yang baik dan benar adalah hasil kerja rekayasa pemerintah, dalam hal ini adalah P3B yang semuanya itu diproduksi dengan dana yang tidak sedikit. Demikian halnya dengan penertiban bahasa asing ini juga merupakan hasil kerja Pemerintah Daerah Kotamadya Surabaya yang membutuhkan panitia dan dana, sehingga tujuan pelaksanaan tersebut bergeser.

Menurut evaluasi dari penelitian ini, BI digunakan sebagai bahan produksi dengan nilai-tambahnya yang mengandalkan tenaga profesional, sumber daya dan dana. Oleh karena itu, kemudian ada panitia, proposal dan proyek. Sedangkan masyarakat dituntut untuk tunduk pada peraturan kalau tidak ingin dianggap membangkang dan tidak rasionalis. Hal tersebut menunjukkan adanya Mistifikasi Ideologi, yaitu. pembenaran bagi kebijakan, bahasa bersumber dari ideologi nasionalistik.

BI tidak sekedar alat komunikasi dalam pembangunan, tetapi juga sebagai alat untuk menjalankan kekuasaan pemerintah. Sehingga BI tersebut dapat dipergunakan oleh berbagai pihak untuk kepentingannya masing-masing.

BAB IV

SIMPULAN DAN SARAN