

BAHASA MENUNJUKKAN BANGSA STUDI KASUS XENOGLOSOFILIA DALAM DAFTAR MENU*

Tamam Ruji Harahap

Inti Sari

Tulisan ini merupakan sebuah pengamatan kecil terhadap praktik xenoglosophilia sebagaimana sekarang ini secara luas digunakan dalam ranah sosial kedai kopi atau kafe di wilayah Yogyakarta. Lewat medium "daftar menu" praktik sosial penggunaan bahasa telah menjadi gejala patologi sosial di mana identitas dan penghargaan diri semakin termarginalkan dan terabaikan, sementara penggunaan bahasa asing semakin luas dipraktikkan. Tujuan penelitian kecil ini ialah untuk membuat ikhtisar tentang bagaimana penggunaan bahasa asing ini telah menancapkan dominasinya pada banyak komunitas di Indonesia.

Dengan menggunakan kerangka analisis wacana kritis Fairclough, tulisan ini akan mengamati dan membahas praktik xenoglosophilia sebagaimana ditemukan dalam menu kedai kopi dan kafe EarthCafe dan kafe Aqeela. Analisis akan berfokus pada kosakata dan idiom dan akan mengabaikan properti-properti linguistik lainnya. Dengan menggunakan analisis wacana kritis, tulisan ini akan berupaya menjawab pertanyaan: mengapa praktik xenoglosophilia semakin luas dan banyak digunakan dalam daftar menu kafe di Yogyakarta?

Pengamatan ini mengkonfirmasi bahwa praktik xenoglosophilia merupakan hasil dari dominasi ideologi pasar bahasa Inggris terhadap praktik kultural lokal bahasa Indonesia.

Kata kunci: praktik sosial, xenoglosophilia, dominasi, wacana, teks, penggunaan bahasa.

Abstract

This paper is a small investigation on the practice of xenoglossophilia as it is now widely used within the social sphere of coffe-stall and café in the region of Yogyakarta. Through the medium of the menu, the social practice of language use has become such a symptom of "social pathology" in which self-identity and selfregard are getting increasingly marginalized and disregarded, whereas the use of foreign language is practiced more and more. The main objective of this small research is to overview how this use of foreign language has pledged its domination strongly in the considerable part of Indonesian community.

By using Fairclough's framework of critical discourse analysis, this paper will investigate and discuss the practice of xenoglossophilia as it is found in the menu of coffe-stall and café EarthCafe and café Aqeela. The analysis will focus on the vocabularies and idioms and will disregard the other linguistic properties. By using the critical discourse analysis, this paper would try to answer the question: why is the practice of xenoglossophilia widely and increasingly used in the menu of cafes in Yogyakarta?

The investigation confirms that the practice of xenoglossophilia results from the domination of the market ideology of English language against the locally cultural practice of Indonesian language.

Key word: social practice, xenoglossophilia, domination, discourse, text, language use.

^{*)} Naskah masuk 4 Mei 2010. Editor Dra. Wiwin Erni S.N., M.Hum. Edit I: 19 Mei 2010 – 24 Mei 2010; Edit II: 27 Mei 2010 – 2 Juni 2010

1. Pendahuluan

Pada sebuah kesempatan, penulis sengaja mengisi status di *facebook*: “Mencoba minuman yg aku ora mudeng artinya apa; *MyVanilla Sky*.” Ada beberapa komentar, berusaha memberi arti dan mencoba mengidentifikasi jenis minuman ini: langit panili, susu jahe, dan bahkan ada yang menyebut judul film yang dibintangi Tom Cruise. Tentunya, tidak satu pun komentar-komentar ini tepat. Penulis sendiri pada awalnya merasa asing dengan jenis minuman ini. Yang pasti, pada waktu mengisi status itu penulis sedang menikmati segelas minuman dengan nama *MyVanilla Sky* di sebuah kafe bernama *EarthCafe*, yang terletak di daerah Babarsari, Yogyakarta. Sebagaimana penulis membuktikan, senyatanya *MyVanilla Sky* adalah jenis minuman yang terbuat dari perasan jeruk manis yang dituang ke dalam gelas, di mana pada bagian atas minuman ini dibubuhi es krim rasa panila. Rasanya, tentunya, adalah rasa manis susu panila.

Perhatian penulis bukanlah pada arti dan rasa minuman, tetapi penulis hendak menekankan penggunaan bahasa (*the use of language*) dan peristiwa komunikasi (*communicative event*) yang tercakup di dalamnya. Daftar menu merupakan salah satu media penghubung antara pelanggan dan pelayan di sebuah kafe. Tatkala memasuki kedai kopi atau kafe, hal pertama yang pelanggan lakukan adalah, biasanya, menentukan tempat duduk (baca: meja), yang kemudian pelayan akan mendatangi dan meletakkan daftar menu di atas meja. Demikianlah prosedur yang biasanya berlaku di kafe, khususnya dalam kasus-kasus kafe di Yogyakarta.¹ Di sini, fungsi dasar bahasa yang dikemukakan Halliday (1978) bahwa bahasa dalam teks (wacana) selalu mengemban tiga fungsi se-

kaligus: secara ideasional merepresentasikan pengalaman dan dunia, secara interpersonal membentuk interaksi sosial antara partisipan dan wacana, serta secara tekstual mengaitkan teks dengan konteks situasional (dalam Fairclough, 1995a:6). Dalam suatu peristiwa komunikasi, kesepahaman-bersama atau keberhasilan komunikasi akan tercapai tatkala dua partisipan komunikasi memiliki pengetahuan-bersama menyangkut suatu hal yang dikomunikasikan.

Fenomena penggunaan bahasa asing untuk menamakan produk lokal, sungguh menarik untuk ditelisik. Menarik sebab, meskipun sudah tidak tepat lagi untuk menyebutnya “fenomena” tapi sudah menjadi gejala, ini adalah sebuah xenoglosifilia; yaitu suatu kecenderungan untuk ‘beringgris-inggris ria’ (baca: berbahasa asing), dalam pengertian sederhananya. Menarik untuk diteliti sebab xenoglosifilia ini sudah tidak hanya dipraktikkan pada ranah-ranah sosio-kultural tertentu, misalnya bidang akademik, tetapi kegandrungan terhadapnya sudah menjamur dan menyebar ke pelbagai ranah praktik sosial. Penulis sebut saja, misalnya *busway*, *waterway*, dan *monorail* (istilah yang digunakan Pemda DKI); *quick count*, *electoral threshold* dan *fit and proper test* (istilah yang digunakan KPU dan DPR); dan bahkan *café latte*, *coffe brew*, *iced coffe*, *mixed juice*, *light meals*, dan sejuta istilah jenis minuman dan makanan lainnya untuk menyebut kesukaan abnormal masyarakat pengguna bahasa Indonesia untuk menggunakan bahasa asing dalam menyebut produk dalam negeri, yang sebenarnya bahasa Indonesia sendiri sudah memiliki kata untuk istilah-istilah yang dimaksud.

Dalam pengamatan sederhana ini, persoalan utama penulis ialah pada penggu-

¹ Tentang persoalan tindakan dan problem sosial, periksa Ron Scollon, *Action and Text*, dalam Ruth Wodak and Michael Meyer. *Methods of Critical Discourse Analysis*, 2001: 139-183.

naan bahasa (*language use*) dan peristiwa komunikasi (*communicative event*) yang dipraktikkan dalam ranah sosial “daftar menu” pada kafe-kafe di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada banyak tempat, penulis menemukan kasus-kasus dimana bahasa yang digunakan dalam daftar-daftar menu kafe adalah bahasa asing dan cenderung mengabaikan penggunaan bahasa Indonesia. Sungguh tidak menjadi soal jika suatu jenis hidangan berasal dari bahasa asing atau bahasa Indonesia belum memiliki padanan kata nama hidangan tersebut. Akan tetapi, sebagaimana kasus daftar-daftar menu di EarthCafe dan Aqeela yang penulis amati, hidangan tersebut nyata-nyata merupakan hidangan buatan lokal; setidaknya, bahasa Indonesia sebenarnya sudah memiliki padanan kata untuk nama-nama hidangan itu. Ini sungguh celaka dan ironis. Bagi penulis, ini menjadi sebuah persoalan yang perlu ditelisik dari sudut pandang linguistik dan kritik sosial. Pertanyaan besarnya ialah, bagaimana gejala xenoglosofilia ini terjadi? Apa yang mendasarinya secara ideologis? Bagaimana praktik sosial berbahasa sedemikian begitu mencemarkkan dan mengabaikan identitas serta jati-diri diri sendiri sebagai negara-bangsa?

2. Pengertian dan Kerangka Analitik

Sebelum menjawab pertanyaan-pertanyaan di atas, dan sebelum menguraikan perspektif dan landasan metodikalnya, penulis akan terlebih dahulu menguraikan beberapa konsep menyangkut xenoglosofilia dan praktik sosialnya.

Pada awalnya, istilah xenoglosofilia adalah asing dan tidak awam bagi penulis. Terma ini penulis temukan dalam sebuah artikel yang ditulis Hipyan Nopri pada situs *Proz.com*.

Judulnya menarik, “xenoglosofilia.” Di dalam artikel itu, Hipyan memaknai xenoglosofilia sebagai sebuah fenomena psikolinguistik; sebuah kelainan dalam berbahasa. Hipyan mengemukakan beberapa landasan pemikiran:²

1. Penggunaan istilah-istilah asing dalam konteks komunikasi berbahasa Indonesia, bukan dalam komunikasi berbahasa Inggris.
2. Istilah-istilah asing biasanya tidak perlu digunakan karena padanan bahasa Indonesiannya sudah ada.
3. Orang-orang yang menggunakan istilah asing adalah warga negara Indonesia yang sebenarnya mampu berbahasa Indonesia dengan baik.
4. Istilah-istilah asing yang digunakan tidak semakin memperjelas makna yang dimaksud dan juga tidak semakin memperlancar komunikasi.

Dengan pelbagai alasan ini, Hipyan memandang bahwa kecenderungan berbahasa asing merupakan suatu kebiasaan psikologis dengan lingual yang tidak sesuai dengan situasi dan kondisi. Berikut ini adalah beberapa pengertian xenoglosofilia dari beberapa sumber: Xenoglosofilia adalah

1. Kesukaan tak normal terhadap bahasa asing.³
2. Suatu kecenderungan menggunakan kata-kata yang aneh atau asing terutama dengan cara yang tidak wajar).⁴
3. Suatu ketertarikan atau kecenderungan menggunakan bahasa yang asing atau aneh secara tidak wajar).⁵

² <http://www.proz.com/doc/1814>

³ <http://archive.facepunchstudios.com/showthread/>

⁴ Basavanna, M. 2000. *Dictionary of Psychology*. New Delhi: Allied Publishers Ltd.

⁵ <http://www.panikon.com/phurba/alteng/x.html>

Dari uraian ini, penulis menyimpulkan bahwa gejala kesalahkaprahan berbahasa yang belakangan ini semakin banyak diperlihatkan oleh, misalnya, stasiun televisi, artis, pejabat, karyawan, dan mahasiswa, dapat dikategorikan sebagai suatu kelainan psikolinguistik yang disebut xenoglosofilia.

Dalam tulisan ini, penulis bukan hendak mempersoalkan arti dan makna xenoglosofilia dari sudut pandang psikolinguistik, tetapi melihat xenoglosofilia sebagai praktik sosio-kultural yang berkaitan dengan peristiwa komunikasi (*communicative event*) dan tatanan wacana (*order of discourse*). Oleh karena itu, xenoglosofilia menjadi suatu kasus yang menarik untuk dilihat sebagai sebuah teks atau wacana dan perlu ditelisik melalui pendekatan analisis wacana kritis Norman Fairclough.

Dalam pandangan Fairclough (1995b:55), "*Language use - any text - is always simultaneously constitutive of (1) social identities, (2) social relations and (3) systems of knowledge and belief (corresponding respectively to identities, relationships and representations). That is, any text makes its own small contribution to shaping these aspects of society and culture*". Gejala xenoglosofilia menjadi menarik untuk ditelisik, terutama dengan menggunakan kritik sosial dan melalui pendekatan analisis wacana kritis. Ini disebabkan karena praktik bahasa dalam ranah sosial "daftar menu" dapat ditegaskan sebagai sebuah praktik wacana, teks dan praktik sosial, yang di dalamnya bersemayam ideologi yang hegemonik. Berdasarkan pemikiran bahwa ideologi tertanamkan dalam bahasa dengan berbagai cara dan dengan tingkatan yang berbeda, ideologi bermukim di dalam properti struktur atau sistem praktik bahasa dan properti peristiwa diskursif (Fairclough, 1995a:71). Dalam kaitan antara ideologi dan bahasa, ada *location of ideology*. Ideologi potensial berada dalam praktik berbahasa, seperti kode, struktur, sistem, dan formasi. Tempat beradanya ideologi

kemungkinan juga dalam peristiwa wacana (*discursive event*) itu sendiri. •

Analisis wacana kritis adalah sebuah ruang penelitian sekaligus bisa menjadi metode, yang dapat digunakan dalam ilmu-ilmu sosial untuk menelisik struktur dan hubungan sosial dengan memfokuskan pada praktik-praktik semiotik di dalam kelompok-kelompok sosial tersebut. Tatanan wacana (*order of discourse*) dalam struktur sosial mengontrol, pada tingkatan tertentu, interaksi-interaksi, dengan membuat beberapa jenis interaksi *more or less mandatory, more or less difficult, more or less legitimate*. Meskipun realitas sosial dikonstruksi melalui wacana, realitas juga diuraikan lewat wacana.

Berangkat dari pendekatan analisis wacana kritis Fairclough ini, penulis akan mencoba melihat bagaimana pola-pola xenoglosofilia dipandang dari sudut pandang praktik sosial, praktik wacana, dan teks dan berupaya menyingkap landasan ideologis yang mendasari praktik xenoglosofilia di dalam masyarakat pengguna bahasa Indonesia.

3. Analisis

Sebagaimana kerangka analitis tiga-dimensi yang dicanangkan Fairclough untuk mengeksplorasi suatu peristiwa wacana (*discursive events*), pada bagian ini penulis juga akan menerapkan pola analitis yang sama. Seperti disinggung di atas, setiap peristiwa wacana memiliki tiga dimensi: teks, dalam bentuk lisan atau tulis; contoh wacana sebagai praktik wacana; dan, praktik sosial. Dalam menganalisis dimensi praktik sosiokultural, fokus perhatian penulis lebih pada aspek ideologis, yang berkait dengan peristiwa wacana dan di dalamnya mencakup kekuasaan dan bahasa; sebab bahasa dapat menjadi sarana mewujudkan kekuasaan simbolik. Kemudian, fitur-fitur kerangka analitis yang penulis gunakan adalah mencoba menggabungkan kekuasaan dan bahasa yang berdasarkan pada konsep Bourdieu tentang kua-

sa simbolik (*symbolic power*) dengan teori praktik wacana. Hubungan antara teks dan praktik sosiokultural dipandang dimediasi oleh praktik wacana.

Data praktik xenoglosofilia yang penulis gunakan ini adalah sampel daftar menu hidangan penulis ambil dari kedua kedai EarthCafe dan Aqeela, pada awal pertengahan tahun 2009. Data ini merupakan hasil seleksi dari sejumlah sampel-sampel lainnya yang penulis pandang representatif. Kedua sampel data memiliki fungsi dan proporsi yang sama, yaitu keduanya merupakan media penghubung antara konsumen dan pelayan kedai. Oleh karena itu, penulis akan memperlakukan terhadap kedua sampel data berdasarkan analisis yang sama.

Sampel pertama ialah daftar menu hidangan di kedai EarthCafe yang terletak di Jl. Babarsari, sedangkan sampel data kedua ialah hasil seleksi dari kafe Aqeela di Jl. Kaliurang, km. 6.

3.1 Tekstual

Analisis teks di sini berbentuk analisis terhadap bentuk dan makna. Sebagaimana yang dinyatakan di atas, setiap teks dapat dipandang sebagai makna 'ideasional,' 'interpersonal,' dan 'tekstual' yang saling berkait. Makna ini terletak dalam ranah representasi, signifikasi dunia dan pengalaman; konstitusi identitas partisipan dan hubungan sosial dan personal di antara partisipan, dan distribusi informasi (Fairclough, 1995a:133). Jika dalam analisisnya Fairclough (1995b:57) sering menggunakan bentuk-bentuk tradisional analisis linguistik, yang mencakup properti kosakata, semantik, gramatika kalimat, sistem bunyi dan tulisan, dalam analisis ini penulis hanya mengulas persoalan kosakata (bentuk) dan makna. Kosakata yang dimaksud yaitu apakah pengertian kata yang digunakan untuk mengungkapkan suatu ide atau produk mudah/dapat dimengerti atau tidak, dan apakah kosakata itu melahirkan

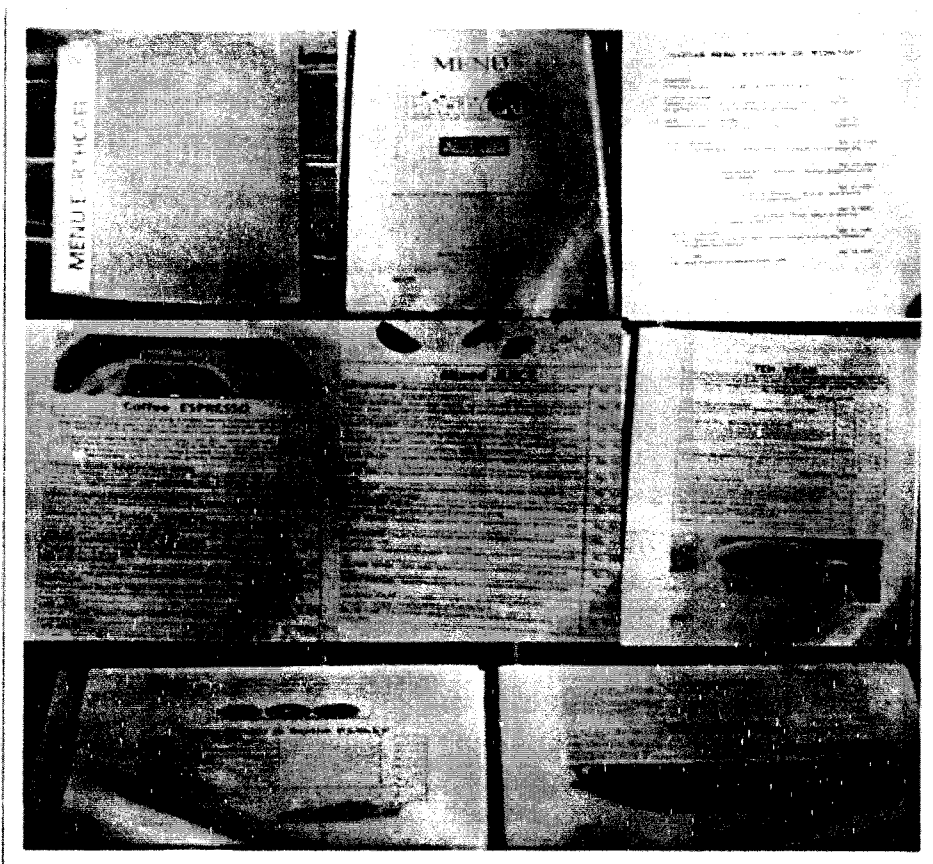
makna yang sepadan di antara partisipan komunikasi.

Pertama, bentuk teks daftar menu hidangan lebih banyak menggunakan bahasa Inggris; bahkan nama kedai kopi dan kafanya saja sudah mengadopsi kata dan ungkapan dari bahasa Inggris *EarthCafe*. Secara ideasional, bahasa yang digunakan untuk cara menyampaikan sebuah ide seharusnya menggunakan bahasa yang dipahami-bersama. Artinya, teks yang disampaikan untuk merepresentasikan pengalaman dunia dan membangun relasi antar-persona menggunakan bahasa Indonesia, sebab, bagaimanapun juga, semua target konsumen kedua kedai dan kafe ialah para pengguna bahasa Indonesia. Akan tetapi, nyatanya praktik wacana yang berlaku adalah praktik xenoglosofilia. Pertanyaannya yaitu mengapa menggunakan bahasa Inggris dan bukan bahasa Indonesia? Mengapa, misalnya, menggunakan *Main Course* (bukan Hidangan Utama), *Indonesian Food* (bukan Hidangan Khas Indonesia), *Appetizer* (bukan Makanan Pembuka), untuk sampel data (1)? Atau, Mengapa menggunakan *Menu* untuk daftar hidangan, *daftar menu kitchen on midnight* untuk daftar hidangan dapur khusus tengah malam, *coffe-espresso* untuk sari kopi, *mixed-juice* untuk jus campur, *freshener & soda float* untuk minuman penyegar & apung soda, *light meals* untuk makanan ringan, dan *noodles* untuk ragam masakan mi, untuk sampel data (2)? Hal-hal 'sepele' ini merupakan persoalan identitas dan jati diri; memilih bahasa asing ke-timbang bahasa identitasnya sendiri. Bahasa merupakan salah satu atribut manusia yang paling penting, sebab bahasa menjadi instrumen penting yang harus dimiliki oleh pelaku sosial untuk dapat bersosialisasi dengan pelaku sosial yang lain.

Jika penggunaan kata dan ungkapan asing ini dikaitkan dengan konteks sosio-kultural praktik wacana dan praktik sosialnya, bangunan peristiwa komunikasi di sini akan terkendala. Sebab, penggunaan kata dan



Sampel 1. Daftar Menu Hidangan EarthCafe



Sampel 2. Daftar Menu Hidangan Aqeela

ungkapan asing ini akan sulit dimengerti oleh konsumen yang sebagian besar adalah pengguna bahasa Indonesia. Adalah hal yang aneh bahwa di tengah lingkungan masyarakat (konsumen) berbahasa X, misalnya, hadir sebuah produk yang cara menjualnya menggunakan bahasa Y. Mudah diduga bahwa proses membeli-menjual sulit untuk berhasil. Bagaimana pun juga, untuk mencapai fungsi interpersonal bahasa, praktik xenoglosofilia atau bangunan teks serba-asing seperti ini akan dipenuhi dengan sekat-sekat ketidak-mengertian dan ketidak-tahuan.

Selain itu, berbicara tentang fungsi tekstual bahasa, konteks situasional praktik xenoglosofilia ini berada di tengah situasi, *katakanlah*, masyarakat pengguna bahasa Indonesia. Bahkan, pencampur-adukan bahasa Inggris dan Indonesia semakin menjadikan fungsi tekstual teks sampel data daftar menu tidak tercapai.

Dalam bukunya *Politics and Culture in Indonesia* (1988), William Liddle menegaskan bahwa bahasa Indonesia menjadi satu-satunya bahan perekat yang paling penting dalam membentuk budaya Indonesia modern.⁶ Pernyataan ini tentunya bukan tanpa alasan, sebab, terutama di dalam *global village* sekarang ini, untuk menggunakan istilah McLuhan, Indonesia modern tidak hanya sudah semakin terpojok dan tersudutkan oleh kuatnya desakan hegemoni kapitalisme secara ekonomi politik, tetapi juga Indonesia modern secara sosio-kultural sudah semakin terserabut dan terseret ke dalam permainan realitas semu, yang melenturkan dan meleburkan identitas serta mendesak bahasa Indonesia ke peri-peri praktik sosial dalam kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, penegekan Liddle di atas menjadi masuk akal dan seharusnya menjadi peringatan keras bagi masyarakat pengguna bahasa Indonesia un-

tuk lebih 'tegas' dalam berbahasa demi suatu, *katakanlah*, penonjolan identitas dan jati diri keindonesiaan. Amanat para pendiri bangsa tentang fungsi bahasa Indonesia sebagai bahasa pemersatu, pada zaman mutakhir ini tampak jelas semakin terpinggirkan dan termarginalkan. Fenomena penggunaan kata dan ungkapan-ungkapan asing dalam praktik wacana daftar menu hidangan ini merupakan satu dari sejuta contoh betapa keterpinggiran bahasa Indonesia semakin tampak nyata.

3.2 Praktik Wacana

Analisis praktik wacana di sini berfokus pada hubungan *order of discourse* dengan peristiwa wacana. Sebab, sebagaimana keterseediaan sampel data, wacana xenoglosofilia di sini tidak mengandung persoalan intertekstualitas atau interdiskursivitas. Di samping itu, fokus penulis ialah hanya pada persoalan tatanan wacana (*order of discourse*) dan peristiwa wacana atau peristiwa komunikasi yang implisit terkandung di dalamnya.

Berbicara tentang *order of discourse* adalah berbicara tentang genre suatu artefak budaya. Sebagaimana telah disinggung di atas, daftar menu hidangan menjadi media penghubung antara konsumen dan pelayan di dalam praktik wacana kedai kopi atau kafe. Karena itu, genre wacana dalam kasus ini adalah "daftar menu", yang tentunya sangat berbeda dengan genre sebuah iklan dan tulisan artikel koran, misalnya. *Different genres are different means of production of a specifically textual sort, different resources for texturing* (Fairclough, 2000:169). Genre adalah bingkai tidak sosial. Genre merupakan wadah pengkonstruksian makna. Untuk praktik tertentu, pertanyaan tentang genre adalah pertanyaan tentang bagaimana teks berlaku, produksi kehidupan sosial, dan interaksi sosial yang mendasari suatu pekerjaan.

⁶ Lih. Errington, *Indonesian('s) Authority*, dalam Paul V. Kroskrity (ed). *Regimes of Language: Ideologies, Politics, and Identities*. 2000: 205

Berdasarkan genre ini, teks (kedua sampel data) hanya menampilkan “menu” disertai dengan logo kedua kedai atau kafe, dan daftar nama-nama hidangan berdasarkan kategori yang ada; yaitu, *Main Course (beef & chicken dan steak)*, *Indonesian Food*, dan *Appetizer*, untuk sampel data (1) dan *Daftar Menu Kitchen on Midnight, Coffe-Espresso, Mixed Juice, Teh Hitam, Freshener & Soda Float, Light Meals*, dan *Mie/Noodles*, untuk sampel data (2). Dari detail-detail ini, daftar menu sebagai sebuah genre praktik wacana terdiri atas jenis-jenis dan nama-nama hidangan yang ditawarkan oleh sebuah kedai atau kafe. Karakteristik dalam genre daftar menu ini adalah klasifikasi dan pembutiran, dan genre ini tidak mengandung deskripsi ataupun naratif.

Sebagai sebuah genre, daftar menu ini tentunya hanya hadir pada institusi jual-beli, sebab konten dari genre daftar menu ini merujuk pada butir-butir untuk diperjualbelikan. Sementara itu, sebagaimana disinggung di atas tentang daftar menu sebagai sarana komunikasi, maka tampak jelas bahwa partisipan komunikasi dalam genre daftar menu ini menyiratkan kehadiran konsumen dan pelayan kedai. Hal ini sejalan dengan pandangan Fairclough bahwa *any part of any text can fruitfully be examined in terms of co-presence and interaction of social subjects* (1995a:6). Oleh karena itu, genre daftar menu mengimplisitkan suatu keberlangsungan interaksi antara pembeli dan penjual. Tentunya, berbicara secara lebih detail, produksi genre daftar menu merupakan kuasa pemilik kedai atau kafe; distribusi secara sederhana dilakukan oleh pelayan kedai atau kafe; dan, terakhir konsumsinya dilakukan oleh konsumen. Inilah yang dikatakan Fairclough sebagai *genre* dipahami sebagai *use of language associated with a particular social activity* (1995a: 135).

3.3 Xenoglosofilia: Ideologi dan Kuasa Simbolik

Analisis terhadap dimensi praktik sosio-kultural dari sebuah praktik xenoglosofilia sebagai peristiwa komunikasi hendak penulis condongkan pada bagian praktik sosio-kultural ini. Sebab, sebagaimana penulis singgung di atas bahwa xenoglosofilia merupakan suatu praktik penggunaan bahasa yang dipraktikkan secara sosial dan budaya. Memandang xenoglosofilia sebagai praktik sosial dan budaya menyiratkan bahwa xenoglosofilia merupakan sebuah moda tindakan dan selalu menjadi moda tindakan yang disituasikan dalam ranah sosial dan historis.

Salah satu pertanyaan besar penulis di atas ialah mengapa penggunaan bahasa asing lebih dominan di dalam praktik wacana daftar-daftar menu kedai kopi dan kafe di Yogyakarta? Aktivitas berbahasa adalah suatu pertarungan ideologis. Dalam kasus ini, pada satu sisi pemilik/pelayan kedai kopi dan kafe mengusung ideologi bahasa asing lewat genre daftar menu hidangan dan, pada sisi lain, sebagian besar konsumen adalah masyarakat pengguna bahasa Indonesia. Dengan ini, pertarungan ideologi yang bermain adalah bahasa asing versus bahasa Indonesia. Akan tetapi, sebagaimana terbukti, penggunaan bahasa asing lebih dominan. Artinya, penggunaan bahasa Indonesia, sebagai praktik berbahasa sosiokultural yang selama ini dominan, terpinggirkan dan terabaikan. Pada satu sisi, sikap terhadap bahasa ~~dan dan~~ terhadap penggunaan bahasa adalah sesuatu yang biasa terjadi di dunia. Tiap-tiap orang memiliki berbagai macam pandangan terhadap bentuk-bentuk bahasa tertentu. Akan tetapi, pada sisi lain, penulis memandang bahasa xenoglosofilia merupakan suatu praktik patologis di mana dalam praktik ini ada kecenderungan pengguna xenoglosofilia untuk melanggar batas-batas nilai dan norma sosio-kultural yang berlaku. Di

sini, ada semacam penyangkalan diri dan identitas diri.

Mengikuti pandangan Bourdieu, penggunaan bahasa asing dalam ranah kedai kopi dan kafe merupakan *doxa*; yaitu, wacana dominan dari sebuah pertarungan ideologis. Dalam bukunya, *Esquisse d'une theorie de la pratique*, Bourdieu membuat topologi arena sosial sebagai pertarungan wacana, antara wacana dominan atau *doxa* dengan wacana lain. Sebagaimana halnya di dalam medan sosial, maka meda pertarungan bahasa pun mengambil analogi yang sama. Di setiap arena ada wacana dominan dan wacana marginal. Wacana dominan akan terus berusaha mempertahankan keberadaannya, sedangkan wacana marginal akan berusaha untuk menjatuhkannya. Dengan pengertian lain, pada saat satu bahasa menjadi wacana yang mendominasi pasar, ia menjadi norma yang diterima kebenarannya.⁷ Jika penulis menganalogikan pemikiran ini dengan fakta sosial yang berlaku di ranah kedai kopi dan kafe dalam kasus ini, muncul sebuah rasa pesimistis menyangkut kekuatan bahasa Indonesia (sekarang ini sebagai wacana yang marginal) untuk menaklukkan dominasi penggunaan bahasa asing. Dan, jika ini yang terjadi, penulis menyarankan untuk segera memperhatikan apa disampaikan oleh seorang anggota parlemen Inggris. Dalam Pidatonya dalam sebuah rapat di konferensi Partai Konservatif pada bulan Oktober 1997, Lord Tebbit, seorang pemuka partai Konservatif di Inggris, menyerukan persatuan nasional dengan berkata: "kita harus memiliki kesatuan nilai, kesatuan budaya dan kesatuan bahasa."⁸

Sebagaimana dinyatakan oleh Delianur, bahasa Indonesia pun bersifat ideologis. Ideologi itu mengenai penentuan bahasa Indonesia sebagai bahasa persatuan (Sumpah Pemuda

28 Oktober 1928) dan bahasa negara (UUD 1945 Pasal 36). Saat para tokoh pemuda mengikrarkan butir ketiga Sumpah Pemuda, mereka digerakkan ideologi kebangsaan yang demokratis dan egaliter. Delianur selanjutnya menyatakan bahwa, dalam pandangan sosiolinguistik, penentuan bahasa Indonesia jadi bahasa persatuan dan bahasa negara didasari ideologi vernakularisasi (*vernacularization*) atau pribumisasi. Segi-segi sosiologis-politis-kultural pasti dipertimbangkan, termasuk kehendak memartabatkan jati diri. Demikianlah, bahasa Indonesia mengada karena ideologi kebangsaan demokratis-egaliter dan pemartabatan jati diri. Bahkan, bahasa Indonesia pada gilirannya adalah ideologi tentang nasionalisme, demokrasi, jati diri, dan kesederajatan.⁹

4. Simpulan dan Saran

Sindiran Remy Sylado tentang bahasa menunjukkan bangsa seharusnya menjadi *pecut* dan arus-setrum bagi siapa saja para pengguna bahasa Indonesia supaya lebih memperhatikan gejala-gejala semakin merosotnya nilai-nilai kebangsaannya. Praktik sosiokultural xenoglosofilia belakangan ini semakin memancangkan hegemoninya di tengah-tengah masyarakat pengguna bahasa Indonesia. Gejala ini perlu dicermati dan diantisipasi karena membiarkannya untuk semakin menancapkan diri dan menaturalkan diri di tengah jati diri dan identitas keindonesiaan, akan mendorong hilangnya identitas dan jati diri bangsa. Xenoglosofilia merupakan praktik hegemoni yang secara terang-terangan telah menginvasi bangsa dan bahasa Indonesia secara sosiokultural. Penelitian terhadap bahasa merupakan kegiatan yang penting karena bahasa merupakan

⁷ Lih. Suma Riella Rusdiarti, *Bahasa, Pertarungan Simbolik dan  Kekuasaan*, dalam *Majalah Basis*, Nomor 11-12, Tahun ke-52, November-Desember 2003.

⁸ Lih. Linda Thomas dan Shan Wareing, *Bahasa, Masyarakat & Kekuasaan*. (terjmh). 2007:293.

⁹ Lih. Delianur, *Ideologi Bahasa Indonesia*, dalam Kompas, Rabu, 29 Oktober 2008.

bagian tak-terpisahkan dari kehidupan kita. Dengan meneliti bahasa kita akan dapat belajar banyak tentang bagaimana struktur masyarakat, bagaimana fungsi masyarakat dan apa saja asumsi-asumsi yang digunakan banyak orang tapi seringkali tidak disadari. Tujuan dari semua ini ialah untuk membuat kita semakin sadar dan mahfum tentang identitas dan jati diri.

Banyak kekurangan dan kelemahan dalam 'penelidikan kecil' ini, terutama menyangkut penerapan metodologi dan pendekatan teoretisnya. Banyak yang harus diperbaiki pada penelitian-penelitian selanjutnya. Namun, setidaknya, secuil perhatian telah dialamatkan untuk mengamini peringatan Remy Sylado. Perhatian-perhatian berikutnya, sangat diharapkan!!

Daftar Pustaka

- Bourdieu P., 1991. *Language and Symbolic Power* (transl.). Oxford: Polity Press.
- D. Schriffin, D. Tannen, and H.E.Hamilton, 2001. *The Handbook of Discourse Analysis*. USA: Blackwell Publishing
- Eriyanto, 2001. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: Lkis
- Errington, Joseph. 2000. *Indonesian('s) Authority*. Dalam Paul V. Kroskrity (ed), *Regimes of Language: Ideologies, Politics, and Identities*. Oxford: James Currey.
- Fairclough N., 1989. *Language and Power*. London: Longman
- — — 1995a. *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman
- — — 1995b. *Media Discourse*. London: Edward Arnold
- Munsiy, Alif Danya. 2005. *Bahasa Menunjukkan Bangsa*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Riyadi S., dkk. (Peny.). 2008. *Pelita Kata*. Yogyakarta: Balai Bahasa Yogyakarta, Pusat Bahasa, Departemen Pendidikan Nasional.
- van Dijk, Teun A. 2001. *Critical Discourse Analysis*. Dalam D. Schriffin, D. Tannen, and H.E.Hamilton *The Handbook of Discourse Analysis*. USA: Blackwell Publishing
- Volosinov, V.N. 1973. *Marxism and the Philosophy of Language*. (translated by Ladislav Matezka and I.R. Titunik). USA: Harvard University Press.
- Wodak R. and M. Meyer, (eds). 2001. *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage Publications.