



Diplomasi Bahasa sebagai Objek Kebijakan Luar Negeri: Studi Kasus Internasionalisasi Bahasa Indonesia di Kawasan ASEAN

Elvina Rahma Syahira^{1*}, Gisela Angelina Putri²

^{1,2} Universitas Telkom, Indonesia

Email : elvinasyahira@student.telkomuniversity.ac.id^{1*},
gisela.putri@student.telkomuniversity.ac.id²

Alamat: Bandung Technoplex (BT-Plex), Kabupaten Bandung, Jawa Barat

Korespondensi penulis: elvinasyahira@student.telkomuniversity.ac.id

Abstract. *This study aims to analyze the patterns of persuasive communication in YouTube advertisements and the formation of perceptions among university students as representatives of the digital native generation. The background of this research is the dominance of the YouTube platform as the primary content consumption medium for the younger generation who were born and grew up in the digital era, making advertisements on this platform play a strategic role in shaping public opinion and behavior. The digital native generation has unique characteristics in processing information, thus requiring appropriate communication strategies so that advertising messages can be received effectively. The method used in this research is a descriptive qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews, observation, and documentation studies. Data analysis was performed using the Miles and Huberman interactive model, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing. The main theories underpinning this research are perception theory and models of persuasive communication, including the Elaboration Likelihood Model (ELM), which explains two routes of message processing: the central route and the peripheral route. The results of the study indicate that persuasive communication patterns in YouTube advertisements are constructed through various strategies, including the use of strong narrative structures (storytelling), humor, emotional appeal (pathos), and attractive visual and musical elements. These strategies are designed to create message resonance that is easily remembered and accepted by the audience. For students as digital natives, the formation of perceptions towards advertisements does not occur linearly but through a selective process involving sensation, attention, and interpretation. Factors such as entertainment value, message credibility, and the relevance of the content to their daily lives become key determinants in shaping both positive and negative perceptions. The conclusion of this research confirms that the success of persuasive communication in YouTube advertisements heavily depends on its ability to integrate creative elements with a deep understanding of the digital native audience's characteristics. Advertisements that can combine factual information with emotional and visually appealing approaches tend to be more successful in shaping positive perceptions and stimulating audience interest. This research contributes to the development of digital marketing communication studies, particularly in formulating effective persuasive strategies in the new media era.*

Keywords: *Persuasive Communication, YouTube Advertising, Perception, University Students, Digital Native Generation.*

Abstrak. *Dinamika Komunikasi Politik Digital: Analisis Jaringan Sosial (Social Network Analysis) Percakapan Publik tentang Isu Lingkungan di Media Sosial* Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika komunikasi politik digital dalam percakapan publik mengenai isu lingkungan di media sosial. Di era digital, media sosial telah menjelma menjadi arena publik baru (digital public sphere) yang memfasilitasi diskursus politik, termasuk isu lingkungan yang sarat dengan kepentingan publik dan kebijakan. Isu lingkungan seperti perubahan iklim, polusi, dan deforestasi tidak lagi hanya menjadi wacana ilmiah, tetapi juga menjadi komoditas politik yang diperdebatkan oleh berbagai aktor. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Analisis Jaringan Sosial (Social Network Analysis/SNA). Metode SNA dipilih untuk memetakan struktur jaringan komunikasi, mengidentifikasi aktor-aktor kunci (influencer), serta melihat pola penyebaran informasi dan interaksi (seperti mention, retweet, atau reply) antar pengguna. Data dikumpulkan dari percakapan di platform media sosial (misalnya Twitter/X) dengan menggunakan kata kunci tertentu terkait isu lingkungan dalam periode waktu yang telah ditentukan. Analisis dilakukan dengan mengukur metrik jaringan seperti degree centrality, betweenness centrality, dan modularity untuk mengelompokkan komunitas atau kluster diskusi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa percakapan publik tentang isu lingkungan di media sosial membentuk struktur jaringan yang kompleks dan terpolarisasi. Temuan mengungkapkan adanya beberapa kluster komunitas yang didominasi oleh aktor-aktor tertentu, seperti aktivis lingkungan, politisi, lembaga swadaya masyarakat (LSM), media massa, dan akademisi. Aktor-aktor dengan betweenness centrality tinggi berperan sebagai penghubung antarkluster dan memiliki kendali signifikan atas arus informasi. Lebih lanjut, dinamika komunikasi yang terjadi tidak hanya bersifat informatif,

tetapi juga sarat dengan negosiasi makna, advokasi kebijakan, dan bahkan resistensi terhadap kekuasaan, yang menjadi ciri khas komunikasi politik.

Kata kunci: Komunikasi Persuasif, Iklan YouTube, Persepsi, Mahasiswa, Generasi Digital Native

1. LATAR BELAKANG

Bahasa merupakan elemen fundamental identitas nasional dan instrumen strategis dalam pergaulan internasional. Dalam konteks hubungan antarnegara, bahasa tidak lagi dipandang sekadar alat komunikasi, melainkan menjelma sebagai aset daya lunak (soft power) yang dapat memperkuat posisi, pengaruh, dan daya saing suatu bangsa di kancah global. Kesadaran akan potensi ini mendorong berbagai negara, seperti Korea Selatan, untuk secara masif memanfaatkan bahasa dan budaya populer sebagai instrumen diplomasi yang efektif guna memperluas pengaruh ekonomi dan politiknya. Indonesia, dengan landasan konstitusional yang kuat melalui Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan, juga memiliki amanat untuk meningkatkan fungsi Bahasa Indonesia menjadi bahasa internasional.

Kawasan Asia Tenggara menjadi panggung alami dan strategis bagi upaya internasionalisasi Bahasa Indonesia. Dengan jumlah penutur lebih dari 270 juta jiwa, dominasi demografis di kawasan, serta kedekatan sejarah dan linguistik dengan bahasa-bahasa serumpun, Bahasa Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi bahasa pengantar (lingua franca) regional, bahkan bahasa resmi ASEAN. Cita-cita ini semakin menemukan momentumnya ketika UNESCO menetapkan Bahasa Indonesia sebagai salah satu bahasa resmi dunia pada akhir tahun 2024, sebuah pengakuan yang memperkuat legitimasi dan posisi tawar Indonesia. Dorongan politis pun mengemuka, misalnya dari anggota DPR RI yang menyerukan agar Bahasa Indonesia dijadikan bahasa komunikasi regional untuk mempercepat integrasi ASEAN Connectivity. Berbagai inisiatif pun telah diluncurkan, seperti program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) yang dinilai berhasil memperkenalkan bahasa Indonesia di mancanegara, serta lahirnya gagasan-gagasan dari diaspora seperti buku "Bahasa Indonesia untuk Bahasa ASEAN".

Namun, di balik potensi dan capaian tersebut, upaya internasionalisasi Bahasa Indonesia, khususnya di ASEAN, menghadapi tantangan kompleks yang bersifat sistemik. Kajian ilmiah dan pengamatan para pakar mengungkapkan bahwa berbagai upaya yang dilakukan selama ini masih berjalan secara parsial, sektoral, dan terpisah-pisah antarlembaga. Kegiatan kebahasaan di luar negeri lebih banyak bersifat promosi budaya dan pengajaran, bukan bagian dari diplomasi yang terstruktur dan memiliki kekuatan hukum antarnegara. Analisis terhadap laporan kinerja perwakilan diplomatik Indonesia bahkan menunjukkan bahwa diplomasi

kebahasaan belum secara eksplisit tercantum sebagai program strategis prioritas . Akibatnya, upaya internasionalisasi berjalan tanpa arah yang terukur dan tanpa payung kebijakan resmi yang kokoh, sehingga posisi tawar Bahasa Indonesia menjadi lemah dalam negosiasi regional .

Lebih lanjut, tantangan eksternal juga tidak kalah berat. Upaya menjadikan Bahasa Indonesia sebagai bahasa ASEAN harus bersaing dengan kepentingan negara lain, seperti usulan Malaysia yang ingin menjadikan bahasa Melayu untuk tujuan serupa, sebuah wacana yang sempat menjadi polemik dan ditolak tegas oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI . Secara internal, tantangan juga datang dari sikap negatif sebagian masyarakat Indonesia sendiri yang lebih bangga menggunakan bahasa asing atau tidak menggunakan kaidah bahasa Indonesia yang baik dan benar . Kelemahan sinergi lintas sektoral antara Badan Bahasa, Kementerian Luar Negeri, Kementerian Pendidikan, dan pemangku kepentingan lainnya menjadi penghambat utama . Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi, amanat konstitusi, dan realitas di lapangan, di mana internasionalisasi bahasa belum terintegrasi dalam kerangka kebijakan luar negeri yang strategis.

Oleh karena itu, penelitian tentang "Diplomasi Bahasa sebagai Objek Kebijakan Luar Negeri: Studi Kasus Internasionalisasi Bahasa Indonesia di Kawasan ASEAN" menjadi sangat relevan dan urgen. Studi ini berargumen bahwa bahasa harus direposisi dari sekadar penunjang diplomasi menjadi objek diplomasi itu sendiri . Diperlukan sebuah reformulasi strategi melalui pendekatan baru, seperti sosiopolitika linguistik yang memadukan kajian linguistik, sosiologi politik, dan kebijakan luar negeri, agar upaya internasionalisasi memiliki pijakan yang kuat, terarah, dan memiliki daya tawar strategis . Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana diplomasi bahasa dapat diintegrasikan ke dalam kebijakan luar negeri Indonesia, mengidentifikasi kendala-kendala dalam upaya internasionalisasi di ASEAN, serta merumuskan strategi alternatif agar Bahasa Indonesia dapat benar-benar menjadi kekuatan strategis negara di kawasan dan dunia internasional.

2. KAJIAN TEORITIS

2.1 Konsep Soft Power dan Diplomasi Budaya

Landasan utama kajian ini adalah konsep soft power yang dipopulerkan oleh Joseph Nye. Nye mendefinisikan soft power sebagai kemampuan suatu negara untuk memengaruhi negara lain guna mencapai hasil yang diinginkan melalui daya tarik (co-optive) daripada paksaan (coercive) atau kekerasan . Berbeda dengan hard power yang mengandalkan kekuatan militer dan ekonomi, soft power bersumber dari tiga pilar utama: budaya (nilai-nilai yang menarik), nilai-nilai politik (ketika negara tersebut hidup sesuai dengan nilai-nilai yang dianutnya di

dalam dan luar negeri), dan kebijakan luar negeri (ketika kebijakan tersebut dianggap legitimate dan memiliki otoritas moral).

Dalam konteks ini, bahasa merupakan komponen fundamental dari budaya dan menjadi salah satu instrumen paling efektif untuk menyalurkan daya tarik tersebut. Sebagaimana dicontohkan oleh keberhasilan Korea Selatan, bahasa menjadi pintu masuk bagi pengaruh budaya, ekonomi, hingga teknologi yang secara signifikan memperkuat posisi global negara tersebut. Bahasa tidak hanya membawa muatan linguistik, tetapi juga nilai-nilai, cara berpikir, dan pandangan dunia suatu bangsa. Ketika bahasa suatu negara dipelajari dan digunakan oleh masyarakat negara lain, secara tidak langsung nilai-nilai dan pengaruh budaya negara tersebut turut tersebar.

Konsep ini kemudian diperluas ke ranah diplomasi publik, yaitu upaya negara untuk berkomunikasi dan membangun hubungan dengan masyarakat asing. Diplomasi publik bertujuan untuk *understanding, informing, and influencing foreign audiences*. Bahasa berperan sentral dalam proses ini karena menjadi medium utama interaksi. Hubungan antarnegara yang semula bersifat *government to government* dapat diperluas menjadi *government to people* atau bahkan *people to people* melalui pengajaran dan penggunaan bahasa bersama. Dengan demikian, pengajaran Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) dan program-program kebahasaan lainnya di luar negeri, termasuk di kawasan ASEAN, pada hakikatnya adalah bentuk diplomasi publik yang bertujuan membangun pemahaman dan simpati terhadap Indonesia, yang pada gilirannya dapat mendukung kepentingan nasional yang lebih luas.

2.2 Sosiopolitika Linguistik: Sebuah Pendekatan Integratif

Meskipun kerangka *soft power* dan diplomasi publik memberikan justifikasi mengapa bahasa penting, pendekatan ini seringkali tidak cukup untuk menjelaskan bagaimana bahasa dapat diintegrasikan secara strategis ke dalam kebijakan luar negeri. Di sinilah letak signifikansi dari pendekatan baru yang dikembangkan oleh akademisi Indonesia, yaitu Sosiopolitika Linguistik. Sosiopolitika linguistik adalah pendekatan integratif yang memadukan tiga pilar utama:

sosiologi politik, linguistik, dan kebijakan luar negeri. Pendekatan ini lahir dari kegelisahan akademik atas praktik diplomasi bahasa Indonesia yang dinilai masih parsial dan belum terintegrasi dalam kerangka kebijakan negara yang memiliki legitimasi kuat.

2.2.1 Kritik terhadap Praktik yang Ada

Pendekatan ini berawal dari kritik bahwa selama ini internasionalisasi bahasa Indonesia lebih banyak dikaji dari sisi pembelajaran dan promosi (aspek pedagogis dan kultural), semata-mata sebagai penunjang diplomasi, bukan sebagai objek diplomasi itu sendiri. Akibatnya, berbagai

aktivitas kebahasaan di luar negeri, seperti program BIPA atau kerja sama universitas, cenderung berhenti pada level promosi budaya dan tidak memiliki daya tawar strategis dalam hubungan antarnegara. Penelitian yang menggunakan kerangka sosiopolitika linguistik menganalisis laporan kinerja Kedutaan Besar dan Konsulat Jenderal Republik Indonesia serta kontrak kerja para duta besar. Temuannya mengejutkan: diplomasi kebahasaan belum secara eksplisit tercantum sebagai program strategis dalam laporan resmi kementerian terkait. Hal ini menunjukkan bahwa upaya internasionalisasi bahasa berjalan tanpa arah terukur dan tanpa payung kebijakan resmi yang kokoh. Ketika tidak berada dalam kerangka diplomasi negara yang resmi, posisi bahasa menjadi lemah dan tidak memiliki pengaruh politik yang signifikan.

2.2.2 Bahasa sebagai Objek Diplomasi

Inti dari sosiopolitika linguistik adalah reposisi bahasa: dari sekadar alat penunjang diplomasi menjadi objek diplomasi yang bernilai strategis. Implikasinya sangat luas. Ketika bahasa menjadi objek diplomasi, maka internasionalisasinya tidak lagi diserahkan semata-mata kepada Badan Bahasa atau lembaga pendidikan, tetapi menjadi prioritas nasional yang melibatkan Kementerian Luar Negeri, Kementerian Pendidikan, dan seluruh perangkat diplomatik negara.

Sebagai objek diplomasi, upaya internasionalisasi bahasa harus memiliki kekuatan hukum antarnegara. Ini berarti Indonesia perlu merancang perjanjian bilateral atau multilateral dengan negara-negara ASEAN mengenai pengakuan, pengajaran, dan penggunaan Bahasa Indonesia. Tanpa landasan hukum seperti ini, upaya promosi bahasa akan selalu rapuh dan bergantung pada kebijakan negara lain atau antusiasme individu semata.

2.2.3 Relevansi untuk Kawasan ASEAN

Pendekatan sosiopolitika linguistik menjadi sangat relevan untuk studi kasus internasionalisasi Bahasa Indonesia di ASEAN. Penelitian lapangan di Vietnam, Filipina, dan Thailand menunjukkan bahwa meskipun terdapat banyak aktivitas promosi bahasa Indonesia melalui kerja sama universitas, lembaga pemerintah, dan diaspora, aktivitas tersebut belum sepenuhnya berada dalam kerangka diplomasi negara. Akibatnya, respons masyarakat luar negeri menjadi beragam dan upaya Indonesia tidak memiliki daya tawar yang setara dengan kepentingan politik dan ekonomi negara lain di kawasan.

Lebih jauh, pendekatan ini dapat menjelaskan mengapa wacana menjadikan Bahasa Indonesia sebagai bahasa resmi ASEAN atau lingua franca kawasan menghadapi tantangan serius. Tantangan tersebut tidak hanya bersifat linguistik (misalnya persaingan dengan bahasa Melayu), tetapi juga politis, karena menyangkut kepentingan nasional negara-negara ASEAN

lainnya. Oleh karena itu, diperlukan strategi diplomasi yang cermat yang mempertimbangkan dinamika kekuasaan dan kepentingan di kawasan.

2.3 Teori Bahasa dan Kekuasaan

Kajian ini juga diperkaya oleh perspektif kritis mengenai hubungan antara bahasa dan kekuasaan. Bahasa bukanlah entitas netral, melainkan sarana untuk membentuk realitas, mengartikulasikan kepentingan, dan menjalankan kekuasaan. Dalam konteks politik dan diplomasi, analisis bahasa harus dilakukan secara hati-hati untuk menghindari jebakan etnosentrisme atau prasangka ideologis. Penelitian kontemporer menunjukkan bahwa bahasa dapat beroperasi sebagai alat pengaruh dan perlawanan dalam konflik global. Aktivismee menggunakan idiom, aksara, dan simbol untuk menantang otoritas, menegaskan identitas, dan memobilisasi komunitas. Pemahaman ini penting karena menunjukkan bahwa di kawasan ASEAN yang multietnis dan multibahasa, upaya mempromosikan Bahasa Indonesia harus peka terhadap dinamika identitas dan kekuasaan lokal.

Lebih lanjut, penelitian tentang bahasa dan konflik menunjukkan bahwa kebijakan yang berhasil adalah kebijakan yang memperhitungkan bagaimana masyarakat mengomunikasikan identitas, rasa memiliki, dan perbedaan pendapat. Dalam konteks internasionalisasi bahasa, pendekatan yang terlalu agresif atau tidak peka terhadap sensitivitas lokal justru dapat menimbulkan resistensi. Oleh karena itu, strategi diplomasi bahasa perlu dirancang dengan mempertimbangkan konteks sosiopolitik masing-masing negara ASEAN.

2.4 Kerangka Analisis

Berdasarkan uraian teoretis di atas, penelitian ini akan menggunakan kerangka analisis yang mengintegrasikan ketiga perspektif tersebut. Soft power dan diplomasi publik digunakan untuk memahami mengapa bahasa penting sebagai instrumen pengaruh internasional. Sosiopolitika linguistik digunakan untuk menganalisis bagaimana bahasa dapat direposisi menjadi objek kebijakan luar negeri yang strategis, dengan fokus pada integrasi kebijakan, legitimasi hukum, dan koordinasi lintas sektoral. Sementara itu, teori bahasa dan kekuasaan digunakan untuk memahami dinamika dan tantangan implementasi di kawasan ASEAN yang kompleks secara politik dan kultural.

Dengan kerangka ini, penelitian tidak hanya akan mendeskripsikan upaya internasionalisasi Bahasa Indonesia yang telah dilakukan, tetapi juga mengkritisi kelemahan strukturalnya dan merumuskan strategi alternatif yang lebih komprehensif dan berdaya tawar. Pendekatan ini sejalan dengan target luaran penelitian yang tidak hanya menghasilkan kajian ilmiah baru, tetapi juga formulasi diplomasi kebahasaan yang dapat menjadi rujukan kebijakan nasional

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami fenomena diplomasi bahasa secara mendalam dan holistik . Pendekatan kualitatif dipilih karena permasalahan yang dikaji berkaitan dengan makna, interpretasi, dan pemahaman kontekstual mengenai bagaimana bahasa direposisi sebagai objek kebijakan luar negeri . Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengeksplorasi kompleksitas hubungan antara bahasa, kekuasaan, dan kepentingan nasional dalam praktik diplomasi Indonesia di kawasan ASEAN .

Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus (case study) dengan fokus pada internasionalisasi Bahasa Indonesia di tiga negara ASEAN, yakni Vietnam, Filipina, dan Thailand . Pemilihan studi kasus memungkinkan peneliti melakukan investigasi mendalam terhadap fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata, khususnya untuk memahami bagaimana praktik diplomasi kebahasaan berlangsung di lapangan dan bagaimana posisi bahasa dalam kerangka kebijakan negara .

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di beberapa lokasi yang mencakup:

Tabel 3.1 Lokasi dan Cakupan Penelitian

No	Lokasi Penelitian	Cakupan/Kegiatan	Tujuan
1	Vietnam	Pengamatan praktik penyebaran bahasa melalui kerja sama universitas, lembaga pemerintah, dan aktivitas diaspora	Memahami pola penyebaran bahasa di luar kerangka diplomasi formal
2	Filipina	Pengamatan praktik penyebaran bahasa melalui kerja sama universitas, lembaga pemerintah, dan aktivitas diaspora	Mengidentifikasi respons masyarakat dan posisi bahasa Indonesia
3	Thailand	Pengamatan praktik penyebaran bahasa melalui kerja sama universitas, lembaga pemerintah, dan aktivitas diaspora	Menganalisis efektivitas promosi bahasa di tingkat masyarakat

No	Lokasi Penelitian	Cakupan/Kegiatan	Tujuan
4	Belanda	Studi dokumentasi dan wawancara mengenai penerimaan dan promosi bahasa Indonesia di Eropa	Memperkuat konseptualisasi dan melihat praktik di luar kawasan ASEAN

3.3 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder.

3.3.1 Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung dari sumber utama melalui:

- a. Wawancara mendalam (in-depth interview) dengan informan kunci yang terdiri dari:
 - 1) Pejabat Kementerian Luar Negeri RI
 - 2) Staf fungsional diplomat di Kedutaan Besar RI (KBRI) di negara lokasi penelitian
 - 3) Pengelola program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA)
 - 4) Aktivistis diaspora Indonesia di Vietnam, Filipina, Thailand, dan Belanda
 - 5) Akademisi dan peneliti yang mengkaji diplomasi kebahasaan
- b. Observasi partisipatif terhadap:
 - 1) Praktik penyebaran bahasa melalui kerja sama universitas
 - 2) Aktivitas diaspora dalam mempromosikan bahasa Indonesia
 - 3) Program-program kebahasaan yang diselenggarakan perwakilan RI

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari dokumentasi dan studi pustaka yang meliputi:

- a. Dokumen resmi negara:
 - 1) Laporan kinerja Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI)
 - 2) Laporan kinerja Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI)
 - 3) Kontrak kerja para duta besar
 - 4) Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan
 - 5) Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2014 tentang Pengembangan, Pembinaan, dan Perlindungan Bahasa dan Sastra
 - 6) Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 42 Tahun 2018 tentang Kebijakan Nasional Kebahasaan dan Kesastraan
- b. Publikasi ilmiah:
 - 1) Artikel jurnal nasional terakreditasi

- 2) Prosiding seminar internasional
 - 3) Skripsi, tesis, dan disertasi yang relevan
 - 4) Buku teks akademik
- c. Sumber lainnya:
- 1) Video dokumentasi kegiatan kebahasaan
 - 2) Majalah dan tabloid
 - 3) Sumber internet terpercaya
 - 4) Berita dan artikel media massa

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui empat teknik utama:

3.4.1 Wawancara Mendalam

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan pedoman wawancara yang telah disiapkan, namun tetap memberikan ruang bagi informan untuk mengembangkan jawaban. Teknik ini dipilih untuk menggali informasi mendalam mengenai persepsi, pengalaman, dan pandangan informan tentang posisi bahasa dalam diplomasi Indonesia, serta kendala yang dihadapi dalam upaya internasionalisasi Bahasa Indonesia di ASEAN.

3.4.2 Observasi

Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung praktik penyebaran bahasa Indonesia di negara lokasi penelitian. Fokus observasi meliputi:

- a. Kegiatan pembelajaran BIPA di universitas mitra
- b. Acara promosi budaya yang melibatkan penggunaan bahasa Indonesia
- c. Interaksi diaspora dengan masyarakat lokal
- d. Dokumentasi visual kegiatan kebahasaan

3.4.3 Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen resmi yang relevan. Teknik ini sangat penting untuk melihat apakah diplomasi kebahasaan telah secara eksplisit tercantum sebagai program strategis dalam laporan resmi kementerian terkait.

3.4.4 Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan menelusuri berbagai literatur yang berkaitan dengan strategi internasionalisasi bahasa Indonesia, diplomasi publik, dan kebijakan luar negeri. Penelusuran dilakukan melalui buku, artikel jurnal, dan sumber internet lainnya yang kredibel.

3.5 Teknik Pemilihan Informan

Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria informan dalam penelitian ini meliputi:

Tabel 3.2 Kriteria Informan Penelitian

No	Kategori Informan	Kriteria	Jumlah
1	Pejabat Kementerian Luar Negeri	Terlibat langsung dalam perumusan kebijakan diplomasi budaya	2-3 orang
2	Staf fungsional diplomat di KBRI/KJRI	Bertugas di negara lokasi penelitian dan menangani program kebahasaan	3-5 orang
3	Pengelola program BIPA	Memiliki pengalaman minimal 2 tahun dalam pengajaran BIPA di luar negeri	3-5 orang
4	Aktivis diaspora	Aktif dalam kegiatan promosi bahasa dan budaya Indonesia	3-5 orang
5	Akademisi	Memiliki publikasi tentang diplomasi bahasa atau internasionalisasi bahasa	2-3 orang

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Penelitian ini mengungkap tiga temuan utama terkait internasionalisasi Bahasa Indonesia di kawasan ASEAN.

a. Program BIPA Berjalan Baik tetapi Belum Terintegrasi

Program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) telah menjadi ujung tombak penyebaran bahasa Indonesia di ASEAN. Di Kamboja misalnya, pembelajaran bahasa Indonesia telah menyebar ke 11 institusi, meliputi sekolah, perguruan tinggi, dan masyarakat umum. Bahkan militer atau pasukan khusus Kamboja turut mempelajari bahasa Indonesia. Antusiasme masyarakat cukup tinggi, terbukti saat pandemi Covid-19, satu sesi pembelajaran melalui Zoom bisa diikuti hingga 114 peserta. Namun, penelitian lapangan di Vietnam, Filipina, dan Thailand menunjukkan bahwa meskipun banyak aktivitas promosi bahasa Indonesia dilakukan melalui kerja sama universitas, lembaga

pemerintah, dan diaspora, kegiatan tersebut belum sepenuhnya berada dalam kerangka diplomasi negara .

b. Diplomasi Bahasa Belum Menjadi Program Prioritas

Temuan paling krusial berasal dari analisis terhadap laporan kinerja Kedutaan Besar RI (KBRI) dan Konsulat Jenderal RI (KJRI), serta kontrak kerja para duta besar. Hasilnya menunjukkan bahwa diplomasi kebahasaan belum secara eksplisit tercantum sebagai program strategis dalam laporan resmi kementerian terkait .Dr. Faizin dari Universitas Muhammadiyah Malang menegaskan, "Dalam laporan capaian kementerian, diplomasi bahasa belum menjadi program prioritas yang tersurat. Akibatnya, banyak aktivitas kebahasaan di luar negeri hanya bersifat promosi, bukan diplomasi yang memiliki kekuatan hukum antarnegara" .

c. Respons Masyarakat ASEAN Beragam

Penelitian menemukan respons masyarakat luar negeri cukup beragam terhadap promosi bahasa Indonesia. Ketika aktivitas promosi bahasa tidak berada dalam payung kebijakan resmi, posisinya menjadi lemah dan tidak memiliki daya tawar strategis. Banyak pihak telah melakukan promosi bahasa Indonesia, tetapi belum semuanya berada dalam kerangka diplomasi negara

4.2 Pembahasan: Konsep Sosiopolitika Linguistik

Menanggapi temuan-temuan di atas, Dr. Faizin memperkenalkan pendekatan Sosiopolitika Linguistik sebagai fondasi baru strategi diplomasi bahasa global. Konsep ini memadukan tiga pilar utama secara strategis, yaitu sosiologi politik, linguistik, dan kebijakan luar negeri Indonesia.

a. Reposisi Bahasa: Dari Penunjang Menjadi Objek Diplomasi

Inti dari pendekatan ini adalah reposisi bahasa. Faizin menegaskan, "Bahasa tidak cukup ditempatkan sebagai penunjang diplomasi, tetapi harus menjadi objek diplomasi itu sendiri. Selama ini internasionalisasi bahasa sering hanya dikaji dari sisi pembelajaran dan promosi, padahal tidak bisa dilepaskan dari kepentingan politik luar negeri suatu negara"

Tabel Perbedaan Promosi dan Diplomasi Bahasa

Aspek	Promosi Bahasa	Diplomasi Bahasa
Aktor	Lembaga pendidikan, diaspora	Negara melalui perwakilan resmi
Landasan	Inisiatif institusi/individu	Kebijakan luar negeri dan perjanjian antarnegara
Kekuatan Hukum	Tidak mengikat	Memiliki kekuatan hukum antarnegara
Daya Tawar	Lemah dan situasional	Kuat dan strategis

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

- a. internasionalisasi Bahasa Indonesia di kawasan ASEAN selama ini lebih banyak bersifat promosi daripada diplomasi. Program BIPA berjalan cukup baik dengan antusiasme masyarakat yang tinggi, namun aktivitas tersebut belum terintegrasi dalam kerangka kebijakan luar negeri yang resmi.
- b. diplomasi kebahasaan belum menjadi program prioritas dalam kebijakan luar negeri Indonesia. Analisis terhadap laporan kinerja perwakilan diplomatik menunjukkan bahwa diplomasi bahasa tidak tercantum secara eksplisit sebagai program strategis, sehingga upaya internasionalisasi berjalan tanpa arah terukur dan tanpa payung kebijakan yang kokoh.
- c. diperlukan reposisi bahasa dari sekadar penunjang diplomasi menjadi objek diplomasi itu sendiri. Pendekatan Sosiopolitika Linguistik yang memadukan sosiologi politik, linguistik, dan kebijakan luar negeri menjadi fondasi penting untuk memperkuat posisi tawar Bahasa Indonesia di kancah internasional.
- d. upaya internasionalisasi menghadapi kendala internal (sikap negatif masyarakat, preferensi bahasa asing, lemahnya sinergi lintas sektoral) dan kendala eksternal (persaingan dengan bahasa Melayu, dinamika politik ASEAN, hambatan teknis

pembelajaran). Tanpa strategi yang jelas, potensi besar bahasa Indonesia tidak akan berkembang menjadi kekuatan strategis negara.

5.2 Saran

- a. Bagi Pemerintah
 - 1) Masukkan diplomasi bahasa sebagai program prioritas dalam Renstra Kementerian Luar Negeri dan kontrak kerja para duta besar, sehingga memiliki target dan evaluasi yang jelas.
 - 2) Bangun sinergi lintas sektoral yang kuat antara Badan Bahasa, Kementerian Luar Negeri, Kementerian Pendidikan, dan pemangku kepentingan lainnya dalam menginternasionalisasi Bahasa Indonesia.
 - 3) Rancang perjanjian bilateral atau multilateral dengan negara-negara ASEAN mengenai pengakuan, pengajaran, dan penggunaan Bahasa Indonesia agar memiliki kekuatan hukum antarnegara.
- b. Bagi Kementerian Luar Negeri dan Perwakilan Diplomatik
 - 1) Dirikan desk atau unit khusus yang menangani diplomasi kebahasaan di setiap KBRI/KJRI di kawasan ASEAN.
 - 2) Integrasikan program kebahasaan dalam agenda diplomasi publik dan kerja sama budaya dengan negara mitra.
 - 3) Fasilitasi kerja sama antara universitas Indonesia dengan universitas di ASEAN untuk pengembangan program BIPA.
- c. Bagi Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa
 - 1) Kembangkan kurikulum dan standar pengajaran BIPA yang adaptif dengan kebutuhan dan karakteristik negara ASEAN.
 - 2) Sediakan tenaga pengajar BIPA yang kompeten, termasuk kemampuan berbahasa lokal untuk mempermudah pembelajaran.
 - 3) Lakukan pendampingan dan evaluasi terhadap program-program BIPA di luar negeri secara berkelanjutan.
- d. Bagi Masyarakat dan Diaspora
 - 1) Tingkatkan kebanggaan terhadap bahasa Indonesia dengan menggunakannya secara baik dan benar dalam kehidupan sehari-hari.
 - 2) Aktif mempromosikan bahasa dan budaya Indonesia di lingkungan masing-masing sebagai bentuk diplomasi publik.

DAFTAR REFERENSI

- Faizin. (2026). *Sosiopolitika Linguistik: Paradigma Baru Diplomasi Bahasa Indonesia*. Malang: UMM Press.
- Faizin, Isnaini, M., & Wuriyanto, A. B. (2026). Reformulasi Diplomasi Bahasa Indonesia di Kawasan ASEAN: Perspektif Sosiopolitika Linguistik. *Jurnal Ilmiah Penelitian Kebijakan Bahasa*, 12(1), 1-18.
- Gafar, R. S. (2023). *Indonesia's Cultural Diplomacy through the Indonesian Language for Foreigners Program in Cambodia*. Skripsi. President University.
- Nathanael, B. (2025). *Soft Diplomacy Indonesia dalam Menanggapi Penurunan Minat Bahasa Indonesia di Australia dan Upaya Peningkatannya di Tahun 2020-2023*. Skripsi. Universitas Nasional.
- Satriawan, D. (2024). Strategi Internasionalisasi Bahasa Indonesia sebagai Bahasa ASEAN. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Undiksha*, 14(4), 245-258.
- Tisnasari, S. (2025). A Portrait of Opportunities and Challenges of the Internationalized Indonesian Language through Indonesian Language Learning for Foreign Speakers (BIPA) in Banten. *Proceeding AISELT*, 10(2), 45-56.
- Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- Hill, D. T. (2016). Language as "Soft Power" in Bilateral Relations: The Case of Indonesian Language in Australia. *Asia Pacific Journal of Education*, 36(3), 364-378.
- House, J., & Kádár, D. Z. (2025). *Language and Politics: A Cross-Cultural Pragmatic Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press
- Lukman, F., dkk. (2026). Bahasa Indonesia sebagai Lingua Franca ASEAN: Peluang dan Tantangan dalam Perspektif Global South. *Jurnal Kajian ASEAN*, 8(2), 112-130.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 57 Tahun 2014 tentang Pengembangan, Pembinaan, dan Perlindungan Bahasa dan Sastra.
- Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 42 Tahun 2018 tentang Kebijakan Nasional Kebahasaan dan Kesastraan.
- Kementerian Luar Negeri RI. (2020-2025). *Laporan Kinerja Kedutaan Besar Republik Indonesia di Kawasan ASEAN (Dokumen Internal)*.
- Faizin. (2026, Februari 20). Pakar UMM Kenalkan Sosiopolitika Linguistik, Buka Perspektif Baru Diplomasi Bahasa. Universitas Muhammadiyah Malang. <https://umm.ac.id/>
- Faizin. (2026, Februari 19). Pakar UMM Dr Faizin Gagas Sosiopolitika Linguistik, Perkuat Diplomasi Bahasa Indonesia di Kancan Global. *beritajatim.com*. <https://beritajatim.com/>
- Chaterine, R. N. (2025, Oktober 24). Bahasa Indonesia Resmi di UNESCO, Anggota DPR: Perkuat Posisi Tawar RI.