

# PENGGUNAAN ISTILAH ASING VERSUS KEBANGGAAN PADA BAHASA NASIONAL

**Heni Haryani**

Universitas Kebangsaan Republik Indonesia  
heniharyani@ukri.ac.id

**Abstract:** *Many foreign terms are found scattered in society where the society is still traditional. Especially the use of foreign terms taken from English which for some people are not very familiar to the public. These terms are scattered around and are used to label shops, cafes or stalls that provide local products to local consumers. It can be understood that the use of this term indicates the name of the trading activity or business activity carried out as an identity that shows the brand of the activity. This method is used as an effort to show that the stall or shop has its own class. There is pride for its users even though they actually show distrust and respect for their own language. Based on this reality, this study aims to clearly reveal the use of foreign terms used by local business people. The method used is descriptive qualitative to understand the issues that are the subject and object of the study. The results show that the use of foreign terms represents the social class of the users who come from the upper class with a fairly high economic and educational level.*

**Keywords:** *Foreign terms, business, pride, self-confidence, nationality*

**Abstrak:** Banyak ditemukan istilah-istilah asing bertebaran di tengah masyarakat yang mana masyarakat tersebut masih bercorak tradisional. Terutama penggunaan istilah asing yang diambil dari bahasa Inggris yang bagi sebagian kalangan tidak terlalu familiar di telinga masyarakat. Istilah-istilah ini bertebaran dan digunakan untuk melabeli toko-toko, kafe, atau warung-warung yang menyediakan produk lokal dengan konsumen warga lokal. Dapat dipahami bahwa penggunaan istilah ini menunjukkan nama dari aktivitas perdagangan atau kegiatan bisnis yang dilakukan sebagai identitas yang menunjukkan *brand* dari aktivitas tersebut. Cara ini digunakan sebagai upaya untuk menunjukkan bahwa warung atau toko tersebut memiliki kelas tersendiri. Ada kebanggaan bagi para penggunanya meski sebenarnya menunjukkan ketidakpercayaan dan penghargaan kepada bahasanya sendiri. Berdasarkan kenyataan tersebut, kajian ini bertujuan untuk mengungkap secara jelas penggunaan istilah asing yang digunakan pebisnis lokal. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif untuk memahami persoalan yang menjadi subjek dan objek kajian. Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan istilah asing mewakili kelas sosial penggunanya yang berasal dari kalangan atas dengan tingkat ekonomi dan pendidikan yang cukup tinggi.

**Kata Kunci:** Istilah asing, bisnis, kebanggaan, kepercayaan diri, kebangsaan

## PENDAHULUAN

Kampanye bangga pada produk atau karya bangsa sendiri telah meredup. Hal yang sama pada kerja-kerja bangsa yang pernah menggaungkan penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar (Garing & Manuputty, n.d.). Kedua upaya strategis untuk menumbuhkan kebanggaan pada bangsa sendiri ini pernah terdengar nyaring di era tahun 1980-an silam. Namun kini sudah menghilang terutama sejak reformasi bergulir tahun 1998. Sejak saat itu, nyaris tidak muncul lagi inisiatif untuk melecutkan potensi dan prestasi anak bangsa. Jikapun

ada praktis hanya dilakukan secara sektoral. Dengan kata lain aktivitasnya tidak bersifat massif dan dilakukan dengan cara sendiri-sendiri.

Efek yang terjadi akan berbeda antara melakukan kampanye secara terprogram, masif, dan sistematis dengan penumbuhan kebanggaan yang dilakukan secara sektoral. Melakukan secara sektoral berpotensi menjadi bias makna karena dalam praktiknya sistem bahasa yang digunakan masyarakat tercampur baur antara menggunakan istilah dari unsur serapan asing dengan bahasa Indonesia. Bahkan dalam banyak kesempatan terjadi variasi dengan penggunaan bahasa lokal. Dalam konteks ini, sistem bahasa dalam masyarakat tengah mengalami perkembangan yang sangat mendasar, meski konstitusi sudah menegaskan bahwa bahasa Indonesia sebagai bahasa pengantar di Republik ini.

Bahasa Indonesia semakin kaya dan berkembang karena banyak menyerap kosa kata yang berasal dari berbagai bahasa. Serapan yang dimasukkan ke dalam bahasa Indonesia itu bersumberkan bahasa asing maupun bahasa daerah yang tersebar banyak di seluruh Indonesia. Bahasa asing yang diserap ke dalam pengembangan bahasa Indonesia yaitu bahasa Sankerta, bahasa Jepang, bahasa Belanda, bahasa Jerman, bahasa Arab bahasa India, bahasa Tamil, bahasa Portugis, bahasa Parsi, bahasa China, dan bahasa Inggris, sedangkan dari bahasa daerah yaitu bahasa Minang, bahasa Sunda, bahasa Jawa, bahasa Palembang, bahasa Bugis, bahasa Batak, bahasa Banjar, bahasa dari Papua, bahasa dari Maluku, dan lain-lain (Yazidi, n.d.).

Dalam penggunaannya, istilah asing yang diserap dalam bahasa lokal ini kemudian digunakan secara serampangan untuk menginformasikan mengenai sesuatu yang sedang dilakukan. Termasuk pelabelan produk-produk lokal dengan menyertakan informasi yang bersumber dari bahasa asing. Penggunaan idiom dan istilah asing memang tidak salah selama belum aturan yang menegaskan mengenai penggunaannya. Maka bergulir cepat hingga membanjiri pasar kata-kata seperti *we serve the best, we are here to serve you, serve with heart*, dan kalimat-kalimat lain yang sebenarnya lebih menunjukkan gengsi penggunaan bahasa tersebut.

Begitupun untuk menginformasikan produk yang dijual yang sebenarnya hasil olahan warga lokal untuk dijual kepada warga lokal dengan menggunakan bahasa Inggris. Ini sebagai upaya untuk menunjukkan bahwa produk yang dijualnya memiliki kualitas yang terjaga dan layak menjadi buruan para pembeli. Tentu saja masyarakat konsumen dapat membedakan barang produk impor dari produsen luar negeri dengan produk lokal. Tertera dalam produk apabila memang produk impor maka akan tercantum penjelasan dalam bahasa Inggris yang menjelaskan tentang produk tersebut.

Sebaliknya apabila produk lokal untuk konsumsi global yang diekspor ke mancanegara tentu menjadi keharusan menyelipkan informasi dengan menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa yang digunakan hampir seluruh bangsa di dunia. Apabila memerhatikan situasi tersebut, penggunaan istilah dan idiom asing dibutuhkan ketepatan dan proporsionalitas dengan juga memerhatikan secara cermat kondisi pasar sasaran. Namun harus tetap menempatkan kebanggaan pada produk budaya sendiri (Sari et al., 2023).

. Sebab tidak bisa dilarang penggunaan serapan asing dalam sistem bahasa masyarakat karena di dalamnya sennagtiasa tumbuh dan berkembang rasa bahasa yang dianggapnya nyaman untuk digunakan dalam proses transaksi, bisnis, atau aktivitas lainnya. Ini karena dalam penggunaan bahasa merupakan pilihan masing-masing. Hanya saja jika menggunakan parameter kebangsaan seperti patut diperhitungkan penggunaan bahasa dan istilah diambil dari khasanah kebudayaan lokal yang sudah dikodifikasikan dalam bahasa Indonesia. Apalagi bahasa Indonesia sebagai bahasa resmi negara memiliki khasanah yang kaya dan memiliki padanan yang dapat diserap dari unsur lokal untuk menjelaskan informasi yang akan disampaikan.

Pemadanan akan menemukan rujukannya jika berasal dari bahasa atau istilah yang diambil dari Bahasa Inggris. Bagi sebagian besar masyarakat Bahasa Inggris relatif sangat familiar dalam percakapan sehari-hari, sehingga tidak kesulitan untuk menemukan artinya. Begitupun ketika mencari padanan katanya dalam Bahasa Indonesia relatif sangat mudah. Namun yang kelak kemudian menjadi keheranan banyak kalangan adalah manakala penggunaan kata tersebut dalam suasana yang tidak tepat. Bukan saja menimbulkan pemaknaan yang berbeda

namun dapat menimbulkan respon yang keliru. Dalam sebuah tujuan tertentu maka karena kesalahan akhirnya tidak mencapai apa yang diinginkan.

Bahasa sebagai alat komunikasi harus dapat dipahami secara bersama-sama (Noermanzah, 2019). Terjadi kesepakatan yang menunjukkan pada objek bahasa dengan arti yang sama. Dengan demikian tidak boleh mengedepankan pemaknaan yang bersumber dari penilaian subjektif. Apalagi mendesakkan makna ke dalam aspek berpikir orang lain untuk bersepakat memunculkan makna pada objek yang rumit untuk dipahami. Pemahaman ini berlaku pada jenis berbagai aktivitas yang beragam. Termasuk penggunaan dalam lingkup bisnis.

Selain itu, pengutamaan penggunaan pada aspek sasaran perlu mempertimbangkan manfaat dan derajat kepentingannya. Jika hanya untuk menyenangkan segelintir kalangan dengan mengorbankan kepentingan orang banyak tentu saja akan menyebabkan kemubaziran. Karena bukan saja kata yang digunakan tidak menemui sasaran namun dapat menyulitkan untuk dipahami karena tidak sesuai dengan rujukan. Pada aspek mana pengutamaan menjadi prioritas, terutama ketika dihadapkan pada pilihan bebas dalam menentukan rujukan antara serapan lokal atau bersumberkan dari khasanah bahasa asing. Sudah barang tentu, sebagai warga bangsa yang memiliki kepedulian dalam memajukan khasanah budaya dan bahasa sendiri harus mengutamakan aspek lokal. Meski ini tidak berarti bentuk pelarangan bagi penggunaan unsur asing dalam menjalankan berbagai aktivitas yang dilaksanakannya.

## **TINJUAN PUSTAKA**

Pernyataan secara deklaratif yang dinyatakan secara tekstual tentang bahasa Indonesia tertuang dalam UUD 1945 (Sekretariat Jenderal Majelis Permusyawaratan Rakyat, n.d.). Dalam konstitusi negara bahasa termaktub dalam Bab XV bersamaan dengan Bendera, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan. Dalam UUD 45 pasal berkenaan dengan bahasa ini tertuang dalam pasal 36 yang berbunyi: Bahasa Negara ialah Bahasa Indonesia. Pengaturan lebih lanjut tentang pasal tentang bahasa diatur dalam Undang Undang No 24 Tahun 2009 tentang bendera, bahasa, dan lambang negara, serta lagu kebangsaan. Pasal-pasal bahasa dalam Undang Undang tersebut tercantum dari pasal 25 sampai pasal 45 (Sekretariat Negara, n.d.).

Dalam pasal undang-undang tersebut secara tegas dinyatakan kedudukan Bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional yang mempersatukan seluruh wilayah dan tumpah darah. Ini karena realitas menunjukkan bahwa pengguna bahasa di negeri ini tidak tunggal. Selain bahasa Indonesia yang dikategorikan sebagai bahasa resmi kenegaraan, di Indonesia terdapat bahasa-bahasa lain yang memperkaya elemen kebudayaan bangsa. Bahasa-bahasa yang dimaksud digolongkan ke dalam tiga kategori menjadi, 1). Bahasa nasional yang sekaligus bahasa negara, yaitu bahasa Indonesia; 2). Ratusan bahasa daerah, 3). Sejumlah bahasa asing yang digunakan atau diajarkan dalam pendidikan formal (Suyanto, 2015).

Bahasa yang hidup di Indonesia secara apabila didalami lebih jauh mempunyai masalah, dan secara bersama-sama menimbulkan masalah yang cukup kompleks, dan perlu diselesaikan. Masalah yang dihadapi adalah berkenaan dengan status sosial dan politik ketiga bahasa itu, masalah penggunaannya, masalah saling pengaruh antara ketiganya, masalah pembinaan, pengembangan, dan pengajarannya. (Anggraini, 2024).

Bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional dimulai ketika Sumpah Pemuda pada 28 Oktober 1928 (Woring, 2022). Dalam deklarasi tersebut terjadi kesepakatan untuk mengangkatnya bahasa Melayu, menjadi bahasa persatuan dan akan digunakan sebagai alat perjuangan nasional. Bahasa-bahasa lain yang turut mempengaruhi perkembangan bahasa Indonesia seperti bahasa Cina, bahasa Arab, bahasa Jerman, bahasa Perancis, dan Inggris berkedudukan sebagai bahasa asing. Di dalam kedudukannya sebagai bahasa asing, bahasa-bahasa tersebut bertugas sebagai (1) sarana perhubungan antarbangsa, (2) sarana pembantu

pengembangan bahasa Indonesia, dan (3) alat untuk memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi modern bagi kepentingan pembangunan nasional (Riyantika, 2019).

Bahasa-bahasa asing diposisikan sebagai bahasa ketiga di Indonesia. Peran bahasa Indonesia dan bahasa Inggris pada akhirnya membawa kedua bahasa tersebut pada posisi yang strategis sebagai penjelas dari ilmu pengetahuan. Kedua bahasa tersebut menjadi bahasa rujukan dari suatu teori ilmu pengetahuan (Suwardjono, 2008). Kedudukan bahasa asing yang secara formal berada di posisi ketiga namun dalam lingkup kehidupan sosial *Click or tap here to enter text*. merepresentasikan status penuturnya. Dengan kata lain, status sosial penutur bahasa asing terutama bahasa Inggris dapat digolongkan memiliki kedudukan tinggi. Apalagi jika ditambah dengan kemampuan melafalkan bahasa asing lain seperti bahasa Prancis, Jerman, Spanyol, atau bahasa asing yang berasal dari Asia. Kemampuan menguasai bahasa asing dianggap berpikiran maju melebihi dari warga pada umumnya. Ini menguntungkan karena dapat menjalin hubungan secara luas ke berbagai pihak dengan cara bertukar informasi ke warga negara dengan penutur bahasa yang dikuasai (Yani et al., 2018).

Hanya yang menjadi menarik adalah manakala warga bangsa yang berkeinginan meningkatkan status sosial melalui bahasa, namun tanpa menguasai bahasa asing yang sangat populer akhirnya menyebabkan kesalahan. Berdasarkan paparan tersebut kajian ini menjadi menarik karena alasan-alasan tertentu seperti meningkatkan status sosial tanpa disertai kemampuan dan penguasaan berbahasa yang benar. Sehingga mengesankan lebih bangga menggunakan bahasa asing yang tidak dikuasainya daripada menggunakan bahasa nasional yang sudah barang telah dikuasai.

## **METODE PENELITIAN**

Kajian ini berlandaskan pada metode deskriptif kualitatif. Kepentingan mendeskripsikan objek kajian ini berkaitan dengan upaya menjelaskan secara tepat analisis atas sebuah masalah yang menjadi persoalan yang muncul. Berkenaan dengan kajian ini masalah yang ditetapkan mengenai penggunaan bahasa dalam dominasi pengguna bahasa mayoritas. Sebagai bahan analisis, data yang digunakan bersumber dari internet dan media online yang tersebar secara luas. Pencarian atas masalah tersebut menggunakan landasan metode kualitatif yang lebih berarti dalam menjelaskan latar belakang di balik fenomena yang tampak. Menurut Kirk dan Miller metode kualitatif sebagai sebuah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia, baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya (Sutikno, 2020).

Dalam melakukan analisis metode kualitatif ini data-data yang diperoleh bersumber dari dokumen-dokumen yang tersebar. Baik yang diperoleh dari sumber di jaringan online maupun melalui dokumen yang berupa kepustakaan. Analisis atas data-data tersebut memungkinkan munculnya penjelasan yang tepat sesuai dengan kondisi yang menjadi objek kajian.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pemaknaan terhadap objek tertentu yang menyimbolkan makna tentang sesuatu biasanya diiringi dengan perasaan atau gengsi. Perasaan yang lebih mengutamakan gengsi ini merupakan representasi dari sistem stratifikasi sosial yang terbagi ke dalam jenjang dan kelas sosial. Stratifikasi sosial masyarakat terbagi menjadi kelas atas, menengah, dan kelas bawah. Masing-masing bahasa dan rasa bahasa yang digunakan berbeda. Bahasa dan variasinya akan menunjukkan dari kelas mana orang yang menggunakan bahasa dengan variasi pengucapan dan pembubuhan dalam jenis teks berasal dari istilah asing.

Sebagai pihak yang mewakili kalangan atas tentu akan sangat terbiasa menggunakan sistem lambang dan bunyi yang diambil dari khasanah asing. Namun bagi sebagian kalangan yang berada di bawah dalam sistemnya stratifikasi sosial akan menimbulkan tanda tanya. Begitupun cara dan gaya berbahasa masyarakat dari jenjang bawah yang didengar kalangan atas akan menimbulkan kelucuan. Apalagi jika penggunaannya tidak tepat baik dalam pengucapan maupun penulisan.

Berdasarkan penelusuran banyak tersebar di jaringan online penggunaan unsur asing dalam menjelaskan tentang apa yang sedang diinformasikan. Baik informasi dalam aktivitas perdagangan, peringatan, atau memberi perhatian kepada pihak lain yang menjadi mitra berbagai kegiatan. Ketepatan dalam penulisan dan penyebutannya sangat beragam. Ada yang sekadar membubuhkan tulisan yang berasal dari istilah asing hanya untuk melucu atau lucu-lucuan, namun ada juga yang memang dilakukan secara tidak sengaja. Namun ada juga yang memang sengaja.

Ini sekadar menunjukkan bahwa status sosial yang disandangnya tinggi dan dibuktikan dengan familiarnya penggunaan kata-kata dan tulisan asing dengan dirinya. Meski mengesankan tidak terlalu mempertimbangkan lingkungan dan kondisi sosial masyarakat sekitarnya. Namun karena memiliki anggapan terhadap dirinya yang lebih dari warga di lingkungannya, sehingga tidak memperdulikan penilaian dan respon yang diperolehnya.



Sumber: internet

Gambar 1  
Spanduk lucu yang menggunakan istilah asing

Berdasarkan gambar tersebut terdapat kekeliruan dalam penerapan kata Tek Ewei yang seharusnya ditulis Take Away. Kata ini menjadi kian populer seiring menjamurnya kafe-kafe atau kedai makan dan minum serta tumbuh suburnya usaha kuliner. Makna harfiah dari kata ini adalah membawa pergi. Padanan kata yang bisa dikenakan pada kata ini adalah dibungkus. Selain kata take away yang juga populer dan menjadi bentuk layanan dari pengelola kafe, kedai, atau pengusaha kuliner adalah *dine in*. Kata *dine in* secara harfiah diartikan makan di tempat. Kata *dine in* merupakan lawan kata dari take away dan menjadi domain layanan yang diberikan pengelola bisnis kuliner.

Dari gambar berisikan teks secara utuh “Maaf, Sementara Hanya Melayani Tek Ewei” maka jika menggunakan kalimat yang benar perlu penyesuaian dalam penggunaan kata dibawa pulang atau dibungkus. Namun jika tidak ada perubahan dari susunan kalimatnya dan hanya mengganti kata Tek Ewei saja maka akan berbunyi sebagai berikut: Maaf, Sementara Hanya Melayani Dibungkus atau Dibawa Pulang. Jika kalimat yang digunakan seperti itu tentu juga tidak tepat karena terdapat kerancuan dalam susunan kalimatnya. Untuk menyusun agar sesuai dengan kaidah yang tepat dan benar harus ada perubahan pada unsur kalimat yang dapat menjelaskannya.

Penerapan unsur serapan asing yang kurang tepat juga dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Sumber: Internet

Gambar 2  
Penggunaan kata asing

Berdasarkan gambar tersebut terdapat kekeliruan dalam penulisan kata Entry yang diartikan sama dengan kata Antre. Baris pertama dalam bahasa Inggris yang bertuliskan Entry Please diterjemahkan dengan bebas menjadi Mohon Antri. Berdasarkan kaidah tentu saja sangat tidak tepat menngartikan kata entry dengan antre. Sebab dalam bahasa Inggris antre diterjemahkan menjadi *Queue*, sedangkan kata entry sama sekali tidak dapat diartikan secara bebas dengan kata antre. Ini selain bukan menunjukkan arti sebenarnya, juga cara penulisannya yang tidak tepat.

Banyak terjadi kesalahan elementer lainnya yang menunjukkan ketidaktepatan dalam penulisan dan penerjemahan. Di samping alasan-alasan tersebut, terdapat alasan lain yang menunjukkan bahasa digunakan secara kontradiktif. Baik kontradiksi yang ditunjukkan penggunaannya maupun terhadap lingkungan sekitarnya. Warung, misalnya, sebagai penyedia kebutuhan konsumsi sehari-hari bagi masyarakat sekitar tentu dalam transaksinya menggunakan bahasa yang sudah dimengerti oleh masing-masing. Bisa bahasa Indonesia sebagai pengantar atau bahasa daerah tempat di mana warung tersebut berada dan pemilik dari warung tersebut sangat menentukan bahasa yang digunakan. Hal ini terlihat sebagaimana gambar di bawah ini:



Sumber: internet

Gambar 3  
Warung yang menggunakan spanduk bertuliskan bahasa Inggris

Berdasarkan gambar tersebut dapat dipahami bahwa penuangan teks bahasa Inggris dispanduk yang tergelar di warung tersebut bagian dari *gimmick* saja. Tentu saja tujuannya untuk menarik minat para konsumen berbelanja di warung tersebut. Bahkan dapat juga dipahami bahwa penuangan bahasa Inggris tersebut bagian dari promosi endorser yang menggunakan cara-cara tersebut. Sebab dari sisi makna penuangan kalimat tersebut tidak salah dan cara penulisannya pun sudah sesuai. Namun yang menjadi menarik adalah posisinya yang ditempatkan di warung.

Secara umum penggunaan bahasa asing, baik yang berasal dari bahasa Inggris maupun unsur serapan asing lainnya, tentu saja harus sesuai dengan kaidah normatif praksis berbahasa. Ini berarti bahwa cara penggunaannya yang dilakukan secara tekstual maupun dengan cara tutur terdapat kaidah-kaidah baku yang menuntun pada ketepatan penggunaannya. Selain terdapat alasan kesalahan dan ketidaktepatan dalam penggunaannya mengutamakan bahasa nasional akan lebih *elegant* dan menunjukkan kebanggaan pada bahasa nasionalnya.

## KESIMPULAN

Penggunaan bahasa Indonesia sebagai nasional di berbagai situasi layak didahulukan. Bukan saja menunjukkan penggunaannya pada identitas kebangsaannya namun juga kebanggaan atas bahasanya sendiri. Kenyataan menunjukkan bahwa tidak ada yang dapat melestarikan bahasanya selain warga bangsanya sendiri. Muncul kewajiban tidak tertulis, seluruh warga bangsa terikat dengan kemampuan dan kemauan menggunakan bahasa Indonesia. Meskipun belum ada aturan yang mengarah pada pasal perbuatan menggunakan bahasa asing dalam berbagai situasi, baik dalam percakapan atau penuangan di berbagai media informasi, termasuk ke dalam perbuatan terlarang. Sudah saatnya bangsa ini bangga pada bahasanya sendiri dan percaya diri menggunakannya dalam setiap percakapan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Banyak pihak yang telah membantu penyusunan naskah hingga dapat dikirimkan ke redaksi pengelola jurnal tepat pada waktunya, namun tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Namun yang terutama sekali adalah pengelola JKRI yang telah tulus memuat tulisan ini, serta rekan sejawat lainnya di Universitas Kebangsaan Republik Indonesia (UKRI), penulis sampaikan terima kasih banyak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, A. P. (2024). *KEDUDUKAN BAHASA INDONESIA DAN BAHASA INGGRIS SEBAGAI PENGHELA ILMU PENGETAHUAN DI ERA GLOBALISASI*.
- Garing, J., & Manuputty, D. G. (n.d.). *Pemakaian Bahasa Indonesia yang Baik dan Benar pada Badan Publik di Kota Makassar*.
- Noermanzah. (2019). Bahasa sebagai Alat Komunikasi, Citra Pikiran, dan Kepribadian. *Prosiding Seminar Nasional Bulan Bahasa (Semiba) 2019*, 306–319.
- Sekretariat Negara. (n.d.). *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 24 TAHUN 2009 TENTANG BENDERA, BAHASA, DAN LAMBANG NEGARA, SERTA LAGU KEBANGSAAN*.
- Riyantika, D. (2019). *PENGARUH BAHASA INDONESIA DAN BAHASA INGGRIS SEBAGAI BAHASA PENGANTAR DALAM PENDIDIKAN FORMAL*.

- Sari, N. I., Sangrio, F. A. E., Bimantara, M. A., & Carmidah. (2023). Menakar Efektivitas Rasa Bangga Dalam Penggunaan Produk Lokal Untuk Meningkatkan Eksistensi UMKM. *Cemerlang, Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(2).
- Sekretariat Jenderal Majelis Permusyawaratan Rakyat. (n.d.). *UNDANGUNDANG DASAR NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 1945 DALAM SATU NASKAH*.
- Sutikno, S. H. P. (2020). *PENELITIAN KUALITATIF*.  
<https://www.researchgate.net/publication/353587963>
- Swardjono. (2008). *Peran dan Martabat bahasa Indonesia*.
- Suyanto, E. (2015). *Membina, Memelihara, dan Menggunakan BAHASA INDONESIA Secara Benar; Kajian Hostoris-Teoritis dan Praktis Tulis* (1st ed., Vol. 1). Graha Ilmu.
- Woring, M. C. (2022). *Sumpah Pemuda Merupakan Cikal Bakal Tercetusnya Bahasa Indonesia Sebagai Bahasa Persatuan 1928-1954 (Suatu Tinjauan Historis)*.
- Yani, I., Ratnamulyani, I., & Kusumadinata, A. (2018). PENGARUH KOMPETENSI BERBAHASA ASING DAN PENGORGANISASIAN DALAM MENUNJANG KARIR DIBIDANG PUBLIC RELATIONS. *Jurnal Komunikatio*, 4(1), 1–11.
- Yazidi, A. (n.d.). *DOMINASI BAHASA SANSKERTA DAN BAHASA ARAB DALAM KOSAKATA SERAPAN BAHASA INDONESIA*.