

## EFEK EKSPANSI MEDIA MASSA BARAT DAN IMPERIALISME BAHASA

*Novin Farid Styo Wibowo*

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

Email: novinsky\_tbk@yahoo.com

### ABSTRACT

*Change of use of the term Indonesian into English terms being common done either by formal, non-formal institutions and community. Its use not only as a companion, but replaces the old term in the Indonesian language in full. This condition is a consequence be experienced by third world countries due to globalization. Analysis the structure of macro-historical views of Western influenced into the third world countries, especially Indonesia, particularly the use and control of mass media as a means of penetration of cultural change. Analysis is also based by several studies approach that are hegemony, domination, depedence, cultural imperialism and postcolonialism.*

**Keywords :** Language Imperialism, Mass Media

### ABSTRAK

*Perubahan pemakaian istilah bahasa Indonesia ke dalam istilah bahasa Inggris menjadi hal yang jamak dilakukan baik oleh instansi formal, non formal maupun masyarakat. Penggunaannya tidak hanya sebagai pendamping, melainkan menggantikan istilah lama dalam bahasa Indonesia secara penuh. Kondisi ini merupakan kosekuensi yang harus di alami oleh negara-negara dunia ketiga akibat globalisasi. Analisa dilihat dari struktur makro historis pengaruh barat ke negara-negara dunia ketiga khususnya Indonesia, terutama penggunaan dan penguasaan media massa sebagai alat penetrasi perubah budaya. Analisa juga didasarkan oleh beberapa pendekatan kajian yakni hegemoni, dominasi, depedensi, imperialisme kultural dan post kolonialisme.*

**Kata kunci :** Imperialisme Bahasa, Media Massa

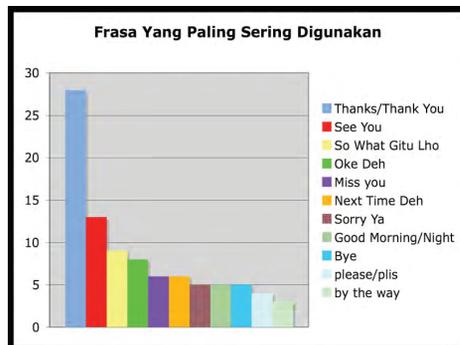
### PENDAHULUAN

Tulisan mencoba untuk menggali fenomena tentang keberbahasaan masyarakat Indonesia yakni tentang pemakaian bahasa di ruang-ruang publik di Indonesia. Pengamatan yang dilakukan oleh penulis di beberapa ruang publik Indonesia menunjukkan banyak sekali istilah Inggris seperti *Go Ahead, How Long Can You Go, Extreme me, Green Tea my Body, LG Slim, Less Sugar Tea, Seven Eleven* dan sebagainya.

Hal lain terjadi juga di media massa di Indonesia lebih memilih menggunakan nama rubrik, seperti *Main Issue, Woman's Secret, Man of the Month, Life Style, Public Corner* dsb. Fenomena ini pun sering dijumpai di media televisi Indonesia, program-program acara dinamai dengan istilah Inggris, seperti: *Peppy the explorer, Indonesian get a talent, kick Andy, Gong Show* dsb.

Dalam pergaulan sehari-hari, bahkan

remaja sangat familiar dalam pemakaian bahasa inggris istilah *By the way, I see, so sweet, so what, don't worry, sorry man, great, thanks* dsb menjadi sangat sering dijumpai dalam pembicaraan mereka. Hal ini seperti penelitian yang dilakukan oleh Nick Heany tahun 2005, tentang penggunaan bahasa inggris dikalangan anak muda di Indonesia khususnya di kota Malang.



(Heaney, 2005:66).

Kajian ini berusaha melihat struktur makro dari perubahan penggunaan bahasa Indonesia kedalam bahasa inggris dengan mengidentifikasi pola yang membangun dan mencoba menggali lebih jauh sisi historisnya. Fenomena ini mirip gunung es yang dibangun oleh kekuatan yang sangat besar di bawahnya. Media dianggap sebagai salah satu faktor independen yang bertanggung jawab menjadi penyebar ideologi baru. Ideologi yang dimaksudkan dalam kajian ini yakni bahasa. Bahasa berfungsi sebagai penyampai ide melalui penyimbolan idea menjadi pesan-pesan. Bahasa menjadi alat bertemunya berbagai kepentingan kelompok

manusia. Bahasa dipandang sebagai arena politik, yakni tempat bertemunya berbagai kepentingan, ajang tarik menarik, tujuannya saling mempengaruhi, saling mendominasi, hegemoni dan menguasai.

Dalam kajian ini, bahasa diasumsikan mempunyai pengaruh besar dan digunakan sebagai alat kekuasaan negara-negara maju ke negara-negara dunia ketiga. Bahasa yang dimaksud disini yakni bahasa Inggris. Jika merunut lebih jauh, pengaruh penggunaan bahasa inggris di negara-negara dunia ketiga, beberapa asumsi diakibatkan oleh ekspansi inggris diawal tahun 1600 an. Namun sejak abad 19 pengaruh terbesar justru bukan dari inggris sendiri, yakni justru Amerika yang mampu menjadi negara adidaya dengan industrinya. Pengaruh ini terjadi akibat ekspansi Amerika dalam industri media massanya ke dunia dengan bahasa inggris sebagai mediumnya.

Perkembangan dan persebaran bahasa mulai abad ke 19 tidak lagi diperkenalkan melalui jalur penjajahan. Jalur yang dipakai yakni dengan menggunakan media massa dan menjadikannya nilai tukar terutama berkenaan dengan masalah hiburan. Pada tahun 1954, Disney menjadi perusahaan film pertama yang memutar filmnya untuk televisi. Pada masa ini perkembangan televisi produk-produk massal diperkenalkan melalui Iklan komersial.

Kajian ini dimulai terlebih dahulu dengan melihat peran media massa barat sebagai bentuk dari industri media dan budaya serta ekspansinya ke beberapa belahan dunia, khususnya ke negara-negara dunia ketiga. Kajian dilakukan dengan lima tahap analisa untuk mencoba menggali dan menganalisis lebih dalam struktur makro yang membangun kondisi ini.

## ANALISA

### Globalisasi dan Hegemoni Media Massa Barat ke Dunia

Dalam konteks ini globalisasi lebih ditekankan kedalam aspek *universalisasi* dan *Westernisasi* yakni digambarkan sebagai semakin tersebarnya hal material maupun imaterial ke seluruh dunia. Disisi lain pengertian ini diasumsikan dengan semakin menyebarnya pikiran dan budaya dari barat sehingga mengglobal. Indikasi yang nampak bisa saja Peningkatan interaksi kultural melalui perkembangan media massa (terutama televisi,

film, musik, dan transmisi berita dan segala hal yang bersifat internasional). Hal ini kemudian dilanjutkan oleh Friedman yakni;

“Globalisasi berpindah dari globalisasi industry ke globalisasi individual. Dimana individu-individulah yang dituntut untuk berkembang supaya berkembang pesat atau setidaknya bertahan hidup. Berarti yang dituntut disini tidak hanya ketrampilan teknis melainkan juga kelenturan mental, motivasi diri dan mobilitas psikologis tertentu”. (Friedman, 2006: 309)

**Tabel 1.** Kronologis pengaruh barat ke dunia melalui media massa

1950 an	Industri Media dan Budaya berkembang pesat di Amerika	Time Warner, Disney
1960-an	Konsep Globalisasi diperkenalkan ke dunia	Marshall McLuhan telah memakai istilah <i>global village</i> dalam bukunya <i>Understanding Media</i> di tahun 60-an.
1960 an	Ekspansi Media dan Budaya ke Negara-negara dunia ketiga	Film, Musik, Program TV dan lain-lain. Penetrasi Bahasa Inggris meluas ke negara dunia ketiga melalui Medium tersebut.
1960-an	Ekspansi Perusahaan barat ke negara-negara berkembang/ dunia ketiga	Dengan semakin dikenalnya bahasa inggris di negara dunia ketiga maka produk-produk komersial asing semakin mudah untuk dijual dengan “bungkus” gaya hidup dan image budaya.

Pada fase tahun 1960-an, barat berusaha memperkenalkan berbagai jenis media massa beserta konten-kontennya (baik surat kabar, film, musik dan sebagainya). Ketidaksiapan negara-negara dunia ketiga terhadap konten dari media massa yang mereka miliki mengakibatkan pembelian besar-besaran konten media massa barat. Momen ini yang menjadi awal penetrasi pengaruh barat ke negara-negara dunia ketiga melalui jalur media massa.

Dengan demikian media massa digunakan sebagai alat hegemoni yang dianggap paling efektif. Pernyataan ini sama dengan pendapat Schiller;

*“...This is still a world of principally one-way media flow, where America still dominates international trade in film and television, where key areas of the media-such as news are still controlled by a small number of Anglo-American agencies, and where through*

*the export of formats as much as contents, America has, in effect, written the grammar of TV production world-wide. Schiller argues that the key change is today 'national' (largely-American) media-cultural power has been largely subordinated to transnational corporate authority, so that if American national power no longer is an exclusive determinant of cultural domination and if it is transnational corporate cultural domination that is now key issue, nonetheless, that dominant still bears a market American input" (Schiller 1991:13-15).*

Dominasi barat ini oleh Gramsci kemudian diartikan dengan bagaimana suatu kelompok dominan dapat memainkan pengaruhnya yang tanpa sadar kelompok subordinat mengikuti struktur yang ditawarkan oleh kelompok dominan. Konsep yang oleh Gramsci dikenal dengan Hegemoni. Dalam kajian ini hegemoni tidak saja melibatkan hegemoni sosial saja, melainkan juga melibatkan hegemoni budaya melalui pengalaman yang diciptakan atas dasar membentuk suatu masyarakat untuk menemukan makna dan tujuan bersama termasuk bahasa.

Media massa cenderung mengukuhkan ideologi dominan untuk menancapkan kekuasaan melalui hegemoni. Melalui media massa pula juga menyediakan *frame work* bagi berkembangnya budaya massa. Melalui media massa pula kelompok dominan terus-menerus menggerogoti, melemahkan dan meniadakan potensi tanding dari pihak-pihak yang dikuasainya. Media massa bukan hanya sebagai media pengirim pesan tapi juga mempengaruhi nilai nilai budaya dan membuat stereotipe mengenai gender, ras, dan etnik.

Gramsci menyoroti hubungan media massa, kelompok dominan, dan masyarakat

menyiratkan hubungan yang hegemonik;

“Hegemoni berupaya untuk menumbuhkan kepatuhan dengan menggunakan kepemimpinan politis dan ideologis. Hegemoni bukanlah hubungan dominasi dengan menggunakan kekuasaan, melainkan hubungan persetujuan dan konsensus. Dengan demikian media massa dapat ditafsirkan: Sebagai medium tempat dimana wacana dari kepemimpinan politik dan ideologis disebarkan. Sebagai arena tempat dimana keragaman praktek wacana dilakukan, dengan tujuan akhir adalah membangun konsensus dengan pihak yang lemah. Hasil konsensus ini digunakan kelas yang lemah untuk menafsirkan pengalamannya yang sebelumnya telah diintrodusir oleh pihak yang berkuasa atau kelompok dominan” (English, 1993: 76).

Kajian ini untuk mempelajari bagaimana kelompok seperti media menggunakan kekuasaan mereka terhadap kelompok *subordinate*. Teori ini berakar pada beberapa klaim penting mengenai budaya dan kekuasaan: Budaya tersebar dalam dan menginvasi semua sisi perilaku manusia, Orang merupakan bagian dari struktur kekuasaan yang bersifat hierarkis

“Makna didalam budaya kita dibentuk oleh media. Media dianggap sebagai pembawa berbasis teknologi pada budaya. Media menginvasi ruang kehidupan kita, membentuk selera dari mereka yang berrada disekitar kita, mereka memberikan informasi dan persuasi mengenai produk dan kebijakan dan mengundang kita untuk hidup didalam mereka” (Real, 1996: xiii-xiv).

### Ekspansi Media Massa Barat di Indonesia

Ada sebuah kondisi yang dialami oleh kebanyakan negara-negara dunia ketiga pasca penjajahan tahun 1960-an, yakni kondisi pencarian identitas dan tatanan budaya yang masih belum terbentuk. Dalam kondisi seperti ini negara-negara dunia ketiga membutuhkan media yang secara massal bisa membantu penyebaran ideologi negara dan penanaman budaya nasional ke masyarakat luas. Hanya permasalahan kemudian timbul, beberapa institusi media massa dibangun seperti halnya televisi, yakni hanya dibangun saja dengan konten yang tidak begitu jelas. Contoh yang menarik yakni TVRI, sebuah Stasiun televisi yang menjadi salah satu proyek mercusuar pemerintah Indonesia dalam rangka menyambut pembukaan Pekan Olah Raga se-

Asia IV (Asian Games) di Senayan. Pada waktu itu tujuannya selain memang sebagai ajang publikasi acara tersebut, terlebih adalah menunjukkan kepada Asia bahwa Indonesia mampu membuat stasiun televisi yang berskala nasional. Namun selepas *event* tersebut yang terjadi yakni permasalahan keberlangsungan produksi dengan keterbatasan produksi *in house* (akibat keterbatasan alat dan SDM). Langkah yang dianggap instan yakni dengan mengimpor sejumlah program televisi dari barat (khususnya program-program televisi Amerika). Langkah instan ini, ternyata secara umum dianggap sukses dan mendapatkan respon positif. Program kebanyakan berupa mini seri dan diputar dalam jangka waktu yang cukup lama di Indonesia.

**Tabel 2.** Kronologis masuknya media barat ke Indonesia

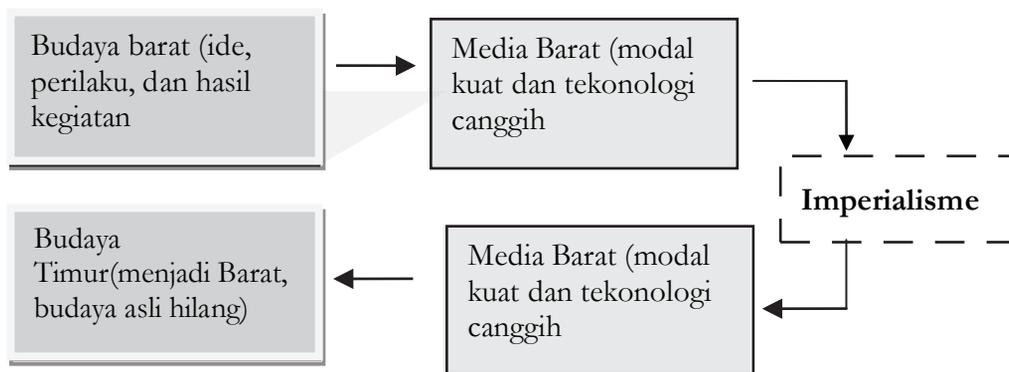
Konteks Indonesia		
24 Agustus 1962	Televisi Republik Indonesia (TVRI)	Bertepatan dengan dilangsungkannya pembukaan pesta olahraga se-Asia IV atau Asian Games di Senayan.  Ini merupakan proyek mercusuar yang relatif mendadak, produksi <i>in house</i> terbatas, sehingga pada waktu itu banyak Import program dari Amerika acara misalnya: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Star Trek (1966)</li> <li>– Voyage to the Bottom of the Sea (1970-1980)</li> <li>– The A Team (1983-86)</li> <li>– CHiP's (1977-1983)</li> <li>– The six million dollar man (1973-1978)</li> <li>– Bionic woman (1976-1978)</li> <li>– Hunter (1984-1991)</li> <li>– Friday the 13 hour (1987-1990)</li> <li>– Remington Steele (1982-1987)</li> </ul> Seri televisi ini cukup populer di masyarakat Indonesia dan menjadi referensi mengenal dunia luar.

Pengalaman ini seperti teori *cultural imperialism theory*. Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Herb Schiller pada tahun 1973. Dasar dari kemunculan teori ini adalah tulisannya tentang *Communications and Cultural Dominations*. Teori imperialisme budaya menyatakan bahwa negara barat menominasi media diseluruh dunia. Hal ini berarti media barat mendominasi media massa dinegara dunia ketiga. Alasannya media massa barat mempunyai efek yang kuat untuk mempengaruhi media dunia ketiga. Media barat sangat mengesankan bagi dunia ketiga sehingga mereka ingin meniru apapun yang muncul lewat media tersebut.

Dampak selanjutnya, orang-orang di negara dunia ketiga yang melihat media massa tersebut akan menikmati sajian-sajian yang berasal dari gaya hidup, kepercayaan dan pemikiran. Kemudian tanpa sadar negara dunia ketiga meniru apa yang disajikan media massa. Saat itulah terjadi penghancuran

budaya asli negaranya untuk kemudian mengganti dan disesuaikan dengan budaya barat. Kejadian ini bisa dikatakan sebagai imperialism budaya barat.

“Salah satu dasar munculnya teori ini adalah bahwa pada dasarnya manusia tidak mempunyai kebebasan untuk menentukan bagaimana mereka berfikir, apa yang dirasakan dan bagaimana mereka hidup. Teori ini menerangkan bahwa ada kebenaran yang diyakininya. Sepanjang negara dunia ketiga terus menerus menyiarkan atau mengisi media massanya dari negara barat, orang-orang dunia ketiga akan selalu percaya apa yang seharusnya mereka kerjakan, pikirkan dan rasakan. Perilaku ini sama persis seperti yang dilakukan orang-orang yang berasal dari kebudayaan barat” (Nurudin, 2007: 175-177).



(Nurudin, 2007: 178)

**Gambar 1.** Bagan Cutural Imperialism Theory

Lebih lanjut schiller menyatakan tentang sebab kekuatan dominasi barat (amerika) ke dunia sebagai berikut;

*“In schiller’s vision, this is still a world of principally one-way media flow, where America still dominates international trade in film and*

*television, where key areas of the media-such as news are still controlled by a small number of anglo-american agencies, and where through the export of formats as much as contents, America has, in effect, written the grammar of TV production world-wide. Schiller argues*

*that the key change is today 'national' (largely-american) media-cultural power has been largely subordinated to transnational corporate authority, so that if American national power no longer is an exclusive determinant of cultural domination and if it is transnational corporate cultural domination that is now key*

*issue, nonetheless, that dominant still bears a market American input" (Schiller 1991:13-15).*

Penjelasan diatas lebih lanjut digambarkan dalam kronologis masuknya media barat didalam televisi swasta yang melakukan impor besar-besaran di awal tahun 1990-an.

**Tabel 3.** Periode Televisi Swasta di Indonesia di Awal Tahun 1990-an

Periode Televisi Swasta di Indonesia (1989-Sekarang)	
1989	RCTI mengudara secara komersial
	Diawal 60% lebih program acaranya dari Amerika:
	– Bay watch (1989-2001)
	– Mission Impossible (1966-1990)
	– Mac Gyver (1985-1993)
	– Knight rider (1990-an)
	– Renegade (1992-1997), dll.
	Kemudian di ikuti SCTV yang melakukan hal serupa 1992
	– The X-files (1993-2002)
	– Emergency Room (ER) (1993-1995) dll.
	Karena bisnis media TV menjanjikan maka hingga tahun 2001 muncul 8 TV swasta nasional baru dengan pola yang hampir serupa.
	1994, Booming MTV

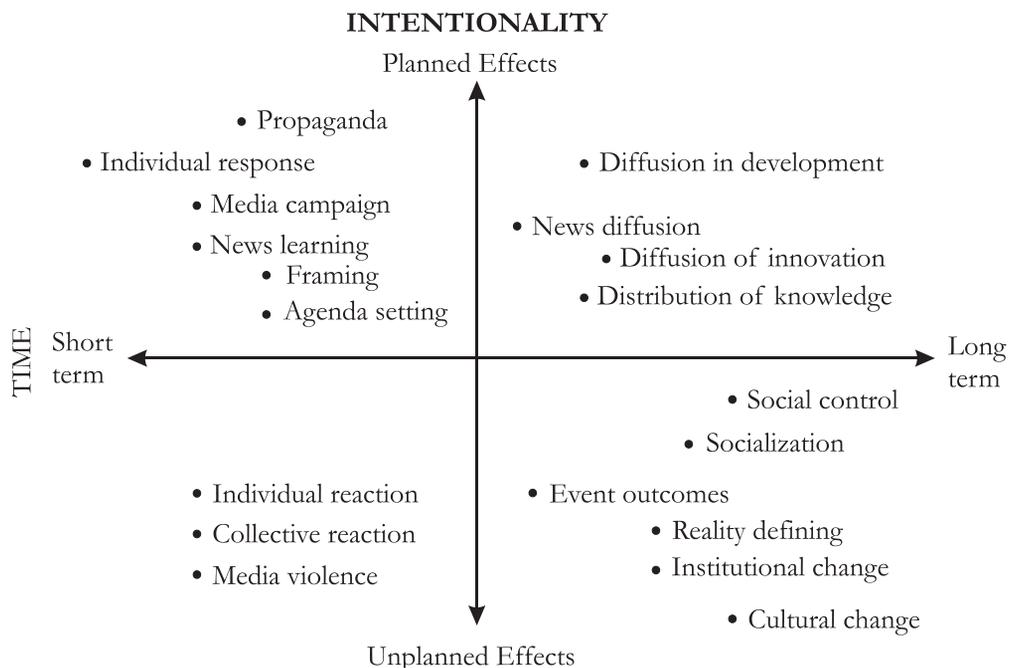
Jika pernah mengikuti perkembangan kelahiran televisi swasta yang ada di Indonesia, maka hal yang paling mencolok adalah ditemukannya banyak sekali program acara terutama film dan miniseri hasil impor dari Amerika. Misalnya Baywatch dengan wanita seksi penyelamat pantainya, Mission Impossible dengan kecerdikannya, Renegade dengan sisi macho bersama motor gedenda dan Mc Gyver yakni manusia supercerdas yang menyelesaikan persoalan dengan kemampuan otaknya. Belum lagi film-film

yang melegenda seperti Batman, Spiderman, Superman dan Wonderwoman. Film atau miniseri yang ada tersebut memunculkan pahlawan-pahlawan baru versi Amerika yang perkasa dan sulit dikalahkan oleh siapapun. Pahlawan-pahlawan ini menjadi idola baru bagi masyarakat baik di Amerika sendiri maupun menjadi gejala baru di masyarakat dunia terutama negara dunia ketiga. Pahlawan baru ini mengeliminir pahlawan dalam realitas yang sebenarnya. Pahlawan yang menjadi imajinasi anak-anak seluruh dunia.

**Efek Media Massa terhadap Perubahan Budaya dan Bahasa**

Dewasa ini, berbagai macam perkembangan dan perubahan budaya di dunia, menjadikan media massa mempunyai posisi yang cukup sentral dan menjadi aktor yang cukup signifikan dalam transformasi nilai dan ideologi. Berbagai macam kajian mengenai ini membantu untuk menguak lebih dalam bagaimana media membawa pengaruh baik langsung maupun tidak langsung, baik sengaja maupun tidak sengaja.

Kemudian untuk memudahkan melihat berbagai macam tipe pengaruh, Mc. Quail membagi menjadi berbagai macam tipe efek media berdasarkan waktu dan kesengajaan. Setidaknya tipe yang dibangun oleh Mc.Quail menghasilkan 22 jenis efek media dan hasil dari pengaruh tersebut kepada audiensnya. Pengaruh ini mempunyai caranya masing-masing dalam efek yang ditimbulkannya. Tipenya dalam bagan sebagai berikut:



(Mc. Quail, 2005:468)

**Gambar 2.** Bagan *Typology of Media Effects*

Berdasarkan diagram diatas, kajian ini akan menfokuskan diri pada beberapa hal yakni *Development D iffusion* yakni menggunakan komunikasi terencana untuk tujuan pembangunan jangka panjang, kampanye dan lain-lain. Khususnya jaringan interpersonal dan struktur dari komunitas atau masyarakat. *Diffussion of Innovations* yakni Proses menyebarkan teknologi inovasi dalam populasi yang sudah ditentukan,

sering menjadi dasar dari periklanan atau publikasi umum. *Distribution of Knowledge* yakni Kosekuensi dari media berita dan informasi untuk distribusi pengetahuan antara grup sosial. Ketiga hal ini merupakan efek yang memang sudah direncanakan oleh media massa dalam jangka waktu yang lama. Efek ini mengubah mindset audiens menjadi mindset yang diinginkan oleh komunikator yakni media massa itu sendiri. Dalam kajian

ini, bahwa media barat memang dengan sengaja mempunyai sebuah agenda untuk mengubah mindset atau pola pikir masyarakat dunia ketiga untuk sesuai dengan mereka. Dalam kasus ini, media barat memungkinkan memberikan ideologinya secara halus melalui film, musik, sport dan sebagainya. Perubahan ini merupakan tujuan dari investasi jangka panjang barat untuk melakukan homogenisasi budaya. Kemudian dalam jangka waktu yang lebih panjang lagi akan terjadi *Cultural and social change* yakni efek pada kemungkinan penguatan atau pelemahan identitas budaya pada masyarakat. Pertanyaannya kemudian apakah budaya yang baru akan menguatkan budaya yang ada atau malah justru melemahkan.

### Budaya Global dan Perubahan Bahasa

Perubahan budaya yang dimaksud disini yakni budaya global akibat akibat penetrasi yang terus menerus media barat. Budaya yang menggunakan bahasa inggris sebagai pengantarnya dan menjadikannya bahasa internasional. Menariknya disini budaya global yakni budaya yang berasal dari Amerika yang setiap hari berusaha mendoktrinasi ideologinya. Budaya global ini secara perlahan menimbulkan konflik yang agaknya berkepanjangan karena yang tidak memberikan pilihan-pilihan bagi masyarakat dunia yang sangat plural akar budayanya. Hal yang bisa jadi memprihatinkan kedepan yakni ketika peradaban manusia nantinya tidak bisa saling berbagi dan mengambil manfaat dari pruralitas budaya dunia karena semakin kokohnya hegemon.

Budaya global yang paling nampak yakni terjadi kebijakan terhadap penggunaan bahasa inggris sebagai bahasa internasional di masyarakat dunia. Mempelajari bahasa inggris

secara otomatis akan mengubah cara pandang kita terhadap bagaimana budaya yang dipakai dalam bahasa tersebut. Singkatnya bahwa belajar bahasa akan sekaligus belajar tentang budaya. Budaya global ini sebagai kosekuensi dari adanya globalisasi akan berujung pada penyeragaman satu bahasa dan sebuah sistem kebudayaan. sehingga penyeragaman budaya dunia, umumnya didominasi oleh sebuah bahasa internasional. Pola inilah yang akan mengancam keberadaan bahasa asli sehingga budaya nasional akan terkikis.

### Perubahan budaya ini seperti yang diungkapkan oleh Stuart Hall yang menyatakan

*“English may have become the dominant International language in many area in the world, we also see many flourishing form of its indigenetion. Such as its local transformation into hybrid languages. Such as “Hinglish” and “Singlish”. This dispersal of English into a variety of regional forms may perhaps be best understood as the inevitable price it pays for its global hegemony. As Stuart Hall put its, today, if much of the world speak English, it speak it as International language, in a variety of broken forms. English as it has invaded, and as it has hegemonised a variety of other languages, without being able to exclude them”* (Hall, 1991:28).

Fenomena ini terjadi di beberapa negara di dunia terutama negara-negara dunia ketiga. Jika berkunjung ke Singapura atau Malaysia belakangan terdapat dialek-dialek bahasa inggris versi baru, kombinasi bahasa Melayu-Inggris. Kombinasi yang unik dengan tata bahasa dan aksen melayu yang khas namun berkosa kata Inggris. Kondisi ini oleh Morley disebut sebagai Glocalization. Sebuah fenomena pengaruh global yang pada tataran

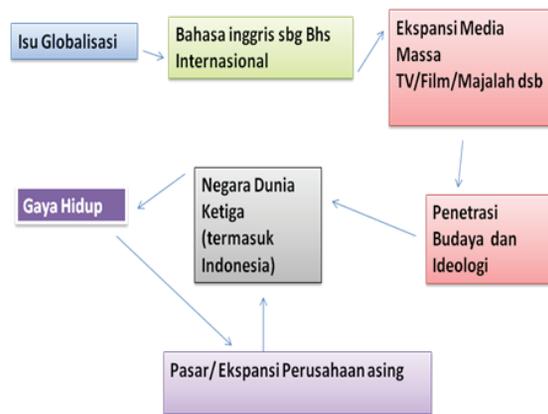
lokal mengalami perubahan yang adaptif, disesuaikan dengan gaya lokal yang khas. Namun yang harus disadari bahwa meski masih menggunakan gaya lokal, namun tetap bersandar pada kekuatan budaya yang mempengaruhi dan perlahan mungkin tidak hanya adaptif namun bisa jadi perubahan imitasi total. Contoh sukses pelestarian bahasa terjadi di Bangladesh. Negara di selatan Asia ini merupakan pihak yang mengusulkan penamaan tahun 2008 sebagai Tahun Internasional Bahasa Ibu. Sejak tahun 1952, masyarakat Bangladesh telah banyak berjuang untuk melestarikan bahasa Bangla.

Apa yang dilakukan oleh Bangladesh merupakan contoh yang baik untuk bahasa Indonesia. Sejauh ini penulis belum menemukan sebuah penelitian yang bisa memperlihatkan prosentase penambahan kosakata bahasa Inggris kedalam kosakata bahasa Indonesia. Namun hal yang sering ditemukan, penggunaan kosa kata Inggris dalam hal-hal yang berhubungan dengan dunia teknologi diambil secara utuh pada istilah aslinya. Termasuk juga istilah asing yang bersandar pada bidang keilmuan. Sumber-sumber referensi berbagai bidang keilmuan sebagian besar bersumber dari barat, sehingga istilah-istilah ditemukan dan diadopsi menjadi istilah baru atau menggantikan istilah lama yang kurang mewakili.

### KESIMPULAN

Bahasa adalah sebuah bentuk epifenomena yakni sesuatu yang menjadi efek samping dari bangunan yang besar didalamnya. Berbahasa tidak hanya sekedar ujaran melainkan ada ideologi budaya didalamnya. Fenomena penggunaan bahasa Inggris di Indonesia merupakan contoh yang menarik bagaimana struktur makro yakni konsep

globalisasi yang oleh Luhan sudah mulai di perkenalkan dengan istilah *global villagenya* menjadi salah satu penyebab perubahan tatanan budaya lokal. Serta dengan digunakan bahasa Inggris sebagai bahasa internasional semakin menunjukkan bahwa budaya heterogen yang heterogen didunia, dihomogenkan kedalam satu bahasa.



Gambar 3. Bagan Alur Pengaruh

Penggunaan bahasa Inggris sebagai bahasa internasional ini menjadikan Industri media, termasuk industri budaya yang dilakukan oleh barat mengalami pertumbuhan yang cepat dan luas di dunia. Hambatan kultural yang sebelumnya menjadi penghalang, sudah tidak ditemukan lagi. Kesuksesan Industri media dan budaya ini, kemudian diikuti oleh masuknya perusahaan-perusahaan asing dengan produk-produk massalnya. Melalui penetrasi jangka panjang, media massa barat mampu merubah keyakinan dan nilai yang di anut menjadi nilai yang diharapkan oleh produsen media. Proses ini mengubah tidak hanya tataran kognisi melainkan hingga tataran perilaku dengan tujuan akhir adalah konsumsi.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Bryant, Jening dan Dolf Zillman. 1994. *Media Effect, Advance Theory and Research*. Lawrence Erlbaum Associates Publisher: New Jersey
- Curran, James and David Morley. 2006. *Media and Culture Theory*. Routledge: New York.
- Friedman, Thomas L. 2006. *The World Is Flat*. PT. Dian Rakyat: Jakarta
- Inglish, F. 1993. *Cultural Studies*. Oxford University Press: Cambridge.
- Mc. Quail. 2005. *Mass Communications Theory*. Sage: CA
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. RajaGrafindo Persada: Jakarta
- Real, M.R. 1996. *Exploring Media Culture*. Sage: CA
- Schiller, H. 1991. *Not Yet the post-imperial era, in critical studies in mass communications*. Beacon press: New York.
- Stuart Hall. 1996. *Critical Dialogues*. Routledge: London

### Penelitian:

- Heaney, Nicholas. 2005. Hubungan *Bahasa-Bahasa Di Malang: Pengaruh Bahasa Inggris Terhadap Bahasa Indonesia Pemuda*. ACICIS: UMM