

Identitas ASEAN, Bahasa Inggris, dan Indonesia

Oleh: Sudarsono M.I.

Sekretaris Balai Bahasa Universitas Pendidikan Indonesia
Dosen Senior Jurusan Pendidikan Bahasa Inggris FPBS Universitas Pendidikan Indonesia

Sejak didirikan pada 8 Agustus 1967 di Bangkok, dengan penanda-tanganan Deklarasi ASEAN (*Bangkok Declaration*) oleh lima negara pendirinya, yaitu Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, dan Thailand, ASEAN berkembang menjadi komunitas regional yang berpengaruh yang kini meliputi 10 negara anggota--Brunei (1984), Viet Nam (1995), Lao PDR (1997), Myanmar (1997), dan Cambodia (1999) (www.asean.org).

Pendirian ASEAN ditujukan untuk mengikhtiarkan pertumbuhan ekonomi, perkembangan sosial dan budaya dalam semangat kemitraan dan kesetaraan; mengupayakan perdamaian dan stabilitas regional dengan menghormati prinsip keadilan dan hukum; mengupayakan kerjasama antar anggota untuk kepentingan-kepentingan bersama, saling memberi bantuan dalam pendidikan, riset, dan keprofesian. Selain itu, ASEAN didirikan untuk menjalin kolaborasi yang efektif dalam bidang pertanian, industri, dan ekonomi, termasuk mengkaji hambatan-hambatan dalam komunikasi dan transportasi antar negara-negara anggotanya; mewujudkan standar penghidupan yang layak; mengembangkan kajian-kajian ke-ASEAN-an dan meningkatkan kerjasama saling menguntungkan dengan komunitas-komunitas lain di berbagai belahan dunia.

Kini dengan arus globalisasi yang makin deras pada dua dasa warsa terakhir, ditandai oleh pergerakan kapital dan sumber daya yang ekstensif (*comparative advantage, competitive advantage*), trend teknologi informasi *cyber* dalam berbagai tingkat kehidupan (*cell-based transmission technology, digital revolution*), dan saling ketergantungan antar negara (*global economy, interdependence*), maka makin dirasakan urgensi bagi ASEAN kini untuk mempertegas jati dirinya sebagai himpunan negara-negara yang memiliki prospek dan kekhasan tersendiri di Asia Tenggara. Pada saat yang sama, ASEAN memang selayaknya menyadari posisinya sebagai bagian dari masyarakat Asia pada umumnya yang ditantang untuk sigap menghadapi gelombang perubahan ekonomi dunia yang sejak 1980-an perlahan tapi pasti mengarah ke kontinen Asia (*Asian Century*) dengan episentrum di daratan Tiongkok dan India. Penguatan jati diri bagi ASEAN akan menentukan kapasitas daya saing dan perannya sebagai bagian dari pewaris Abad Asia. Di lain pihak, penguatan jati diri secara inheren juga akan memperkuat soliditas kawasan dalam rangka memenuhi agenda-agenda bersama dan mencapai apa yang menjadi tujuan awal pendirian ASEAN.

Tulisan ini dimaksudkan sebagai catatan kecil untuk mencermati antusiasme digunakannya Bahasa Inggris sebagai alat untuk meningkatkan kapasitas sumber daya ASEAN menuju masyarakat ekonomi yang sejahtera dan berdaya saing, dan pada saat yang sama

mencermati skeptisisme (tepatnya, kemasygulan) terkait pentahbisannya menjadi bahasa resmi ASEAN di tengah “pencarian” identitas kultural yang belum rampung digarap. Dalam konteks Indonesia, ketertinggalan untuk menguasai Bahasa Inggris akan berdampak langsung pada kompetensi Bangsa Indonesia dalam memainkan perannya sebagai penggawa ASEAN, akan tetapi penguasaan Bahasa Inggris tanpa dibarengi sikap positif penggunaannya terhadap nilai-nilai sejarah dan kearifan leluhur justru akan menjadi ancaman laten bagi identitas budaya bangsa di kemudian hari. Dalam konteks ASEAN, penguasaan Bahasa Inggris akan mendorong pertumbuhan ekonomi dan kemajuan di berbagai bidang, namun dalam situasi identitas yang rentan, penggunaan Bahasa Inggris secara dominan dalam jangka panjang akan menyingkirkan (meminggirkan) nilai-nilai dan kearifan lokal bangsa-bangsa serumpun yang menjadi ciri khas masyarakat ASEAN turun temurun.

Identitas ASEAN

“Identitas” merupakan konsep yang rumit dan kompleks. Dikatakan rumit karena tidak mudah mendefinisikannya baik dalam artian *content* maupun *process* mengingat berbagai konteks dan variable yang saling bertemali. Dikatakan kompleks karena istilah identitas bersifat *multifaceted* dan hirarkis—personal, sosial, relasional, dan material; menyangkut peran, kedudukan dan afiliasi lembaga; melibatkan dinamika emosi dan alam pikiran pelakunya yang senantiasa berubah; dan bergerak antara *doing* dan *being* (mis. *Handbook of Identity Theory and Research*, volume 1 dan 2, oleh Seth J. Schwartz, Koen Luyckx, Vivian L. Vignoles (eds), New York: Springer, 2011). “Identitas ASEAN” menggambarkan fenomena ini.

Identitas ASEAN tertuang dalam mottonya “*one vision, one identity, one community*” (www.asean.org/news/item/asean-vision-2020). Dalam hal visi, ASEAN memandang dirinya sebagai “a concert of Southeast Asian nations, outward looking, living in peace, stability and prosperity, bonded together in partnership in dynamic development and in a community of caring societies.” Dokumen *12th ASEAN Summit* Cebu, Philippines, tahun 2006, juga menyebutkan bahwa ASEAN akan bergerak menjadi “a community conscious of its diverse cultures and bounded by a common regional awareness, where people strive for equitable access to opportunities for total human development regardless of gender, race, religion, language, or social and cultural background.” (www.12thaseansummit.orh.ph/asean_vissionmission.asp). Jadi, visi ASEAN adalah harmoni, kemitraan, perdamaian, stabilitas, kesejahteraan, perkembangan yang dinamis dan menyeluruh dalam kerukunan dan persahabatan bagi segenap warga negara-negara anggotanya.

Dalam hal identitas, ASEAN merupakan sebuah entitas sosio-kultural yang cetak birunya berbunyi:

The ASEAN identity is the basis of Southeast Asia’s regional interests. It is our collective personality, norms, values and beliefs as well as aspirations, as one ASEAN community. ASEAN will mainstream and promote greater awareness and common values in the spirit of unity in diversity at all levels of society. (www.asean.org/archive/5187-19.pdf, p. 20).

Rumusan identitas ASEAN seperti ini diniatkan untuk mencapai *strategic objective*, khususnya dari segi kebudayaan, yakni untuk menciptakan:

a sense of belonging, consolidate unity in diversity and enhance deeper mutual understanding among ASEAN Member States about their culture, history, religion, and civilization. (www.asean.org/archive/5187-19.pdf, p. 21).

Maka, dengan *blueprint* dan *strategic objective* ini ingin ditegaskan bahwa yang dimaksud “identitas ASEAN” adalah keseluruhan nilai-nilai kultural negara-negara anggotanya (*collective personality, norms, values, beliefs, spirits*) yang selama ini dipandang mendasari apa yang menjadi kepentingan ASEAN (*as the basis of regional interests*), bersifat menyatukan segala bentuk perbedaan (*consolidate unity in diversity at all levels, create sense of belonging*), dan memiliki kemampuan untuk mendorong, menumbuhkan, mengarahkan gerak dan langkah ASEAN (*to mainstream and promote greater awareness and common values*).

ASEAN Plan of Action (sosiokultural) sendiri terbagi ke dalam 4 imperatif, yaitu:

- i) building a community of caring society to address issues of poverty, equity, and human development;
- ii) managing the social impact of economic integration by building a competitive human resource base and adequate systems of social protection;
- iii) enhancing environmental sustainability and sound environmental governance;
- iv) strengthening the foundations of regional social cohesion towards an ASEAN Community in 2020.

Dengan kata lain, *Plan of Action* menggambarkan langkah-langkah ASEAN untuk mewujudkan dirinya sebagai komunitas yang memiliki landasan psikokultural yang kokoh yang ditandai oleh kohesi sosial antar negara-negara anggotanya sehingga ASEAN dapat menghadapi berbagai tantangan yang kompleks di masa-masa mendatang. Langkah-langkah tersebut meliputi, pertama-tama, membangun perilaku santun dan saling peduli pada diri masyarakat anggota ASEAN; menciptakan basis sumber daya manusia yang tangguh dan jaminan keamanan sosial yang memadai sebagai antisipasi dari dampak integrasi ekonomi ASEAN; mendorong pengelolaan dan kesinambungan ekologi; dan akhirnya memperkuat basis-basis nilai untuk kohesi sosial yang sudah cukup terjalin.

Proses “Menjadi”

Namun demikian, bila dicermati, “identitas” ASEAN pada dasarnya masih merupakan entitas yang belum konklusif secara konsep. Cetak biru sosial budaya tidak dengan tegas menyebutkan apa hakikat identitas ASEAN (*ASEAN identity is; ASEAN identity means*). Rencana aksi juga lebih bersifat redaksi imperatif jangka pendek. Dan *Strategic Objective* cenderung menyiratkan pra-anggapan identitas ASEAN sebagai istilah yang sudah *given*.

Dengan demikian maka dapat dipahami adanya suara-suara yang mempertanyakan apa sebenarnya yang dimaksud dengan “identitas ASEAN”. Pada saat yang sama hal ini menandakan adanya ruang untuk negosiasi—mungkin lebih tepat, ruang untuk “perebutan makna identitas ASEAN” (*space for the contestation of meaning as regards ASEAN identity*).

Terutama sebelum 2009, beberapa literatur, misalnya, memandang bahwa identitas ASEAN adalah entitas yang sedang berproses (“regional identity building”, Kristina Jonsson, 2008), atau sebagai entitas yang sedang berevolusi (“evolving regional identity”, Michael Ernest Jones, 2004), atau entitas dalam *process of becoming* (“self-identity formation”, C.Y. Hoon, 2004), bahkan ada yang meragukan apakah memang sudah ada yang namanya identitas ASEAN (“are we there yet?”, Wadsorn, 2012). Istilah “community” juga sering disamakan penggunaannya dengan “identity” (misalnya “promoting an ASEAN identity” sedangkan dokumen *Socio-cultural Plan of Action* sendiri berbunyi “strengthening the foundations of regional social cohesion towards an ASEAN Community in 2020”--seperti penulisan Rosabel B. Guerrero, *Regional Integration: the ASEAN vision in 2020*, IFC Bulletin No. 32, p. 57; diakses dari www.bis.org). Keadaan ini menggambarkan bahwa konsep identitas bagi ASEAN memang harus diakui masih dalam tahap “pre-formasi”, merupakan wacana pembentukan (*in search of identity, identity in the making, “proses menjadi”*) tinimbang entitas yang sudah paripurna.

Kenyataannya, “kebingungan” ini masih terasa sampai saat ini. Misalnya, pada tanggal 7-8 Maret 2013 di Tokyo, Jepang, *United Nations University Institute for Sustainability and Peace* menyelenggarakan simposium dengan judul “*Building ASEAN Identity on a Transnational Dimension*”. Tujuan dari simposium ini adalah juga “mencari dan memahami jati diri” ASEAN, yakni:

to investigate and understand the way in which cultural characteristics in South-East Asia were established and developed, and to reveal linkages between local and transnational dimensions. It will attempt to debate both points of difference and aspects of similarity, so as to address how the evolution of cultures, religious ethics and social education can build elements of a fundamental nation-ology (a scientific background to understand national identities in ASEAN countries as a pre-requisite for forming an integrated ASEAN community).

Seperti disinggung di depan, perkara identitas memang bukan hal yang mudah untuk didudukan meskipun disadari urgensinya bagi ASEAN (May, 2012). Wacana tentangnya banyak yang bersifat hipotetis. Hasil survey *Asia News Network* memperlihatkan bahwa masyarakat ASEAN umumnya sepakat bahwanya dirinya memiliki banyak kesamaan satu sama lain (*shared identity*) namun sulit mendefinisikan persisnya (*The Nation*, 4 May 2006).

Sangat boleh jadi, persoalan dasarnya adalah menyangkut makna “collective personality, norms, values and beliefs as well as aspirations”. Bila dirumuskan dalam bentuk *concern*, persoalan-persoalan ini akan terbaca seperti, misalnya, “apakah nilai-nilai kultural sebagai elemen konstitutif identitas bersumber pada warisan masa lalu (*historical legacy*) atau

mengambil perspektif ke masa depan (*future oriented*); “apakah identitas ASEAN dicetuskan oleh regime yang sedang berkuasa (*elitist*) ataukah berakar dari dinamika yang berkembang dari masyarakat akar rumput (*grassroot society*)”; “apakah nilai-nilai kultural tersebut akan mengadopsi Barat ataukah bersumberkan peradaban bangsa-bangsa dari dalam negara-negara ASEAN sendiri” (mis. Amitav Acharya, 2010, 2012; Kristina Jonsson, 2008; Kivimaki, 2006; Catarina Kinnvall and Kristina Jönsson (eds), 2003).

Bila persoalan tentang nilai-nilai kultural ini ditanggapi dengan baik, barulah jelas apa yang dimaksud dengan “identitas ASEAN”. “*Unity in diversity*” sendiri juga, sebagai konsep nilai, mengandung dua pengertian yang saling menantang (namun melengkapi) satu sama lain, yakni, “unity” (bersatu, padu) dan “diversity” (bercorak, ragam). Yang pertama (*unity*) mengunggah isu tentang faktor-faktor kultural apa saja yang secara *inherent* menjadi kekuatan penyatu dari masing-masing negara anggota ASEAN; dan kedua (*diversity*) mengunggah isu tentang faktor-faktor kultural apa saja yang secara *distinctive* membedakan (namun memperkaya, memberdayakan) masyarakat ASEAN sebagai komunitas regional yang khas.

“Pencarian identitas” ini menarik untuk dicermati bagi Indonesia khususnya mengingat Indonesia adalah negara anggota ASEAN yang bukan hanya memiliki peran sebagai *founding member* berdirinya komunitas ini setengah abad yang lalu, namun juga memperlihatkan kiprah yang strategis sepanjang perkembangannya hingga kini. Selain itu, Indonesia adalah negara anggota ASEAN dengan penduduk terbesar di kawasan dan memiliki prospek ekonomi yang gemilang. Membahas identitas ASEAN tanpa menyebut kontribusi Indonesia dalam kewacanaannya adalah hal yang mustahil. Indonesia semestinya hadir memimpin wacana identitas ini.

Namun tampaknya Indonesia sendiri tidak cukup tegak menghadirkan dirinya ketika itu, yakni ketika ASEAN menginjak usia 30 tahun, disebabkan oleh berbagai persoalan dalam negeri yang terjadi hingga pecah reformasi 1998. Persoalan-persoalan tersebut, misalnya, untuk menyebut beberapa contoh, krisis ekonomi berkepanjangan dan runtuhnya *regime* Orde Baru yang menjadi pendukung utama berdirinya ASEAN; jatuhnya wibawa hukum dan meluasnya ketidakpercayaan rakyat terhadap lembaga-lembaga negara; lepasnya Timor-Timur; kohesi sosial yang rentan terhadap ancaman konflik horisontal; memupusnya rasa percaya diri bangsa di hadapan masyarakat dunia; mundurnya peran strategis Indonesia di kancah internasional; dan lain-lain.

Pada saat yang berbarengan ASEAN sendiri sebagai entitas ekonomi dan politik negara-negara anggotanya dihadapkan pada persoalan-persoalan domestik sedemikian rupa sehingga memunculkan pesimisme sosial berkepanjangan *dus* mengikis soliditas ASEAN dalam ikhtiar menemukan identitas kulturalnya. Semangat AFTA pada masa pra-reformasi (1992) yang artikulasinya akan lebih ditegaskan tahun 2015 tidak dibarengi dengan konsepsi yang ajeg ihwal identitas kultural yang menjadi fondasinya.

Bila para penggawa ASEAN lena tentang identitasnya, maka bukan tidak mungkin kelak naratif tentang identitas ASEAN akan ditulis bukan oleh “orang-orang pribumi Asia Tenggara” sendiri namun oleh kekuatan global. Selain itu, tanpa konsepsi identitas yang mampu menuntun, dikhawatirkan pasar bebas ASEAN kelak akan menjadi drama yang narasinya hilang arah, tanpa skenario kebudayaan yang jelas, dan yang tema-temanya serba pragmatis, sekuler, dan oportunistik.

Bahasa Inggris dan Identitas ASEAN

Perkembangan termutakhir terkait identitas ASEAN ini adalah dipilihnya secara resmi Bahasa Inggris sebagai bahasa ASEAN (*working language*) baik sebagai bahasa resmi maupun *lingua franca* (www.asean.org). Pemilihan Bahasa Inggris sebagai bahasa resmi menekankan penggunaan bahasa Inggris pada tataran formal institusional—penggunaannya sesuai dengan kaidah-kaidah yang diterima resmi secara umum oleh berbagai negara di dunia. Sedangkan sebagai *lingua franca* menekankan penggunaannya secara fungsional komunal—penggunaannya sesuai dengan gaya, kompetensi, dan tingkat kebutuhan lokal untuk mencapai tujuan-tujuan komunikasi sehari-hari.

Sebenarnya tidak ada hubungan langsung antara Bahasa Inggris dan identitas ASEAN. Kehadiran Bahasa Inggris bagi masyarakat ASEAN lebih bersifat *instrumental* (kondusif untuk dialog antar pemangku kepentingan ASEAN dalam pencarian identitas dirinya) daripada *constitutive* (pre-requisite untuk menjadi faktor yang membentuk identitas, konten dan prosesnya). Namun dalam spektrum yang lebih luas di masa depan, penggunaan Bahasa Inggris bagi ASEAN mungkin akan berdampak lain.

Implikasi dari penggunaan Bahasa Inggris di ASEAN baik formal maupun *lingua franca* adalah *design* masyarakat ASEAN yang bilingual (atau multilingual). Oleh karena itu, di kemudian hari, bila agenda kebahasaan ini berhasil, kemungkinan masyarakat ASEAN akan mengenal dua bahasa saja, yaitu Bahasa Inggris, yang berlaku sebagai bahasa komunikasi antar negara anggota ASEAN, dan Bahasa Nasional masing-masing, yang digunakan untuk keperluan-keperluan resmi dalam negeri (bilingual); atau beberapa bahasa, yakni Bahasa Inggris, bahasa nasional, dan bahasa-bahasa daerah sekaligus (multilingual).

Penggunaan Bahasa Inggris di ASEAN, dan penerapan nilai-nilai anglofonik yang menyertai penggunaannya, secara sistematis akan berdampak pada tatanan nilai dan bahasa setempat. Tentu saja mula-mula pengaruh tersebut tidak kentara, kemudian perlahan tapi pasti merasuk melalui kosa kata, gramatika, dan perwacanaannya. Selanjutnya, dalam hitungan generasi sistem bahasa ini pada waktunya akan menjadi landasan dan *resources* dalam berpikir penggunaannya untuk kegiatan kesehariannya. Setelah terinternalisasi menjadi bagian dari pola dan proses berpikir, sistem bahasa ini kemudian mewujudkan dalam bentuk sikap dan tindakan sehari-hari dalam berbagai praktek kehidupan.

Secara *de facto* Bahasa Inggris memang telah menjadi bahasa *lingua franca* yang digunakan dari waktu ke waktu oleh negara-negara ASEAN (Kirkpatrick, 2008). Oleh karena itu

pentahbisannya secara resmi menjadi Bahasa ASEAN hanyalah masalah waktu—terlebih dalam ketiadaan alat komunikasi verbal yang bisa diandalkan di antara bangsa-bangsa anggotanya. Namun sejatinya, dalam era globalisasi ini memang sulit ditemukan satu komunitas di dunia yang anggota-anggotanya memiliki ragam bahasa yang berbeda secara signifikan satu dengan yang lainnya tidak menggunakan Bahasa Inggris sebagai alat komunikasi lingua franca. Sebut saja Uni Eropa yang masing-masing negaranya boleh dibilang memiliki sistem bahasa nasional yang kuat, seperti Jerman, Inggris, Spanyol, Italia, dan lain-lain; komunitas ini juga perlahan tapi pasti akan mengadopsi Bahasa Inggris sebagai bahasa komunikasi yang tidak terelakkan. Misalnya, Presiden Jerman Mr. Joachim Gauck dalam pidatonya pada 13 Februari 2013 menghimbau agar Uni Eropa menggunakan Bahasa Inggris sebagai bahasa Uni Eropa agar masyarakat Eropa memiliki “a greater sense of commonality” (www.theguardian.com/world/2013/feb/22).

Mungkin persoalannya akan lain bila konstruk identitas ASEAN telah relatif “paripurna”. Komunitas Eropa sendiri, sebagai masyarakat yang selama ini menjadi rujukan nilai-nilai modern karena sejarah kolonisasi dan kemajuan ekonomi dari kolonisasi itu, juga tidak cukup percaya diri dengan kemapanan identitasnya saat ini setelah tercabik-cabik dua kali perang dunia, perang dingin, krisis global, dan kini krisis regional. Namun setidaknya masyarakat Eropa memiliki kebanggaan dengan sejarah masa lalunya serta kecenderungan sadar untuk menelusuri “legacy of grand narrative” para leluhurnya (mis. Mary Ann Perkins, *Christendom and European Identity: The legacy of a grand narrative since 1789*, Berlin: Walter de Gruiter, GmbH & Co, 2004).

Apakah masyarakat ASEAN memiliki kecenderungan yang sama untuk menggali dengan bangga nilai-nilai warisan leluhurnya?

Teks pidato Sekretaris Jenderal ASEAN Mr. H.E. Le Luong Minh pada acara *British Council Conference on “Educating the Next Generation of Workforce: ASEAN Perspectives on Innovation, Integration and English”* pada 24 Juni 2013 di Bangkok, Thailand, mencerminkan pendekatan pragmatis para penggawa ASEAN menghadapi situasi global kini dan tantangan ke depan.

Mr. Secretary menuturkan bahwa, dengan visi-misi ASEAN “*One Vision, One Identity, One Community*,” ASEAN Charter mengamanahkan negara-negara anggotanya untuk mengusung “common ASEAN Identity and a sense of belonging among its peoples in order to achieve its shared destiny, goals and values.” Dalam teksnya Pak Sekjen mengetengahkan bukan persamaan-persamaan antar sesama anggota ASEAN—prasyarat pokok untuk mewujudkan “common ASEAN Identity and a sense of belonging among its peoples in order to achieve its shared destiny, goals and values”, melainkan justru banyaknya “perbedaan-perbedaan”—suatu klaim yang sejatinya bertentangan dengan akar sejarah perasaan dan cita-cita ASEAN. Beliau mengemukakan, “With the diversity in ASEAN reflected in our diverse histories, races, cultures and belief systems, English is an important and indispensable tool to bring our Community closer together.” Perbedaan-perbedaan ini sebenarnya beliau bantah

sendiri, kendati secara implisit, yakni ketika beliau menyatakan “our awareness of the ASEAN region [...] with the many characteristics we share and hold dear”. MR. Secretary mengatakan:

Used as the working language of ASEAN, English enables us to interact with other ASEAN colleagues in our formal meetings as well as day-to-day communications. From these interactions, we are able to get to know better our regional neighbors, their interests, their concerns, as well as their dreams and aspirations. Through English, we are raising our awareness of the ASEAN region and, with the many characteristics we share and hold dear, further strengthening our sense of an ASEAN Community.

Menurut Pak Sekjen, menguasai Bahasa Inggris adalah keniscayaan. Menariknya, dalam konteks *market zone* ASEAN, Bahasa Inggris ini menjadi semacam tujuan (*for English*) sekaligus alasan (*English for*). Pak Sekjen menyebutkan:

In order to prepare our students and professionals in response to all these ASEAN integration efforts, among other measures, it is imperative that we provide them with opportunities to improve their mastery of the English language, the language of our competitive global job market, the lingua franca of ASEAN.

Kemudian:

With English competency, the employment and promotion possibilities for an ASEAN professional, with comparable knowledge and skills, will no longer be limited to his own country but will also expand to the nine other ASEAN Member States.

Mungkin karena pidato disampaikan di hadapan pembesar *British Council*, maka nuansa optimisme terhadap Bahasa Inggris untuk ASEAN terkesan total. Dalam artian, mengingat urgensinya, maka masyarakat ASEAN mesti dimobilisasi (digerakkan) untuk menguasai Bahasa Inggris, melalui pendidikan dan praktek-praktek keterampilan berbagai jenjang profesi. Pada gilirannya, bila kompetensi Bahasa Inggris dikuasai paripurna maka *language capital* ini akan menjadi *resources* yang menjamin kemampuan untuk menguasai bidang-bidang profesi yang beragam di lintas negara ASEAN. Lebih dari itu, kemampuan berbahasa Inggris harus memungkinkan mobilitas lintas wilayah yang cepat dan efisien, tanpa hambatan yang berarti, di antara negara-negara ASEAN sendiri.

Optimisme tersebut memang tidak berlebihan. Fakta-fakta terkini memperlihatkan dewi fortuna ekonomi dunia cenderung memihak pada ekonomi ASEAN yang maju pesat. Hasil studi *Nikkei Asian Review* sebagaimana dikutip *Bisnis.com* (m.bisnis.com, diakses 05/05/2014) memprediksi bahwa entitas ekonomi ASEAN akan tumbuh paling cepat dibandingkan dengan kawasan-kawasan lainnya di muka bumi. Bahasa Inggris makin terlegitimasi oleh kenyataan-kenyataan praktis seperti ini.

Di sini sangat kentara nuansa pragmatis pidato Sekretaris Jenderal ASEAN. Dalam jangka pendek, motivasi ekonomi memang menjadi faktor pendorong yang paling kuat untuk menggunakan Bahasa Inggris sebagai *working language* di ASEAN. Namun harus menjadi catatan bersama bahwa sementara dinamika ekonomi menjadi dimensi penting dalam

identitas ASEAN, sebuah konstruk identitas tentu memiliki karakter yang jauh lebih substantif daripada sekedar tujuan-tujuan sesaat seperti pertumbuhan ekonomi.

Kesimpulan

Banyak hal patut dicermati terkait pentahbisan Bahasa Inggris sebagai bahasa resmi ASEAN dan fenomena pre-formasi identitas ASEAN. Untuk situasi di Indonesia, izinkan saya menggaris-bawahi keduanya dalam konteks momentum untuk disikapi secara positif kemanfaatannya ke depan.

Disebut momentum karena Indonesia pada dasarnya memiliki berbagai sumber daya yang relatif besar baik alam seperti kondisi geostrategi ruang maupun sumber daya manusia seperti tingkat produktivitas yang makin kompetitif di dunia. Kenyataannya, kemampuan Indonesia merespons tantangan global saat ini diakui oleh masyarakat internasional sebagai salah satu yang patut dibanggakan. Hal ini ditunjukkan oleh *event-event* internasional yang di dalamnya Indonesia turut mencatatkan diri sebagai yang terbaik—untuk menyebut beberapa contoh: kesertaan dan karya-karya mahasiswa dalam kompetisi internasional, reputasi mahasiswa dan guru besar di negeri-negeri rantau, partisipasi pasukan perdamaian RI yang *highly appreciated*, profil-profil wirausahawan, negarawan yang disegani, dan lain-lain. Hal ini ditambah dengan citra positif pertumbuhan ekonomi dan kestabilan politik di tengah hingar bingar reformasi hukum dan birokrasi. Tanpa harus merasa berlebihan, hal-hal ini memperlihatkan kemampuan bangsa ini merespon tantangan-tantangan di hadapannya dengan baik. Sebagai momentum, yang diperlukan bangsa ini adalah *leadership* yang mampu mengarahkan (dan mengerahkan) potensi-potensi ini menjadi kekuatan yang efektif. Terkait pre-formasi identitas ASEAN dan penggunaan Bahasa Inggris, kedua hal ini bagi Indonesia selayaknya pula menjadi tantangan tersendiri yang harus disikapi seksama. Bagaimana menyikapinya?

Pendekatannya tentu tidak sederhana dan fragmentaris mengingat persoalannya memang kompleks; perlu terlebih dulu mendudukan dengan jelas berbagai faktor yang saling terkait sebelum berbicara apa pun. Bagi Indonesia, yang sejarah dan kebudayaannya banyak menjadi sumber inspirasi bagi negara-negara tetangga di ASEAN (mis. kemampuan mengubah Bahasa Melayu menjadi Bahasa Indonesia yang modern kurang dari satu abad!), wacana tentang identitas ASEAN dan penggunaan Bahasa Inggris bisa merupakan “proyek” yang menarik—dalam arti, menuntut komitmen, *integrated*, dan bertujuan jangka panjang. Bagaimana Indonesia mampu menghadirkan dirinya memimpin perubahan, beberapa pemikiran dasar dapat dikemukakan sebagai berikut:

Pendidikan dan penelitian sebagai pendekatan (*think education dan research!*)

Kunci kemajuan adalah pendidikan, dan penelitian-penelitian yang khas menyertai proses-proses pembelajaran di dalamnya. Namun tidak berarti bidang-bidang yang “non-pendidikan” tidak berkontribusi terhadap kemajuan; justru sebaliknya, semua bidang yang lain tergantung pada pendidikan dan penelitian untuk mampu berbuat yang terbaik—dokter

yang hebat lahir dari pendidikan dan penelitian kedokteran yang hebat; militer yang tangguh dipicu pendidikan militer dan strategi analitis yang tangguh, insinyur yang berkaliber dibentuk oleh standar pendidikan dan tradisi ilmiah keinsinyuran yang berkaliber, demikian juga tradisi sosial yang melahirkan generasi yang berdaya saing adalah tradisi yang berkembang melalui refleksi atas keyakinan akan nilai-nilai terbaik. Pendidikan/penelitian adalah payung besar untuk semua jenis kerja yang berorientasi *best practices*.

Maka tidak bisa tidak, pendidikan dan penelitian harus menjadi tema besar (*think education and research*) menghadapi tantangan zaman ke depan. Bangsa ini harus mengerahkan semua energi untuk membangun pendidikan bagi masa depan anak bangsa, menyingkirkan perkara-perkara sepele yang menghambat pendidikan, malah sebisa mungkin jangan ada pajak pendidikan, pajak penelitian; pendidikan dan penelitian bukan proyek mencari penghidupan. Tidak boleh ada kesia-siaan waktu, *mis-management* anggaran. Teman-teman di akuntansi (ekonomi) boleh turut menghitung, bila tidak membebani anggaran negara, demi investasi pendidikan, gaji profesor dan doktor saat ini harus ditingkatkan pada angka yang signifikan untuk menunjang kinerjanya secara teknis dan sekaligus memperlihatkan pemihakan moral yang total pada komitmen pendidikan (misalnya, katakanlah menjadi minimal 50 juta rupiah sebulan; toh, berapa gelintir jumlah profesor doktor di negeri ini). Harus diingat, sekali lagi, pendidikan dan penelitian bukan proyek mencari penghidupan, melainkan adalah proyek membangun peradaban. Masa depan bangsa dan negara menjadi taruhannya. Komitmen terhadap pendidikan dan penelitian terbukti memajukan negeri-negeri; tidak mengindahkannya, hancurlah negeri-negeri. Sejarah Inggris, Perancis, Amerika, yang dipenuhi negarawan dunia, pemikir-pemikir besar, dan industriawan internasional adalah contoh-contoh kasat mata pentingnya pendidikan dan penelitian bagi sebuah peradaban (mis. Frank P. Bachman, *Great Inventors and Their Inventions*, Chapel Hill, NC: Yesterday's Classics, 2006). Negara berperan memastikan para pendidik, pemikir, peneliti, yang adalah penjaga kearifan negeri, penghidupannya terjaga dengan baik dan memastikan seluruh anak bangsa memperoleh pendidikan terbaik agar generasi mendatang mampu menemukan kembali Atlantis yang hilang.

Bahasa Inggris untuk menguasai ilmu alam, teknologi, dan industri (bisnis)

Terlepas dari pendekatan standar terhadap penguasaan (penggunaan) bahasa Inggris sebagai Bahasa Asing Pertama (*First Foreign Language*), pendidikan Bahasa Inggris di Indonesia harus didesain strategis, yaitu, mencetak industriawan, *businessman*, dan insinyur terkemuka Indonesia—*engineer with an attitude* (insinyur yang berkarakter)—yang menguasai pintu-pintu masuk pusat-pusat perdagangan dan menciptakan teknologi untuk perubahan. Bahasa Inggris harus sungguh-sungguh dikuasai untuk tujuan-tujuan praktis. Di negara-negara lain, seperti Malaysia (ESL), dan kini di Thailand dan beberapa negara ASEAN lainnya (EFL), hal ini bukan baru. Pelajaran Bahasa Inggris dibuat fokus dan semua pihak dituntut untuk berkomitmen melaksanakannya. Di Indonesia, pada level pra-universitas (SMA kelas 2 dan 3) dan perguruan tinggi, hal ini bisa dibuat praktis dengan cara

menciptakan kelompok bidang studi bisnis/ekonomi, kelompok bidang studi ilmu alam dan teknologi, dan Bahasa Inggris itu sendiri.

Tentu saja akan ada pro-kontra dalam penerapannya, tapi Bahasa Inggris tetap harus dikuasai dengan pertimbangan-pertimbangan efisiensi dan tepat sasaran (tanpa terjebak pada model RSBI yang dipleset-plesetkan seperti yang pernah terjadi; juga tanpa terjebak kebijakan “asal ada” pelajaran Bahasa Inggris di sekolah). Pendekatan efisiensi (dan tepat sasaran) ini diperlukan mengingat status Bahasa Inggris di Indonesia adalah *EFL* yang pengajarannya tidak boleh mencederai identitas bangsa dan dengan tetap berpegang pada penggunaan Bahasa Indonesia dengan sebaik-baiknya.

Bahasa Inggris untuk diaspora!

Selain itu, Bahasa Inggris harus dikuasai sebagai *capital* untuk *diaspora*. Istilah “diaspora” mulai banyak digunakan di Indonesia untuk menggambarkan penyebaran orang per orang atau kelompok masyarakat Indonesia menjelajahi berbagai pelosok bumi dan menetap di sana. Umumnya diaspora adalah kisah sukses anak bangsa di luar negeri di zaman *kiwari*. Sejarah Bangsa Indonesia (Nusantara) sendiri dari zaman ke zaman penuh cerita heroik para petualang laut yang tangguh sebelum watak ketangguhan bangsa ini hancur oleh penjajah(an) beratus-ratus tahun kemudian.

Bahasa Inggris di Indonesia harus dirancang untuk membekali *setiap* orang Indonesia untuk siap berdiaspora seperti dulu. Setiap orang Indonesia mesti disiapkan menjadi calon perantau dan sebagai perantau yang sukses. Kelak mereka menjadi duta bagi bangsa dan negerinya, menghadirkan dirinya sebagai representasi Indonesia—yakni bukan saja sanggup meraih peluang-peluang, namun juga menciptakan peluang-peluang di tanah tempatnya berpijak, dan menghadirkan banyak kebajikan bagi tanah diasporanya.

Kompleksitas permasalahan demografi di Indonesia saat ini tidak bisa dilepaskan dari kecenderungan “berkerumun” di satu tempat. Bukan kebiasaan yang buruk tentu saja, bahkan positif untuk tumbuh-kembang kegotong-royongan dan keguyuban; namun bila kebiasaan berkerumun ini tidak dilengkapi dengan kemampuan untuk saling mandiri dan saling memberdayakan, yang terjadi kemudian adalah praktek sakit saling sikut dan sikat. Dari segi tata nilai dan kerukunan komunal, ini bukan jenis komunitas yang kita kehendaki. Oleh karena itu, maka diaspora adalah metode pemecahan masalah bagi masa depan Indonesia, dengan catatan cukup pembekalan bahasa dan integritas kebangsaan yang solid.

Bahasa Indonesia yang memberdayakan

Bagi saya pribadi, Bahasa Indonesia adalah keajaiban di muka bumi. Entah bagaimana alam berpikir waktu itu, bangsa ini berhasil “menciptakan” sumber kekuatan yang demikian dahsyat yang bernama “Bahasa Indonesia”. Barangkali inilah prestasi terbesar Bangsa Indonesia saat ini: sebagai kekuatan, Bahasa Indonesia berhasil merepresentasikan identitas perlawanan terhadap ketidak-adilan di muka bumi; Bahasa Indonesia juga berhasil menghimpun berbagai ideologi dan kekuatan yang berserak di seluruh penjuru Nusantara;

dan Bahasa Indonesia akhirnya benar-benar berhasil memobilisasi kekuatan menghadapi penjajah dan memerdekakan negeri. Dalam perkembangannya, bahasa indah yang tadinya tumbuh di sudut negeri Riau ini, berhasil mengukuhkan diri bukan hanya sebagai alat komunikasi yang efektif, alat berpikir yang lugas, namun juga sebagai sistem identitas, sebagai tata nilai dan praksis berkehidupan, sebagai Bahasa Negara yang modern. Saat ini, anak bangsa boleh bangga memiliki Bahasa Indonesia karya leluhurnya sendiri.

Namun demikian, kebanggaan tidak boleh melenakan. Banyak persoalan baru menantang di depan. Tarik ulur (dan resistensi sebagian anggota ASEAN) untuk menggunakan Bahasa Indonesia bagi negara-negara anggota ASEAN adalah bukti nyata adanya tantangan yang belum ditanggapi dengan paripurna. Padahal ini adalah momentum untuk menawarkan khasanah pemikiran identitas ASEAN dari perspektif Indonesia.

Selain itu, dari dalam negeri sendiri, tidak sedikit anak muda *kiwari* yang tidak nyaman berbahasa Indonesia dengan “baik dan benar” karena “baik dan benar” dianggap ribet dan membuat “*cade deh*” (dwiririncourt.blogspot.com); padahal kenyataannya mungkin tidak demikian, malah bisa membuat berbahasa Indonesia terdengar efektif dan elegan seperti yang banyak dijelaskan oleh pengamat dan praktisi Bahasa Indonesia yang lain (mis. denyseto.blogspot.com). Kiranya merupakan langkah yang bagus untuk menjelaskan dengan lebih seksama bagaimana berbahasa Indonesia yang “baik dan benar” dalam arti komunikatif, efektif, dan *enjoy*, dengan kaidah dan teladan (bila perlu, rekontekstualisasi)--sedemikian rupa sehingga anak bangsa menyadari bahwa bahasa yang mereka praktekkan ternyata sangat teratur dan fleksible, runtut dan akomodatif, unik dan *asyik*.

Namun kebanggaan berbahasa juga berkorelasi erat dengan citra yang dibangun dari penggunaannya dalam kaliber yang lebih besar. Para penutur Bahasa Indonesia, baik pemimpin formal maupun masyarakat kebanyakan, di dalam dan luar negeri, harus merefleksikan kesan sebagai bangsa yang kuat, berpikiran global, dan disegani dalam arti luas, dan bukan sebaliknya, penuh dengan aura galau, berpikiran sempit (*ghetto*) dan *pieleheun*. Seperti yang banyak terjadi pada anak muda yang merasa *keren* bila bisa berbahasa Inggris, mereka lazim memproyeksikan gestur sebagai “a man of success, a man of value” serta mengasosiasikan diri dengan “*cosmopolitan identity*”. Bahasa Indonesia juga seharusnya demikian bagi penuturnya.

Bahasa Indonesia dituntut untuk terus berkreasi dan menciptakan metode pengembangan diri dengan mengusung (mengkampanyekan) karya-karya berorientasi keunggulan dalam Bahasa Indonesia: mis. mengupayakan universitas agar menamai karya-karya (temuan ilmiah) dalam bahasa Indonesia, mengikhtiarkan perusahaan menamai peristilahan proses bisnis dalam Bahasa Indonesia, mengusahakan birokrasi dan pemerintahan menamai peristilahan alur kerja dalam Bahasa Indonesia, mengajak media massa dan LSM-LSM untuk juga mengkampanyekan penamaan-penamaan istilah sebisa mungkin dalam Bahasa Indonesia. Dan sebaik-baik peristilahan dalam kaitan pengembangan Bahasa Indonesia sebagai sistem identitas adalah yang bukan berupa akronim, bukan terjemahan; melainkan

kata yang tercipta dan tercipta dari rahim kekaryaannya. Mengingat ini semua, Bahasa Indonesia masih harus menempuh perjalanan terjal untuk menjadi bahasa kawasan, karena meskipun Bahasa Indonesia diajarkan di lebih dari 50 negara di dunia, untuk efektif dan fungsional, sebuah bahasa memang dituntut mampu menjadikan penuturnya memiliki “*sense of belonging*” (*sense of identity*) dan merasa diberdayakan oleh bahasa tersebut (*sense of power*). Dan adalah menjadi tugas dan tanggung jawab semua pihak untuk membuat Bahasa Indonesia lebih berdaya di masa depan, namun harus ada *timeline* yang terukur untuk menjadikannya demikian.

Setiap universitas unggul memiliki Pusat Studi ASEAN

Kerja sama ASEAN telah bergerak maju pada berbagai level hingga KTT ASEAN yang baru saja berlangsung. Salah satu yang diagendakan oleh para petinggi ASEAN adalah menyatukan ikhtiar untuk merespons tantangan transregional, khususnya ketidak-stabilan geopolitik yang terdampak dari kontestasi negara-negara Asia Tenggara dengan kekuatan-kekuatan besar di luar dirinya. Namun konstelasi politik merupakan salah satu saja yang direspons oleh komunitas ini. Yang juga penting untuk dicermati dalam jangka panjang adalah bagaimana komunitas ini mengukuhkan dirinya sebagai kekuatan regional yang didasari kesamaan visi, identitas, dan cita-cita yang sama. Identitas kultural dalam hal ini menjadi domain pentingnya karena kesamaan nilai dan aspirasi yang diusung pada akhirnya akan memperkuat basis ideologi dan politik (atau apa pun itu) untuk memberi respons yang efektif.

Adalah penting, pada level akademi, bagi universitas-universitas dengan para guru besarnya yang ahli ASEAN untuk lebih menekuni kajian ihwal identitas kultural ini dengan mendirikan pusat-pusat penelitian (*Center for the Studies of South East Asian Countries* atau Pusat Studi ASEAN). Dalam hal ini universitas bisa melibatkan para ahli dari berbagai bidang keilmuan (*policy analyst, discourse analyst, folklorist, ethnographer, ethnomethodologist, curriculum developer, linguist, educationist, economist, political analyst, dll.*), juga para praktisi profesional dalam bidang-bidang terkait dalam kajian-kajiannya. Dengan makin eratnya hubungan antara negara-negara anggota ASEAN pada berbagai tingkatan, serta akses dan komunikasi yang makin mudah, ASEAN telah berhasil menciptakan bermacam-macam bentuk kerjasama yang saling memperkaya basis kajian (misalnya, forum kepala sekolah, *The Southeast Asia School Principals Forum*; jaringan kerjasama antar-universitas, *The ASEAN University Network*; pengembangan buku sumber untuk kurikulum, *The ASEAN Curriculum Sourcebook*; peningkatan kerjasama antar-parlemen ASEAN, *The ASEAN Inter-Parliamentary Organization*; dan sederetan bentuk-bentuk kerjasama lainnya).

Dengan kondisi ini, maka tidak berlebihan untuk berharap agar ASEAN, khususnya universitas-universitas terkemuka di Indonesia, memiliki pusat-pusat riset ASEAN yang disegani, di samping pusat-pusat riset ASEAN yang telah ada. Tentu banyak lahan garapan yang menanti untuk ditekuni dalam *ASEAN studies* guna memperluas wawasan sejarah dan

kebudayaan ASEAN, dan pada gilirannya memperdalam pemahaman tentang identitas ASEAN seperti tertuang dalam mottonya: *“One Vision, One Identity, One Community”*. [darz]