



PROSIDING SEMINAR NASIONAL  
**BAHASA, SASTRA,**  
*dan* **KEKUASAAN**

Diselenggarakan oleh  
Jurusan PBSI FBS UNY  
pada 26 November 2015

**TIM EDITOR:**  
Dr. Maman Suryaman  
Kusmarwanti, M.Pd., M.A.  
Dwi Budiyanto, M.Hum.

PROSIDING SEMINAR NASIONAL  
**BAHASA, SASTRA**  
*dan* **KEKUASAAN**

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta

**Lingkup Hak Cipta**

Pasal 2 :

1. Hak Cipta merupakan hak eksklusif bagi Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya, yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan tanpa mengurangi pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

**Ketentuan Pidana**

Pasal 72 :

1. Barangsiapa dengan sengaja atau tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah).
2. Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu Ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 tahun dan/atau denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

**Prosiding Seminar Nasional Bahasa, Sastra, dan Kekuasaan**

Editor:  
Maman Suryaman  
Kusmarwanti  
Dwi Budiyanto

**Desain sampul:**  
Dwi Budiyanto

**Tata letak:**  
Gapura Omah Desain

Diterbitkan oleh:  
Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia  
Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta

Perpustakaan nasional, Katalog Dalam Terbitan (KDT)  
**Prosiding Seminar Nasional Bahasa, Sastra, dan Kekuasaan**  
Yogyakarta:

Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia  
Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta  
Cetakan 1, Nopember 2015  
xiv + 474 hlm; 15 x 23 cm

ISBN: 978-602-74971-0-8

**Bagian Ketiga**  
**BAHASA DAN KEKUASAAN**  
**: Sebuah Perbincangan Lebih Lanjut**

Struktur Mikro Pencitraan Politik di Media Massa ~ 243  
Afdhal Kusumanegara

Wacana Gosip sebagai Strategi Hegemoni ~ 255  
Tadkiroatun Musfiroh

BAHASA DAN REALITAS KELAS MENENGAH INDONESIA ~ 268  
Dwi Budiyanto, M.Hum.

Pembentukan Kesadaran Multikultur Melalui Bahasa Komedi: Studi  
Wacana Kritis *Stand Up Comedy* Di Indonesia ~ 283  
Ari Kusmiatun

Kekerasan Simbolik (*Symbolic Violence*) Terhadap Warna Kulit Orang  
Indonesia pada Iklan Pencerah Kulit *Fair And Lovely* ~ 298  
Dadang Rhubido

Bahasa Hegemoni Para Penguasa ~ 309  
Diana Mayasari, M. Pd

Analisis Pragmatik Bahasa Sandi dalam Wacana Korupsi ~ 319  
Israr Nuryadi

*Linguistic Landscape*: Potret Benturan Kebahasaan ~ 332  
Juanda

Kuasa dan Ekologi Bahasa Pengaruhnya pada Psikologi Anak ~ 340  
St. Nurbaya

Penamaan Anak sebagai Bentuk Kekuasaan ~ 349  
Eva Eri Dia

Pendidikan Bahasa Indonesia  
di Era Globalisasi: Permasalahan dan Solusi ~ 360  
Jimat Susilo

Bahasa dan Negara: Pengajaran Bahasa Indonesia  
dalam Kerangka 65 Tahun Hubungan Diplomatik  
Indonesia-Tiongkok ~ 369  
Sudaryanto

Pengembangan Materi Membaca BIPA yang Terintegrasi Kearifan Lokal  
sebagai Jembatan Komunikasi Antarnegara ~ 384  
Laily Nurlina dan Siti Fathonah

# BAHASA DAN REALITAS KELAS MENENGAH INDONESIA

**Dwi Budiyanto, M.Hum.**

Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia  
Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta  
e-mail: *matahati01@yahoo.com*

## ABSTRAK

*Penduduk kelas menengah Indonesia saat ini mengalami lonjakan yang sangat besar. Diperkirakan kelas sosial ini telah berjumlah 130 juta penduduk. Peningkatan jumlah penduduk dari kalangan kelas menengah ini tentu saja akan membawa banyak perubahan. Sebagai kelompok sosial yang memiliki daya beli ekonomi tinggi, pendidikan yang baik, dan status sosial yang diperhitungkan, kelas menengah seringkali membawa perubahan-perubahan signifikan bagi sebuah negara. Tulisan ini mengkaji pemakaian bahasa di kalangan kelas menengah Indonesia dan bagaimana bahasa yang digunakan memperlihatkan realitas kelas sosial ini. Jika periode sebelumnya (tahun 1980-an) terjadi pergeseran pemakaian bahasa dari bahasa daerah menjadi bahasa Indonesia, terutama di kalangan keluarga muda kelas menengah perkotaan, saat ini pola itu bergeser lagi dari pemakaian bahasa Indonesia ke bahasa Inggris atau campuran Indonesia-Inggris. Stratifikasi sosial kebahasaan yang lebih bergengsi menjadi alasan, selain perkara-perkara teknis, seperti keefektifan dan keringkasan pesan. Selain itu, pemakaian bahasa*

*di kalangan kelas menengah Indonesia memperlihatkan realitas bahwa kelas menengah berkecenderungan semakin religius, memiliki perhatian yang besar terhadap keluarga dan anak, serta memiliki daya kritis dan kepedulian sosial-politik yang baik. Bahasa yang digunakan beraspirasi dan berorientasi pada cara pandang, nilai-nilai, serta perilaku kelas menengah yang lebih bergengsi, terkesan urban, bahkan kosmopolitan.*

**Kata kunci:** bahasa, kelas menengah

## **Pengantar**

Kelas menengah Indonesia ternyata tumbuh dengan cepat, terutama setelah berhasil melewati GDP (*Gross Domestic Product*) per kapita US\$3000 pertahun pada 2010. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), kenaikan penduduk kelas menengah Indonesia (penduduk dengan pengeluaran per hari US\$2-20) telah mencapai 8-9 juta penduduk pertahun (Yuswohady, 2015: 5; Kasali, 2010: 21). Jumlah penduduk kelas menengah Indonesia saat ini berkisar 130 juta penduduk. Proporsi jumlah penyebaran kelas menengah antara Jawa dan luar Jawa ternyata tidak signifikan. Berdasarkan data Susenas 2012, penduduk kelas menengah di luar Jawa sebesar 55 juta dan di Jawa sebesar 77 juta.

Kenaikan penduduk kelas menengah ini akan diikuti dengan perubahan-perubahan mendasar. Perubahan-perubahan tersebut berkaitan dengan cara pandang (*paradigm*), nilai-nilai (*values*), dan perilaku (*behavior*) sebagai implikasi dari perubahan Indonesia menjadi negara maju. Yuswohady (2015: 29) menjelaskan bahwa saat ini dan beberapa tahun ke depan akan terjadi perubahan cepat penduduk Indonesia menuju terbentuknya kelas menengah yang didorong oleh perubahan-perubahan fundamental. Perubahan-perubahan tersebut adalah naiknya daya beli dan tingkat ekonomi masyarakat, meningkatnya pendidikan yang menjadikan kelas menengah Indonesia lebih berpengetahuan (*knowledgeable*) dan beradab (*civilized*), dan kelas menengah akan makin terkoneksi satu sama lain dengan adanya teknologi sosial (*social technologies*).

Perubahan-perubahan di atas biasanya akan diikuti oleh kecenderungan berbahasa yang juga mengalami perubahan dan pergeseran. Hal ini memungkinkan terjadi sebab, sebagaimana dijelaskan Soedjatmoko (1996: 183-184), suatu bahasa mencerminkan perkembangan dan perubahan-perubahan sosial, karena bahasa memang merupakan alat komunikasi sosial. Oetomo (1996: 195-198) menjelaskan terjadinya pergeseran pemakaian bahasa kelas menengah Indonesia di dalam keluarga. Pada 1980-an ternyata telah muncul gejala penggunaan bahasa

Indonesia (ragam informal dengan interferensi bahasa Jawa) di rumah dan di lingkungan kelas menengah Indonesia. Pada beberapa keluarga di Jawa, sebutan *bapak* atau *ayah* dan *ibu*, berganti dengan sebutan *papa* dan *mama*. Bibi yang sebelumnya dipanggil *bulik* atau *budhe* beralih dipanggil *tante*, dan *paman* yang sebelumnya dipanggil *paklik* atau *pakdhe* kemudian beralih disebut *om*.

Kecenderungan tersebut terutama terjadi pada keluarga muda yang sedang beraspirasi pada mobilitas vertikal menuju kelompok masyarakat yang lebih mapan dalam kehidupan sosial-ekonominya (Oetomo, 1996: 196). Perubahan yang tampak sederhana tersebut ternyata menunjukkan kecenderungan kelompok kelas menengah Indonesia yang menempatkan bahasa Indonesia pada stratifikasi kebahasaan yang lebih tinggi dan bergengsi daripada bahasa daerah. Pemakaian kata sapaan yang berubah di atas, ternyata tidak terjadi dalam keluarga muda yang berasal dari etnik berbeda. Dalam keluarga yang suami-istri berasal dari etnik sama-sama Jawa juga mengalami kecenderungan yang sama. Ketika bahasa Indonesia telah menguat sebagai bahasa nasional, yang dianggap lebih bergengsi daripada bahasa daerah, gejala pemakaiannya yang berinterferensi dengan bahasa Inggris juga menunjukkan kecenderungan yang hampir sama; kelas menengah beraspirasi dan berorientasi pada komunitas yang dianggap lebih modern melalui bahasa yang digunakannya.

Ketika saat ini jumlah penduduk kelas menengah Indonesia menunjukkan kenaikan yang sangat pesat, perubahan-perubahan cara pandang, nilai, dan perilaku mereka akan diikuti pada perubahan dalam pemakaian bahasa yang berbeda dengan kelas sosial lain. Kecenderungan ini merupakan sesuatu yang wajar. Trudgill (2000: 23) menjelaskan bahwa perbedaan-perbedaan internal suatu masyarakat sesungguhnya terefleksikan dalam pemakaian bahasa mereka. Kelompok sosial yang berbeda, biasanya, akan menggunakan variasi bahasa yang berbeda pula.

Gejala-gejala di atas menarik dicermati karena tidak hanya berkaitan dengan pemakaian bahasa kelas sosial tertentu di masyarakat tetapi juga menunjukkan proses transformasi sosial yang menyertainya. Ia tidak hanya memperlihatkan terjadinya perubahan perilaku berbahasa tetapi juga menunjukkan gejala perubahan cara pandang, nilai, dan perilaku kelas menengah Indonesia. Pertanyaan yang dapat diajukan atas fenomena tersebut adalah (1) fitur-fitur bahasa seperti apa yang dibentuk oleh kelas menengah Indonesia akhir-akhir ini? (2) Fitur-fitur bahasa tersebut apakah menunjukkan cara pandang, nilai-nilai, serta perilaku yang merupakan karakter khas dan unik masyarakat kelas menengah Indonesia?

## Perkembangan Bahasa Kelas Menengah Indonesia

Ketika beberapa kepulauan di Nusantara telah memfungsikan dirinya sebagai pusat-pusat emporium yang berpengaruh pada abad XV, beberapa daerah mulai terhubung dalam kepentingan perniagaan yang saling menguntungkan. Malaka pada abad itu merupakan salah satu pusat emporium yang besar. Pada akhir abad XV telah terdapat banyak kota pelabuhan di Sumatera, Jawa, Maluku, dan pulau-pulau lainnya yang berfungsi sebagai pusat perdagangan daerah (Kartodirdjo, 2014: 10). Sumatera terkenal karena tekstil, emas, dan barang tenunan. Jawa merupakan penghasil dan pemasok beras terbesar. Sementara itu, Maluku – Ricklefs (2001: 27) menyatakan bahwa nama kepulauan ini pada hakikatnya berasal dari istilah para pedagang Arab bagi daerah tersebut, *jazirat al-muluk* atau ‘wilayah banyak raja’ – merupakan kepulauan rempah-rempah (*Spice Islands*) yang sangat terkenal.

Hubungan perdagangan tersebut akhirnya membutuhkan sarana komunikasi yang dapat saling menjembatani antar kepentingan. Ricklefs (2001: 59) mencatat bahwa kelompok-kelompok yang melakukan perniagaan laut dengan menggunakan bahasa Melayu dan Portugis sebagai *lingua-franca*-lah yang dapat berhasil menembus batas-batas bahasa tersebut. Jadi, sejak Malaka menjadi bandar perniagaan pada abad XV, bahkan mungkin sejak Sriwijaya berjaya (abad VII hingga XIII), bahasa Melayu telah digunakan dalam komunikasi antar pedagang di kepulauan Nusantara. Namun, menurut Oetomo (1996: 207) bahasa Melayu tidak pernah menjadi bahasa di ranah keluarga di bandar-bandar di kawasan yang asalnya bukan termasuk wilayah bahasa dan budaya Melayu. Itu artinya, pada era tersebut, bahasa Melayu hanya digunakan sebatas dalam kepentingan perdagangan.

Pada abad XVII bahasa Melayu tidak hanya digunakan untuk kepentingan perdagangan, tetapi juga digunakan dalam dunia kerja. Ketika gelombang imigran Tionghoa masuk ke wilayah Nusantara, terutama melalui Batavia, dalam jumlah besar, bahasa Melayu dipelajari sebagai pengantar. Pada 1719 tercatat sebanyak 7.550 orang imigran datang di Batavia dengan kapal *jung*. Sementara itu, pada 1739 jumlah imigran telah bertambah menjadi 10.574 orang (Daradjadi, 2013: 29). Interaksi komunitas Tionghoa dan komunitas Jawa pada akhirnya mengharuskan komunitas Tionghoa mengenal cara atau metode orang Jawa dan biasanya menggunakan bahasa Melayu, terutama Melayu kasar, sebagai *lingua franca* serta sedikit tahu bahasa Jawa (Carey, 2015: 40). Kecenderungan imigran Tionghoa mempelajari bahasa dan budaya Jawa mulai memudar setelah Geger Pacinan pada 1740–1743. Perang aliansi komunitas Tionghoa – Jawa melawan VOC selama tiga tahun lebih itu menimbulkan

kekhawatiran besar pihak kolonial Belanda. Oleh karena itu, Belanda memberlakukan *wijkenstelsel*, sistem pembatasan tinggal komunitas Tionghoa hanya di Pecinan, setelah sebelumnya mereka dapat berbaur dengan orang Jawa. Sejak saat itulah, seperti diungkapkan Oetomo (1996: 202), tidak ada alasan kuat bagi komunitas Tionghoa untuk mempelajari tingkat-tingkat bahasa Jawa yang dulu menjadi kelaziman.

Sebagai gantinya, mereka mulai intensif mempelajari bahasa Melayu, sebab bahasa itulah yang dijadikan bahasa pemerintahan kolonial. Kahin (2013: 53) menyatakan bahwa Belanda sendiri yang sering menggunakan bahasa Melayu dalam pemerintahan. Pihak kolonial berpandangan bahwa gengsi orang Belanda dan rasa rendah diri orang Indonesia dapat dipertahankan dengan cara melarang orang Indonesia menggunakan bahasa Belanda ketika berbicara dengan orang Belanda. Namun, efek dari pembatasan tersebut tidak terduga oleh pihak kolonial. Menurut G.H. Bousquet, seperti dikutip Kahin (2013: 53), kaum nasionalis telah menggunakan bahasa Melayu sebagai senjata untuk melawan pengaruh Belanda.

Bahasa Melayu yang semula berfungsi sebagai *lingua franca* di kalangan pedagang di kepulauan Nusantara telah memperluas perannya sebagai wahana integrasi politik dan alat perjuangan antikolonial (Soedjatmoko, 1996: 183). Jika peran sebelumnya dimainkan oleh para pedagang maka peran kedua digerakkan oleh para intelektual dengan Islam sebagai kohesi terbentuknya nasionalisme yang menghancurkan solidaritas-solidaritas sempit (Kahin, 2013: 53). Jika menelusuri sejarah pergerakan Indonesia maka dapat diketahui bahwa semangat integrasi politik dan antikolonialisme dimotori oleh para pedagang dan kaum terdidik sekaligus. Merekalah bagian kelas menengah Indonesia, tokoh-tokoh muda dan terdidik, yang mengerahkan tenaga serta perhatian bagi pengembangan bahasa nasional.

Ketika kelompok-kelompok muda terdidik tersebut bersepakat mengukuhkan bahasa Melayu menjadi bahasa Indonesia, sesungguhnya ia memperlihatkan simbiosis antara bahasa dengan paham kebangsaan. Keberadaan *lingua franca* yang telah menjembatani interaksi antarsuku dan daerah di kepulauan Nusantara selama ratusan tahun sebelumnya telah memicu lahirnya nasionalisme Indonesia, dan sebaliknya, nasionalisme mengokohkan dan menguatkan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional. Bahasa Indonesia pada masa-masa revolusi kemerdekaan juga digunakan untuk mengekspresikan semangat perlawanan terhadap kolonialisme secara massif. Penggunaan sapaan “bung”, “saudara”, dan “(a)bang” menyaran pada semangat kerakyatan dan egalitarianisme, rasa kesejajaran.

Setelah proklamasi (dan bahkan sebelumnya), seperti dijelaskan Kleden (2003: 33), sarjana-sarjana terbaik Indonesia terlibat aktif dalam pembentukan istilah-istilah baku untuk kepentingan keilmuan dalam bahasa Indonesia. Muncullah kemudian istilah-istilah *berat jenis* dalam fisika, *akar serabut* dalam ilmu tumbuh-tumbuhan, *fluorida*, *klor/klorin*, dan *kalsium* dalam kimia, dan sebagainya. Dengan demikian, babak baru perjalanan bahasa Indonesia dimulai saat itu: dari *lingua franca* menjadi bahasa persatuan (sarana integrasi politik dan antikolonialisme), serta dari bahasa persatuan menjadi bahasa pendidikan dan pengajaran. Saat itu Indonesia mulai menjadikan pendidikan sebagai prioritas utama. Ricklefs (2001: 290) menyampaikan data bahwa antara 1953 dan 1960 jumlah anak yang memasuki sekolah dasar meningkat dari 1,7 juta menjadi 2,5 juta. Fenomena ini memberikan dua keuntungan. *Pertama*, jumlah melek huruf meningkat. Pada 1930 jumlah penduduk yang melek huruf hanya 1,7 persen, tetapi pada 1961 jumlahnya telah mencapai 46,7 persen. *Kedua*, kondisi ini semakin memantapkan kedudukan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional karena pemakaiannya di seluruh sistem pendidikan, semua komunikasi resmi, dan juga media massa.

Demikian panjang perjalanan bahasa Indonesia. *Babak pertama*, bahasa Melayu/bahasa Indonesia menjadi *lingua franca*. Sebagai *lingua franca*, bahasa Melayu digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi tidak menjadi penunjuk identitas pemakainya. Pemakaiannya banyak digunakan dalam kepentingan perdagangan di kepulauan Nusantara dan juga dunia kerja, terutama ketika imigran Tionghoa mulai berdatangan di Batavia. Proses ini berlangsung ratusan tahun. *Babak kedua*, bahasa Indonesia sebagai bahasa pemersatu. Ia menjadi wahana integrasi politik dan alat perjuangan antikolonialisme di Indonesia. Sumpah Pemuda pada 1928 merupakan titik awal secara formal babak kedua ini. *Babak ketiga*, bahasa Indonesia sebagai bahasa pendidikan dan pengajaran. Bersamaan dengan prioritas pemerintah Indonesia pasca revolusi kemerdekaan yang menekankan pada bidang pendidikan, bahasa Indonesia berperan untuk mentransfer pengetahuan. Sejak saat itulah bahasa Indonesia semakin kuat posisinya sebagai bahasa nasional. Pengguna bahasa Indonesia pun semakin luas.

Ketika saat ini kondisi masyarakat telah mengalami perubahan signifikan dibandingkan beberapa periode sebelumnya, bagaimana wajah bahasa Indonesia? Meningkatnya jumlah kelas menengah Indonesia telah menjadikan bahasa Indonesia sebagai sarana komunikasi utama, bahkan cenderung menggeser pemakaian bahasa daerah. Anak-anak sekarang lebih akrab dengan bahasa Indonesia, dan menganggap pelajaran bahasa Indonesia lebih mudah daripada pelajaran bahasa daerah. Bahasa

Indonesia tidak lagi menjadi sarana komunikasi formal, tetapi telah menjadi bahasa keseharian, terutama di daerah-daerah urban.

## **Bahasa dan Wajah Kelas Menengah**

Definisi mengenai kelas menengah sebenarnya masih diperdebatkan. Namun, seringkali ia diidentikkan sebagai kelompok masyarakat yang memiliki kemampuan ekonomi lebih besar, lebih berpendidikan, dan memiliki posisi sosial lebih baik (Pambudy, 2012: 16). Karena kondisi kelas menengah yang lebih baik itulah, mereka diharapkan menjadi agen perubahan. Asia Development Bank (ADB) mendefinisikan kelas menengah berdasarkan kemampuan ekonomi mereka. Kelas menengah merupakan masyarakat dengan pengeluaran per kapita sebesar UD\$2-20 (Yuswohady, 2015: 10). Apapun definisi yang menyertainya, kajian dalam tulisan ini tidak akan diarahkan pada perdebatan definisi dari sejumlah pakar mengenai kelas menengah. Tulisan ini diarahkan untuk melihat fenomena peningkatan kelas menengah Indonesia sebagai realitas sosial di masyarakat dari segi kebahasaan.

Sebagaisaranakomunikasi, bahasa digunakan untuk mengungkapkan pikiran, nilai-nilai, dan juga kecenderungan perilaku penggunaannya. Dengan demikian, kajian dari segi kebahasaan – yang secara umum – digunakan kelas menengah Indonesia akan dapat memetakan dan melihat realitas dan eksistensi kelas tersebut dalam masyarakat Indonesia. Jika para pemasar (*marketer*) memetakan kecenderungan kelas menengah dari perilakunya sebagai konsumen, akankah kajian dari sisi kebahasaan menghasilkan temuan mengenai wajah kelas menengah Indonesia yang sama? Jika para pemasar mengenali perilaku kelas menengah untuk memetakan strategi pemasaran, pengenalan realitas kelas menengah Indonesia dari segi kebahasaan dilakukan untuk mengetahui kecenderungan terjadinya transformasi sosial yang diakibatkan keberadaan kelas ini di Indonesia.

Dengan mencermati kecenderungan pemakaian bahasa yang digunakan sebagian besar kelas menengah Indonesia, perubahan cara pandang, nilai-nilai, dan perilaku mereka di tengah masyarakat dapat dipahami dengan lebih baik. Terdapat beberapa karakteristik kelas menengah Indonesia ditinjau dari pemakaian bahasanya.

**Pertama**, masyarakat kelas menengah Indonesia menunjukkan makin religius. Karakteristik ini sangat berbeda dengan masyarakat kelas menengah di negara lain. Menurut survei Gallup di dunia pada 2009, Indonesia masuk dalam daftar sepuluh negara paling religius setelah Bangladesh, Nigeria, dan Yaman (Yuswohady, 2014: 5). Ada kecenderungan bahwa pada umumnya ketika suatu masyarakat mengalami peningkatan kesejahteraan maka masyarakat tersebut akan semakin sekuler. Akan

tetapi, fenomena tersebut tidak terlihat pada kelas menengah Indonesia. Kelas menengah Indonesia cenderung semakin religius dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Penggunaan kata “hijab” dan “hijaber” mengiringi fenomena masyarakat kelas menengah Indonesia yang ingin berpakaian muslimah sesuai aturan syariat. Munculnya pakaian muslimah tersebut sejalan dengan kegandrungan masyarakat untuk kembali pada ajaran agama (Pambudy, 2012: 26). Penggunaan kata “hijab” menggantikan kata “jilbab” yang sebenarnya bermakna kerudung lebar yang dipakai wanita muslim untuk menutupi kepala dan leher sampai dada. Padahal, makna “hijab” secara leksikal adalah 1) dinding yang membatasi sesuatu dengan yang lain, 2) dinding yang membatasi hati manusia dengan Allah, dan 3) dinding yang menghalangi seseorang dari mendapat harta waris. Namun saat ini, kata “hijab” mengalami pergeseran makna secara kontekstual sebagai pakaian muslimah dengan gaya modis.

Kelas menengah Indonesia juga memroduksi kata “hijaber” sebagai istilah populer untuk menyebut komunitas Muslimah yang memakai hijab dalam gaya modis. Kalimat */dia sekarang hijabers/* lebih banyak digunakan untuk menunjuk perubahan cara dan gaya berpakaian seseorang daripada kalimat */dia sekarang berjilbab/*. Penyematan kata “hijabers” pada seseorang menjadi karakteristik khas kelas menengah Indonesia yang cenderung terhubung satu sama lain (terkoneksi) dan menyukai berkomunitas. Dengan demikian, pemakaian kata “hijabers” tidak hanya menunjukkan realitas kelas menengah Indonesia yang makin religius, tetapi sekaligus juga memperlihatkan kecenderungan mereka yang berusaha untuk mengidentifikasi, menginspirasi, dan mengorientasi pada komunitas religius.

Kata “hijab” memiliki stratifikasi sosial kebahasaan yang saat ini terasa lebih modern, bergengsi, prestise, modis, dan urban dibandingkan dengan kata “jilbab” yang meskipun tampak prestise, modern, dan urban, tetapi tidak terkesan modis. Kata “hijab” – dan juga “jilbab” ternyata lebih bergengsi dan modern dibandingkan dengan pemakaian kata “kerudung.” Kata “kerudung” terkesan memiliki stratifikasi sosial kebahasaan yang lebih tradisional, kurang bergengsi, tidak modern, dan tidak mewakili kelas urban. Jadi, dari pemakaian bahasa, kelas menengah Indonesia berkeinginan untuk menampilkan kehidupan mereka yang religius, cerdas, terdidik, urban, dan tentu saja modis.

Kelas menengah Indonesia juga menggunakan kata “ODOJ” dan “ODOJ-er” dalam komunitas baca Al-Quran. ODOJ sebenarnya merupakan akronim dari *One Day One Juz*. Sebuah program baca Al-Quran (tilawah) dengan menargetkan satu hari satu juz. Popularitas program ODOJ yang

mendapat sambutan luas dari kelas menengah Muslim melalui *WhatsApp* menggeser pemakaian baca Al-Quran atau tilawah dengan hanya menyebut kata “ODOJ.” Kadangkala, dalam pemakaian sehari-hari, akronim “ODOJ” telah digeser menjadi kata kerja yang bermakna ‘baca Al-Quran’ atau ‘tilawah’. Pemakaian kata “ODOJ-ers” tidak hanya menunjukkan realitas kelas menengah Indonesia yang makin terbiasa untuk membaca Al-Quran, tetapi sekaligus juga memperlihatkan kecenderungan mereka yang berusaha untuk mengidentifikasi diri mereka pada komunitas religius.

Tentu saja pembentukan kata “hijabers”, “ODOJ-ers”, atau yang sejenis dengan itu, seperti “gowesers” – untuk menyebut komunitas penyepeda, “jokower” – untuk menyebut relawan pendukung Jokowi, mengikuti pola pembentukan kata dalam bahasa Inggris, seperti *follower*, *reviewer*, *writer*, dan *driver*, tetapi dilakukan secara manasuka, untuk tidak menyatakan “semena-mena.” Gejala pembentukan dan pemakaian kata-kata tersebut merupakan ragam ekspresi campuran Indonesia-Inggris yang (lagi-lagi) menunjukkan aspirasi kosmopolitan masyarakat kelas menengah. Jadi, kegemaran beringgris-inggris tersebut salah satunya ditujukan untuk menciptakan kesan gagah dan berkelas. Bahasa Inggris atau segala bahasa yang terlihat seperti bahasa Inggris dianggap memiliki stratifikasi sosial kebahasaan yang lebih tinggi dan bergengsi daripada bahasa Indonesia dan bahasa daerah.

Namun, gejala di atas sebenarnya menunjukkan kecenderungan kelas menengah Indonesia untuk saling terhubung dan tergabung dalam komunitas. Kata “hijabers”, “ODOJ-ers”, “gowesers”, dan yang lain menyaran pada bentuk jamak. Fenomena kebahasaan ini memperlihatkan kecenderungan kelas menengah untuk membentuk komunitas. Kecenderungan berkomunitas dan saling terkoneksi tersebut terlihat pula dalam pemakaian bahasa untuk menyebut program-program sosial dan religius mereka: *Sedekah Rombongan*, *Majelis Dhuha Nasional*, *Sedekah Harian*, *Komunitas Tahajud Berantai*, *Komunitas Hijaber*, *Komunitas Jilbaber*, *Komunitas Pejuang Subuh*, dan sebagainya.

Saking gandrungnya masyarakat kelas menengah terhadap pakaian hijab dan jilbab, muncul kata baru, yaitu “jilboobs” yang menunjuk pada komunitas pemakai jilbab tetapi memperlihatkan lekuk-lekuk bagian tubuh secara vulgar, terutama bagian payudara. Terlepas dari respon kontroversial yang diakibatkan oleh kemunculannya, sebagai fenomena sosial dan kebahasaan, kehadiran “jolboobs” juga memperlihatkan kecenderungan di atas. Kata “jilboobs” berasal dari kata “jilbab” dan “boobs” (payudara) yang digabungkan. Fenomena terakhir menunjukkan bahwa terdapat pula sejumlah orang dalam kelas menengah Indonesia yang memiliki aspirasi untuk meraih identitas modern, urban, dan religius

berdasarkan tampilan luar dan bukan sebagai pandangan hidup dan nilai-nilai yang diajarkan agama. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa berpakaian Muslimah telah bergerak sebagai sebuah tren di samping kesadaran religiusitas.

**Kedua**, orang tua dari kelas menengah Indonesia semakin memiliki perhatian terhadap keluarga dan pendidikan anak. Yuswohady (2015: 261) menjelaskan bahwa ada dua kecenderungan besar terhadap tren pendidikan anak yang berkembang di kelas menengah, yaitu (1) gaya pendidikan anak yang mementingkan pendidikan karakter, dan (2) kecenderungan gaya mendidik orang tua yang semakin demokratis tetapi cenderung memiliki keterlibatan yang rendah dengan anak (*low involvement*) karena kesibukan mengejar karier.

Pada aspek kebahasaan kelas menengah Indonesia ternyata melakukan perubahan pada kata sapaan dari *ayah* dan ibu, *papa* dan *mama*, menjadi *ayah* dan *bunda*. Gejala ini secara massif dapat dijumpai pada keluarga-keluarga muda kelas menengah Indonesia. Kata “ayah” dan “bunda” memiliki stratifikasi sosial kebahasaan yang lebih tinggi, berkelas, bergengsi, dan urban tetapi sekaligus juga lebih memperlihatkan kelekatan (*bonding*) orang tua dengan anak. Selain itu, pemakaian kata “ayah” dan “bunda” lebih terasa demokratis, terbuka, dan menunjukkan keterlibatan yang tinggi (*high involvement*) orang tua dalam mendidik anak-anak.

Jadi, dari aspek kebahasaan yang digunakan kelas menengah – terutama dalam pemakaian kata sapaan – terlihat mereka memiliki orientasi, cara pandang, dan nilai-nilai dalam mendidik anak-anak yang cenderung demokratis dan berusaha terlibat secara penuh dalam pendidikan anak. Keluarga muda kelas menengah Indonesia juga cenderung menekankan keterbukaan dan kesetaraan di hadapan anak-anak. Di luar aspek kebahasaan, fenomena kelekatan seorang ayah di wilayah publik terlihat sangat jelas. Dibandingkan ayah-ayah kelas menengah beberapa dekade yang lalu, para ayah dari keluarga muda kelas menengah Indonesia saat ini cenderung lebih memiliki kedekatan dengan anak-anak. Pemandangan yang lumrah di mall-mall seorang ayah menggendong bayi sambil menyelempangkan tas berisi popok dan pakaian ganti anak tanpa rasa canggung. Sesuatu yang jarang dilakukan para ayah dua-tiga dekade sebelumnya.

Namun, yang perlu mendapat catatan, penggunaan kata sapaan “ayah” dan “bunda” tidak dengan sendirinya memperlihatkan cara mendidik anak dari keluarga muda kelas menengah yang lebih demokratis dan terbuka. Jika cara mendidik anak belum sepenuhnya demokratis dan memiliki keterlibatan tinggi, cara yang paling mudah adalah mengadopsi pemakaian bahasanya. Ketika karakter-karakter dalam mendidik anak

belum sepenuhnya tepat, bahasalah yang seringkali merupakan hal pertama yang diambil oleh mereka yang beraspirasi masuk ke kelas menengah baru perkotaan. Dengan demikian, tanpa sadar bahasa kelas menengah telah menggiring keluarga muda perkotaan untuk beraspirasi dan berorientasi pada cara pandang, nilai-nilai, dan perilaku mendidik anak yang diyakini lebih baik oleh kelas menengah, yaitu demokratis, terbuka, setara, dan mementingkan pendidikan karakter.

Kecenderungan beraspirasi dan berorientasi pada keharmonisan keluarga juga terlihat di kelas menengah Indonesia. Salah satunya pada fenomena pemasangan stiker *Happy Family* di mobil, dengan menampilkan kartun semua anggota keluarga; ayah, bunda, dan nama semua anak, atau (kadang) menyertakan pula nama hewan piaraan. Gejala ini menunjukkan aspirasi pemiliknya sebagai keluarga sejahtera, mapan, dan harmonis. Kalimat “Happy Family” menunjukkan makna dan aspirasi di atas, selain pemakaiannya dalam bahasa Inggris (sekali lagi) dipakai karena memiliki stratifikasi sosial kebahasaan yang lebih bergengsi. Jika dikaji lebih lanjut, misal melalui pendekatan semiotik, pilihan bentuk kartun (ayah, ibu, dan anak) bisa jadi menunjukkan makna dan aspirasi tertentu dari kelas menengah kita. Kartun “ayah” berpeci dan “bunda” berjilbab, misalnya, menunjukkan aspirasi pemiliknya sebagai keluarga yang religius dan menerapkan aturan-aturan agama di keluarganya.

Pemakaian kata “ayah” dan “bunda” ternyata juga dilekatkan pada nama seseorang, terutama mereka yang dikenal sebagai pakar pendidikan anak atau guru yang mengajar anak-anak. “Ayah Edy”, “Ayah Irwan”, “Bunda Elly Risman”, dan “Bunda Neno Warisman” merupakan contoh-contoh pemakaian kata “ayah” dan “bunda” di depan nama tokoh. Gejala ini memperlihatkan kecenderungan kelas menengah untuk menjadikan tokoh-tokoh tertentu sebagai figur ayah dan figur bunda yang diidealkan. Figuritas sebagai ayah atau bunda dan kepakaran dalam pendidikan anak dilekatkan pada nama-nama tertentu sehingga yang bersangkutan dianggap memiliki kelayakan serta kompetensi untuk berbicara tentang pendidikan anak. Fenomena ini sekaligus menjelaskan tentang kecenderungan orang tua kelas menengah Indonesia yang memiliki perhatian terhadap pendidikan anak, sekaligus kebutuhan mereka akan ilmu pengasuhan anak dan model yang dapat dijadikan panutan.

**Ketiga**, kelas menengah Indonesia semakin kritis dan peduli. Kecenderungan ini sedikit berbeda dengan tuduhan yang diarahkan pada kelas menengah bahwa mereka terlalu konsumtif dan tidak peduli terhadap persoalan-persoalan di sekitarnya. Pambudy (2012: 16-19) memberikan sejumlah fakta dan analisis mengenai kecenderungan kelas menengah yang lebih dominan mempengaruhi gaya hidup daripada

persoalan-persoalan sosial-politik. Sebagai kelompok sosial terdidik, kuat secara ekonomi, dan terkoneksi dengan pihak lain, kelas menengah Indonesia memperlihatkan kecenderungan untuk bersikap kritis dan memberikan kontribusi secara lebih nyata atas persoalan-persoalan yang dihadapi negara. Kelas menengah yang terkoneksi jaringan internet itu, memanfaatkan keaktifan mereka di jejaring sosial media untuk bersikap kritis dan peduli. Pengguna internet di Indonesia pada 2014 mencapai 107 juta dan diperkirakan meningkat menjadi 139 juta pada 2015 (Yuswohady, 2015: 269-273), sebagian besarnya jelas adalah kelas menengah.

Ketika Sumatera dan Kalimantan berhadapan dengan masalah asap, sebagian orang tergerakkan untuk melakukan aksi nyata. Mereka memproduksi pesan-pesan sosial yang menggerakkan banyak orang untuk terlibat. Mulailah bermunculan sikap kritis dengan tagar **#MelawanAsap**. Pengantar salah satu video yang diunggah warga *netizen* di Youtube bertuliskan pesan sebagai berikut. *“Kami tidak diam! Video ini adalah suara keresahan dari masyarakat Riau yang ikut andil dalam pergerakan #MelawanAsap. Kami ingin satu suara bahwa kami tidak ingin asap ada lagi di rumah kami, Riau.”* Pesan tersebut sangat jelas dan mendorong banyak warga *netizen* untuk memberikan dukungan. Gerakan online di jejaring sosial ini pun ternyata mampu menggerakkan banyak pihak untuk melakukan banyak aksi nyata.

Kelas menengah terdidik yang sangat akrab dengan internet itu memproduksi pesan-pesan sosial untuk peduli terhadap korban asap. Pesan-pesan tersebut, antara lain: */Terus mengkampanyekan bhwa #MelawanAsap hrus scr bersama-sama. Hidup dari dan untuk alam bukan korporasi pembakar lahan/ (@claralistyaD), /Ayo #MelawanAsap. Hidup dr alam untuk alam dan akan kembali ke alam. Stop merusak alam!/ (@claralistyaD), dan /Kak @NOAH\_ID bikin acara konser pertemuan semua sahabat NOAH se-Indonesia dong buat menggalang dana #MelawanAsap/ (@D\_andesi)*. Tentu pesan-pesan sejenis sangat banyak di jejaring sosial. Tidak hanya pada saat tragedi kebakaran hutan, pada banyak isu-isu sosial politik—terutama yang dinilai merugikan banyak orang—kelas menengah memberikan respon cepat, kritis, dan peduli. Bahasa sebagai media untuk menyampaikan pesan diproduksi melalui piranti-piranti jejaring sosial yang sangat diakrabi kelas menengah Indonesia.

Berdasarkan bahasa yang diproduksi, kelas menengah Indonesia akan cenderung menggunakan bahasa-bahasa yang sederhana, singkat, tetapi memiliki pesan yang jelas dipahami. Boleh jadi karena pesan-pesan tersebut sebagian besar disampaikan melalui media sosial yang terbatas jumlah karakternya, misal *Twitter* yang hanya dibatasi 140 karakter,

sehingga kepadatan pesan sangat diutamakan. Akhirnya, pesan-pesan tersebut disajikan dengan bahasa yang cenderung ringkas dan efisien dalam menyampaikan pesan. Tidak hanya menyampaikan pendapat kritis, kelas menengah Indonesia juga cenderung untuk mengundang keterlibatan banyak pihak dan menggagas aksi-aksi nyata. “Kami tidak diam!”, “ayo #MelawanAsap”, dan “stop merusak alam!” dalam kutipan-kutipan di atas menunjukkan keringkasan pesan yang disampaikan.

Namun, fenomena pergeseran pemakaian bahasa Indonesia ke bahasa Inggris atau ke bentuk campuran bahasa Indonesia-Inggris sangat mendominasi. Selain pesan-pesan kritis yang disampaikan melalui tagar #MelawanAsap, ada juga bentuk lain, seperti #SaveRiau, #SaveKPK, #PrayForRiau, dan #PrayForGaza, yang menggunakan bahasa Inggris. Selain karena lebih ringkas dan pendek, stratifikasi sosial kebahasaan bahasa Inggris yang lebih bergengsi bisa jadi menjadi alasan pemilihan pemakaiannya. Itulah sebabnya, para profesional pemasaran berusaha menjual imaji gengsi kompleks perumahan ke konsumen kelas menengah Indonesia dengan menampilkan nama-nama berbahasa Inggris. Jika pada periode sebelumnya nama-nama perumahan masih bernuansa lokal, seperti penggunaan kata pondok, griya, puri, atau taman, saat ini nama perumahan ditambahi kata berbahasa Inggris, seperti *residence*, *regency*, atau untuk hunian bersekat dengan kata *apartement*, *suit*, dan *condominium*. Sementara kata *food court* mulai banyak digunakan untuk menggeser pemakaian kata “kantin.”

Jadi, meskipun realitas kelas menengah Indonesia memperlihatkan kecenderungan yang makin religius, perhatian terhadap keluarga dan anak-anak, serta kritis dan peduli terhadap kondisi sosial-politik, mereka tetap memperlihatkan aspirasi dan orientasi sebagai kelas menengah yang berkelas dan bergengsi. Pilihan-pilihan kata dan pemakaian bahasa di kalangan kelas menengah Indonesia saat ini memperlihatkan kecenderungan tersebut. Mereka ingin menampilkan diri sebagai kelas sosial yang mapan secara ekonomi, berpengetahuan dan religius, menikmati fasilitas dan kemewahan kelas menengah tapi tetap kritis dan peduli terhadap kondisi sekitarnya.

## Penutup

Persinggungan kelas menengah Indonesia dengan bahasa Indonesia sebenarnya bukan sesuatu yang baru. Dalam tinjauan sejarah, antara perkembangan bahasa Indonesia dan dinamika kelas menengah senantiasa berjalan beriringan. Pada tahap awal, perkembangan bahasa Melayu sebagai *lingua franca* selama beratus-ratus tahun jelas tidak dapat dipisahkan dari komunitas pedagang di kepulauan Nusantara.

Penobatan bahasa Melayu/bahasa Indonesia sebagai bahasa pemersatu yang menjadi sarana integrasi politik dan antikolonialisme jelas dimotori oleh kelas menengah terdidik. Selanjutnya dari bahasa pemersatu, bahasa Indonesia menjadi bahasa pendidikan dan pengajaran. Dinamika ini tidak dapat dipisahkan dari kelas menengah terdidik yang mengalami mobilitas vertikal menjadi pemimpin-pemimpin bangsa saat itu.

Ketika pertumbuhan kelas menengah Indonesia saat ini menunjukkan angka statistik yang mencengangkan (130 juta), persinggungannya dengan bahasa Indonesia tidak terelakkan. Kelas menengah Indonesia menempatkan bahasa Indonesia dalam stratifikasi sosial kebahasaan yang bergengsi, modern, dan urban, meskipun masih ditempatkan di bawah bahasa asing (terutama bahasa Inggris). Kuasa bahasa yang diproduksi kelas menengah Indonesia ternyata menciptakan transformasi sosial di tengah masyarakat. Berdasarkan pengamatan terhadap pemakaian bahasa di kalangan kelas menengah, dapat diketahui kecenderungan umum mereka, termasuk cara pandang, nilai-nilai, dan perilaku kelas ini. Cara pandang, nilai-nilai, dan perilaku kelas menengah Indonesia, yang terlihat dalam penggunaan bahasa mereka, ternyata menjadikan masyarakat beraspirasi dan berorientasi ke arah kelas menengah. Gejala ini memungkinkan terjadinya proses transformasi sosial di tengah masyarakat.

Proses mengidentifikasi diri menjadi bagian dari kelas menengah Indonesia tersebut terlihat dari realitasnya yang (1) menunjukkan tanda-tanda makin religius, (2) memiliki perhatian yang besar terhadap pendidikan anak, dan (3) kelas menengah Indonesia ternyata lebih kritis dan peduli terhadap permasalahan yang menyangkut hajat hidup orang banyak. Kesimpulan ini lebih bersifat positif dari anggapan sejumlah pihak yang menggambarkan kelas menengah sebagai kelompok yang konsumtif dan hedonis. Anggapan bahwa kelas menengah sangat konsumtif dan hedonis, boleh jadi, tidak sepenuhnya salah. Namun, berdasarkan kajian dari segi kebahasaan (yang digunakan kelas menengah) dan kecenderungan kehidupan sosial mereka, ternyata kelas menengah Indonesia memperlihatkan sebagai kelas sosial yang sejahtera, cerdas, terdidik, religius, kritis, dan peduli. Tentu dibutuhkan penelitian lebih lanjut untuk melihat perkembangan kelas menengah Indonesia yang semakin dinamis.

## **Daftar Pustaka**

Carey, Peter. 2015. *Orang Cina, Bandar Tol, Candu, dan Perang Jawa: Perubahan Persepsi tentang Cina 1755-1825*. Depok: Komunitas Bambu.

- Daradjadi. 2013. *Geger Pacinan 1740-1743: Persekutuan Tionghoa-Jawa Melawan VOC*. Jakarta: Kompas.
- Kahin, George McTurnan. 2013. *Nasionalisme dan Revolusi Indonesia*. Depok: Komunitas Bambu.
- Kartodirdjo, Sartono. 2014. *Pengantar Sejarah Indonesia Baru: 1500 – 1900. Dari Emporium sampai Imperium*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Kasali, Rhenald. 2011. *Cracking Zone*. Jakarta: Gramedia.
- Kleden, Ignas. 2003. *Bahasa Indonesia: Dari Lingua Franca ke Bahasa Politik dalam Nuradji (Peny.), Dari Katabelece sampai Kakus: Kumpulan Kolom Bahasa Kompas*. Jakarta: Kompas.
- Oetomo, Dede. 1996. *Bahasa Indonesia dan Kelas Menengah Indonesia dalam Yudi Latif dan Idi Subandy Ibrahim (Ed.), Bahasa dan Kekuasaan*. Bandung: Mizan.
- Pambudy, Ninuk Mardiana. 2012. “Gaya Hidup Suka Mengonumsi dan Meniru: Beranikah Berinovasi?” dalam Prisma, Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3ES) Vol. 31, No.1, 2012.
- Ricklefs, M.C. 2001. *A History of Modern Indonesia since c.1200* (Third Edition). London: Palgrave.
- Soedjatmoko. 1996. *Bahasa dan Transformasi Bangsa dalam Yudi Latif dan Idi Subandy Ibrahim (Ed.), Bahasa dan Kekuasaan*. Bandung: Mizan.
- Trudgill, Peter. 2000. *Sociolinguistics: An Introduction to Language and Society*. England: Penguin Books.
- Yuswohady. 2015. *8 Wajah Kelas Menengah Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Marketing to The Middle Class Muslim*. Jakarta: Gramedia.