



DIFUSI INOVASI PROGRAM DUTA BAHASA DALAM MENSOSIALISASIKAN ARAH KEBIJAKAN BAHASA NASIONAL

DIFFUSION OF INNOVATION OF THE LANGUAGE AMBASSADOR PROGRAM IN THE SOCIALIZATION OF NATIONAL LANGUAGE POLICY DIRECTIONS

Rasyid Dika Aditya^{*1}, Titis Dewi Anggalini²

¹Departemen Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial, Hukum, dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Yogyakarta

²Departemen Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial, Hukum, dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Yogyakarta

INFORMASI ARTIKEL

Article history:

Diterima 23-10-24

Diperbaiki 25-10-24

Disetujui 28-10-24

Kata Kunci:

Duta Bahasa Nasional, BPP Bahasa, Kebijakan Bahasa Nasional

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis difusi inovasi Program Duta Bahasa Nasional dalam menyosialisasikan arah kebijakan bahasa nasional. Komunikasi yang efektif antara BPP Bahasa dengan masyarakat luas sangat penting untuk memastikan kebijakan dan program yang diterapkan dapat dipahami dan diterima dengan baik. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pelaksana fungsi Duta Bahasa Nasional, serangkaian pengamatan dan analisis dokumen terkait. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada peningkatan pemahaman tentang pentingnya peran Duta Bahasa Nasional dalam institusi pemerintah, khususnya dalam bidang bahasa dan kebudayaan. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kinerja duta bahasa nasional sebagai representatif BPP Bahasa dalam menyosialisasikan arah kebijakan bahasa nasional di masa mendatang.

ABSTRACT

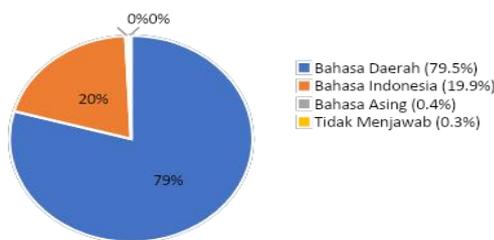
Keywords:

National Language Ambassador, National Language Policy, National Language Center

This study aims to analyze the diffusion of innovations of the National Language Ambassador Program in socializing the direction of the national language policy. Effective communication between BPP Bahasa and the wider community is very important to ensure that the policies and programs implemented can be understood and well received. The research method used is a qualitative method with a case study approach. Data were obtained through in-depth interviews with the National Language Ambassador functionaries, as well as observation and analysis of related documents. This study is expected to contribute to increasing understanding of the importance of the role of the National Language Ambassador in government institutions, especially in the fields of language and culture. In addition, the results of this study are also expected to provide recommendations to improve the performance of national language ambassadors as representatives of BPP Bahasa in socializing the direction of the national language policy in the future.

1. Pendahuluan

Sebagai negara yang terdiri dari beragam suku bangsa, Indonesia memiliki lebih dari 1.300 kelompok etnis yang menggunakan sekitar 2.500 bahasa daerah. Keragaman ini tidak hanya memperkaya budaya bangsa, tetapi juga menimbulkan tantangan dalam upaya membangun kesatuan dan integrasi nasional. Bahasa Indonesia, sebagai bahasa nasional, memegang peranan penting dalam mengikat seluruh masyarakat Indonesia dari berbagai latar belakang suku dan bahasa .



Gambar 1 Jumlah penutur bahasa di Indonesia
Sumber BPS, 2022

Tantangan bahasa semakin besar dengan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, yang memperkenalkan konsep-konsep baru dari berbagai latar belakang bahasa. Bahasa merupakan alat utama dalam komunikasi dan pembangunan, khususnya dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang merupakan pilar penting bagi kemajuan negara. Oleh karena itu, pelestarian dan pengembangan bahasa melalui konsep *Trigatra Bahasa* merupakan langkah konkret yang dapat diambil untuk menjaga keberlangsungan aspek kebahasaan di Indonesia. Dalam mengatasi fenomena tersebut BPP Bahasa juga berupaya mewujudkan agenda pembangunan, yaitu memperkuat stabilitas politik, hukum, pertahanan dan keamanan (polhukhankam) dan transformasi pelayanan publik dengan. Dalam melaksanakan agenda pembangunan yang tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) dan Renstra Kemendikbudristek, BPP Bahasa berpedoman pada amanat regulasi tentang pengelolaan bahasa sebagai berikut.



Gambar 2 Amanat Regulasi tentang pengelolaan bahasa

Sumber : Balai Bahasa Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, 2022

Rencana strategis kementerian/lembaga yang diatur dalam Peraturan Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional/Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Nasional Nomor 6 Tahun 2020 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional/Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Nasional Nomor 5 Tahun 2019 mengenai Tata Cara Penyusunan Rencana Strategis Kementerian/Lembaga (K/L) Tahun 2020–2024, menjadi panduan penting dalam penyusunan kebijakan. Pembangunan di bidang kebahasaan dilaksanakan berdasarkan kebijakan dan strategi yang telah ditetapkan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) serta Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (BPP Bahasa). Fokus utama dari pembangunan ini adalah mewujudkan pemajuan dan pelestarian bahasa serta kebudayaan. Hal ini sejalan dengan upaya menjaga identitas nasional melalui pelestarian bahasa daerah, penguatan bahasa Indonesia sebagai bahasa pemersatu, serta penguasaan bahasa asing untuk mendukung daya saing bangsa di kancah internasional. Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) Tahun 2020–2024, salah satu program prioritas adalah pengembangan dan pembinaan bahasa, yang mencakup upaya untuk menjadikan bahasa Indonesia sebagai bahasa internasional. Duta Bahasa Nasional diharapkan dapat menjadi ujung tombak dalam mendukung program ini, dengan mempromosikan penggunaan bahasa Indonesia di kalangan generasi muda, baik di dalam negeri maupun di luar negeri.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, yang mana peneliti sendiri sebagai instrumen kuncinya. Penelitian ini dilakukan dengan teknik observasi langsung kelapangan, wawancara secara mendalam dengan informan kunci maupun pendukung, kemudian catatan di lapangan dan tambahan dokumen penting jika diperlukan. Peneliti dalam menganalisis proses difusi inovasi yang terjadi, yaitu proses penyebarluasan informasi tentang kebijakan nasional yang didifusikan oleh Program Kebijakan Bahasa Nasional kepada Duta Bahasa Nasional. Melihat proses yang terjadi, apakah sesuai dengan teori Rogers yang kemukakan baik itu dari segi unsur-unsurnya, prosesnya, dan pada sasarannya. Yang terakhir yaitu peneliti akan melihat apakah ada kendala yang terjadi selama proses difusi inovasi ini dilakukan. Penelitian ini dilakukan di Balai Bahasa Yogyakarta tepatnya di Jalan I Dewa Nyoman Oka 34, Kotabaru, Yogyakarta 55224. Sedangkan waktu penelitian yakni mulai dari Agustus hingga Oktober 2024. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada relevansi lembaga tersebut dengan topik penelitian yang berkaitan dengan pengembangan bahasa dan pendidikan. Balai Bahasa sebagai instansi pemerintahan dibawah Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa memiliki fokus pada pembinaan bahasa menyediakan sumber daya yang diperlukan untuk mendukung penelitian ini, baik dari segi informasi maupun fasilitas yang ada.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Deskripsi Umum Hasil Penelitian

Program Duta Bahasa dalam Sosialisasi Arah Kebijakan Bahasa Nasional adalah sebuah inisiatif yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan penggunaan bahasa Indonesia secara luas di kalangan masyarakat, khususnya dalam hal penerapan kebijakan bahasa nasional. Program ini melibatkan individu yang dipilih sebagai "Duta Bahasa" yang memiliki tugas untuk menyebarkan informasi terkait kebijakan bahasa, mengedukasi masyarakat tentang pentingnya penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta mempromosikan pemahaman tentang peran bahasa dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Program ini diinisiasi oleh Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (Badan Bahasa), yang berada di bawah Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. Badan Bahasa, yang berada di bawah Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemdikbudristek), adalah lembaga yang memiliki tanggung jawab utama dalam pengembangan dan pelestarian bahasa Indonesia. Badan Bahasa dan seluruh balai bahasa yang ada di Indonesia mendukung penuh program-program yang dilaksanakan oleh Duta Bahasa, termasuk melalui Program Krida, karena hal ini sejalan dengan tugas mereka dalam merumuskan dan mengimplementasikan kebijakan bahasa nasional.

Tujuan utama dari program ini adalah untuk memperkuat penggunaan bahasa Indonesia di berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan, media, pekerjaan, dan dalam interaksi sosial sehari-hari. Selain itu, program ini bertujuan untuk melestarikan bahasa daerah dan mempromosikan keragaman bahasa di Indonesia. Peran Duta Bahasa dapat dilihat pada gambar di bawah ini



Duta Bahasa berfungsi sebagai agen penyebar informasi terkait kebijakan bahasa nasional yang dikeluarkan oleh pemerintah. Ini termasuk kebijakan terkait tata bahasa, pelestarian bahasa daerah, serta penguatan bahasa Indonesia sebagai bahasa persatuan. Duta Bahasa memberikan pelatihan dan sosialisasi kepada

masyarakat mengenai pentingnya penguasaan bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta keterampilan berbahasa yang mendukung komunikasi yang efektif dalam konteks sosial dan profesional. Duta Bahasa juga berperan dalam mempromosikan penggunaan bahasa Indonesia yang tepat dalam media sosial, media massa, dan ruang publik, serta mengedukasi masyarakat tentang pentingnya bahasa sebagai identitas nasional. Keberadaan Duta Bahasa merupakan bagian integral dari inisiatif pemerintah dalam mempertahankan kebijakan bahasa nasional. Program ini tidak sekadar berfungsi sebagai ajang pemilihan individu yang mewakili generasi muda, tetapi juga sebagai upaya berkelanjutan untuk meningkatkan kesadaran dan penggunaan bahasa di masyarakat. Duta Bahasa menjalin kerja sama dengan berbagai mitra, seperti lembaga pendidikan, organisasi masyarakat, dan institusi pemerintah, untuk memperluas jangkauan sosialisasi kebijakan bahasa. Kerja sama ini tidak hanya meningkatkan efektivitas program, tetapi juga membangun jaringan yang solid dalam upaya pelestarian dan pengembangan kebahasaan. Melalui kolaborasi yang baik, Duta Bahasa dapat menjalankan berbagai kegiatan, seperti seminar, lokakarya, dan kampanye kebahasaan, yang dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Proses pembinaan secara keseluruhan yang berkelanjutan memastikan bahwa Duta Bahasa berfungsi bukan hanya sebagai perwakilan dalam sebuah kompetisi, tetapi juga sebagai agen perubahan yang aktif dalam mempromosikan penggunaan bahasa Indonesia, melestarikan bahasa daerah, dan meningkatkan kemampuan berbahasa asing di kalangan generasi muda. Program ini berkontribusi secara signifikan terhadap upaya pemerintah dalam menjaga dan mengembangkan kebijakan bahasa nasional. Dalam upaya memperkenalkan Bahasa Indonesia ke dunia internasional, Duta Bahasa Nasional memainkan peran yang sangat vital. Duta Bahasa sebagai representasi budaya dan bahasa Indonesia, tidak hanya berfungsi sebagai agen promosi bahasa, tetapi juga sebagai jembatan dalam memperkenalkan kebudayaan Indonesia ke masyarakat global. Peran mereka menjadi semakin penting dalam mendukung penyebaran Bahasa Indonesia, terutama melalui program-program seperti Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA), serta berbagai kegiatan budaya yang melibatkan audiens internasional.

Duta Bahasa Nasional memiliki peran strategis dalam mempercepat internasionalisasi Bahasa Indonesia melalui promosi program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) dan pengenalan kebudayaan Indonesia di luar negeri. Sebagai penghubung antara Indonesia dan dunia internasional, Duta Bahasa memfasilitasi pertukaran budaya dan bahasa dalam berbagai forum seperti seminar, konferensi, dan kegiatan budaya internasional, termasuk *Indonesian Cultural Week*. Kegiatan ini tidak hanya mengenalkan kebudayaan Indonesia, tetapi juga memperluas minat global terhadap bahasa Indonesia. Peran Duta Bahasa semakin relevan dengan meningkatnya jumlah universitas luar negeri yang menawarkan program studi Bahasa Indonesia, seperti University of Sydney (Australia), Leiden University (Belanda), University of California, Berkeley (AS), dan Chulalongkorn University (Thailand), yang menunjukkan tingginya permintaan untuk mempelajari Bahasa Indonesia. Keikutsertaan Duta Bahasa dalam berbagai kegiatan internasional juga berperan dalam membangun citra

positif Indonesia, meningkatkan visibilitas bahasa Indonesia di tingkat global, dan mendukung proses internasionalisasi bahasa ini.

3.2 Deskripsi Data Hasil Penelitian

3.2.1 Proses Difusi Inovasi

Dari wawancara yang telah dilakukan dengan Subjek Penelitian terkait, didapatkan informasi bahwa strategi difusi inovasi yang diimplementasikan dalam Program Duta Bahasa meliputi: penggunaan media sosial dan kolaborasi media massa, sosialisasi langsung melalui kegiatan di masyarakat, kolaborasi dengan komunitas dan akademisi, serta program krida dan pendekatan kreatif. Strategi pertama yakni penggunaan media sosial dan kolaborasi media massa. Penggunaan media sosial menjadi salah satu strategi yang utama dalam Program Duta Bahasa guna menjangkau khalayak muda dan memperkuat sosialisasi kebijakan bahasa nasional. Melalui platform seperti Instagram dan TikTok, Duta Bahasa menyajikan informasi kebahasaan secara efektif dengan pendekatan visual yang menarik, memungkinkan masyarakat, khususnya generasi muda, untuk mengakses informasi dengan lebih mudah. Program Duta Bahasa juga menjalin kerja sama dengan media massa, khususnya dengan Radio Edukasi selain memanfaatkan media sosial,. Kolaborasi ini bertujuan untuk memperluas cakupan sosialisasi, mengingat radio memiliki audiens yang lebih luas, termasuk masyarakat yang kurang aktif di media sosial. Dalam wawancara, Yuda dari Radio Edukasi menekankan peran radio sebagai saluran utama untuk mendukung sosialisasi kebijakan bahasa. Kombinasi penggunaan media sosial dan kolaborasi dengan media massa memberikan cakupan yang luas dan memperluas akses sosialisasi kebijakan bahasa di kalangan masyarakat. Dalam wawancara, Anin menjelaskan bahwa penggunaan Instagram efektif dalam menjangkau khalayak dalam jumlah besar, tetapi pendekatan luring melalui media massa memberikan efek yang lebih mendalam secara kualitas. Strategi kedua adalah sosialisasi langsung melalui kegiatan di masyarakat. Sosialisasi langsung merupakan salah satu strategi kunci dalam Program Duta Bahasa yang bertujuan untuk memperkuat interaksi antara Duta Bahasa dan masyarakat. Melalui pendekatan ini, informasi mengenai kebijakan bahasa nasional disampaikan secara langsung, yang memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam dan keterlibatan yang lebih aktif dari masyarakat. Berbagai kegiatan yang diadakan, seperti lokakarya, seminar, dan diskusi, menyediakan platform bagi masyarakat untuk berinteraksi dan belajar secara langsung.

Program Krida Bahasa ini terdiri dari tiga sub-program utama, yaitu Jaga Bahasa, Abdi Bahasa, dan Niaga Bahasa. Setiap program memiliki fokus dan tujuan yang berbeda, namun secara keseluruhan bertujuan untuk memperkuat pemahaman serta penggunaan bahasa Indonesia dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat Indonesia.

1) Jaga Bahasa

Program Jaga Bahasa bertujuan untuk menjaga dan melestarikan penggunaan bahasa Indonesia yang sesuai dengan kaidah yang benar dalam

kehidupan sehari-hari. Kegiatan utama dalam program ini mencakup sosialisasi kepada masyarakat mengenai pentingnya penggunaan bahasa Indonesia yang santun, tepat, dan sesuai dengan etika komunikasi. Program ini juga mengedukasi masyarakat agar lebih peduli terhadap penggunaan bahasa Indonesia yang benar, terutama dalam media sosial dan ruang publik.

2) Abdi Bahasa

Program Abdi Bahasa difokuskan pada pengabdian kepada masyarakat dalam meningkatkan keterampilan berbahasa Indonesia. Duta Bahasa bertugas untuk mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya menguasai bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta memfasilitasi peningkatan keterampilan berbahasa dalam berbagai konteks, baik itu pendidikan, pekerjaan, maupun komunikasi sosial. Program ini memiliki peran penting dalam memfasilitasi masyarakat dalam menggunakan bahasa Indonesia secara lebih efektif dan efisien. Program ini bertujuan untuk membekali masyarakat dengan keterampilan bahasa yang diperlukan untuk menunjang berbagai kegiatan sosial dan profesional, serta memfasilitasi mereka dalam berinteraksi dengan baik dalam konteks yang formal maupun non-formal.

3) Niaga Bahasa

Program Niaga Bahasa bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan bahasa Indonesia dalam dunia perdagangan dan bisnis. Program ini mengedukasi para pelaku usaha dan masyarakat tentang pentingnya menggunakan bahasa Indonesia yang tepat dalam komunikasi bisnis, pemasaran, serta hubungan dengan pelanggan. Melalui program ini, diharapkan dapat terwujud peningkatan penggunaan bahasa Indonesia dalam dunia niaga yang lebih luas, baik di tingkat domestik maupun internasional. Duta Bahasa berperan dalam meningkatkan kualitas komunikasi bisnis dengan memfasilitasi penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta membantu memperluas pengaruh dan akses pasar melalui penggunaan bahasa Indonesia yang tepat.

Kegiatan Pemilihan Duta Bahasa Tingkat Nasional dilaksanakan berdasarkan beberapa peraturan perundang-undangan dan ketentuan, yaitu:

- Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan: Undang-undang ini menjadi landasan hukum utama dalam mengatur penggunaan bahasa Indonesia sebagai bahasa resmi negara.
- Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2014 tentang Pengembangan, Pembinaan, dan Pelindungan Bahasa dan Sastra, serta Peningkatan Fungsi Bahasa Indonesia: Peraturan ini mengatur lebih rinci mengenai upaya pengembangan, pembinaan, dan perlindungan bahasa Indonesia, termasuk di dalamnya kegiatan-kegiatan seperti pemilihan Duta Bahasa.
- Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia: Peraturan ini mengatur secara khusus mengenai penggunaan bahasa Indonesia dalam berbagai bidang kehidupan.
- Peraturan Presiden Nomor 18 Tahun 2020 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2020-2024: Peraturan ini merupakan rencana besar pemerintah dalam pembangunan nasional, termasuk di

dalamnya upaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pembinaan bahasa.

- Program Kerja Pusat Pembinaan Bahasa dan Sastra, Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Tahun 2021: Program kerja ini merupakan rencana pelaksanaan kegiatan yang lebih spesifik dari Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, termasuk di dalamnya kegiatan pemilihan Duta Bahasa.
- Permendikbudristek Nomor 28 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja: Peraturan ini mengatur tentang organisasi dan tata kerja di lingkungan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, termasuk di dalamnya unit-unit yang terkait dengan pengembangan dan pembinaan bahasa.

Keseriusan Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa atas program Duta Bahasa, diharapkan dapat menjalankan peran strategisnya dalam mempercepat internasionalisasi Bahasa Indonesia melalui promosi program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) dan pengenalan kebudayaan Indonesia di luar negeri. Sebagai penghubung antara Indonesia dan dunia internasional, Duta Bahasa memfasilitasi pertukaran budaya dan bahasa dalam berbagai forum seperti seminar, konferensi, dan kegiatan budaya internasional, termasuk *Indonesian Cultural Week*. Kegiatan ini tidak hanya mengenalkan kebudayaan Indonesia, tetapi juga memperluas minat global terhadap bahasa Indonesia. Peran Duta Bahasa semakin relevan dengan meningkatnya jumlah universitas luar negeri yang menawarkan program studi Bahasa Indonesia, seperti University of Sydney (Australia), Leiden University (Belanda), University of California, Berkeley (AS), dan Chulalongkorn University (Thailand), yang menunjukkan tingginya permintaan untuk mempelajari Bahasa Indonesia. Keikutsertaan Duta Bahasa dalam berbagai kegiatan internasional juga berperan dalam membangun citra positif Indonesia, meningkatkan visibilitas bahasa Indonesia di tingkat global, dan mendukung proses internasionalisasi bahasa ini. Duta Bahasa secara aktif bekerja sama dengan berbagai komunitas, termasuk komunitas budaya dan lembaga pendidikan, untuk mengintegrasikan kebijakan bahasa ke dalam aktivitas masyarakat.

Kerjasama dengan institusi pendidikan juga merupakan aspek penting dalam sosialisasi kebijakan bahasa. Duta Bahasa berkolaborasi dengan sekolah, perguruan tinggi, dan lembaga pendidikan lainnya untuk menyelenggarakan lokakarya, seminar, dan diskusi. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa dan pelajar mengenai pentingnya penggunaan bahasa yang baik dan benar. Dalam konteks ini, Duta Bahasa berperan sebagai penghubung antara kebijakan bahasa yang diimplementasikan oleh pemerintah dan kebutuhan nyata yang dihadapi oleh siswa dan mahasiswa. Pentingnya kolaborasi dengan tokoh-tokoh publik dalam sosialisasi kebijakan bahasa juga tidak bisa diabaikan. Duta Bahasa melibatkan individu yang memiliki pengaruh di masyarakat, seperti Ivan Lanin, yang dikenal sebagai aktivis kebahasaan.

3.3 Pembahasan

Teori difusi inovasi yang dikemukakan oleh Everett M. Rogers dan Teori Informal Actor memberikan kerangka yang komprehensif untuk memahami bagaimana Program Duta Bahasa berfungsi dalam menyosialisasikan kebijakan bahasa nasional. Dalam konteks ini, Program Duta Bahasa tidak hanya berperan sebagai agen difusi yang memperkenalkan dan mengedukasi masyarakat mengenai kebijakan bahasa, tetapi juga sebagai aktor informal yang memiliki pengaruh signifikan dalam interaksi sosial masyarakat. Proses difusi inovasi, sebagaimana dijelaskan oleh Rogers (2003), mencakup pengenalan, penyebaran, adopsi, dan implementasi. Dalam setiap tahap ini, Duta Bahasa berperan penting dalam menyampaikan pesan kebijakan.

Salah satu aspek kunci dari teori difusi adalah penggunaan saluran komunikasi yang efektif. Duta Bahasa memanfaatkan media sosial, terutama Instagram, untuk menjangkau generasi muda. Dalam wawancara, narasumber mengungkapkan *"Paling aktif memang di Instagram,"* yang menegaskan pentingnya platform digital dalam menarik perhatian audiens muda. Penelitian oleh Mislina et al. (2020) menunjukkan bahwa media sosial *"mendapatkan perhatian yang lebih besar dari generasi muda, sehingga menjadi saluran efektif untuk menyebarkan informasi."* Dengan memanfaatkan saluran komunikasi yang tepat, Duta Bahasa dapat meningkatkan kecepatan dan luasnya penyebaran informasi kebijakan bahasa.

Kesenjangan generasi antara Duta Bahasa dan pembuat kebijakan menciptakan tantangan tersendiri dalam penyampaian pesan. Narasumber dari Duta Bahasa mencatat, *"Satu gap usia itu gak bisa kita pungkiri... kadang perlu mencari solusi agar kedua pihak bisa puas."* Hal ini menegaskan bahwa untuk sosialisasi kebijakan agar efektif, Duta Bahasa harus mampu menyesuaikan pesan yang disampaikan sesuai dengan karakteristik audiens, terutama generasi muda yang memiliki cara komunikasi yang berbeda.

Penyesuaian ini sangat penting dalam konteks penyebaran informasi. Penelitian oleh Chang et al. (2019) menyatakan bahwa adaptasi komunikasi yang sesuai dengan konteks dan nilai-nilai masyarakat lokal dapat meningkatkan efektivitas penyebaran informasi. Duta Bahasa harus mengembangkan pendekatan yang sesuai agar pesan kebijakan bahasa dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh masyarakat.

Inovasi dalam program Duta Bahasa, seperti program Krida Konten, menunjukkan penerapan prinsip dari teori difusi bahwa inovasi yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan lebih mudah diterima. Narasumber Anindita Brataningdyah menjelaskan, *"Kita tidak hanya melatih kreativitas dalam berbahasa, tapi juga bagaimana menyampaikannya ke masyarakat dengan bahasa yang lebih mudah diterima."* Ini menunjukkan bahwa Duta Bahasa berupaya menciptakan program yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik dan relevan dengan konteks lokal, selaras dengan temuan Abdurrahman (2021) bahwa program yang berorientasi pada kreativitas dan partisipasi masyarakat memiliki dampak yang lebih besar terhadap penerimaan inovasi.

Duta Bahasa memiliki pengaruh yang memang signifikan, namun mereka juga menghadapi tantangan, seperti keterbatasan sumber daya. Sebagaimana

dicatat oleh Aspinall dan Fealy (2003), ketergantungan pada aktor informal dapat menimbulkan masalah ketika terjadi perubahan dalam kepemimpinan. Dalam wawancara, seorang narasumber menyatakan, "*Kami berusaha untuk tetap transparan dan akuntabel, meskipun terkadang sulit*". Tantangan dalam hal akuntabilitas dan transparansi ini menunjukkan perlunya pengawasan yang lebih baik agar pengaruh mereka tetap positif dan bermanfaat bagi masyarakat.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Program Duta Bahasa sebagai representatif Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (BPP Bahasa), dapat disimpulkan bahwa Program Duta Bahasa Nasional berfungsi sebagai agen difusi inovasi dalam menyosialisasikan kebijakan bahasa nasional. Proses difusi inovasi dalam Program Duta Bahasa Nasional mencakup pengenalan, penyebaran, adopsi, dan penyesuaian pesan. Duta Bahasa memperkenalkan kebijakan bahasa kepada masyarakat, terutama generasi muda, dengan pendekatan menarik dan relevan. Duta Bahasa Nasional memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi dan mendorong partisipasi aktif. Dalam tahap adopsi, Duta Bahasa mengimplementasikan program kreatif yang membantu masyarakat mengaplikasikan kebijakan. Duta Bahasa menyesuaikan pesan agar sesuai dengan karakteristik audiens, menjembatani kesenjangan antargenerasi. Program Duta Bahasa berhasil menggabungkan teori difusi inovasi dengan pendekatan yang sensitif terhadap dinamika sosial dan manifestasi nyata sebagai *Informal Actor*. Elemen-elemen utama dalam proses difusi ini meliputi inovasi itu sendiri, yaitu kebijakan bahasa nasional, saluran komunikasi yang digunakan untuk menyebarluaskan informasi, serta waktu dan sistem sosial yang mendukung adopsi kebijakan tersebut. Duta Bahasa, sebagai *opinion leader*, memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat, terutama di kalangan generasi muda, melalui berbagai saluran komunikasi, baik formal maupun informal, termasuk kampanye dan seminar.

Referensi

- Abdurrahman, A. (2021). *Creative Programs in Community Engagement: The Role of Local Culture in Indonesia*. Journal of Community Development, 15(1), 34-45.
- Alwi, H., & Sugono, D. (2004). *Politik bahasa: Kebijakan kebahasaan di Indonesia*. Pusat Bahasa, Departemen Pendidikan Nasional.
- Antlöv, H. (2003). Village governance in Indonesia: Past, present, and future challenges. Dalam Aspinall, E., & Fealy, G. (Eds.), *Local power and politics in Indonesia: Decentralisation and democratisation* (hlm. 72-87). Institute of Southeast Asian Studies.

- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2012). *Kewarganegaraan, suku bangsa, agama, dan bahasa sehari-hari penduduk Indonesia*. Badan Pusat Statistik.
- Balai Bahasa Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. (2022). *Rencana strategis (Renstra) 2020—2024*. Balai Bahasa Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta
- Chang, H. H., Yu, H. H., & Chen, L. C. (2019). *Understanding the Role of Social Media in the Diffusion of Information: Evidence from Twitter*. Journal of Communication, 69(2), 183-207.
- Eko, L. (2002). *The Role of Informal Actors in Local Governance in Indonesia*. Journal of Governance, 3(2), 45-67.
- Granovetter, M. (1973). The Strength of Weak Ties. American Journal of Sociology, 78(6), 1360–1380.
- Hartati, S. (2019). *Peran Agen Difusi dalam Penerimaan Inovasi Kebijakan*. Jurnal Ilmu Pemerintahan, 10(1), 99-112
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (2019). Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Kurniawati, L. (2020). *The Importance of Clear Communication in Policy Socialization*. Jurnal Kebijakan Publik, 4(1), 50-63.
- Kusmiatun, A. (2018). *Mengenal BIPA (Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing) dan pembelajarannya*. Yogyakarta: K-Media.
- Mardiyanti, R. I. (2018). *Difusi inovasi pelayanan publik (Inovasi pelayanan "Samsat on The Spot" di Kantor Bersama Samsat Karangploso Kabupaten Malang)*. SKRIPSI, Universitas Airlangga.
- Mislina, A., Latiff, R., & Zaki, N. (2020). *The Influence of Social Media on Youth Engagement in Civic Issues*. Journal of Youth Studies, 23(4), 523-538.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster.
- Putri, I. D. A. H. (2013). *Difusi Inovasi Dalam Komunikasi Pemasaran Politik Indonesia*. Communication, 4(2).
- Purnama, A., & Fitria, S. (2017). Kecepatan adopsi kebijakan bahasa Indonesia di kalangan masyarakat. Jurnal Studi Sosial, 19(1), 97-109.

- Purwanto, A. (2019). *The Role of Social Media in Public Policy Communication*. Jurnal Komunikasi, 10(1), 20-35.
- Rasyid, A. (2021). *Community Mobilization and the Role of Language Representatives*. Jurnal Kebijakan Publik, 5(3), 45-60.
- Sa'adah, N. (2021). *Peran Duta Damai Sumatera Utara dalam Menangkal Paham Radikalisme di Dunia Maya*. Skripsi sarjana, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara..
- Saddhono, K. (2015). *Bahasa Indonesia dalam komunikasi lintas budaya*. UNS Press
- Sari, R., & Azhari, M. (2021). *Partisipasi Masyarakat dalam Program Kebahasaan: Studi Kasus Duta Bahasa*. Jurnal Linguistik Indonesia, 8(2), 145-158.
- Sari, A., & Mulyana, D. (2019). *Enhancing Public Participation Through Direct Interaction in Policy Implementation*. Indonesian Journal of Sociology, 6(2), 35-44.
- Setiawan, A. (2018). *Peran media sosial dalam difusi kebijakan publik: Studi kasus kebijakan bahasa Indonesia*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 22(3), 45-60.
- Setyaningsih, N., & Haryati, N. (2010). *Pengembangan model proyek apresiasi sastra berwawasan multikultural dalam seminar internasional: Indonesian language development in multicultural context*. Universitas Negeri Semarang (UNNES).
- Suharko. (2005). *Peran aktor informal dalam penguatan kapasitas masyarakat: Studi kasus di daerah terpencil Indonesia*. Gadjah Mada University Press.
- Utami, R., & Susanto, A. (2020). *Innovative Approaches to Socialization in Public Policy*. Jurnal Sosiologi, 15(2), 78-92.
- Wijayanti, L. (2012). *Implementasi inovasi kebijakan pembangunan berkelanjutan di kota Surakarta: relokasi PKL di taman monumen Banjarsari ke pasar klitikan Notoharjo*. Jurnal pembangunan wilayah dan Kota, 8(2), 126-137.

Yudhi, R., & Sari, F. (2021). *Bridging Generational Gaps in Communication: Strategies for Effective Policy Socialization*. Jurnal Komunikasi, 15(3), 120-130.