

Internasionalisasi Bahasa Indonesia: Upaya BIPA Dan Fenomena Penurunan Minat Bahasa Indonesia di Australia Tahun 2020-2024Fadiyah Putri Karamina¹, Arin Fithriana²*Universitas Budi Luhur, Jakarta¹, Universitas Budi Luhur Jakarta²*fadiyah03putri@gmail.com¹, arin_030302@yahoo.com.au²**ABSTRAK**

Internasionalisasi Bahasa Indonesia diupayakan untuk membangun citra positif negara. Cara yang dilakukan untuk mewujudkan hal tersebut salah satunya ialah dengan pelaksanaan program Bahasa Indonesia bagi Penutur asing (BIPA). Australia menjadi salah satu negara yang memiliki banyak lembaga pengajaran BIPA. Namun, terdapat suatu fenomena fluktuatif cenderung pada penurunan terhadap minat untuk mempelajari Bahasa Indonesia di Australia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana upaya Indonesia dalam melakukan Internasionalisasi Bahasa Indonesia di Australia pada tahun 2020-2024 melalui program BIPA. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menjelaskan hasil yang didapatkan dalam bentuk deskripsi dengan menggunakan paradigma liberalisme dengan konsep Internasionalisasi dan nation branding. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan diaspora, pelaksanaan program promosi budaya dan bahasa, penggunaan media digital serta teknologi telah dilakukan oleh Indonesia. Melihat adanya fenomena fluktuatif cenderung pada penurunan minat belajar bahasa Indonesia yang terjadi di Australia. Maka Internasionalisasi Bahasa Indonesia ini masih merupakan bentuk dari potential soft power sehingga, penting bagi negara untuk terus melakukan upaya komunikasi dalam nation branding yang kemudian secara bertahap akan dapat membangun citra negara.

Kata Kunci: *BIPA, Nation Branding, Indonesia, Australia, Kerja sama***ABSTRACT**

Internationalization of Bahasa Indonesia conducted to build a positive image of the country. One of the ways to achieve this is by implementing the Indonesian Language for Foreign Speakers (BIPA) program. Australia is one of the countries that has many BIPA teaching institutions. However, there is a fluctuating phenomenon that tends to decrease the interest in learning Indonesian in Australia. Therefore, this research aims to find out how Indonesia's efforts to internationalize Indonesian language in Australia in 2020-2024 through the BIPA program. To achieve this goal, this research uses a qualitative approach in its analysis and will explain the results obtained in the form of descriptions using the liberalism paradigm with the concept of Internationalization and Nation Branding. The results show that the use of diaspora, the implementation of cultural and language promotion programs, the use of digital media and technology have been carried out by Indonesia. Seeing the fluctuating phenomenon tends to decrease interest in learning Indonesian that occurs in Australia. So the Internationalization of Indonesian language is still a form of potential soft power, so that it is important for the state

to continue to make communication efforts in nation branding which will then gradually be able to build the image of the country.

Keywords: *BIPA, Nation Branding, Indonesia, Australia, Cooperation*

PENDAHULUAN

Bahasa Indonesia sebagai identitas nasional dapat menjadi modal keunggulan kompetitif negara. Untuk upaya ini, pemerintah telah mengamanatkan kepada Kementerian Luar Negeri untuk memasukkan penguatan pembangunan sosial budaya dalam agenda hubungan antar negara, yang merupakan bagian dari poin kepentingan nasional khusus.¹ Upaya ini tidak hanya bertujuan untuk memperkuat kedaulatan Indonesia di luar negeri saja, tetapi juga sebagai sarana untuk mempererat hubungan politik antara negara-negara. Zhu Majie menjelaskan bahwa budaya dapat memberikan pengaruh terhadap bagaimana negara menentukan keputusan.² Menurut Hernandez, bahasa bukan hanya sekedar alat untuk melakukan komunikasi antar individu dan kelompok saja,³ namun juga memiliki relasi yang erat terhadap kekuasaan. Oleh sebab itu, Hernandez menilai bahwa Internasionalisasi bahasa yang signifikan menandakan bahwa sebuah negara tengah membangun dominasi melalui penanaman identitas nasional dalam ranah internasional. Kepentingan Indonesia dalam menginternasionalisasikan bahasa nasional telah diamanatkan melalui pasal 44 undang-undang Nomor 24 Tahun 2009 yang menyebutkan bahwa Indonesia ingin menjadikan Bahasa Indonesia sebagai bahasa internasional secara sistematis dan bertahap melalui pusat strategi dan diplomasi kebahasaan (PPSDK), di bawah Kementerian Pendidikan, Budaya, Riset dan Teknologi Indonesia (KEMENDIKBUD RISTEK).⁴

¹ Gelar, Nanggala W, S, P., Makarim Wibisono, & Supartono. (2018). "Diplomasi Kebudayaan Dalam Mendukung Pencapaian Kepentingan Nasional Dan Pertahanan Negara: Studi Program Indonesia Arts And Culture Scholarship (IACS) Oleh Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia." *Jurnal Diplomasi Pertahanan*, 4(3): 97-126.

² Zhu Majie. (2002). "The role of soft power in international relations," dlm. Yu Xintian. *Cultural Impact on International Relations*. Washington DC: Council for Research in Values and Philosophy, hal. 35-50.

³ Hernández, E. L. T. (2018.). "Public Diplomacy, Soft Power and Language: The Case of the Korean Language in Mexico City." *Journal of Contemporary Eastern Asia*, 17(1): 27-49.

⁴ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2022, 2 Februari). "Internasionalisasi Bahasa Indonesia." <https://badanbahasa.kemdikbud.go.id/artikel-detail/2745/internasionalisasi-bahasa-Indonesia> diakses 11 December 2023,

Secara umum, internasionalisasi didefinisikan sebagai upaya untuk memperkenalkan suatu hal agar dapat dikenali oleh masyarakat di seluruh dunia.⁵ Sejalan dengan definisi tersebut, internasionalisasi bahasa merujuk pada upaya dalam memperoleh pengakuan terhadap Bahasa Indonesia dari masyarakat global melalui penyebarluasan penggunaannya. Upaya internasionalisasi Bahasa Indonesia di berbagai negara yang telah dilakukan oleh Indonesia berhasil dan mampu bersaing dengan bahasa asing di beberapa negara. Di Australia, Bahasa Indonesia sendiri menempati posisi keempat sebagai bahasa yang umum digunakan di Australia.⁶ Berdasarkan data dari Kementerian Pendidikan Indonesia, pada tahun 2020 Indonesia memiliki 113 lembaga penyelenggara BIPA di Australia⁷, menjadikannya negara dengan jumlah lembaga pembelajaran bahasa Indonesia terbanyak di dunia.

Program BIPA sendiri merupakan program pembelajaran bahasa Indonesia bagi penutur Asing, biasanya penutur asing belajar bahasa Indonesia dengan berbagai alasan seperti bekerja di Indonesia, melakukan penelitian di Indonesia, mengambil program pendidikan yang berkaitan dengan Indonesia, dan lain sebagainya.⁸ BIPA sendiri menjadi salah satu program yang digunakan pemerintah Indonesia melalui KEMDIKBUD sebagai upaya internasionalisasi Bahasa Indonesia di Australia. Secara keseluruhan program BIPA mempunyai tiga skema besar yaitu penugasan tenaga kerja Australia sebagai pengajar dalam program BIPA, pengadaan pembelajaran yang sifatnya jarak jauh, dan pengiriman sejumlah tenaga pengajar ke Australia.⁹

⁵ Ningrum, R. K., Waluyo, H. J., & Winarni, R. (2017). BIPA (Bahasa Indonesia Penutur Asing) sebagai upaya internasionalisasi universitas di Indonesia. *In Proceedings Education and Language International Conference*, 1(1).

⁶ Hirza Rahmayati. (2022). "PEMBELAJARAN KOSAKATA BAHASA INDONESIA BAGI PENUTUR ASING (BIPA) LEVEL A-1 DENGAN MENGGUNAKAN PERMAINAN KARTU KATA DAN KARTU GAMBAR." *Jurnal APIC*, 5(2): 12-23

⁷ Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, riset, dan teknologi. (2021). ANALISIS PERKEMBANGAN BAHASA INDONESIA BAGI PENUTUR ASING (BIPA), Ciputat: Pusat Data dan Teknologi Informasi, hal 42-43.

⁸ Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, riset, dan teknologi. (2021). hal 28.

⁹ Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (2021, 26 September). "Capaian Keberhasilan BIPA Tingkatkan Fungsi Bahasa Indonesia di Kancan Dunia." Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2021/09/capaian-keberhasilan-bipa-tingkatkan-fungsi-bahasa-indonesia-di-kancan-dunia> diakses 13 Desember 2023.

Popularitas bahasa Indonesia di Australia tidak terlepas dari adanya perjalanan sejarah panjang pembelajaran bahasa Indonesia yang sudah dimulai sejak tahun 1950-an. Sebagai bentuk komitmen, pemerintah Indonesia mengadakan kerja sama dengan Australia mengenai *Cultural Agreement* yang di dalamnya memuat mengenai pengenalan dan mempromosikan pengajaran bahasa Indonesia pada tahun 1968. Setelah Kerja sama yang dilakukan antara kedua negara, kemudian pada tahun 1987 Australia mengeluarkan kebijakan nasional mengenai Bahasa yang termasuk dalam bagian *National Policy on Languages*.

Untuk itu upaya Indonesia diantaranya pembukaan mata kuliah Bahasa Indonesia di sejumlah Universitas dan pengadaan kelas Bahasa. Meskipun demikian, dalam beberapa tahun terakhir minat masyarakat Australia mengalami penurunan. Kasus penurunan minat belajar Bahasa Indonesia di Australia ini menimbulkan adanya rasa kekhawatiran tidak hanya untuk pihak Indonesia itu sendiri, melainkan juga pihak Australia seperti guru dan dosen.¹⁰ Politisi Australia juga menyuarakan bahwa penting bagi Australia dan masyarakatnya untuk memiliki kemampuan memahami, atau belajar, atau dapat berbicara Bahasa Asia seperti salah satunya Bahasa Indonesia.¹¹ Anthony Albanese, Perdana Menteri Australia juga menyampaikan bahwa semakin banyak masyarakat Australia yang dapat berbicara Bahasa Indonesia, maka hal ini akan dapat mempererat hubungan antar kedua negara.¹²

Selain itu ada penurunan guru yang dipengaruhi oleh minat belajar para siswa yang menurun. Pandemi COVID-19 melunturkan minat para siswa untuk belajar Bahasa Indonesia dikarenakan transformasi metode pembelajaran yang awalnya fisik kemudian menjadi online.¹³ Selama masa pandemi COVID-19, sejak 2020. Model

¹⁰Tempo. (2020). "Pemerintah RI Diminta Bantu Agar Bahasa Indonesia Tetap Diajarkan di Australia." <https://www.tempo.co/abc/6138/pemerintah-ri-diminta-bantu-agar-bahasa-indonesia-tetap-diajarkan-di-australia> diakses 08 Januari 2024.

¹¹ Boden, O. (2022, Juli 28). "*Indonesian Language in New Chance to Make Comeback in Australia*." [jakartaglobe.id. https://jakartaglobe.id/news/indonesian-language-in-new-chance-to-make-comeback-in-australia](https://jakartaglobe.id/news/indonesian-language-in-new-chance-to-make-comeback-in-australia) diakses 09 Januari 2024.

¹² Boden, O. (2022, Juli 28).

¹³ Mariah Papadopoulos. (2021, October 27). "Ada Sejumlah Alasan Mengapa Kawasan Australia Utara Berpotensi Jadi Pusat Pembelajaran Bahasa Indonesia di Australia." ABC. <https://www.abc.net.au/indonesian/2021-10-28/kawasan-australia-utara-bisa-jadi-pusat-belajar-bahasa-indonesia/100575502> diakses 07 Januari 2024.

pembelajaran kelas BIPA dilaksanakan melalui online atau disebut juga dengan model pembelajaran jarak jauh (pjj).¹⁴ Hal ini berbeda dari tahun-tahun sebelum masa pandemi COVID-19, yang mana pemerintah Indonesia bersama dengan PUSTANDA (Pusat Penguatan dan Pemberdayaan Bahasa), Kementerian pendidikan, secara teratur menugaskan pengajar BIPA untuk mengajar pembelajar asing secara langsung yang dikirimkan ke berbagai negara¹⁵ seperti salah satunya Australia.

Pada tahun 2020, sebanyak 19 sekolah di wilayah Victoria, Australia membatalkan mata pelajaran Indonesia.¹⁶ Tahun 2021, berdasarkan data dari departemen pendidikan Australia menjelaskan secara keseluruhan hanya sebesar 3 persen saja murid kelas 12 (sisa 10 murid, dari awal 100 murid yang mendaftar di kelas 9) yang mengambil mata pelajaran bahasa Indonesia, padahal bahasa mandarin dan jepang bisa memperoleh total 20% dan 19%.¹⁷ Pada tahun 2022 jumlah universitas yang mengajarkan Bahasa Indonesia turun menjadi hanya 12 Universitas saja dari 22 Universitas pada tahun 1992.¹⁸ Menurut Yvette Slaughter seorang pengajar senior di *Melbourne Graduate School of Education*, ketika jumlah murid yang tertarik program Bahasa Indonesia menurun, program menurun, dan jumlah guru menurun maka akan sangat sulit untuk dapat bangkit kembali ke kondisi awal.¹⁹ Australia merupakan salah satu negara mitra terdekat Indonesia sekaligus salah satu negara dengan jumlah lembaga BIPA tertinggi dibandingkan negara-negara lainnya. Sehingga penurunan

¹⁴ Septiani, H., Rustandi, Y. (2023). "Optimalisasi Media Digital Interaktif Wordwall Dalam Pjj Bipa Di Kedutaan Besar Republik Indonesia Di Bern, Swiss." *Jurnal Kajian Bahasa*. 12(1): 13-25.

¹⁵ Septiani, H., Rustandi, Y. (2023).

¹⁶ Hakim, I. A. (2021, November 16). "Jumlah Peminat Menurun, Masa Depan Pelajaran Bahasa Indonesia "Terancam" di Australia." *KOMPAS.tv*. <https://www.kompas.tv/internasional/232676/jumlah-peminat-menurun-masa-depan-pelajaran-bahasa-indonesia-terancam-di-australia> diakses 17 Desember 2023.

¹⁷ Binus. (2023). "Alasan Sejumlah Guru Bahasa Indonesia di Australia Tinggalkan Pekerjaannya." <https://www.binus.tv/abc/alasan-sejumlah-guru-bahasa-indonesia-di-australia-tinggalkan-pekerjaannya/> diakses 17 Desember 2023,

¹⁸ Manns, H., Jessica Kurk, Michael C Ewing, & Graham Sharyn Davies. (2023). "Jumlah Pelajar Australia yang belajar bahasa Indonesia Terus Menurun. Bagaimana mengatasinya?." <https://findanexpert.unimelb.edu.au/news/69126-jumlah-pelajar-australia-yang-belajar-bahasa-indonesia-terus-menurun.-bagaimana-mengatasinya%3F#:~:text=Pada%20tahun%201992%2C%20terdapat%202022,jumlah%20ini%20turun%20menjadi%2012> diakses 20 Desember 2023.

¹⁹ Carey. A. (2021, 12 November). "*Indonesian language studies 'at risk' as schools spurn Asian neighbor.*" https://www.theage.com.au/national/victoria/indonesian-language-studies-at-risk-as-schools-spurn-asian-neighbour-20211110-p597nm.html?fbclid=IwAR0Wg7_MJJJ0Rjq6o-iaqXkIuPbim_YlfNodoEA0YRnMhGoRVyhhkGGm1bKo diakses 20 Desember 2023.

minat belajar Bahasa Indonesia dapat menjadi Salah satu faktor yang dapat menghambat kemampuan Indonesia dalam mempererat hubungan budaya, politik, maupun bidang lainnya di antara kedua negara.

Penelitian sebelumnya pada kajian yang sama antara lain karya Derri Ris Riana, dkk,²⁰ tentang peran Diaspora Indonesia di Australia dalam memperkuat pembelajaran Bahasa Indonesia di tengah tingginya fenomena penurunan minat masyarakat dalam mempelajari bahasa Indonesia. Penelitian kedua tulisan Andriana,²¹ yang membahas secara mendalam mengenai strategi "multi-track diplomacy" yang dijalankan Indonesia dalam menjalin hubungan dengan Australia melalui program "Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA)" yang dilaksanakan di lembaga pendidikan Australia dengan menggunakan konsep "track five" dalam multi-track diplomacy dan pemahaman "language as power" untuk memahami fenomena tersebut. Terakhir Syanurdin dan Man Hakim,²² komitmen dari para aktor diupayakan untuk mewujudkan internasionalisasi bahasa yang tidak bersifat sektoral serta untuk menghindari hambatan yang bersifat internal dan eksternal. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis adalah, pada penelitian ini peneliti berfokus pada upaya apa yang Indonesia lakukan sebagai pemerintah dalam melakukan internasionalisasi Bahasa Indonesia melalui program BIPA di Tengah adanya fenomena penurunan minat belajar Bahasa Indonesia yang terjadi di Australia dengan batasan periode adalah pada tahun 2020-2024. Maka berdasarkan hal di atas, penelitian ini menfokuskan pada "Bagaimana upaya Indonesia melakukan internasionalisasi Bahasa Indonesia melalui program BIPA di tengah fenomena penurunan minat belajar Bahasa Indonesia di Australia tahun 2020-2024?"

Tinjauan Pustaka

Nation Branding

Menurut Simon Anholt dalam bukunya yang berjudul "*Nation Brands of the Twenty-First Century*" mendefinisikan *nation branding* sebagai strategi negara dalam

²⁰Riana, D.R., Isnaeni. M., Syaifudin. (2022). "Diaspora Indonesia dan Penguatan Pembelajaran Bahasa Indonesia di Australia." Prosiding KOLITA 20. 20 (20) : 44-54.

²¹Andriana, A. (2023). "Multi Track Diplomacy Terhadap Australia dalam Upaya Internasionalisasi Bahasa Indonesia melalui Program Bahasa Indonesia kepada Penutur Asing (BIPA) pada tahun 2015-2020." Skripsi. UPN Veteran.

²²Syanurdin & Mann Hakim. (2023). "Internasionalisasi Bahasa Indonesia." Lateralisasi. 11(1): 26-31.

menentukan tujuan strategis yang kompetitif, realistis, dan menarik dengan didukung oleh segala bentuk upaya komunikasi yang dilakukan oleh suatu negara kepada dunia.²³ Anholt menegaskan bahwa upaya komunikasi negara dalam *nation branding* bertujuan untuk menyebarluaskan paham dan nilai yang mampu mempromosikan identitas nasional. Sejalan dengan Anholt, menurut Yamin, strategi *nation branding* meliputi upaya-upaya yang memungkinkan negara untuk meningkatkan citra dan martabat bangsa, sehingga dapat memperkuat identitas nasional.²⁴

Anholt menyampaikan bahwa dalam *nation branding*, untuk dapat membentuk persepsi terhadap target dapat dilakukan dengan melalui enam (6) elemen *nation branding*, yaitu pemerintah, Expor Brand, budaya, pariwisata, masyarakat, serta imigrasi dan investasi²⁵. Kemudian, Anholt merangkum upaya untuk membentuk persepsi Internasional menjadi tiga (3) komponen yaitu: strategi, substansi, dan juga tindakan simbolis.²⁶ Pada dasarnya upaya untuk membentuk persepsi Internasional haruslah dilakukan secara konsisten agar dapat mengembangkan ide-ide relevan yang nantinya secara bertahap akan dapat membangun reputasi atau citra suatu negara.²⁷

Pembahasan

Strategi Pemerintah

Untuk menjalankan upaya internasionalisasi bahasa tersebut, diperlukan jalinan kerjasama antara Indonesia dengan pihak lain baik itu negara ataupun non-negara, untuk dapat menciptakan hubungan yang saling menguntungkan, membangun perdamaian serta mempererat hubungan antar masyarakat internasional. Dalam konteks ini, Indonesia menjalin kerjasama dengan Australia melalui program pembelajaran

²³Miftahul Khausar. (2020). "Strategi Nation branding Indonesia Melalui Penyelenggaraan Asian Games 2018." Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah. hal. 14.

²⁴ Yamin, M. (2020). "Implementasi Konsep Nation Branding Anholt Dalam Penyelenggaraan Asian Games Jakarta-Palembang 2018". Indonesian Journal of International Relations, 4(2), 114-141

²⁵ Anholt, S. (1998). Nation Brands of the Twenty-First Century. The Journal of Brand Management, 5(6), 395-406.

²⁶ Simon Anholt. (2013). "Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations." Hal 6-12. <https://surface.syr.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1013&context=exchange> diakses 25 Juni 2024.

²⁷ Sri Rahayu & Reni kristina Arianti. (2014). "Persepsi National Branding Sebagai Upaya Meningkatkan Kinerja Ekspor Ke Jepang Dan Australia". Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan, 8(2): 183-208.

bahasa, yaitu Program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA). Sayangnya, sejak awal tahun 2000-an hingga pasca pandemi COVID-19 terdapat suatu fenomena fluktuatif cenderung pada penurunan terhadap minat untuk mempelajari bahasa Indonesia di Australia. Strategi pemerintah ini dilakukan dengan menganalisis upaya Indonesia dalam melakukan internasionalisasi bahasa melalui program BIPA dengan menggunakan tiga (3) komponen *nation branding* yaitu: strategi, substansi, dan tindakan simbolis.

Program BIPA dalam *Nation Branding* Indonesia

Simon Anholt dalam bukunya yang berjudul “*Nation Brands of the Twenty-First Century*” mendefinisikan *nation branding* sebagai strategi negara dalam menentukan tujuan strategis yang kompetitif, realistis, dan menarik dengan didukung oleh segala bentuk upaya komunikasi yang dilakukan oleh suatu negara kepada dunia.²⁸ Anholt menegaskan bahwa upaya komunikasi negara dalam *nation branding* bertujuan untuk menyebarluaskan paham dan nilai yang mampu mempromosikan identitas nasional. Sejalan dengan Anholt, menurut Yamin, strategi *nation branding* meliputi upaya-upaya yang memungkinkan negara untuk meningkatkan citra dan martabat bangsa, sehingga dapat memperkuat identitas nasional.²⁹ Berikut pembahasan tiga (3) komponen dalam *nation branding*

- *Strategi*

Strategi dalam *nation branding* adalah mengetahui apa kepentingan nasional suatu negara dan apa yang ingin dicapai, sehingga akan mengetahui apa yang harus dilakukan untuk mencapai hal tersebut. Tujuan nasional, suatu negara dapat merumuskan langkah-langkah konkret yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi yang efektif dalam *nation branding* membantu negara untuk mengarahkan upaya komunikasi dan promosi secara lebih terfokus dan terukur, sehingga citra positif yang diinginkan dapat terbentuk di mata dunia

²⁸ Miftahul Khausar. (2020). “Strategi Nation branding Indonesia Melalui Penyelenggaraan Asian Games 2018.” skripsi. hal. 14.

²⁹ Yamin, M. (2020). “Implementasi Konsep Nation Branding Anholt Dalam Penyelenggaraan Asian Games Jakarta-Palembang 2018”. Indonesian Journal of International Relations, 4(2): 114-141

internasional.³⁰ Dan dalam konteks ini, strategi mencakup identifikasi tujuan jangka panjang yang ingin dicapai oleh negara dan perumusan rencana yang spesifik untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan strategi yang jelas, negara dapat mengalokasikan sumber daya dan mengembangkan kampanye yang efektif untuk mencapai tujuan tersebut.

Terkait dengan hal ini, kepentingan nasional Indonesia dalam pengadaan Program BIPA adalah untuk meningkatkan citra positif negara Indonesia di mata dunia internasional dan menginternasionalisasikan Bahasa Indonesia. Untuk mencapai tujuan itu, Indonesia berfokus pada penyelenggaraan program pembelajaran keterampilan Bahasa Indonesia melalui Program BIPA. Melalui BIPA, Indonesia menawarkan pembelajaran bahasa yang menyeluruh bagi penutur asing, mereka tidak hanya belajar bahasa tetapi juga memahami budaya dan nilai-nilai Indonesia. Dengan strategi ini, Indonesia berharap dapat membangun serta meningkatkan citra positif negara dan memperkuat identitas nasional di kancah internasional. BIPA bersinergian dengan kementerian Luar negeri. Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI), Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI), Balai Bahasa, institusi pendidikan, Diaspora, dan aktor lainnya.

- *Substansi*

Substansi dalam *nation branding* adalah upaya terkait bagaimana suatu negara melakukan eksekusi kegiatan yang efektif terkait dengan strategi yang telah dirumuskan dalam bentuk diantaranya seperti sosial, budaya, pendidikan, legal, dan politik, yang mana semuanya berkontribusi untuk menghasilkan hasil akhir yang diinginkan strategi. Bidang legal dalam substansi sendiri memiliki arti sebagai aturan atau dasar dari dibentuknya suatu program. Untuk itu, terkait dengan hal ini program BIPA dalam upayanya untuk melakukan internasionalisasi Bahasa Indonesia ialah didasarkan dari Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan lambang negara, serta lagu kebangsaan. “Bahasa Negara” didalamnya terkandung bagian keempat mengenai “peningkatan Fungsi Bahasa

³⁰ Simon Anholt. (2013). Hal 7

Indonesia Menjadi Bahasa internasional”. Lebih lanjut, pada Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2014 tentang Pengembangan, Pembinaan, dan Pelindungan Bahasa dan sastra, serta peningkatan Fungsi Bahasa Indonesia. Pada pasal 1 ayat 1 dengan bunyi “Pengembangan Bahasa adalah upaya memodernkan bahasa melalui pemerkayaan kosakata, pemantapan dan pembakuan sistem bahasa, pengembangan laras bahasa, serta mengupayakan peningkatan fungsi Bahasa Indonesia sebagai bahasa internasional”.³¹ Ini menjelaskan bahwa arah pengembangan fungsi Bahasa Indonesia adalah sebagai Bahasa Internasional. Dan dalam menjalankan upaya tersebut dilaksanakan oleh lembaga kebahasaan yang saat ini bernama Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa sesuai pada pasal 44 ayat 2 Undang Undang Nomor 24 tahun 2009 yang berbunyi “Peningkatan fungsi Bahasa Indonesia menjadi bahasa internasional sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikoordinasi oleh lembaga kebahasaan”.³²

Tabel 4. 1 Sejarah Kelembagaan Dari Lembaga Kebahasaan

Tahun	Nama Lembaga kebahasaan	Landasan nama
1947	<i>Instituut voor Taal en Cultuur Onderzoek (ITCO)</i>	Awal pembentukan lembaga kebahasaan yang bernaung di bawah <i>Departemen van Onderwijs, Kunsten en Wetenschappen</i> (Kementerian Pengajaran, Kesenian, dan Ilmu Pengetahuan).
1948	Balai Bahasa	Dibentuk suatu lembaga otonom yang langsung berada di bawah Jawatan Kebudayaan, Kementerian Pendidikan, Pengajaran dan Kebudayaan. Kemudian Lembaga Kebahasaan diresmikan dengan nama ‘Balai Bahasa’. Balai

³¹ Indonesia. (2014). Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 57 Tahun 2014 tentang Pengembangan Pembinaan Dan Pelindungan Bahasa Dan Sastra serta peningkatan Fungsi Bahasa Indonesia. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/5497> diakses 27 Juni 2024

³² Indonesia. (2009). Undang-Undang (UU) Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan lambang negara, serta Lagu Kebangsaan. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38661/uu-no-24-tahun-2009> diakses 27 Juni 2024.

		bahasa dibentuk setelah pemerintahan Republik Indonesia pindah ke Yogyakarta.
1952	Lembaga Bahasa dan Budaya	Dikarenakan oleh Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan tanggal 1 Agustus 1952, Balai Bahasa menjadi bagian Fakultas Sastra, Universitas Indonesia. Kemudian, tugas Balai Bahasa dijalankan oleh Lembaga Bahasa dan Budaya yang merupakan gabungan dari Lembaga Penyelidikan Bahasa dan Kebudayaan (ITCO) dan Bagian Penyelidikan Bahasa, Balai Bahasa, dan Jawatan Kebudayaan.
1959	Lembaga Bahasa dan Kesusastraan	Didasarkan oleh surat keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 69626/B/S, tanggal 1 Juni 1959, Lembaga Bahasa dan Budaya berganti nama menjadi 'Lembaga Bahasa dan Kesusastraan'. Sejak saat itu, lembaga tersebut bersama dengan cabangnya terlepas dari Fakultas Sastra Universitas Indonesia dan langsung berada di bawah Departemen Pendidikan, Pengajaran dan Kebudayaan.
1966	Direktorat Sastra dan Kesusastraan	Berdasarkan dari Surat Keputusan Presidium Kabinet Nomor 75/V/Kep/i/1966, tanggal 3 November 1966. Lembaga Bahasa dan Kesusastraan berubah nama menjadi Direktorat Bahasa dan Kesusastraan.

1969	Lembaga Bahasa Nasional	Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Mashuri, S.H., Nomor 034/1969 Tahun 1969, sejak tanggal 24 Mei 1969 nama Direktorat Bahasa dan Kesusastraan berganti menjadi ‘Lembaga Bahasa Nasional.’ Dari segi struktural, lembaga tersebut berada di bawah Direktorat Jenderal Kebudayaan, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
1974	Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa	Berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 44 dan 45 Tahun 1974, nama Lembaga Bahasa Nasional diubah namanya menjadi ‘Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa.’
2000	Pusat Bahasa	Dikarenakan adanya pergantian kepala pusat pembinaan dan pengembangan Bahasa, sejak saat itu nama Pusat ‘Pembinaan dan Pengembangan Bahasa’ berubah menjadi ‘Pusat Bahasa.’
2010	Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa	Seiring dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 24 tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara. Serta Lagu Kebangsaan. Dan diterbitkannya Undang-Undang Nomor 24 tahun 2009 dan Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2010 tentang Kedudukan, Tugas, dan Fungsi Kementerian Negara serta Susunan Organisasi, Tugas, dan Fungsi Eselon I Kementerian Negara. ‘Pusat Bahasa’ berubah nama menjadi ‘ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. ’

Sumber: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2024, dan diolah penulis.

BIPA sendiri merupakan contoh nyata dari upaya pada pendidikan. BIPA tidak hanya mengajarkan Bahasa Indonesia kepada penutur asing, tetapi juga memperkenalkan budaya dan nilai-nilai Indonesia kepada para pembelajar. Bahkan di negara seperti Australia, program pembelajaran Bahasa Indonesia melalui program BIPA ini telah menjadi bagian dari kurikulum di sekolah-sekolah yang pada akhirnya memperkuat identitas nasional dan mempromosikan Bahasa Indonesia di tingkat global. Interaksi sosial yang positif antara warga negara Indonesia dan masyarakat internasional dapat membantu membentuk persepsi positif tentang Indonesia. Hal ini dapat dilakukan dengan beberapa kegiatan seperti pertukaran pelajar, study visit, pengiriman tenaga pengajar, pengiriman mahasiswa menuju lembaga BIPA luar negeri, dan lain sebagainya.³³ Dengan memberikan kesempatan kepada masyarakat antar negara yang terlibat untuk saling bertemu dan bersosialisasi, hal ini dapat menimbulkan pengalaman positif yang dapat di bawa oleh peserta BIPA, selain itu hal ini juga membantu untuk dapat mempererat hubungan yang terjalin antara Indonesia dengan negara lain termasuk Australia. Pada dasarnya dalam membangun atau meningkatkan citra positif suatu negara tidak hanya dapat mengandalkan Aktor pemerintah saja melainkan Pelibatan aktor-aktor selain pemerintah seperti akademisi, diaspora, atau bahkan masyarakat biasa juga penting dalam *nation branding*.³⁴

- *Tindakan simbolis*

Tindakan simbolis dapat diartikan sebagai tindakan yang dapat membantu Substansi dalam menyukkseskan upaya eksekusi dimana tindakan simbolis memiliki esensi kekuatan komunikasi yang akan dapat menghasilkan pengalaman daya tarik yang berkesan, menyentuh, mengagetkan ataupun emosi lainnya. Hal ini dicontohkan oleh Anholt dalam *paper* nya yang berjudul “*Beyond the National Brand: The Role of Image and Identity in International Relations.*” Dengan contoh: Spanyol yang melegalkan pernikahan sesama jenis untuk menegaskan bahwa nilai-

³³ KEMDIKBUD. (2021, 2 November). “Atdikbud Canberra: Warga Australia Semangat Belajar Bahasa Indonesia dari Mahasiswa Padang” <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2021/11/atdikbud-canberra-warga-australia-semangat-belajar-bahasa-indonesia-dari-mahasiswa-padang> Diakses 29 Juni 2024.

³⁴ Ilham Pratama Putra. (2023, 15 Desember). “620 Sekolah di Australia Wajibkan Siswa Belajar Bahasa Indonesia.” Medcom.id. 620 Sekolah di Australia Wajibkan Siswa Belajar Bahasa Indonesia (medcom.id) diakses 29 Juni 2024.

nilainya telah dimodernisasi, berbeda jauh dari periode Franco (masa dalam sejarah Spanyol ketika negara dipimpin oleh Francisco Franco yang dikenal sebagai pemimpin otoriter dengan adanya pembatasan kebebasan sipil dan pengadopsian ideologi nasionalis fasis yang kuat);³⁵ serta Bhutan memberlakukan denda besar pada bentuk-bentuk perusakan cagar budaya dan alam kepada pengunjung sebagai cara untuk menunjukkan rasa hormat yang tinggi terhadap identitas budayanya sendiri dan kerapuhan lingkungan.³⁶

Pelaksanaannya, selain untuk belajar Bahasa para murid terkadang juga disuguhkan dengan penampilan atau pembelajaran seni tari, musik, pertunjukan memasak yang akan diberikan oleh para pengajar, atau bahkan dapat berinteraksi secara langsung dengan orang Indonesia dan merasakan keramahan warganya. Hal ini lah yang kemudian menimbulkan adanya kesan tersendiri bagi seorang individu ataupun kelompok. Seperti yang dikatakan oleh dosen senior Universitas Melbourne yaitu Edwin Jurriens kepada *ABC News*. Jurriens menyampaikan bahwa Bahasa Indonesia memiliki daya tarik tersendiri, dimana keramahan warga Indonesia, terbukanya masyarakat Indonesia terhadap warga asing yang ingin mempelajari Bahasa Indonesia, serta keberagaman budaya dan gaya hidup masyarakat Indonesia membuatnya tertarik mempelajari Bahasa Indonesia.³⁷ Selain itu Mimi Thorpe, selaku guru Bahasa Indonesia di *Cardijn Collage* juga menyampaikan bahwa untuk mempelajari Bahasa tidak hanya tentang mempelajari bacaannya saja atau cara menulisnya melainkan juga harus mengajarkan unsur lain seperti budaya atau yang lainnya untuk kemudian bias menarik minat dan memberikan kesan kepada pembelajar.³⁸

³⁵ Gerardoatmandia. (2024, 24 Mei). "Pengaruh Kekuatan Ideologi dalam Pembangunan Politik Spanyol." Medium. <https://medium.com/@gerardoatmandia/pengaruh-kekuatan-ideologi-dalam-pembangunan-politik-spanyol-e950238c6b57> diakses 30 Juni 2024.

³⁶ Syahrizal Ahmad. (2023). "Upaya Qatar Dalam Mewujudkan National Vision 2030 Melalui Penyelenggaraan Piala dunia FIFA 2022 Qatar." Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

³⁷ Natasya Salim. (2020, 2 Juli). "Alasan Mengapa Anak Muda Australia Merasa Penting Belajar Bahasa Indonesia" *ABC News*. Alasan Mengapa Anak Muda Australia Merasa Penting Belajar Bahasa dan Budaya Indonesia - ABC News diakses 30 Juni 2024.

³⁸ Natasya Salim. (2023, 4 September). "Menarik Minat Belajar Bahasa Indonesia di Australia Lewat Alat Musik Kendang." *ABC News*. <https://www.abc.net.au/indonesian/2023-09-04/belajar-alat-musik-kendang-untuk-menarik-minat-bahasa-indonesia/102812642> diakses 1 Juli 2024

Internasionalisasi Bahasa Indonesia melalui Program BIPA Di Australia

Australia menjadi negara dengan jumlah lembaga pembelajar BIPA terbanyak dengan total 113 lembaga, bahkan pada tahun 2013 Australia juga menjadi salah satu negara dengan jumlah perguruan tinggi yang mengajarkan Bahasa Indonesia terbanyak yaitu 36 perguruan tinggi. Pada awalnya Bahasa Indonesia diajarkan di 3 Universitas terkemuka Australia, kemudian komitmen tersebut dilanjutkan dengan Penandatanganan kesepakatan *Cultural Agreement* antara Indonesia dengan Australia pada tahun 1968 yang didalamnya juga terdapat kesepakatan mengenai pengenalan dan promosi Bahasa Indonesia.³⁹ Kemudian dilanjutkan dengan adanya *National Policy on Languages* pada tahun 1987, *The National Asian Languages and Studies in Australian Schools* (NALSAS) pada tahun 1994, Dilanjutkan pada 2008 dengan munculnya program *National Asian Languages and Studies in School Program* (NALSSP) yang berfokus hanya pada 4 bahasa Asia yaitu Indonesia, Mandarin, Jepang, dan Korea.⁴⁰ Dan kemudian munculnya Balai Bahasa Indonesia (BBI) di Australia serta program Bahasa Indonesia Untuk Penutur Asing. Akan tetapi, meskipun telah banyak program kebahasaan yang diikuti dan dilaksanakan oleh Indonesia, tetap saja jumlah pelajar maupun pengajar terus mengalami fluktuasi yang cenderung pada penurunan minat belajar Bahasa Indonesia. Sehingga berfokus pada program BIPA dan apa saja upaya yang Indonesia lakukan dalam menginternasionalisasikan Bahasa Indonesia melalui program BIPA di Australia pada tahun 2020-2024.

- *Pemanfaatan Komunitas Diaspora Indonesia di Australia*

Pada tahun 2022, Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Canberra, Australia, mengadakan pertemuan yang melibatkan diaspora ilmuwan Indonesia. Pertemuan ini bertujuan untuk membahas masalah internasionalisasi Bahasa Indonesia di Australia, khususnya melalui Program BIPA (Bahasa Indonesia bagi

³⁹Kemlu. (2024, 4 Juni). "Indonesian Mission Give NS Australian Student Opportunity to Deepen Indonesian Language Skills on Indonesian Day." <https://kemlu.go.id/portal/en/read/5958/view/indonesian-missions-give-nsw-australian-students-opportunity-to-deepen-indonesian-language-skills-on-indonesian-day#> diakses 1 Juli 2024.

⁴⁰Australia. (2007). "Federal Labor's National Asian Language and Studies in Schools program: preparing Australia for the future." *Parliament of Australia*. <https://parlinfo.aph.gov.au/parlInfo/search/display/display.w3p;query=Id:%22media/pressrel/AD1N6%22> diakses 1 Juli 2024.

Penutur Asing). Para diaspora yang di undang adalah mereka yang bekerja di universitas dan lembaga penelitian di Australia, para diaspora didorong untuk memberikan kontribusi mereka dalam penguatan internasionalisasi bahasa Indonesia.⁴¹

Para diaspora yang hadir didorong untuk memberikan kontribusi mereka dalam penguatan internasionalisasi Bahasa Indonesia. Para diaspora memiliki potensi untuk dapat mendekatkan hubungan universitas di Indonesia dan Australia dan juga dapat berperan penting dalam mempromosikan Bahasa Indonesia di sana. Mengarahkan para Mahasiswa untuk mengikuti program *New Colombo Plan* (NCP) menjadi salah satu cara yang dapat para diaspora lakukan, *New Colombo Plan* (NCP) merupakan program pemerintah Australia yang menawarkan beasiswa untuk sarjana muda Australia agar berkesempatan untuk tinggal, mengikuti magang atau pelatihan, serta belajar di negara kawasan Indo-pasifik seperti Indonesia.⁴²

- *Program Promosi Budaya dan Bahasa*

Pada tahun 2024 Atase Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia (ATDIKBUD RI) KBRI Canberra, Australia meluncurkan program 'Kawan Ngobrol'. 'Kawan Ngobrol' merupakan kegiatan bulanan yang bertujuan untuk mempromosikan serta memfasilitasi pembelajaran Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) dengan menyediakan kesempatan bagi mereka untuk berbicara langsung dengan penutur asli dari Indonesia. Program ini terbuka bagi pelajar, mahasiswa, serta warga negara Australia yang pernah tinggal atau bekerja di Indonesia dan ingin mempertahankan kemampuan berbahasa Indonesia mereka.⁴³

⁴¹ *Antara News*. (2022, 23 Agustus). "KBRI Canberra dan diaspora bahas internasionalisasi bahasa Indonesia." *Antara news*. <https://www.antaraneews.com/berita/3074161/kbri-canberra-dan-diaspora-bahas-internasionalisasi-bahasa-indonesia> diakses 2 Juli 2024.

⁴² Kedutaan Besar Australia Indonesia. (N/A). "*New Colombo Plan*." <https://indonesia.embassy.gov.au/jaktindonesian/NCP.html> diakses 2 juli 2024.

⁴³ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2024, 25 Januari). "Atdikbud RI Canberra luncurkan 'Kawan Ngobrol' bagi pemelajar BIPA". <https://badanbahasa.kemdikbud.go.id/berita-detail/4277/atdikbud-ri-canberra-luncurkan-kawan-ngobrol-untuk-pemelajar-bipa-australia> diakses 3 Juli 2024.

Dengan mempertemukan pembelajar dengan penutur asli, diharapkan kemampuan berbicara peserta dapat meningkat dan mereka lebih percaya diri dalam menggunakan bahasa Indonesia. Selain itu, peserta juga berkesempatan untuk memperluas jaringan sosial dan budaya mereka. Kegiatan dalam program 'Kawan Ngobrol' diadakan dalam suasana yang santai, berbeda dengan suasana formal di kelas, sehingga menciptakan lingkungan yang lebih nyaman bagi peserta untuk berbincang dan berlatih bahasa Indonesia. Dengan pendekatan yang ramah dan informal, program ini bertujuan untuk menjadikan pengalaman belajar Bahasa Indonesia menjadi menyenangkan dan efektif.



Gambar 1. Suasana kegiatan 'ngobrol' pada pelaksanaan Kawan Ngobrol
Sumber: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2024.

Selain 'kawan Ngobrol,' terdapat beberapa program lain yang turut mendorong pelaksanaan Internasionalisasi Bahasa Indonesia melalui program BIPA di Australia salah satunya seperti pengadaan *workshop* alat musik Indonesia. Pada tahun 2023 Cardijn College menggelar '*workshop* kendang,' *workshop* tersebut dilaksanakan dalam rangka mempromosikan kebudayaan Indonesia sekaligus merayakan HUT RI. Mimi Thrope, seorang guru Bahasa Indonesia yang mengajar disana menyampaikan bahwa untuk mempelajari Bahasa Indonesia tidak harus selalu mengenai substansi konten seperti kata atau kalimat saja, melainkan juga harus mengajarkan kebudayaan

dari Bahasa negara tersebut berasal sehingga nantinya akan dapat menimbulkan rasa ketertarikan dan kecintaan terhadap Bahasa yang dipelajari.⁴⁴



Gambar 2. Aktivitas bermain Alat Musik Kendang di Cardijn College
Sumber: ABS News, 2023

- *Penggunaan Media Digital Dan Teknologi*

Dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, berbagai platform online seperti *video conference* dan media sosial telah digunakan untuk menyebarkan materi atau hanya sekedar memberitahukan informasi BIPA kepada pelajar di seluruh dunia, termasuk di Australia. Hal ini memungkinkan pelajar untuk belajar dan mengetahui informasi terbaru mengenai program bahasa Indonesia dengan cara yang lebih fleksibel, interaktif, serta cepat, tanpa terbatas oleh lokasi geografis.

Saat pandemi COVID-19, metode pembelajaran BIPA mengalami perubahan signifikan dengan peralihan sepenuhnya ke format online dengan memanfaatkan aplikasi *Video conference*. Kondisi pandemi yang tidak memungkinkan kegiatan tatap muka secara langsung baik di bidang pendidikan maupun dalam kehidupan sehari-hari memaksa program BIPA untuk menyesuaikan diri dengan cepat.

⁴⁴ Natasya Salim. (2023, 4 September).

Pembelajaran online menjadi satu-satunya pilihan yang aman dan efektif untuk terus memberikan pendidikan kepada penutur asing yang ingin belajar bahasa Indonesia.

Selain digunakan untuk aktivitas belajar secara online, terdapat juga sosial media yang digunakan oleh Indonesia untuk menyebarkan informasi terkait program BIPA, salah satu contohnya yaitu penggunaan media sosial Instagram untuk menyebarkan informasi terkait pengadaan Festival Handai Indonesia tahun 2024 ini.



Gambar 3. Laman media sosial Instagram KJRI Perth Mengenai Festival Handai Indonesia 2024.

Sumber: Instagram KJRI Perth (@indonesiainperth).

- *Pengiriman Guru dan Penyediaan Bahan Ajar*

Komitmen pemerintah Indonesia dalam pelaksanaan program BIPA (Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing) di Australia ditunjukkan melalui berbagai inisiatif dan dukungan aktif dari berbagai kementerian dan lembaga terkait. Salah satu bentuk nyata dari komitmen ini adalah pengiriman pengajar BIPA ke luar negeri,

yang dikoordinasikan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) dan Kementerian Luar Negeri (Kemenlu).

Sejak tahun 2015, sebanyak 793 pengajar BIPA telah didelegasikan ke berbagai negara, termasuk Australia, untuk meningkatkan eksistensi bahasa Indonesia di kancah internasional. Namun terkait dengan pengiriman guru BIPA ke Australia, pada realitanya masih sangat kurang jika melihat dari jumlah lembaga BIPA yang ada di Australia. Dengan jumlah total pengiriman guru BIPA ke Australia sejak 2016 hingga tahun 2023 hanya berjumlah 38 Orang. Sedikitnya jumlah pengajar yang dikirimkan disebabkan antara lain oleh keterampilan guru dan juga biaya, seperti yang sampaikan oleh Kepala Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Prof. E. Aminudin Aziz, M.A., Ph.D. Bahwa memberdayakan alumni penerima beasiswa Darmasiswa dapat lebih menghemat biaya jika dibandingkan dengan mengirimkan guru dari Indonesia.⁴⁵

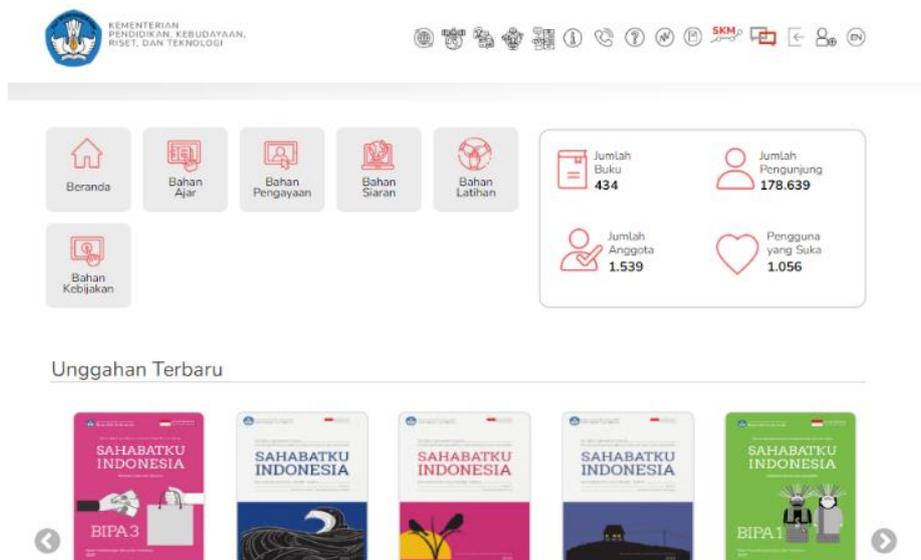
Selain pengiriman guru, pemerintah Indonesia juga melakukan komitmen dengan mendukung pengembangan bahan ajar BIPA yang disesuaikan dengan kebutuhan pembelajar asing, baik dalam format cetak maupun digital. Bahan ajar ini kemudian didistribusikan ke berbagai negara melalui kedutaan besar dan atase pendidikan dan kebudayaan. Terkait bahan ajar dalam format digital, Pemerintah Indonesia menyediakan bahan ajar yang dapat masyarakat lihat atau unduh melalui website ‘BIPA Daring’.⁴⁶ Selain bahan ajar terdapat juga bahan pengayaan, bahan siaran, hingga contoh latihan soal. Untuk mengakses hal-hal tersebut masyarakat tinggal membuka website ‘BIPA Daring’ kemudian klik pada bagian ‘Belajar BIPA’ dan disana telah tersedia bahan yang mungkin masyarakat butuhkan untuk Belajar Bahasa Indonesia.

⁴⁵ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2020, 15 Juni). “Membidik Peluang dan Tantangan Pengajaran BIPA di Luar Negeri” <https://badanbahasa.kemdikbud.go.id/berita-detail/3024/membidik-peluang-dan-tantangan-pengajaran-bipa-di-luar-negeri> diakses 23 Juni 2024.

⁴⁶ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (N/A). “Bahasa Indonesia Bagi Penutur Asing.” <https://bipa.kemdikbud.go.id/portal> diakses 3 Juli 2024.



Gambar 4. Isi Dalam Website ‘BIPA Daring’
 Sumber: Laman BIPA Daring



Gambar 5. Isi Dalam bagian ‘Belajar BIPA’
 Sumber: Laman BIPA Daring

- *Kolaborasi dengan Institusi Pendidikan Australia*

Indonesia menjalin kerja sama dengan berbagai institusi pendidikan di Australia, termasuk universitas dan sekolah. Seperti yang dilaksanakan oleh KJRI dan KBRI melalui program yang bernama *Indonesia goes to school* dan *Ambassador goes to campus*. Kedua program memiliki kesamaan yaitu memperkenalkan serta mempromosikan Indonesia kepada masyarakat Australia

khususnya kaum muda. Yang membedakan kedua program ini adalah target Audiens, kegiatan yang dilakukan, pemegang program, serta tujuan program.

Indonesia goes to school sendiri merupakan Program yang dilakukan oleh KJRI di Australia, sudah dilaksanakan sejak tahun 2017⁴⁷ sampai sekarang. Secara umum *Indonesia goes to school* adalah program yang dilakukan untuk memperkenalkan dan meningkatkan pengetahuan tentang negara, Bahasa, dan budaya Indonesia kepada murid-murid sekolah di Australia yang mana pihak perwakilan KJRI akan mendatangi sekolah-sekolah di Australia.⁴⁸ *Indonesia goes to school* diimplementasikan dengan mengadakan beragam kegiatan seperti melakukan simulasi jual beli menggunakan Bahasa Indonesia, belajar membuat, workshop gamelan dan tari bali, sesi *career talk*, serta kegiatan lainnya yang berhubungan dengan Bahasa dan budaya.⁴⁹



Gambar 6. Workshop Tari Bali pada *Indonesia goes to school* di Cardijn College
Sumber: Malang Times, 2022⁵⁰

⁴⁷ Kemlu. (2020, 3 November). “*Indonesia Goes to School*-Mengenal lebih Dekat Indonesia Melalui Bahasa dan Budaya” <https://kemlu.go.id/portal/id/read/1844/berita/indonesia-goes-to-school-mengenal-lebih-dekat-indonesia-melalui-bahasa-dan-budaya> diakses 4 Juli 2024.

⁴⁸ Kemlu. (2022, 26 Agustus). “Belajar Bahasa Indonesia Sambil Tawar Menawar Produk ala Murid Australia.” <https://www.kemlu.go.id/sydney/id/news/20813/belajar-bahasa-indonesia-sambil-tawar-menawar-produk-ala-murid-australia> Diakses 4 Juli 2024,

⁴⁹ *Antara News*. (2022, 27 Agustus). “KJRI Sydney gelar program *Indonesia Goes to School*.” <https://www.antaraneews.com/berita/3083209/kjri-sydney-gelar-program-indonesia-goes-to-school> diakses 4 Juli 2024.

⁵⁰ *Times Malang*. (2022, 28 Juni). “Kenalkan Rupiah dan Tari Bali, *Indonesia Goes to School* Disambut Antusias Siswa Australia.” <https://malang.times.co.id/news/berita/rvxx4cn5g1/Kenalkan-Rupiah-dan-Tari-Bali-Indonesia-Goes-to-School-Disambut-Antusias-Siswa-Australia> diakses 4 Juli 2024.

Ambassador goes to campus merupakan program yang dilaksanakan oleh KBRI. Secara umum *Ambassador goes to campus* merupakan program yang dilakukan dengan tujuan untuk mempromosikan pendidikan tinggi Indonesia, meningkatkan dan memperkuat kerja sama pendidikan serta penelitian dengan universitas di Indonesia⁵¹ dan telah dilakukan sejak 2022. Pada kegiatan *Ambassador goes to campus*, Duta Besar Indonesia akan mendatangi kampus yang telah menjalin kerjasama dengan Indonesia, seperti *University of Melbourne* untuk kemudian memberikan Informasi terbaru mengenai Indonesia, termasuk mengenai peluang Kerja Sama antara Indonesia dengan Australia terutama pada bidang pendidikan dan penelitian.⁵²

Tabel 2. Upaya Yang Indonesia Lakukan Dalam Menginternasionalisasikan Bahasa Indonesia di Australia.

Segmentasi	Kegiatan Yang Dilakukan	Tahun
Pemanfaatan Komunitas Diaspora Indonesia di Australia	Mendorong diaspora untuk memberikan kontribusi mereka dalam penguatan internasionalisasi Bahasa Indonesia, dilakukan khususnya untuk para diaspora yang bekerja sebagai pengajar dan peneliti di Australia. Salah satu cara yang dilakukan yaitu dengan Mengarahkan para Mahasiswa untuk mengikuti program <i>New Colombo Plan</i>	2024
Promosi Budaya dan Bahasa	Kawan Ngobrol	2024
	Pengadaan <i>workshop</i> alat musik Indonesia	2023
Penggunaan Media Digital Dan Teknologi	Media sosial <i>Instagram</i> sebagai media penyebaran informasi (penyebaran informasi Festival Handai Indonesia 2024)	2024
	Pemanfaatan aplikasi Video Conference untuk belajar kelas bahasa online	2020

⁵¹ Kemdikbud. (2023, 4 Oktober). "Perkuat Kerjasama Pendidikan, KBRI Canberra Gelar Ambassador Goest to Campus." <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2023/10/perkuat-kerja-sama-pendidikan-kbri-canberra-gelar-ambassador-goes-to-campus> diakses 4 Juli 2024.

⁵² Kemdikbud. (2024, 7 Mei). "Kemendikbudristek Tingkatkan Kolaborasi Bidang Pendidikan Tinggi Bekelanjutan di UNE Australia." <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2024/05/kemendikbudristek-tingkatkan-kolaborasi-bidang-pendidikan-tinggi-berkelanjutan-di-une-australia> diakses 4 Juli 2024.

Pengiriman Guru dan Penyediaan Bahan Ajar	Pengiriman guru asli Indonesia	Sejak 2016.
	Penyediaan bahan ajar cetak dan digital	N/A
Kolaborasi dengan Institusi Pendidikan Australia	Bekerja sama dengan sekolah lewat program <i>Indonesia goes to school</i> .	Dilakukan sejak 2017.
	Bekerja sama dengan kampus atau perguruan tinggi lewat program <i>Ambassador goes to campus</i> .	Dilakukan sejak 2022.

Sumber: penulis olah dari berbagai sumber

Kesimpulan

Memang benar jika berkaca pada data yang didapatkan, tidak dapat dipungkiri bahwa angka pengajaran Bahasa Indonesia terus mengalami fenomena fluktuatif yang cenderung pada penurunan. Namun, Indonesia masih terus mengupayakan pelaksanaan program yang berkaitan dengan bahasa untuk dapat terus mewujudkan keinginan untuk menginternasionalisasikan Bahasa Indonesia, dengan dilakukannya berbagai upaya seperti adanya pemanfaatan diaspora, pelaksanaan program promosi budaya dan Bahasa, penggunaan media digital serta teknologi, hingga Komitmen pemerintah terkait pengiriman pengajar BIPA dan akses pada bahan ajar. Sehingga, terlepas dari adanya fenomena penurunan minat belajar Bahasa Indonesia, branding masih dapat di kembangkan. Upaya-upaya dengan menggunakan *nation branding* harus selalu ditingkatkan agar hal tersebut dapat menjadi *power*, sehingga upaya-upaya yang Indonesia lakukan sekarang merupakan *potential soft power* yang tentunya harus terus dijalankan dan dilakukan secara konsisten agar dapat mengembangkan ide-ide relevan yang nantinya secara bertahap akan dapat membangun reputasi atau citra positif Indonesia di kancah internasional dan mewujudkan Internasionalisasi Bahasa Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Andriana, A. (2023). Multi Track Diplomacy Terhadap Australia dalam Upaya Internasionalisasi Bahasa Indonesia melalui Program Bahasa Indonesia kepada Penutur Asing (BIPA) pada tahun 2015-2020. Skripsi. UPN Veteran

- Anholt, S. (1998). Nation Brands of the Twenty-First Century. *Journal of Brand Management*, 5(6), 395-406.
- Anholt, S. (2011). Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*, 1(1), 6-12.
- Australian Government Department of Education, Employment, and Workplace Relation (2010). "The Current State of Chinese, Indonesian, Japanese and Korean Language Education in Australian Schools." [asiaeducation.edu.au. https://www.asiaeducation.edu.au/docs/default-source/Research-reports/overarchingreport.pdf](https://www.asiaeducation.edu.au/docs/default-source/Research-reports/overarchingreport.pdf) diakses 11 Juni 2024.
- Antara News. (2022, Agustus 27). "KJRI Sydney gelar program Indonesia Goes to School." Antara News. <https://www.antaranews.com/berita/3083209/kjri-sydney-gelar-program-indonesia-goes-to-school> diakses 4 Juli 2024.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2020, Juni 15). "Membidik Peluang dan Tantangan Pengajaran BIPA di Luar Negeri." Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. <https://badanbahasa.kemdikbud.go.id/berita-detail/3024/membidik-peluang-dan-tantangan-pengajaran-bipa-di-luar-negeri> diakses 23 Juni 2024.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2024, Januari 25). "Atdikbud RI Canberra Luncurkan 'Kawan Ngobrol' untuk Pemelajar BIPA Australia." [badanbahasa.kemdikbud. https://badanbahasa.kemdikbud.go.id/berita-detail/4277/atdikbud-ri-canberra-luncurkan-kawan-ngobrol-untuk-pemelajar-bipa-australia](https://badanbahasa.kemdikbud.go.id/berita-detail/4277/atdikbud-ri-canberra-luncurkan-kawan-ngobrol-untuk-pemelajar-bipa-australia) diakses 3 Juli 2024.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2024). "Sejarah Badan Bahasa." [badanbahasa.kemdikbud. https://badanbahasa.kemdikbud.go.id/sejarah](https://badanbahasa.kemdikbud.go.id/sejarah)
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (n.d.). "BAHASA INDONESIA BAGI PENUTUR ASING." [bipa.kemdikbud. https://bipa.kemdikbud.go.id/portal](https://bipa.kemdikbud.go.id/portal) diakses 3 Juli 2024.
- Bainus, A., & Rachman, J. B. (2018). Kepentingan Nasional dalam Hubungan Internasional. *Intermestic: Journal of International Studies*, 2(2).
- Boden, O. (2022, July 28). "Indonesian Language in New Chance to Make Comeback in Australia." [Jakartaglobe. https://jakartaglobe.id/news/indonesian-language-in-new-chance-to-make-comeback-in-australia](https://jakartaglobe.id/news/indonesian-language-in-new-chance-to-make-comeback-in-australia) diakses 9 Januari 2024.
- Cary, A. (2021, November 12). "Indonesian language studies 'at risk' as schoolspurn Asian neighbour." *The Age*. https://www.theage.com.au/national/victoria/indonesian-language-studies-atriskasschoolsspurnasianneighbour20211110p597nm.html?fbclid=IwAR0Wg7_MJJ0Rjq6oiaqXkIuPbim_YlfNodoEA0YRnMhGoRVyhgGGM1bKo diakses 20 Desember 2023.
- Consulate Of The Republic Of Indonesia In Darwin, Australia. (2021, Juli 1). "Training and Technical Guidance for Teaching the Indonesian Language for Foreign

- Speakers (BIPA) for BIPA Teachers in Australia.*" Kemlu.go.id. <https://kemlu.go.id/darwin/en/news/14285/%3Ca%20href=> diakses 31 Mei 2024.
- Defina. (2021). Penilaian Mahasiswa BIPA terhadap Pembelajaran Tatap Muka dan Online. *Jurnal Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (JBIPA)*, 3(1), 12-23.
- Gelar, N., Makarim, W., & Supartono. (2018). Diplomasi Kebudayaan Dalam Mendukung Pencapaian Kepentingan Nasional dan Pertahanan Negara: Studi Program Indonesia Arts And Culture Scholarship (IACS) oleh Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. *Jurnal Diplomasi Pertahanan*, 4(3).
- Hakim, I. A. (2021, November 16). "Jumlah Peminat Menurun, Masa Depan Pelajaran Bahasa Indonesia "Terancam" di Australia." KOMPAS.TV. <https://www.kompas.tv/internasional/232676/jumlah-peminat-menurun-masa-depan-pelajaran-bahasa-indonesia-terancam-di-australia> diakses 17 Desember 2023.
- Harrington, M. (2012, November 1). "Australia in the Asian Century: Asian studies in schools." Parliament of Australia. https://www.aph.gov.au/About_Parliament/Parliamentary_Departments/Parliamentary_Library/FlagPost/2012/November/Australia_in_the_Asian_Century_Asian_studies_in_schools diakses 12 Juni 2024.
- Hernandez, E. L. (2018). Public Diplomacy, Soft Power and Language: The Case of the Korean Language in Mexico City. 27 | *Journal of Contemporary Eastern Asia*, Vol. 17, No.1 *Journal of Contemporary Eastern Asia*, 17(1).
- Hill, D. T. (2012). "Indonesian Language in Australian Universities." Strategies for a stronger future. <https://researchportal.murdoch.edu.au/esploro/outputs/report/Indonesian-Language-in-Australian-Universities-Strategies/991005542954507891/filesAndLinks?index=0> diakses 17 Juni 2024.
- Iswara, A. J. (Ed.). (2020, November 27). "Peminat Bahasa Indonesia di Australia Turun, Ini Solusi yang Diusulkan..." Kompas. <https://www.kompas.com/global/read/2020/11/27/175955270/peminat-bahasa-indonesia-di-australia-turun-ini-solusi-yang-diusulkan?page=all>
- KEMDIKBUD. (2021, November 2). "Atdikbud Canberra: Warga Australia Semangat Belajar Bahasa Indonesia dari Mahasiswa Padang." kemdikbud.go.id. <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2021/11/atdikbud-canberra-warga-australia-semangat-belajar-bahasa-indonesia-dari-mahasiswa-padang> diakses 29 Juni 2024.
- KEMDIKBUD. (2023, Oktober 4). "Perkuat Kerja Sama Pendidikan, KBRI Canberra Gelar Ambassador Goes to Campus." kemdikbud.go.id. <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2023/10/perkuat-kerja-sama-pendidikan-kbri-canberra-gelar-ambassador-goes-to-campus> diakses 4 Juli 2024.

- KEMDIKBUD. (2024, Mei 7). "Kemendikbudristek Tingkatkan Kolaborasi Bidang Pendidikan Tinggi Berkelanjutan di UNE Australia." kemdikbud.go.id. <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2024/05/kemendikbudristek-tingkatkan-kolaborasi-bidang-pendidikan-tinggi-berkelanjutan-di-une-australia> diakses 4 Juli 2024.
- Kementerian Luar Negeri RI. (2024, Juni 4). "Indonesian Missions Give NSW Australian Students Opportunity to Deepen Indonesian Language Skills on Indonesian Day." kemlu.go.id. <https://kemlu.go.id/portal/en/read/5958/view/indonesian-missions-give-nsw-australian-students-opportunity-to-deepen-indonesian-language-skills-on-indonesian-day#> diakses 11 Juni 2024.
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi. (2021). *Analisis Perkembangan Bahasa Indonesia*. Ciputat : Pusat Data dan Teknologi Informasi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi.
- Kemlu. (2020, November 3). "Indonesia Goes to School - Mengenal Lebih Dekat Indonesia Melalui Bahasa dan Budaya." kemlu.go.id. <https://kemlu.go.id/portal/id/read/1844/berita/indonesia-goes-to-school-mengenal-lebih-dekat-indonesia-melalui-bahasa-dan-budaya> diakses 4 Juli 2024.
- Kemlu. (2022, Agustus 26). "Belajar Bahasa Indonesia sambil tawar menawar produk ala murid Australia." kemlu.go.id. <https://www.kemlu.go.id/sydney/id/news/20813/belajar-bahasa-indonesia-sambil-tawar-menawar-produk-ala-murid-australia> diakses 4 Juli 2024.
- Khausar, M. (2020). Strategi Nation Branding Indonesia Melalui Penyelenggaraan Asian Games 2018. *Skripsi*.
- Language center, UNJ. (n.d.). "Mengenal Program BIPA." language center UNJ. <https://languagecenter.unj.ac.id/2023/09/25/mengenal-program-bipa/#:~:text=Have%20you%20ever%20heard%20the,menulis%2C%20membaca%2C%20dan%20mendengarkan> diakses 5 Mei 2024.
- Majie, Z. (2002). The Role of Soft Power in International Relations. In Y. Xintian, *Cultural Impact on International Relations*. Washington DC: The Council for Research in Values and Philosophy.
- Manns, H., Kurk, J., Ewing, M., & Davies, G. S. (2023, November 13). "Jumlah pelajar Australia yang belajar bahasa Indonesia terus menurun. Bagaimana mengatasinya?" Find an Expert. <https://findanexpert.unimelb.edu.au/news/69126-jumlah-pelajar-australia-yang-belajar-bahasa-indonesia-terus-menurun.-bagaimana-mengatasinya%3F#:~:text=Pada%20tahun%201992%2C%20terdapat%2022,jumlah%20ini%20turun%20menjadi%2012.> diakses 20 Desember 2023.

- Nastiti, Dwi, A., Datil, L. L., & Sukma, B. P. (2019). Hambatan dalam upaya pengembangan BIPA di luar negeri. *Jurnal Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing*, 1(1), 1-10.
- Ningrum, R. K., Waluyo, H. J., & Winarni, R. (2017). BIPA (BAHASA INDONESIA PENUTUR ASING) BIPA (BAHASA INDONESIA PENUTUR ASING) INDONESIA. *Proceedings Education and Language International Conference*, 1(1), 725-732.
- Papadopoulos, M. (2021, Oktober 28). "Ada Sejumlah Alasan Mengapa Kawasan Australia Utara Berpotensi Jadi Pusat Pembelajaran Bahasa Indonesia di Australia." abc.net.au. <https://www.abc.net.au/indonesian/2021-10-28/kawasan-australia-utara-bisa-jadi-pusat-belajar-bahasa-indonesia/100575502> diakses 7 Januari 2024.
- Pradicta Nurhuda, Sulistyaningrum, S. D., & Muliastuti, L. (2023). Strategi internasionalisasi bahasa Indonesia melalui program BIPA. *Jurnal Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (JBIPA)*, 5(1), 78-90.
- Putra, I. P. (2023, Desember 15). "620 Sekolah di Australia Wajibkan Siswa Belajar Bahasa Indonesia." medcom.id. <https://www.medcom.id/pendidikan/news-pendidikan/ob3ZM4XN-620-sekolah-di-australia-wajibkan-siswa-belajar-bahasa-indonesia> diakses 29 Juni 2024.
- Riana, D. R., Isnaeni, M., & Syaifuddin. (2022). Diaspora Indonesia Dan Penguatan Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Australia. *Prosiding Konferensi Linguistik Tahunan Atma Jaya (KOLITA)*, 20(20).
- Salim, N. (2023, September 4). "Menarik Minat Belajar Bahasa Indonesia di Australia Lewat Alat Musik Kendang." ABC News. <https://www.abc.net.au/indonesian/2023-09-04/belajar-alat-musik-kendang-untuk-menarik-minat-bahasa-indonesia/102812642> diakses 1 Juli 2024.
- Tempo. (2023, November 13). "Bahasa Indonesia Tak Lagi Favorite di Australia." Koran.tempo. <https://koran.tempo.co/read/pendidikan/485586/bahasa-indonesia-sepi-di-australia#:~:text=Minat%20pelajar%20Australia%20belajar%20bahasa,pengusaan%20bahasa%20Inggris%20di%20Indonesia> diakses 23 Juni 2024.
- Times Malang. (2022, Juni 28). "Kenalkan Rupiah dan Tari Bali, Indonesia Goes to School Disambut Antusias Siswa Australia." TIMES Indonesia. <https://malang.times.co.id/news/berita/rvxx4cn5g1/Kenalkan-Rupiah-dan-Tari-Bali-Indonesia-Goes-to-School-Disambut-Antusias-Siswa-Australia> diakses 4 Juli 2024.
- Victoria State Government education and training. (2021). "Languages Provision in Victorian Government Schools, 2020." Victoria: Victoria State Government.

