

PENGEMBANGAN RUBRIK DWI-BAHASA MELALUI KEMITRAAN DENGAN HARIAN LOKAL DI KOTA BENGKULU

Bambang Suwarno dan Arasuli
Dosen Prodi Bahasa Inggris, Jurusan Bahasa dan Seni, FKIP Universitas Bengkulu

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menyelidiki pengembangan rubrik dwi-bahasa (Indonesia -Inggris) melalui kemitraan dengan harian lokal di Kota Bengkulu. Desain adalah studi pengembangan. Metode adalah pengembangan produk baru (Guiltingan dan Paul, 1992) dan difusi inovasi (Rogers dan Shoemaker, dalam Kotler dan Armstrong, 1990). Lobi dilakukan kepada 4 penerbit secara intensif. Tiga penerbit bersikap ragu, namun akhirnya didapatkan 1 penerbit koran lokal yang antusias untuk bermitra. Peneliti menjadi redaktur sementara penulisnya adalah 8 kelompok mahasiswa dari program D3 Bahasa Inggris UNIB semester 5 T.A. 2005/2006. Sepuluh artikel dapat diterbitkan. Didapatkan 2 temuan. Yang pertama adalah pembenaran difusi inovasi, yaitu, bahwa difusi inovasi tahap 1 diperlukan agar produk baru (rubrik dwi-bahasa) dapat diterima oleh penerima pertama, atau perintis, yaitu penerbit media massa. Yang kedua adalah bahwa para penulis masih harus meningkatkan kemampuan menulis mereka untuk menghasilkan tulisan dwi-bahasa yang siap terbit di media massa. Disarankan penelitian lebih lanjut untuk melanjutkan pengembangan produk sampai ke introduksi ke pasar, melalui difusi inovasi tahap 2, agar produk diterima oleh early adopters. Caranya, dengan mengembangkan rubrik menjadi suplemen dwi bahasa berskala penuh agar media bilingual dapat (1) mandiri secara finansial, (2) menyediakan natural language environment bahasa Inggris (Dardjowidjojo, 2003) yang lebih luas dan berbobot, (3) menjadi sarana pengenalan bahasa Indonesia bagi warga asing, (4) mendorong penerbit lokal maupun mahasiswa agar siap berkiprah di mandala global

Kata kunci: artikel dwi-bahasa

This study aimed to explore the development of a bilingual (Indonesian – English) rubric through partnership with a local publisher in Bengkulu. The design was a developmental study. The method consisted of new product development (Guiltingan dan Paul, 1992) and diffusion of innovation (Rogers dan Shoemaker, in Kotler and Armstrong, 1990). Intensive lobbies were made to 4 publishers. Three publishers were skeptical but one publisher was enthusiastic to forge the partnership. The researchers served as editors while the writers were the 8 groups from the D3 English program of the UNIB, semester 5, and academic year 2005/2006. Ten articles were published. Two findings were found. The first was the confirmation of innovation diffusion, namely, that first stage diffusion needed to be conducted in order that a new product could be accepted by the first acceptor, namely, the mass media publisher. The second was that the student writers still needed to improve their writing ability in order to write ready-to-publish articles. It is recommended to continue the product development until the stage of introduction to the market, through innovation diffusion at the second stage, so that the product could be accepted by the early adopters. The means is through the development of the rubric into a full scale bilingual supplement in order that the bilingual media could (1) be financially independent, (2) supply a more extensive and substantial natural language environment (Dardjowidjojo, 2003), (3) serve as a medium for introducing bahasa Indonesia to foreigners, (4) encouraging local publisher and students to be ready to perform in the global stage.

Key word: bilingual article

1. Pendahuluan

Asia Tenggara siap memasuki era globalisasi dengan berlakunya AEC (ASEAN Economic Community) mulai tahun 2016. Salah satu konsekuensi globalisasi adalah bahwa berbagai instansi/ perusahaan/ individu dari suatu negara dituntut untuk memiliki daya saing dengan berbagai instansi/ perusahaan/individu dari negara-negara lain, tanpa proteksi dan keistimewaan (Pekerti, 1998). Salah satu komponen daya saing tersebut adalah penguasaan bahasa Inggris (Dulay et al, 1998). Untuk mengembangkan penguasaan bahasa Inggris di masyarakat diperlukan pengembangan *natural language environment* (lingkungan berbahasa alami), yang memungkinkan pengembangan kefasihan berbahasa lewat *acquisition* (perolehan) (Dardjowidjojo, 2003). Salah satu bentuk lingkungan itu adalah media massa cetak berbahasa Inggris, yang memberikan sumber bacaan asli untuk meningkatkan keterampilan reseptif (membaca) serta menjadi wahana untuk meningkatkan keterampilan produktif (menulis) dalam bahasa Inggris.

Saat ini, pengembangan media cetak berbahasa Inggris masih amat terbatas. Satu-satunya harian berbahasa Inggris yang menjangkau daerah hanyalah "The Jakarta Post." Itu saja jumlah pelanggannya kecil. Untuk menghadirkan media berbahasa Inggris yang menjangkau warga lokal dalam jumlah yang berarti, diperlukan upaya khusus untuk mengembangkannya. Namun, sebuah media massa terikat oleh berbagai ketentuan, salah satunya yang terpenting adalah minat pelanggan (*customer*) (Kotler dan Armstrong, 1990).

Kajian Arasuli (2003, 2004) dan Suwarno (2004) menunjukkan bahwa para pelanggan lebih berminat terhadap media massa dwi-bahasa.

Oleh karenanya, tujuan penelitian ini adalah mengembangkan prototipe media massa dwi-bahasa, berupa rubrik dwi-bahasa. Tujuan pertama adalah meyakinkan penerbit media massa, agar mau menerbitkan artikel dwi-bahasa. Tujuan kedua adalah melatih mahasiswa untuk menjadi penulis artikel dwi-bahasa.

Rubrik dwi bahasa dibatasi sebagai ruangan/kolom khusus yang berisi artikel (Wolseley, 1969, Marahimin, 1994) dwi-bahasa. Rubrik ini memiliki misi utama sebagai inovasi penulisan dwi-bahasa yang ditulis oleh mahasiswa. Namun, rubrik ini juga memiliki dua misi lain, yaitu, (a) meningkatkan penguasaan bahasa Inggris di kalangan warga Indonesia, serta (b) memperkenalkan bahasa Indonesia kepada warga asing, dalam upaya meningkatkan peran bahasa Indonesia, menjadi bahasa regional (di lingkungan ASEAN) dan bahasa internasional. Sebelumnya, Saraswati (2001) pernah melakukan inovasi rubrik dwi-bahasa mingguan, lewat kerjasama dengan harian "Benteng Pos." Waktu itu semua artikelnya ditulis oleh Saraswati, yang sekaligus menjadi editor. Pada penelitian ini, model Saraswati diterapkan, namun dengan penulisnya dari mahasiswa program D3 bahasa Inggris.

2. Metode

Desain penelitian adalah studi pengembangan (Gay, 1990), yang

mencakup aspek (1) penerbitan rubrik dan (2) pelatihan menulis artikel.

Subyek penelitian ada dua. Subyek yang pertama adalah penerbit media massa di Kota Bengkulu. Yang dituju adalah penerbitan media massa yang telah berhasil menerbitkan koran setiap hari. Ada 4 penerbit yang semuanya didekati. Sampling bersifat purposif, yaitu hanya penerbit yang bersedia bermitra dengan peneliti untuk menerbitkan media massa. Subyek kedua adalah para mahasiswa program D3 Bahasa Inggris FKIP UNIB, semester 6, tahun akademi 2005/2006, yang mengikuti mata kuliah *Translation 2*. Kelompok yang menjadi subyek pelatihan menulis artikel adalah kelas A.

Pada aspek penerbitan rubrik, metode yang dipakai adalah metode pengembangan produk baru (Guiltingan dan Paul, 1992) dan metode difusi inovasi (Rogers dan Shoemaker, dalam Kotler dan Armstrong, 1990). Untuk mengembangkan produk baru, Guiltingan dan Paul (1992) menyarankan 9 tahap, yaitu, (1) menetapkan sasaran, (2) memunculkan gagasan, (3) menyaring, (4) menguji konsep, (5) melakukan analisis kelayakan teknis, (6) membuat prototipe, (7) menguji produk, (8) melakukan analisis kemampu-labaan, (9) melakukan pemasaran uji, (10) melakukan introduksi ke pasar. Jika rubrik dwi-bahasa dalam penelitian ini dipandang sebagai bentuk akhir, maka langkah penelitian ini mencapai tahap (6). Namun, jika rubrik dipandang sebagai sasaran antara bagi pengembangan suplemen *bilingual penuh*, maka penelitian ini mencapai tahap (4).

Sebuah inovasi tidak akan serta merta diterima. Inovasi yang dimaksud di sini adalah tulisan dwi bahasa di media massa. Untuk itu diperlukan difusi inovasi. Rogers dan Shoemaker (1990)

membagi kelompok penerima ide baru/inovasi atas beberapa segmen, yang sekaligus mencerminkan tahapan penerimaan inovasi, yaitu perintis (2,5% penerima paling awal), *early adopters* (peminat awal) (13,5% penerima berikutnya), *early majority* (mayoritas awal), (34% penerima berikutnya), *late majority* (mayoritas akhir) (34% penerima berikutnya), dan *laggards* (peminat terlambat) (16% penerima terakhir). Pada penelitian ini, difusi inovasi dilakukan pada tahap 1, yaitu mengupayakan agar produk baru diterima oleh segmen pertama, atau perintis, yaitu penerbit yang berhaluan progresif sehingga bersedia bekerjasama menerbitkan media massa dwi-bahasa tersebut.

Pada aspek penulisan artikel, dipakai kriteria artikel yang disampaikan oleh Wolseley (1969) dan Marahimin (1994). Prosedur untuk mengembangkan artikel adalah prosedur Reid (1988), yaitu: (a) menetapkan topik, (b) menulis kerangka tulisan, (c) membaca rujukan/referensi dan membuat catatan-catatan, dan bila perlu mencari fakta melalui wawancara, angket dsb. (Keraf, 1990), (d) menulis naskah awal, (e) melakukan revisi, (f) melakukan editing/suntingan, (g) menyiapkan naskah akhir. Proses (d) dan (e) merupakan proses spiral, jadi dapat dilakukan beberapa kali. Berhubung penulisnya adalah kelompok, maka dalam elaborasi sebuah topik menjadi tulisan, dilakukan saling memeriksa pekerjaan teman lewat *peer review* (pemeriksaan rekan) atau diskusi kelompok dan mencari masukan dari tutor dan fasilitator.

3. Hasil dan Pembahasan

Tujuan penelitian yang pertama adalah melakukan difusi inovasi tahap 1, yaitu mengupayakan agar ada penerbit

media massa yang mau menerbitkan artikel dwi-bahasa. Karena rubrik dwi-bahasa belum pernah diterbitkan di Bengkulu, kecuali rintisan Saraswati, maka diperlukan upaya membentuk kemitraan dengan penerbit koran lokal. Selama beberapa minggu peneliti berkeliling melakukan upaya guna mencari perintis, yaitu penerbit media massa di Kota Bengkulu yang bersedia bermitra menerbitkan rubrik *bilingual* (dwi-bahasa). Lobi yang intensif dilakukan kepada 4 penerbit, masing-masing sebanyak 4 kali, terhadap pemimpin umum dan pemimpin perusahaan. Dalam lobi, penulis menyampaikan pentingnya penerbitan rubrik dwi-bahasa guna (1) meningkatkan daya saing SDM Indonesia, dengan mengembangkan kemampuan (a) menulis dalam bahasa Inggris pada mahasiswa, (b) membaca dalam bahasa Inggris pada masyarakat, (2) mendukung program pengenalan bahasa Indonesia kepada warga asing, dan (3) mendukung program Bengkulu sebagai kota internasional. Peneliti juga menjelaskan hasil survei Arasuli dan Suwarno tahun 2003 dan 2004, yang menunjukkan bahwa para pejabat kunci di berbagai lembaga pemerintahan dan bisnis di 4 daerah tingkat 2 menginginkan rubrik tersebut.

Pada 3 penerbit, upaya tersebut tidak berhasil, sekalipun peneliti telah berupaya meyakinkan para pemimpin umum dan pemimpin perusahaan. Salah satu alasan yang dikemukakan adalah bahwa "Bengkulu bukan Bali." Bali adalah wilayah yang banyak mendapatkan kunjungan wisatawan mancanegara (wisman), sementara Bengkulu tidak banyak dikunjungi oleh wisman. Jadi, jawaban tersebut menyiratkan bahwa kebutuhan untuk meningkatkan penguasaan bahasa Inggris di masyarakat belum mendesak.

Sebenarnya, asumsi tersebut tidak tepat, karena Saraswati (2005) menunjukkan bahwa India menjadi pemasok SDM terampil peringkat pertama di dunia, antara lain karena para SDM India fasih berbahasa Inggris.

Namun, akhirnya didapatkan satu penerbit yang antusias untuk membangun kemitraan, yaitu penerbit harian "Berita Marlborough." Hanya dalam dua pertemuan, satu kali dengan pemimpin umum, dan satu kali dengan pemimpin perusahaan, dapat dicapai kata sepakat untuk menerbitkan rubrik dwi-bahasa. Kemitraan bersifat *win-win* (saling menguntungkan). Harian "Berita Marlborough" menyediakan ruangnya, sementara peneliti bertanggung jawab penuh untuk mengisi rubrik secara berkala. Peneliti juga bertanggung jawab penuh untuk melakukan *editing* (suntingan), sehingga naskah yang masuk ke penerbit sudah siap *lay out* (tata letak), yaitu sudah diedit sepenuhnya sehingga bisa langsung diserahkan kepada bagian *lay-out*. Selama 10 edisi peneliti membeli 25 eksemplar per edisi untuk arsip dan sebagai bahan demonstrasi untuk berbagai komunitas, termasuk komunitas akademik. Peneliti menamakan rubrik tersebut "The Marlborough Chronicle." Sekalipun namanya mirip, namun sebelum bertemu dengan pemimpin redaksi "Harian Marlborough," peneliti memang sudah memilih nama tersebut.

Langkah selanjutnya adalah memilih bentuk tulisan dan waktu terbit. Ada beberapa pilihan bentuk tulisan, yaitu berita, cerpen, atau artikel. Waktu penerbitan bisa antara seminggu dua kali sampai dua minggu sekali. Dalam hal ini, keteraturan terbit merupakan salah satu kriteria bisnis jurnalistik yang perlu ditepati. Setelah melakukan kajian seksama menyangkut (1) kesiapan penulis, yaitu para mahasiswa D3 bahasa

Inggris UNIB untuk menyerahkan naskah, (2) waktu yang diperlukan editor untuk melakukan revisi dan suntingan, disimpulkan bahwa bentuk tulisan yang optimal adalah artikel dan waktu terbitnya adalah sekali seminggu. Mengenai bahasanya, tetap dipilih dwi-bahasa, karena penelitian Arasuli dan Suwarno (2003, 2004) menunjukkan bahwa jenis itulah yang diminati oleh pelanggan/pembaca. Padahal, dalam dunia bisnis, pelanggan adalah raja/ratu, sehingga permintaan mereka merupakan faktor yang sungguh-sungguh harus diperhatikan.

Tujuan penelitian berikutnya adalah melakukan proses produksi penulisan, yang sekaligus merupakan pelatihan menulis artikel dwi-bahasa kepada satu kelas, yaitu kelas A semester 6 program D3 Bahasa Inggris. Untuk itu, setiap minggu, 8 kelompok mahasiswa di kelas tersebut ditugaskan menuliskan naskah artikel dwi-bahasa. Topik yang dibahas adalah topik yang menjadi perhatian publik; jadi bukan topik pelajaran bahasa, melainkan memang topik otentik/topik jurnalistik, sehingga tulisan yang dihasilkan juga tulisan otentik. Untuk memberi latar belakang atau *background knowledge*, kepada tiap kelompok dibagikan rubrik intensif, yaitu rubrik yang membahas suatu topik dalam beberapa halaman, dari berbagai harian, terutama "Kompas." Panjang tulisan kelompok mahasiswa 3 kuarto dengan spasi satu setengah, 1,5 kuarto untuk bahasa Indonesia dan 1,5 untuk bahasa Inggris.

Setiap naskah artikel dikembangkan melalui 3 tahap. Pada minggu pertama, kelompok mahasiswa menuliskan naskah awal untuk suatu topik. Selanjutnya, pada minggu kedua, naskah awal tersebut dibawa ke kelas untuk diperiksa secara silang oleh kelompok lain (*peer review*). Hasil

pemeriksaan silang dibawa ke rumah, disempurnakan, dan diserahkan sebagai naskah akhir kepada redaktur pada minggu ketiga. Dengan demikian, semua kelompok mahasiswa setiap minggunya melakukan 4 kegiatan, yaitu (1) menulis naskah awal untuk topik baru, (2) melakukan pemeriksaan silang pada naskah awal kelompok lain, (3) menerima naskah yang telah diperiksa oleh kelompok lain dan menyempurnakannya di rumah, (4) serta menyerahkannya sebagai naskah akhir pada minggu berikutnya. Di sini peneliti dan redaktur melakukan upaya terus-menerus guna memotivasi mahasiswa untuk melakukan revisi dan suntingan berkali-kali.

Penerbitan bersifat kompetitif. Redaksi setiap minggu menerima 8 naskah, masing-masing satu dari 8 kelompok mahasiswa, namun hanya naskah terbaik yang diterbitkan. Walaupun sudah termasuk kategori "terbaik," namun kenyataannya naskah-naskah tersebut masih harus mengalami revisi dan suntingan berulang kali.

Penyebabnya ada dua. Yang pertama, masih ada kecenderungan melakukan *literal translation* (terjemahan harfiah), khususnya pada kalimat yang sulit, sehingga pengungkapannya dalam bahasa Inggris menjadi kurang wajar. Yang kedua, ada keterbatasan dalam penguasaan kosa kata, yang membuat ungkapan dalam bahasa Indonesia tidak bisa diungkapkan secara memadai dalam bahasa Inggris. Namun demikian, berkat upaya yang tak kenal letih dari para editor, akhirnya berhasil diterbitkan sepuluh artikel, yang ditampilkan dalam tabel 1. Kinerja kelompok bervariasi. Ada kelompok yang berhasil menerbitkan artikel beberapa kali, yaitu kelompok 2 (4 kali), kelompok 1 (2 kali), dan kelompok 5 (2 kali). Ada kelompok yang meloloskan 1 artikel,

yaitu kelompok 4 dan 7. Namun, ada juga kelompok yang tidak meloloskan satu artikel pun, yaitu kelompok 3, 6, dan 8. Anehnya, diantara kelompok yang gagal ini, anggota-anggotanya ada yang memiliki IP tinggi, bahkan tertinggi untuk angkatan yang bersangkutan. Hal ini membuktikan bahwa hasil penulisan tidak hanya bergantung pada kecerdasan, namun lebih pada usaha.

Tabel 1. Daftar Artikel yang Terbit

No	M.C. Th. I, No ..	Judul/Title	Kelompok Penulis
1.	1	Penyelamatan Energi/ <i>Energy Conservation</i>	Kelompok 2
2.	2	Selamatkan Hutan Kita Sekarang/ <i>Save Our Forest Now</i>	Kelompok 1
3.	3	Sektor Informal, Penyelamat yang Terlupakan/ <i>The Informal Sector: The Forgotten Savior</i>	Kelompok 2
4.	4	Bengkulu Kota Pelajar/ <i>Bengkulu as a Student City</i>	Kelompok 1
5.	5	Anarki: Sisi Negatif Demokrasi/ <i>Anarchy: The Negative Side of Democracy</i>	Kelompok 4
6.	6	Tenaga Kerja: Masa Depan Suram/ <i>Labor: A Bleak Future</i>	Kelompok 7
7.	7	Pariwisata: Tulang Punggung Masa Depan/ <i>Tourism: The Future Economic Backbone</i>	Kelompok 2
8.	8	Mengembalikan	Kelompok

		Investasi ke Indonesia/ <i>Returning Investment to Indonesia</i>	5
9.	9	Internet: Kebutuhan yang Tak Terelakkan/ <i>Internet: An Indispensable Need</i>	Kelompok 5
10.	10	Pendidikan Gratis Belum Tercapai/ <i>Free Education: Still Not Attained</i>	Kelompok 2

MC: The Marlborough Chronicle

Didapatkan juga bahwa penulisan dwi-bahasa ini merupakan pelatihan yang amat baik bagi semua pihak, baik peneliti maupun mahasiswa, untuk menepati komitmen. Setelah kesepakatan disepakati dengan penerbit, maka 1 artikel harus siap terbit setiap minggunya, *rain or shine* (apa pun yang terjadi). Ketepatan waktu ini merupakan pembelajaran yang amat berharga jika kelak para mahasiswa terjun di dunia kerja karena salah satu kompetensi yang dituntut di era globalisasi adalah *sense of time* (kesadaran akan waktu) (Saraswati, 2001). Sekalipun sempat terhenti sebentar setelah publikasi artikel 1, penerbitan artikel 2 sampai 10 dapat berlangsung tepat waktu, yaitu seminggu sekali.

Dalam penelitian ini, dapat diidentifikasi dua masalah baru. Masalah yang pertama adalah bahwa penerbitan media massa dwi bahasa mensyaratkan tersedianya redaktur yang menguasai bahasa Inggris dan sekaligus merupakan penulis. Dari upaya mencari redaktur lain, didapati bahwa kombinasi tersebut merupakan hal yang jarang didapati, khususnya di kota Bengkulu. Terdapat

banyak dosen dan guru bahasa Inggris, namun mereka kurang tertarik atau berpengalaman menekuni bidang tulis-menulis di media massa. Banyak juga terdapat redaktur dan wartawan, namun mereka kurang menguasai bahasa Inggris. Oleh karenanya, mungkin diperlukan kajian khusus untuk mengembangkan kapasitas dosen dan guru serta redaktur dan wartawan menjadi redaktur tulisan berbahasa Inggris atau dwi-bahasa.

Masalah yang kedua adalah bahwa sebuah penerbitan tidak dapat terus-menerus bertumpu pada kesukarelaan atau subsidi. Jika sebuah penerbitan diharapkan untuk lestari, diperlukan upaya khusus untuk mendapatkan *income*/pemasukan. Pemasukan ini selanjutnya dipergunakan untuk biaya operasi, misalnya (1) memberikan uang lelah kepada redaktur, (2) memberikan uang lelah atau sekurangnya ganti ongkos cetak kepada penulis, (3) membantu biaya operasi penerbitan. Untuk itu, salah satu cara yang dapat ditempuh adalah mencari iklan. Namun, agar para pelanggan mau memasang iklan, rubrik tersebut perlu dikembangkan menjadi suplemen dwi-bahasa penuh. Penuh di sini artinya ruangnya memenuhi sekurangnya satu halaman, sehingga dapat memuat berbagai jenis tulisan, yaitu artikel, *feature*, berita, (mungkin) cerpen, dan iklan. Iklan (yang mendukung suplemen dwi-bahasatersebut) amat penting agar suplemen tersebut mendapatkan pemasukan. Selain itu, waktu terbitnya mungkin beberapa kali seminggu. Untuk mengembangkan rubrik menjadi suplemen tersebut diperlukan penelitian lanjutan.

Penelitian lanjutan ini pada hakekatnya melanjutkan tahapan pengembangan produk (Guiltinan dan Paul, 1992) ke tahap 5 sampai 10, yaitu

sampai introduksi ke pasar. Selain itu penelitian lanjutan ini melanjutkan difusi inovasi ke yang paling strategis, ke tahap 2, yaitu mengupayakan penerimaan oleh *early adopters* (peminat awal), yang berupa para penentu kebijakan di berbagai lembaga pemerintah dan bisnis di Bengkulu. Peran *early adopters* amat strategis karena mereka adalah pencipta opini dalam masyarakat. Sekalipun *early adopters* adalah *trend-setter* lapis kedua, boleh dikatakan merekalah yang sesungguhnya merupakan kelompok yang memungkinkan bagian masyarakat selebihnya untuk mengikuti jejak memakai produk baru.

4. Kesimpulan dan Saran

Melalui pendekatan multidisiplin, yaitu pembelajaran bahasa, jurnalistik, dan manajemen, rubrik dwi-bahasa "The Marlborough Chronicle" dapat dikembangkan melalui kerjasama dengan penerbit media lokal, "Berita Marlborough," yang menyadari pentingnya meningkatkan daya saing SDM Indonesia, di antaranya melalui pengembangan penguasaan bahasa Inggris pada warga masyarakat.

Sesuai dengan perkembangan globalisasi yang makin pesat, adalah amat strategis bagi pengembangan SDM Indonesia pada umumnya, dan di Bengkulu pada khususnya, jika rubrik dwi-bahasa tersebut dapat ditingkatkan menjadi suplemen dwi-bahasa penuh dengan jenis tulisan yang bervariasi (artikel, berita, *feature*, dan cerita, serta iklan), serta bisa terbit lebih dari satu kali seminggu. Untuk itu diperlukan kegiatan penelitian lanjutan, yang tetap akan merupakan penelitian multidisiplin, dengan menggabungkan teori pembelajaran menulis dalam bahasa Inggris (Nunan, 1988, Reid, 1988, Rogers, 2002), jurnalistik (Wolseley, 1969, Marahimin, 1994) dan manajemen, yaitu

metode pengembangan produk baru (Guiltinan dan Paul, 1992) dan difusi inovasi {Rogers dan Shoemaker (1971), dalam Kotler dan Armstrong (1997)}. Pendekatan multidisiplin amat diperlukan pada penelitian kontemporer, mengingat berbagai masalah dalam masyarakat memerlukan pendekatan multidisiplin untuk mengatasinya (Saraswati, 2002).

Pada pengembangan produk baru (Guiltinan dan Paul, 1992), penelitian ini telah mencapai tahap 4, yaitu menguji konsep suplemen dwi-bahasa, dengan menghasilkan rubrik dwi-bahasa, yang merupakan suplemen mikro. Diharapkan, agar pada penelitian selanjutnya, proses pengembangan produk dapat dilanjutkan, dengan mengembangkan suplemen mikro tersebut menjadi suplemen *bilingual* penuh, melalui tahapan, (5) melakukan analisis kelayakan teknis, (6) membuat prototipe suplemen *bilingual*, (7) menguji produk, (8) melakukan analisis kemampu-labaan, (9) melakukan pemasaran uji, (10) melakukan introduksi ke pasar.

Pada metode difusi inovasi Rogers dan Shoemaker, dalam Kotler dan Armstrong (1997), penelitian ini berupaya meraih perintis, yaitu penerbit yang bersedia bermitra. Diharapkan agar, pada penelitian selanjutnya, diupayakan merangkul segmen konsumen yang amat strategis, yaitu para *early adopters* (peminat awal), berupa para pelanggan pada lembaga institusi pemerintahan dan bisnis, agar mereka mau menjadi pelanggan dan memasang iklan pada suplemen *bilingual*, guna menjamin kelangsungan hidup media dwi-bahasa. Seperti diketahui, penerimaan *early adopters* (peminat awal) merupakan kunci bagi penerimaan segmen pelanggan yang lainnya.

Pengembangan suplemen dwi-bahasa penuh tersebut memiliki 4 tujuan

strategis. Tujuan pertama adalah mengembangkan media tersebut menjadi mandiri, yaitu dapat membiaya dirinya sendiri. Tujuan kedua adalah mengembangkan penguasaan bahasa Inggris di masyarakat, (a) dalam aspek menulis, kepada para mahasiswa bahasa Inggris dan jurnalistik, (b) dalam aspek membaca, kepada warga masyarakat dalam rangka meningkatkan daya saing SDM Indonesia di era globalisasi. Tujuan ketiga adalah memperkenalkan bahasa Indonesia kepada orang asing, untuk meningkatkan kedudukan bahasa Indonesia, dari bahasa nasional ke bahasa regional dan bahasa internasional. Tujuan terakhir, yang barangkali terpenting, adalah meningkatkan kinerja penerbit lokal maupun mahasiswa, agar siap bersaing di mandala regional dan global.

Ucapan terima kasih

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya disampaikan kepada Dirjen Dikti Depdiknas, yang telah berkenan menjadi penyandang dana yang memungkinkan penelitian ini.

Pustaka Acuan

- Arasuli, 2003. Sikap Pejabat Senior di Kalangan Pemerintahan dan Bisnis di Kota Bengkulu terhadap Bahasa Inggris. Laporan Penelitian. Bengkulu: Universitas Bengkulu.
- Arasuli, 2004. Sikap Pejabat Senior di Kalangan Pemerintahan dan Bisnis di Berbagai Kabupaten di Provinsi Bengkulu terhadap Bahasa Inggris. Laporan Penelitian. Bengkulu: Universitas Bengkulu.

- Dardjowidjojo, Soenjono. 2003. *Rampai Bahasa, Pendidikan, dan Budaya: Kumpulan Esai*. Pengantar oleh Anton Moeliono. Jakarta: Yayasan Obor.
- Dulay, H., M. Burt, and S. Krashen. 1982. *Language Two*. New York: Oxford University Press.
- Gay, L.R. 1990. *Educational Research: Competencies for Analysis and Application*. Third Edition. Singapore: McMillan.
- Guilltinan, J. P. dan G.W. Paul 1992. *Strategi dan Program Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Terjemahan Agus Maulana. Jakarta: Erlangga.
- Keraf, Gorys. 1990. *Komposisi*. Ende: Nusa Indah.
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 1997. *Marketing: An Introduction*. Second Edition. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.
- Mappatoto, A.B. 1993. *Siaran Pers*. Jakarta: Gramedia.
- Marahimin, Ismail. 1994. *Menulis Secara Populer*. Jakarta: Pustaka Jaya.
- Nunan, D. 1991. *Language Teaching Methodology*. New York: Prentice Hall.
- Pekerti, Anugerah. 1998. *Globalisasi, Pembelajaran, dan Kemanusiaan*. Dalam Sopater dkk. (eds.).
- Reid, Joy M. 1988. *The Process of Composition*, Second Edition. Englewood Cliffs, N.J. Prentice Hall.
- Rogers, Angela. 2002. Teaching Academic Writing: A Workshop Approach. Paper presented at the 50th TEFLIN International Conference. Surabaya: Widya Mandala.
- Sopater, S., B. Subandriyo, dan Sutarno. 1998. *Pembelajaran Memasuki Era Kesejagatan*. Jakarta: Sinar Harapan.
- Saraswati, Widya. 2001. "Education: Key to human resource development/ Pendidikan: Kunci pengembangan sumber daya manusia," *Benteng Pos*, no. 20, th. 03, 04-13 Oktober 2001.
- Saraswati, Widya. 2002. "Mengembangkan Kompetensi di Era Globalisasi," *Sinar Harapan*, 4 Mei.
- Saraswati, Widya. 2005. *Multilingualisme untuk menghadapi Gobalisasi tanpa Kehilangan Jati Diri*. Naskah Bunga Rampai. Sedang disiapkan untuk penerbitan.
- Suwarno, B. 2004. *Sikap Pejabat Senior di Kalangan Pemerintahan dan Bisnis di Kabupaten Bengkulu Utaraterhadap Bahasa Inggris*. Naskah artikel jurnal.
- Wolseley, R.E. 1969. *Understanding Magazines*. Second edition. Ames, Iowa: Iowa University Press.

Notulen Seminar

Moderator : Drs. Agus Joko Purwadi,
M.Pd

Notulis : Mei Hardiah, S.S.,M.A

Yessi Travolta (Mahasiswa S1
Pendidikan Bahasa Inggris FKIP UNIB)

Pertanyaan:

Siapakah sasaran dari rubrik Dwi-Bahasa
yang diterbitkan di koran lokal

Jawaban:

Dari penelitian yang pernah dilakukan
targetnya adalah siswa dari tingkatan
SMP sampai Universitas dan masyarakat
umum yang tertarik untuk mempelajari
Bahasa Inggris, namun perlu dipikirkan
pula rubrik Dwi-bahasa untuk tingkat
elementary (anak-anak).

Fyngky Oktadistio (Mahasiswa S1
Pendidikan Bahasa Inggris)

Pertanyaan:

Bagaimana jika rubrik dwi bahasa ini
malah membuat orang semakin tidak
tertarik untuk belajar bahasa Inggris
karena sudah tersedia dalam Bahasa
Indonesia?

Jawaban:

Sebenarnya adanya rubrik dwi bahasa ini
diharapkan juga untuk mensosialisasikan
Bahasa Indonesia terutama bagi orang
asing yang membaca media lokal ini,
mengenai kemungkinan yang saudara
sampaikan memang tidak dapat kita
pungkiri namun kalau dilihat lagi manfaat
bagi orang yang ingin belajar bahasa
Inggris maka akan sangat membantu.

Dio Aristama, Rut Dilla (Mahasiswa S1
Pendidikan Bahasa Indonesia dan
bahasa Inggris)

Pertanyaan:

Apa manfaat rubrik dwi-bahasa bagi
pembaca dan kenapa masih terdapat
penolakan dari penerbit untuk
memasukkan rubrik dwi bahasa ini?

Jawaban:

Rubrik ini dapat dimanfaatkan sebagai
sarana dan media untuk belajar bahasa
Inggris, penolakan dari pihak penerbit
karena banyak pertimbangan seperti
alasan biaya, politis dll.