



Peran Bahasa Indonesia dan Ekonomi Kreatif dalam Mengembangkan Produk Budaya Lokal Lampung

Ayu Marshella Sabina ^{1*}, Balqis Maharani Mumtaz ², Gusti Setiawati Surya S ³, Ria Sawitri ⁴, Amnah Amnah ⁵

¹⁻⁵ Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Indonesia

Email: ayushellasabina@gmail.com ^{1*}, balqismmumtaz23@gmail.com ², setiawatigusti08@gmail.com ³, riaasawitri12@gmail.com ⁴, amnah@darmajaya.ac.id ⁵

Abstract, Indonesian language and creative economy play a significant role in the development of local cultural products in Lampung, which include various cultural elements such as tapis cloth, culinary specialties of seruit, and traditional martial arts. This study uses a qualitative method with an ethnographic approach to explore Lampung's local culture and how this culture can be promoted through the creative economy sector. Data were obtained through a review of relevant, credible, and up-to-date literature. The results of the study indicate that Indonesian language plays an important role as a means of communication, education, and promotion to support the development of local culture. Meanwhile, the creative economy provides encouragement for product innovation, community empowerment, marketing, and distribution of Lampung's cultural products in the global market. Lampung, as a province with rich cultural diversity, has a great opportunity to increase its competitiveness and economic value through strategic collaboration between the effective use of Indonesian language and strengthening the creative economy. However, challenges such as the influence of globalization and the lack of public awareness of preserving local culture need to be overcome. The method used in this study is a qualitative method with an ethnographic study approach and the objects studied include Lampung's local culture, such as Tapis cloth, dance, and culinary specialties of Lampung, one of which is seruit.

Keywords: Indonesian, creative economy, local culture, Lampung, innovation, promotion.

Abstrak, Bahasa Indonesia dan ekonomi kreatif memainkan peran signifikan dalam pengembangan produk budaya lokal di Lampung, yang mencakup berbagai elemen budaya seperti kain tapis, kuliner khas seruit, dan seni bela diri tradisional. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi untuk menggali budaya lokal Lampung dan bagaimana budaya ini dapat didorong melalui sektor ekonomi kreatif. Data diperoleh melalui kajian pustaka yang relevan, kredibel, dan mutakhir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bahasa Indonesia memegang peranan penting sebagai alat komunikasi, pendidikan, dan promosi untuk mendukung pengembangan budaya lokal. Sementara itu, ekonomi kreatif memberikan dorongan pada inovasi produk, pemberdayaan masyarakat, pemasaran, serta distribusi produk budaya Lampung di pasar global. Lampung, sebagai provinsi dengan keanekaragaman budaya yang kaya, memiliki peluang besar untuk meningkatkan daya saing dan nilai ekonomi melalui kolaborasi strategis antara penggunaan Bahasa Indonesia yang efektif dan penguatan ekonomi kreatif. Namun, tantangan seperti pengaruh globalisasi dan minimnya kesadaran masyarakat terhadap pelestarian budaya lokal perlu diatasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi etnografi dan objek yang diteliti meliputi budaya lokal Lampung, seperti kain Tapis, tarian, serta kuliner khas Lampung, salah satunya seruit.

Kata kunci: Bahasa Indonesia, ekonomi kreatif, budaya lokal, Lampung, inovasi, promosi.

1. PENDAHULUAN

Indonesia memainkan kiprah yang sangat krusial pada proses pembangunan bangsa. Sebagai bahasa resmi dan sarana komunikasi utama, Bahasa Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai simbol identitas nasional yang menyatukan berbagai suku, budaya, dan agama di seluruh Nusantara. Meskipun demikian, dalam perkembangannya, peran Bahasa Indonesia dalam pembangunan bangsa menghadapi beberapa tantangan, seperti dampak globalisasi yang dapat mengancam kelestarian bahasa dan budaya

lokal. Bangsa Indonesia, dengan berbagai corak, bentuk dan ciri khas budaya daerahnya mempunyai potensi yang beragam untuk mengembangkan nilai-nilai budaya yang menjadi sumber kekayaan bangsa. (Isbandiyah & Supriyanto, 2019). Bahasa Indonesia, sebagai bahasa yang menyatukan bangsa, memiliki peran krusial dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor ekonomi kreatif. Di tengah era globalisasi ini, ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor yang penting untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memajukan negara. Produk budaya lokal, yang merupakan elemen utama dalam ekonomi kreatif, memiliki potensi besar untuk dikembangkan dan dipasarkan ke pasar global.

Menurut UK DCMS Task Force (1998:4) dalam Fitria (2021), industri kreatif atau ekonomi kreatif adalah sektor yang berakar pada kreativitas pribadi, keterampilan dan bakat yang berpotensi untuk menghasilkan kekayaan dan lapangan kerja melalui pemanfaatan serta pengembangan kekayaan intelektual dan kreativitas pribadi. Sedangkan Menurut Simatupang (2007) dalam Fitria (2021) Industri kreatif yang berbasis pada unsur dasar setiap individu: bakat, keterampilan, dan kreativitas. Bahan utama industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan bakat, serta berpotensi meningkatkan kekayaan dengan menghasilkan kreasi intelektual. Ekonomi kreatif dapat mencakup berbagai sektor, seperti seni, budaya, desain, kuliner, fashion, teknologi informasi dan komunikasi, dan lain sebagainya.

Pengembangan ekonomi kreatif di Lampung perlu mempertimbangkan ciri khas budaya lokal, agar produk budaya yang dihasilkan memiliki nilai tambah serta daya saing di pasar global. Salah satu strategi utama untuk mencapai tujuan ini adalah dengan menggunakan bahasa Indonesia secara efektif.

Berdasarkan data dari Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF), pada tahun 2023, sektor ekonomi kreatif di Indonesia berkontribusi sebesar 3,9% terhadap PDB nasional dan nilai tambah ekonomi kreatif mencapai Rp 1.414,77 triliun serta menyerap 24,92 juta tenaga kerja. Di Provinsi Lampung, sektor ekonomi kreatif berkontribusi sebesar 72,32% terhadap PDB provinsi pada tahun 2020 (Sumber : disparekraf.lampungprov). Lampung merupakan sebuah wilayah dan sukuberbahasa Lampung. Secara tradisional, masyarakat Lampung tidak hanya terbatas di Provinsi Lampung, tetapi juga mencakup komunitas di daerah Danau Ranau, Muaradua, Komerling, hingga Kayu Agung di Provinsi Sumatera Selatan. Lampung memiliki potensi besar dalam mengembangkan ekonomi kreatif, terlihat dari banyaknya pelaku usaha kreatif yang memproduksi berbagai produk budaya lokal. Lampung, sebuah pulau di Sumatra, kaya akan budaya yang beragam dan unik. Budaya Lampung, beserta kearifan lokal yang terpelihara dengan baik, dapat menjadi sumber inspirasi dalam mengembangkan produk budaya lokal yang inovatif dan kreatif. Potensi ekonomi kreatif di Lampung sangat besar, yang

tercermin dari banyaknya pelaku usaha kreatif yang menghasilkan beragam produk budaya lokal, seperti rumah adat, kain tapis, makanan khas, dan tarian tradisional Lampung.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan etnografi. Penelitian etnografi merupakan suatu pendekatan dalam penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menyelidiki kebudayaan yang ada pada suatu kelompok tertentu. Pendapat tersebut sejalan dengan Saryono dan Anggraeni (2011) dalam Isbandiyah & Supriyanto (2019), yang berpendapat bahwa penelitian etnografi bertujuan untuk mengungkap budaya yang berlaku dalam suatu kelompok. Tujuan penggunaan mengeksplorasi makna yang berbeda dan memberikan pemahaman baru terhadap objek kajian. Dalam penelitian ini, objek yang diteliti meliputi budaya lokal Lampung, seperti kain Tapis, tarian, serta kuliner khas Lampung, salah satunya seruit. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kajian pustaka, yaitu dengan mengumpulkan berbagai sumber referensi seperti buku, artikel, surat kabar yang berkaitan dengan objek yang diteliti. Teknik pengumpulan data yang lainnya yaitu berupa foto/gambar.

Sumber-sumber yang digunakan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan tiga kriteria, yaitu relevansi, kredibilitas, dan kekinian. Relevansi berkaitan dengan kesesuaian sumber dengan topik penelitian. Kredibilitas mengacu pada keandalan serta reputasi penulis atau lembaga yang menerbitkan sumber tersebut. Sementara itu, kekinian merujuk pada kebaruan informasi yang terkandung dalam sumber tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Produk Budaya Lokal Lampung

Lampung mempunyai kekayaan budaya yang sangat beragam dan unik, dengan berbagai produk budaya lokal yang bernilai ekonomi dan budaya tinggi. Beberapa contoh produk budaya lokal Lampung yang mempunyai potensi besar untuk pengembangan ekonomi kreatif antara lain:

- Kain Tapis merupakan salah satu kerajinan tradisional suku Lampung yang berbentuk sarung yang diberi sulaman atau bordir (sumber id.m.wikipedia.org). Motif kain tapis berbeda-beda tergantung kebutuhan ritual adat. Pola kain yang digunakan mencerminkan posisi pemakainya dalam prosesi adat tersebut. Kain tapis dapat dibedakan berdasarkan lima kelompok masyarakat adat Lampung: Abun Siwo Mego, Tulang Bawang, Mego

tertutup dan sakral, dengan filosofi untuk melindungi tamu agung dari ancaman bahaya yang bisa datang kapan saja (harianhaluan.com, 2023).



Gambar 3 : Pencak Silat (Desa Batu Raja Lampung)

Bahasa Indonesia dan ekonomi kreatif memiliki peran penting dalam mengembangkan produk budaya lokal Lampung. Berikut adalah beberapa aspek perannya:

Peran Bahasa Indonesia

1 Komunikasi dan Dokumentasi:

- Bahasa Indonesia berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif untuk mendokumentasikan dan menyebarkan informasi tentang budaya lokal.
- Memudahkan kolaborasi antara berbagai pihak, seperti seniman, pengrajin, dan pemerintah.

2 Pendidikan dan Pelatihan

- Penggunaan bahasa Indonesia dalam pendidikan membantu generasi muda memahami dan melestarikan budaya Lampung.
- Program pelatihan dalam bahasa Indonesia dapat meningkatkan keterampilan masyarakat dalam menciptakan produk budaya.

3 Promosi dan Pemasaran*:

- Bahasa Indonesia digunakan dalam promosi produk budaya lokal, baik melalui media sosial, website, maupun pameran.

- Meningkatkan daya tarik produk budaya kepada masyarakat luas, termasuk wisatawan.

Peran Ekonomi Kreatif

1 Inovasi Produk :

- Ekonomi kreatif mendorong inovasi dalam menciptakan produk budaya baru yang memadukan tradisi dan modernitas.
- Misalnya, pengembangan kerajinan tangan yang memanfaatkan bahan lokal dengan desain kontemporer.

2 Pemberdayaan Masyarakat :

- Mendorong partisipasi masyarakat dalam industri kreatif, menyediakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan.
- Mengembangkan komunitas kreatif yang saling mendukung dan berkolaborasi.

3 Pemasaran dan Distribusi :

- Ekonomi kreatif membuka peluang untuk memasarkan produk budaya lokal ke pasar yang lebih luas, termasuk internasional.
- Membangun jaringan distribusi yang efisien untuk produk budaya Lampung.

4 Pengembangan Pariwisata:

- Produk budaya yang dikembangkan melalui ekonomi kreatif dapat menjadi daya tarik wisata, meningkatkan kunjungan wisatawan ke Lampung.
- Menyediakan pengalaman budaya yang otentik bagi pengunjung.

Berdasarkan penjelasan di atas bahwasannya kolaborasi antara bahasa Indonesia dan ekonomi kreatif sangat penting dalam mengembangkan produk budaya lokal Lampung. Dengan memanfaatkan bahasa sebagai alat komunikasi dan ekonomi kreatif sebagai motor inovasi, produk budaya lokal dapat lebih dikenal, dilestarikan, dan diberdayakan secara ekonomi.

4. KESIMPULAN

Peran Bahasa Indonesia dan ekonomi kreatif sangat penting dalam mengembangkan produk budaya lokal Lampung. Bahasa Indonesia, sebagai bahasa pemersatu bangsa, memiliki peran strategis dalam memperkenalkan dan mempromosikan kekayaan budaya Lampung ke kancah global, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan nilai ekonomi produk budaya lokal. Di sisi lain, ekonomi kreatif menjadi sektor yang sangat potensial dalam menggali, mengembangkan, dan memasarkan produk budaya lokal, seperti kain tapis, tarian, dan kuliner khas Lampung. Dengan memanfaatkan potensi ini, baik melalui kreativitas, inovasi, maupun penguatan identitas budaya, Lampung dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta

memperkuat posisi budaya lokal di pasar global. Namun, tantangan seperti globalisasi dan perubahan pola pendidikan harus dihadapi dengan strategi yang tepat, salah satunya adalah dengan memanfaatkan Bahasa Indonesia secara efektif untuk menjaga kelestarian budaya dan memperkuat posisi ekonomi kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitria, F. (2021). Ekonomi kreatif berbasis budaya lokal. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 2(1), 27-34. Devianty, R. (2017). Bahasa sebagai cermin kebudayaan. *Jurnal tarbiyah*, 24(2).
- Pratama, R. S., Aditya, F., Daely, V. G., & Febriana, I. (2024). Peran Bahasa Indonesia Dalam Pembangunan Bangsa. *Morfologi: Jurnal Ilmu Pendidikan, Bahasa, Sastra dan Budaya*, 2(3), 65-71.
- Putrantijo, N., Repelita, T., Safari, R., Umami, N. K., & Herdianto, I. (2024). Peran dan fungsi bahasa Indonesia dalam pengembangan keilmuan, kebudayaan, dan karya sastra. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(3), 9512-9517.
- Safira, V., & Kurniawan, B. (2024). BAHASA INDONESIA DAN EKONOMI KREATIF: PERAN BAHASA DALAM MENGEMBANGKAN PRODUK BUDAYA LOKAL MADURA. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(7).
- Saing, S. A. (2023). Menjelaskan Peran Budaya dan Bahasa Dalam Membentuk Identitas Dirinya Melalui Berkhebinekaan Global dan Creativity Di Kelas 5. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 2(4), 595-610.
- Sirait, Z., & Maulana, C. (2021). Analisis Penggunaan Bahasa Indonesia Pada Konteks Percakapan Iklan Komersil di Radio. *JBSI: Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia*, 1(01), 56-64.
- Syarif, A., Rizky, M. J., Andrian, R., & Lumbanraja, F. R. (2021). Identifikasi Kain Tapis Lampung Menggunakan Ekstraksi Fitur Edge Detection (Canny) Dan Klasifikasi Probability Neural Network (Pnn). *Jurnal Pepadun*, 2(1), 115-125.