



TIDAK BOLEH SEMAUNYA MENGGUNAKAN: Gedung Gajah Mada Plaza menjadi Plaza Gajah

► PENERTIBAN NAMA

Menjaga Pahlawan agar Tetap Suci

Nama pahlawan dilarang dipakai untuk kepentingan bisnis. Sakralisasi, atau desakralisasi?

Bakarudin

Patut dan tidak patut, akhirnya, mengusir nama-nama pahlawan dari blantika perbisnisan Indonesia. Maka, lambat tapi pasti, pemerintah daerah mulai melakukan penertiban, agar para pengusaha menanggalkan nama pahlawan sebagai merek dagangnya.

Dan, perubahan pun mulai terjadi. Sebagai contoh, Gajah Mada Plaza — pusat perbelanjaan yang terletak di kawasan Kota, Jakarta Pusat — telah berubah nama sejak Agustus lalu. Jangan kaget, gedung yang semula amat mentereng menggunakan nama tokoh legendaris dalam catatan sejarah Nusantara itu mengalami degradasi nilai dalam nama. Bayangkan saja, si pemilik gedung akhirnya mengganti nama sang

patih Kerajaan Majapahit yang kondang dengan Sumpah Palapa-nya ini dengan nama yang lebih singkat dan memiliki kederaajaan yang lebih rendah. Pusat perbelanjaan yang sejak tahun 1977 bernama *Gajah Mada Plaza* berubah menjadi *Plaza Gajah*.

Tak lama lagi, pastilah sejumlah nama lain bakal berubah. Karena, nama Gajah Mada juga dipakai untuk sejumlah merek dagang: seperti bakmi, *dealer* mobil dan motor, panti pijat, serta sejumlah bidang bisnis lainnya. Begitu pula nama Hayam Wuruk — ada yang memakainya untuk panti pijat.

Boleh jadi, inilah konsekuensi yang harus ditanggung para pengusaha, karena telah "mencatut" ketenaran nama Gajah Mada untuk kepentingan bisnis. Kendati, sejatinya para pengusaha bukan tak

memiliki lisensi untuk memakai nama tersebut. Bukankah mereka mengajukan izin usahanya kepada pemerintah?

"Tujuan menggunakan nama pahlawan itu kan semata-mata untuk mengangkat nama pahlawan di mata internasional," kata D. Hongky, *deputy property manager* Gajah Mada Plaza.

Sesungguhnya, penertiban itu telah dilakukan sejak terbitnya Surat Menteri Dalam Negeri 16 Maret dan 30 Mei 1995. Alasannya, karena nama-nama pahlawan dan pejuang nasional digunakan tidak pada tempatnya. Anton M. Moeliono, seorang pakar bahasa Indonesia, melihat, kebijakan pemerintah semata-mata bertujuan menghormati mereka yang telah berjasa.

Lebih jauh Anton M. Moeliono mencontohkan, ada ketidakpantasan jika

nama Gajah Mada, yang begitu berjasa menyatukan kepulauan Nusantara di bawah naungan Kerajaan Majapahit, diidentikkan dengan bakmi. Di Jakarta, dan sejumlah propinsi di Indonesia, bakmi Gajah Mada memang sudah menjadi merek ternama. Cuma, kata Anton Moeliono, secara gramatikal, seharusnya bakmi di Jln. Gajah Mada. Ketidakpantasan juga, misalnya, berlaku bagi nama Ki Hadjar Dewantara yang digunakan untuk bengkel sepeda motor. "Jadi, masalah intinya memang cuma pantas dan tidak pantas," kata Anton M. Moeliono.

Bagi pengusaha, apa boleh buat, mau tidak mau harus menuruti kehendak pemerintah. Dan, konsekuensinya, mereka harus pula merogoh kocek. Sebab, untuk mengubah nama yang telah menjadi merek dagangnya, selain persoalan pada pengurusan perizinan, juga menyangkut bagaimana mempublikasikannya kepada masyarakat. Belum lagi persoalan administrasi yang mesti dipenuhi, seperti pembuatan kop surat dan penggantian billboard.

Sebagai misal, tatkala pemerintah mulai melarang penggunaan nama-nama asing untuk *real estate* dan merek dagang lainnya, pengusaha mesti membayar ongkos yang cukup mahal. Ir. Ciputra, bos Jaya Group, membutuhkan dana sekitar Rp 2 miliar untuk pengindonesiaan nama asing yang digunakan. Sedang, Mochtar Riady dari Lippo Group harus merogoh kocek sebesar Rp 5 miliar.

Itulah sebuah konsekuensi. Menjaga martabat memang penting. Tetapi, mengapa pemerintah mulai "mencuci" kebersihan bagi orang-orang yang telah begitu berjasa terhadap perjalanan sejarah bangsa Indonesia? Praktik-praktik bisnis yang memang amat sensitif dengan "pengkhianatan" terhadap kata kejujuran, keadilan, itu boleh jadi menjadi gelagat yang kurang menguntungkan bagi kesakralan nama seorang pelaku sejarah.

Kiranya benar apa yang dikatakan Anton M. Moeliono. Nama sebesar Hayam Wuruk dan Gajah Mada amat tidak pantas jika digunakan sebagai

tempat *amusement*. Sebab, pada praktiknya, selain menyajikan permainan, sejumlah *amusement* menggelar permainan yang berbau judi. Di sinilah rupanya pemerintah melihat, nilai kesakralan, kesucian, yang mesti dijaga dan dihormati, bisa tercemar, akibat ulah bisnis yang kotor.

Pada sisi lain, bagi bangsa Indonesia, para (pahlawan) tokoh bersejarah itu ditempatkan sebagai pribadi yang patut diteladani. Diperkirakan, jika namanya tercemar, masih patutkah mereka diteladani? Apalagi, belakangan, Menteri Pertahanan dan Keamanan Jendral (purn.) Edi Sudrajat sudah berkali-kali menegaskan: rakyat kini telah kehilangan orang-orang yang patut diteladani. Sebab, aparat pemerintah, kata Edi pada suatu kesempatan, lebih mementingkan kepentingan elite masyarakat ketimbang rakyat.

Di sinilah urgensi pembersihan nama para (pahlawan) dan tokoh bersejarah itu. Sebab, dengan demikian, kita masih bisa menengok masa lalu untuk menegakkan sendi-sendi kebangsaan, kenegaraan, yang jujur, bersih, dan berwibawa. Dari sisi bisnis, memang persoalan untung dan rugi selalu melahirkan sejumlah kiat dagang. Menurut Dr. Ariel Heryanto, staf

mendudukkannya pada persoalan benar atau salah," kata Ariel.

Persoalannya: penggunaan nama Gajah Mada, misalnya, harus juga diakui, memiliki dampak positif. Pasalnya, kata Ariel, generasi yang hidup jauh dari waktu kehidupan Gajah Mada akan bisa mengetahui siapa tokoh itu sebenarnya. Ariel memberikan ilustrasi. Jika tidak diperkenalkan, Gajah Mada tinggallah berada di teks-teks pelajaran sekolah.

"Apakah tidak pernah terbayangkan bagaimana kalau kita makan bakmi Gajah Mada sambil mendiskusikan Gajah Mada dengan pacar kita? Kalau seperti itu, apa bisa dianggap murahan?" tanya Ariel. Begitu pula dalam peringatan 17 Agustus, misalnya, sering kali mengambil suatu kegiatan dalam kehidupan sehari-hari. Seperti halnya agama, kata Ariel, tidak selalu ditempatkan di tempat-tempat yang suci, terpisah, dan terisolir dari kehidupan sehari-hari. "Saya cuma mengingatkan agar ada cara pandang yang berbeda. Tidak memutlakkan garis kebenaran dari satu sisi. Sebab, biarkanlah seluruhnya menjadi bagian dari sebuah kenyataan yang berlangsung setiap hari."

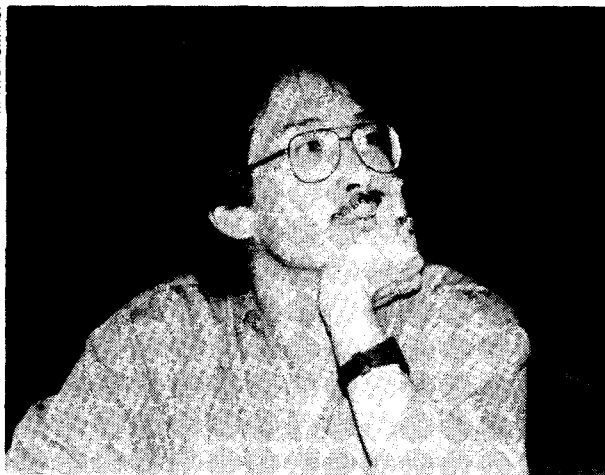
Fenomena penggunaan nama pahlawan untuk tempat-tempat komersial tidak cuma terjadi di Indonesia. Alasannya, karena memang para pahlawan itu terhormat. Tidak bisa dipandang apakah nasionalis atau sebaliknya. Sebab, tidak ada maksud dari mereka untuk menjelek-jelekkan tokoh yang digunakan. Bahkan Ariel melihat, kendati digunakan sebagai nama tempat lembaga pendidikan, unsur komersialnya tetap ada. "Jadi, saya lebih setuju kalau penggunaan nama pahlawan itu bukan sebagai pelarangan, tetapi sebagai kesadaran belaka. Orang tidak dipaksa, namun harus diyakinkan," katanya.

Sedang, Anton M. Moeliono lebih sepakat jika nama pahlawan lebih pantas digunakan untuk tempat-tempat yang lebih memiliki konteks kesejarahan. Nama Urip Sumohardjo, misalnya, pantas dipakai untuk gedung Departemen Pertahanan dan Keamanan.

Pada bagian lain, untuk menjaga etika, lanjut Anton M. Moeliono, yang juga konsultan Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa (PPPB), apabila masih ada keluarga dari para pahlawan, sudah seharusnya para pengusaha meminta izin terlebih dahulu kepada ahli warisnya. "Jadi, memang tidak boleh semaunya." □

Laporan: Arief Prasetyo, Firman Adi Yuwono, dan Imam Wahyu (Jakarta)

WAHYU PURWADI



BUKAN SOAL NASIONALIS ATAU TIDAK: Ariel Heryanto

pengajar Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga (Jawa Tengah), para pengusaha itu memang membongceng kewibawaan nama Gajah Mada, dan tak mungkin membongceng pada nama yang lebih kecil.

Itulah sebabnya Ariel Heryanto menilai, larangan yang dilakukan pemerintah memiliki rasionalitas yang patut dihargai. Tetapi, tentu saja, persoalan tidak sehitam-putih yang dibayangkan. "Saya tak ingin