

Pemanfaatan Bahasa Indonesia dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata

**Alleykhya Sabrina Firdiansyah¹, Afnizam Maghrifah², Darin Arina Nabihah³,
Nurul Awalushanah⁴, Yolanka Nurpadilah⁵, Mochamad Wilky Rizkyani⁶**

^{1,3,4,5,6} Program Studi Manajemen Industri Katering, Universitas Pendidikan Indonesia

²Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Pendidikan Indonesia

e-mail: alleykhya.sabrina79@upi.edu

Abstrak

Pariwisata menjadi salah satu sumber devisa utama pemerintah Indonesia karena memiliki potensi besar dalam meningkatkan sektor pariwisata. Pertumbuhan pariwisata mempengaruhi keuntungan devisa negara dan menciptakan lapangan kerja baru di daerah wisata. Dalam pengembangan destinasi pariwisata, komunikasi yang efektif dengan wisatawan sangat penting. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi peran Indonesia dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata, strategi pemanfaatan bahasa Indonesia, kendala, dan solusi dalam pemanfaatan bahasa Indonesia dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata. Metodologi penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan, dan menjelaskan permasalahan dengan mempelajari individu atau kelompok. Hasil survei menunjukkan bahwa bahasa Indonesia memiliki peran penting dalam peningkatan pengalaman wisatawan dan pengembangan pariwisata. Penggunaan Bahasa Indonesia dalam promosi wisata, pelatihan tour guide, penetapan nama dan petunjuk jalan, serta konten digital merupakan strategi yang telah dilakukan untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata. Penelitian ini menunjukkan bahwa bahasa Indonesia berperan penting dalam pengembangan destinasi pariwisata Indonesia.

Kata kunci: *Pengembangan, Pariwisata, Bahasa Indonesia, Wisatawan*

Abstract

Tourism is one of the main sources of foreign exchange for the Indonesian government because it has great potential to improve the tourism sector. Tourism growth affects the country's foreign exchange profits and creates new jobs in tourist areas. In developing tourism destinations, effective communication with tourists is very important. This research aims to identify the Indonesian language in increasing the competitiveness of tourist destinations, strategies, obstacles, and solutions to increasing the competitiveness of tourist destinations. The research methodology used is descriptive qualitative, which aims to

describe, and explain problems by studying individuals or groups. The survey results show that Indonesian language has an important role in improving tourist experiences and tourism development, in tourism promotion, tour guide training, determining street names and directions, and digital content to increase the competitiveness of tourist destinations. This research shows that language plays an important role in the development of Indonesian tourism destinations.

Keywords: *Development, Tourism, Indonesian Language, Tourists*

PENDAHULUAN

Salah satu pemegang ekonomi terbesar suatu negara adalah sektor pariwisata, selain itu pariwisata juga berkontribusi dan mempromosikan suatu warisan atau budaya negara yang telah ada sejak zaman dahulu kala maupun pariwisata baru lainnya. Pariwisata merupakan salah satu sumber devisa utama bagi pemerintah Indonesia. Sebagai negara kepulauan, Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan sektor pariwisata secara signifikan. Pertumbuhan sektor pariwisata ini dapat memengaruhi pendapatan devisa negara dan menciptakan lapangan kerja baru di daerah pariwisata (Rahma, 2013).

Budaya Indonesia memiliki untuk menciptakan banyak peluang, salah satunya yaitu promosi pada sektor pariwisata dengan meletakkan nilai-nilai khasnya, selain itu hal ini menjadi hal yang penting dalam mempromosikan pariwisata yang berkaitan erat dengan budaya.

Seiring dengan peningkatan jumlah wisatawan, kebutuhan untuk meningkatkan kualitas dan daya saing destinasi pariwisata juga semakin tinggi. Banyak faktor yang menjadi indikator daya saing antara pariwisata atau destinasi satu dengan lainnya, salah satunya adalah kemampuan pemandu wisata dalam berkomunikasi apakah efisien atau tidak. Pengembangan destinasi pariwisata tidak hanya melibatkan infrastruktur fisik semata, tetapi juga peran penting bahasa.

Bahasa merupakan sistem lambang bunyi yang dipilih dan digunakan oleh orang-orang di suatu wilayah untuk berkomunikasi. Keberadaan bahasa memungkinkan individu meminta bantuan dari orang lain. Manusia akan kesulitan berinteraksi satu sama lain jika tidak ada bahasa (Mitaviana, 2019).

Dalam konteks pariwisata, bahasa menjadi jembatan penting antara pengunjung dan destinasi pariwisata, selain itu bahasa menjadi lambang kekayaan budaya dan keberagaman yang menjadi daya tarik utama.

Pemanfaatan Bahasa Indonesia dalam pengembangan destinasi pariwisata mencerminkan peran strategisnya dalam memberikan pengalaman mendalam bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Penggunaan Bahasa Indonesia dengan tepat dapat membantu wisatawan memahami informasi tentang destinasi pariwisata, budaya lokal, dan adat istiadat masyarakat setempat. Menariknya, penggunaan Bahasa Indonesia yang mengikuti perkembangan menjadi hal yang signifikan, dimana setiap individu memiliki kemampuan untuk memahami dan menggunakan Bahasa Indonesia dengan tepat. Selain itu, penggunaan Bahasa Indonesia ini bersifat dinamis, yang mana membuat suatu industri pariwisata tersebut akan berkembang.

Dalam dunia pariwisata di Indonesia, akan dihadapkan pada 2 pilihan yaitu antara menggunakan bahasa asing atau penggunaan Bahasa Indonesia itu sendiri. Penggunaan dari salah satu bahasa tersebut tentu mempengaruhi dan memberikan nilai plus minus bagi industri pariwisata tersebut. Dalam penggunaan Bahasa Indonesia tentu memunculkan pengaruh positif maupun negative. Pengaruh positifnya adalah akan memunculkan banyak istilah atau kosakata baru dan juga terus terjaga identitasnya sebagai bahasa resmi negara. Sedangkan pengaruh negatifnya adalah walaupun sudah menggunakan Bahasa Indonesia tetapi dari segi produk ataupun branding lainnya masih menggunakan bahasa asing, hal ini terjadi karena adanya dampak globalisasi.

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan uraian diatas adalah untuk mengetahui bagaimanakah peran negara dalam memajukan dan meningkatkan daya saing dari suatu pariwisata, menciptakan strategi atau ide dalam penggunaan bahasanya yang sekiranya dapat memiliki value di wisatawan asing dan dapat menciptakan karakter pariwisata tersebut, kendala dalam pemanfaatan Bahasa Indonesia untuk meningkatkan daya saing destinasi pariwisata Indonesia, dan solusi untuk mengatasi kendala dalam pemanfaatan Bahasa Indonesia untuk meningkatkan daya saing destinasi pariwisata Indonesia. Artikel ini akan mengeksplorasi berbagai aspek pemanfaatan Bahasa Indonesia dalam pengembangan destinasi pariwisata.

Dengan pemahaman yang mendalam tentang pemanfaatan Bahasa Indonesia, diharapkan daya tarik destinasi pariwisata Indonesia di mata dunia dapat ditingkatkan, sambil juga mengidentifikasi potensi baru untuk pembangunan yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.

METODE

Metode deskriptif kualitatif-lah yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut pendapat Bogdan dan Taylor (2010), penelitian kuantitatif adalah “prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati”.

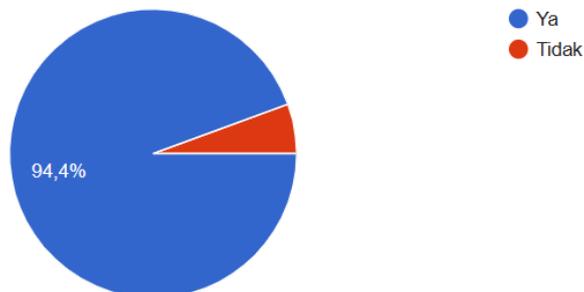
Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa metode deskriptif kualitatif merupakan pendekatan riset yang berakar dalam pemikiran postpositivisme. Pendekatan ini dimanfaatkan untuk menyelidiki dengan seksama keadaan alami suatu objek studi, di mana peran peneliti menjadi krusial. Pengumpulan data dilaksanakan melalui triangulasi, yakni memanfaatkan beberapa teknik pengumpulan data secara bersamaan. Analisis fakta ini dilakukan berdasarkan kualitatif yang mana lebih mementingkan pemahaman makna dari suatu konteks ketimbang hal-hal umum. Tujuan dari metode deskriptif kualitatif adalah menggambarkan, mengilustrasikan, menjelaskan, dan menguraikan permasalahan yang diteliti dengan memperhatikan individu, kelompok, atau kejadian secara menyeluruh.

Dalam hal ini pengumpulan data dilakukan dengan memanfaatkan teknologi berupa pengamatan dan pengisian kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

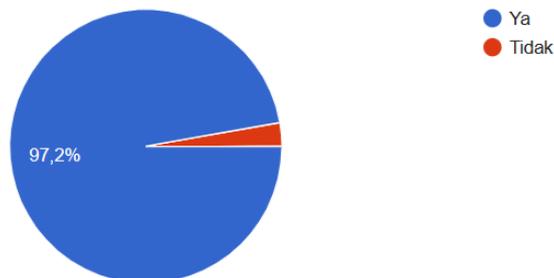
Hasil Penelitian Secara Umum

Pada penelitian pemanfaatan bahasa Indonesia dalam pengembangan destinasi wisata, yang menjadi objek penelitiannya adalah mahasiswa/i yang berjumlah 36 orang. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang dibagikan menggunakan *google form*. Berdasarkan hasil survey yang diperoleh, terdapat 34 orang (94,4%) setuju bahwa bahasa Indonesia dapat meningkatkan pengalaman wisatawan dalam pengembangan pariwisata, dan 2 orang (5,6%) tidak setuju dengan argumen itu.



Gambar 1. Diagram Hasil Survey Peran Bahasa Indonesia dalam Peningkatan Pengalaman Wisatawan

Sementara untuk argumen bahwa pemanfaatan bahasa Indonesia dalam pengembangan destinasi wisata dapat meningkatkan pemahaman dan apresiasi wisatawan terhadap budaya lokal, 35 orang (97,2%) setuju dan 1 orang (2,8%) tidak setuju.



Gambar 2. Diagram Hasil Survey Bahasa Indonesia dapat Meningkatkan Pemahaman dan Apresiasi Wisatawan Terhadap Budaya Lokal.

Analisis Deskriptif

Dari hasil analisis survey yang sebelumnya telah dilakukan, mendapatkan hasil bahwa bahasa Indonesia memiliki peran besar dalam memberikan pengalaman serta kesan terhadap wisatawan dan perkembangan pariwisata itu sendiri. Penambahan pengalaman di sini berarti memuaskan pariwisata ketika berkunjung, sehingga dapat menarik lebih banyak turis dan mengembangkan tempat pariwisata tersebut. Hal ini sejalan dengan strategi yang telah Indonesia lakukan dalam memanfaatkan bahasa Indonesia untuk meningkatkan

daya saing destinasi wisata di Indonesia. Salah satunya ialah dengan ditetapkannya UU no. 24 tahun 2009 pasal 36 ayat 1 -3.

Pemerintah dan industri pariwisata juga telah mengedepankan penggunaan Bahasa Indonesia dalam materi promosi wisata, termasuk situs web, brosur, video promosi, dan materi promosi lainnya yang ditujukan baik untuk pasar domestik maupun internasional. Mewajibkan Tour guide wisata menggunakan bahasa Indonesia sehingga para pengunjung dapat mengerti dengan jelas apa yang disampaikan oleh tour guide. Penetapan nama gedung, jalan dan petunjuk jalan menggunakan bahasa Indonesia juga telah diterapkan sebagian besar Industri pariwisata sehingga mempermudah para turis ketika sedang berwisata.

Para responden juga telah memberikan pemikiran mereka mengenai strategi yang akan mereka terapkan dalam pemanfaatan Bahasa Indonesia dalam pengembangan destinasi pariwisata. Hasil rangkuman dari beberapa strategi yang mereka berikan adalah :

1. Meningkatkan Literasi dan Penguasaan Bahasa Indonesia Lokal. Strategi ini penting untuk memperkuat identitas lokal dan memastikan bahwa komunikasi di antara masyarakat lokal dan wisatawan berjalan lancar.
2. Kolaborasi Bahasa, menggunakan Bahasa Indonesia yang dikolaborasikan dengan Bahasa Inggris dalam menjelaskan keberagaman budaya Indonesia membantu dalam memperluas pemahaman wisatawan. Hal ini akan memberikan Indonesia yang kaya akan budaya dapat memberikan citra positif.
3. Promosi dan Informasi dalam Bahasa Indonesia, dalam hal ini penting untuk menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar serta tidak menghilangkan identitas ramah dan kesantunannya. Hal ini termasuk penyediaan informasi, seperti papan tulisan, brosur, dan lainnya dalam Bahasa Indonesia. Dengan demikian, wisatawan akan lebih mudah memahami informasi mengenai destinasi pariwisata.
4. Konten Digital dalam Bahasa Indonesia: Fokus pada pengembangan konten digital menarik dalam Bahasa Indonesia. Ini dapat dilakukan melalui kolaborasi dengan influencer lokal dan pembuatan konten berupa blog, vlog, atau 1. artikel tentang destinasi wisata. Hal ini bertujuan untuk menarik minat wisatawan lokal dan meningkatkan pemahaman mereka tentang potensi wisata di Indonesia.
5. Lalu, menanggapi pertanyaan mengenai tempat wisata yang dimana para tour guide masih kental dengan bahasa daerahnya, mayoritas responden setuju bahwa kesulitan bahasa daerah dapat menghambat komunikasi saat berkunjung ke desa-desa. Dalam menghadapi masalah ini juga hanya memiliki 2 solusi dari para responden, yang pertama adalah dengan meminta seseorang yang mengerti untuk menerjemahkan. dan yang kedua adalah menggunakan teknologi seperti google translate. Namun, cara kedua ini tidak selalu bisa digunakan karena masih ada beberapa bahasa yang belum bisa diterjemahkan oleh google translate .

Dari penjelasan diatas, maka jelaslah bahwa peran bahasa Indonesia dalam pengembangan destinasi pariwisata khususnya di daerah-daerah yang masih terpencil sangat bermanfaat. Tidak hanya bagi pihak pengelola wisata yang belajar berbahasa Indonesia yang baik dan benar, jangkauan wisatawan yang datang juga akan lebih banyak.

Sehingga ketika jangkauan wisatawan meluas, maka destinasi wisata akan lebih dikenal dan akan menaikkan pendapat masyarakat sekitar.

Setiap perubahan yang diinginkan, pasti ada kendala dalam mewujudkannya. kendala tersebut bisa berupa dari Kurangnya inisiatif masyarakat dan pemerintah setempat, hal ini juga dipadukan dengan ketidaktahuan mereka tentang potensi ekonomi yang akan mereka dapatkan jika tidak menjadikan tempat mereka sebagai lokasi ramah bahasa Indonesia. Pemikiran kolot yang menganggap ketika berkunjung ke suatu daerah, semua hal termasuk bahasa daerah tersebut harus diperkenalkan secara maksimal tanpa memperhatikan keterbatasan kemampuan wisatawan dalam menggunakan bahasa daerah tersebut.

Setiap masalah pasti ada solusinya, begitu pula masalah yang ada diatas. Para responden telah memberikan beberapa solusi yang mereka pikirkan untuk menghadapi masalah diatas, solusi tersebut adalah :

1. Dilakukan pelatihan penggunaan bahasa Indonesia yang baik kepada para pemandu wisata, hal ini bertujuan untuk meningkatkan SDM..
2. Pemerintah harus membangun fasilitas yang mendukung seperti tempat pelatihan para pemandu lokal,
3. Membuat sebuah buku saku atau kamus kecil yang berisikan kosakata dan beberapa percakapan ringan dalam bahasa setempat sebagai rujukan bagi para wisatawan.

Lalu, Tanggung jawab siapakah untuk yang harus memperbaiki mengembangkan destinasi wisata? Jelas tanggung jawab semua orang, mulai dari orang lokal yang harus mau diajak bekerja sama untuk mengembangkan lokasi wisata, kita sebagai mahasiswa untuk membantu orang lokal, dan pemerintah dalam menyiapkan fasilitas yang dibutuhkan.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa bahasa Indonesia berperan penting untuk membangun destinasi pariwisata Indonesia. Dalam pengembangan destinasi pariwisata, penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar dapat meningkatkan pemahaman wisatawan tentang budaya lokal, sekaligus mempromosikan keragaman budaya Indonesia. Para responden menunjukkan kesadaran akan pentingnya strategi penggunaan bahasa Indonesia dalam pengembangan destinasi pariwisata, seperti meningkatkan literasi bahasa Indonesia lokal, kolaborasi dalam bahasa, promosi dan informasi dalam bahasa Indonesia.

Terdapat beberapa masalah dengan penggunaan bahasa Indonesia, seperti kurangnya upaya dari pemerintah dan masyarakat lokal, serta sikap yang mengabaikan keterbatasan wisatawan dalam berbicara bahasa daerah. Namun, para responden juga memberikan solusi untuk masalah tersebut, yaitu dengan meningkatkan sumber daya manusia melalui pelatihan, membangun fasilitas pendukung, dan membuat buku saku atau kamus kecil sebagai referensi bagi pengunjung.

Bercermin dari penelitian ini, disarankan pada penelitian selanjutnya agar menambahkan jumlah responden dan melakukan pengabdian langsung untuk meningkatkan kesadaran warga dan wisatawan supaya di keberlanjutannya bahasa dan budaya Indonesia dapat dilestarikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusmana, U. M. (2022). Citra Bahasa Indonesia pada Penamaan Fasilitas Pariwisata Lombok Barat. *LINGUA SKOLASTIKA Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesiaserta Pembelajarannya*, 14-23.
- Almalya Dewita Syawwal, S. F. (2023). Ragam Bahasa Indonesia Pada Bidang Pariwisata: Studi Kasus Penggunaan Bahasa Indonesia di dalam Bus Pariwisata . *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Bahasa (JURRIBAH)* , 123-130.
- Cahyono, B. (2015). Peran bahasa Indonesia dalam pengembangan pariwisata di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 1(1), 1-12.
- Ilmatus Sa'diyah, A. H. (2023). Penggunaan Bahasa pada Perkembangan Industri Pariwisata di Surabaya: Studi Kasus Objek Wisata Museum Sepuluh Nopember. *MIMESIS : Universitas Ahmad Dahlan*, 143-152.
- Lalu Erwan Husnan, L. R. (2022). Persepsi Wisatawan Terhadap Penggunaan Bahasa di Daerah Wisata Lombok. *Journal of Mandala Review*, 23-44.
- Prabhawati, A. (2019). Upaya Indonesia dalam Meningkatkan Kualitas Pariwisata Budaya Melalui Diplomasi Kebudayaan. *Journal of Tourism and Creativity*, 2(2).
- Rizkylanfi, M. W. (2018). Studi evaluatif bahan ajar membaca bahasa Indonesia bagi penutur asing (BIPA) tingkat pemula di Moscow, Rusia.
- Rijal, A. S. (2021). PENGGUNAAN BAHASA DALAM RANAH PARIWISATA; STUDI DI KAWASAN TAMAN NASIONAL BANTIMURUNG BULUSARAUNG MAROS, SULAWESI SELATAN. *SASDAYA Gadjah Mada Journal of Humanities*, 38-51.
- Rinayanthi, N. M. (2020). *Bahasa Indonesia Bagi Pariwisata*. Denpasar: Unit Penerbit dan Publikasi Institut Pariwisata dan Bisnis.
- Sagala, S. S. (2023). Pemahaman Bahasa Indonesia Di Bidang Pariwisata. *Student Scientific Creativity Journal*, 97-105.
- Smith, A. (2010). The role of language in tourism development. *Tourism Management*, 31(1), 1-10.
- Yudistira, M. Y. (2023). Efektifitas Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Media Promosi Pariwisata. *Metonimia: Jurnal Sastra dan Pendidikan Kesusastraan*, 120-125.