

Bahasa sebagai Jembatan Wisata: Pengembangan Kursus Bahasa Indonesia bagi Turis Mancanegara

Deni Komarudin¹, Banyu Lantun Wuri Andri², Berliana Bilqis Al Ghaniyyah³ Cantik Noer Aziza Arifin⁴, Diva Arzetia Ramadhani⁵, Elin Siti Nurjanah⁶, Mochamad Whilky Rizkyanfi⁷

^{1,2,3,4,5,6} Manajemen Industri Katering, Universitas Pendidikan Indonesia

⁷ Pendidikan Bahasa Indonesia, Universitas Pendidikan Indonesia

e-mail: deni.komarudin28@upi.edu

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya komunikasi lintas budaya dalam industri pariwisata, khususnya antara wisatawan mancanegara dan masyarakat lokal di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan konsep kursus Bahasa Indonesia sebagai alat komunikasi sekaligus jembatan budaya dalam sektor pariwisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi lapangan di salah satu kawasan wisata di Bali. Sampel penelitian terdiri atas wisatawan asing dan masyarakat lokal yang terlibat dalam kegiatan komunitas belajar bahasa. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kursus Bahasa Indonesia, sedangkan variabel dependen adalah efektivitas komunikasi dalam interaksi pariwisata. Pengukuran dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, serta dianalisis dengan teknik tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kursus berbasis komunitas dengan metode interaktif, seperti diskusi, berbagi cerita, dan simulasi percakapan, secara signifikan meningkatkan kemampuan komunikasi dasar wisatawan dalam Bahasa Indonesia. Selain itu, program ini juga memperkuat hubungan sosial, menciptakan pengalaman wisata yang lebih bermakna, dan meningkatkan citra Indonesia sebagai destinasi ramah bahasa. Kursus ini terbukti efektif sebagai strategi diplomasi budaya sekaligus pengembangan pariwisata berkelanjutan.

Kata Kunci: *Kursus Bahasa Indonesia, Jembatan Budaya, Turis Mancanegara, Komunikasi Lintas Budaya, Pariwisata Berkelanjutan*

Abstract

This study is motivated by the importance of cross-cultural communication in the tourism industry, particularly between international tourists and local communities in Indonesia. The primary objective of this research is to develop the concept of an Indonesian language course as both a communication tool and a cultural bridge within the tourism sector. The study employs a qualitative descriptive approach, conducting field research in a tourist area in Bali. The research sample consists of foreign tourists and local community members participating in a language learning community. The independent variable in this study is the Indonesian language course, while the dependent variable is the effectiveness of communication in tourism interactions. Data collection methods include observation, in-depth interviews, and documentation, which are analyzed thematically. The findings indicate that community-based courses employing interactive methods such as discussions, storytelling, and conversation simulations significantly enhance tourists' basic communication skills in Indonesian. Additionally, the program strengthens social relationships, creates more meaningful travel experiences, and improves Indonesia's image as a language friendly destination. The course has proven to be an effective strategy for cultural diplomacy while simultaneously supporting sustainable tourism development.

Keywords : *Indonesian Language Course, Cultural Bridge, International Tourists, Cross-Cultural Communication, Sustainable Tourism*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara dengan destinasi wisata terbesar di dunia, dengan keanekaragaman budaya, alam, dan kuliner yang menjadi daya tarik utama bagi turis mancanegara (Kemenparekraf, 2023). Pariwisata merupakan salah satu potensi yang besar di Indonesia, dalam kemajuan ekonomi negara. Pariwisata bukan hanya sekedar perpindahan geografis dari satu tempat ke tempat lain, tetapi juga mencerminkan dimensi budaya, komunikasi, dan interaksi lintas batas. Dalam konteks Indonesia sebagai negara tujuan wisata dunia, peran bahasa menjadi semakin penting sebagai jembatan antara wisatawan asing dan masyarakat lokal. Sebagai alat komunikasi, bahasa Indonesia menjadi pintu masuk bagi para wisatawan untuk memahami budaya dan nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat lokal. Namun, di balik potensi pariwisata yang besar, tantangan komunikasi antara wisatawan asing dan masyarakat lokal masih menjadi kendala yang signifikan. Minimnya penguasaan Bahasa Indonesia di kalangan turis seringkali menjadi hambatan interaksi sosial, sehingga dapat mengurangi kualitas pengalaman wisata, dan bahkan membatasi eksplorasi mereka terhadap destinasi yang kurang terjamah oleh layanan berbasis Bahasa Inggris (Dann, 1996). Interaksi yang canggung akibat kendala bahasa dapat mengurangi kepuasan wisatawan terhadap pengalaman yang seharusnya menyenangkan. Hal ini menekankan pentingnya bahasa sebagai alat strategis dalam mendukung industri pariwisata.

Gejala masalah ini terlihat dari banyaknya laporan wisatawan yang mengeluhkan kesulitan berkomunikasi saat berbelanja di pasar tradisional, ketika menggunakan transportasi umum, atau ketika memahami informasi wisata berbahasa Indonesia (Chen, 2020). Sementara itu, kursus Bahasa Indonesia yang tersedia saat ini lebih banyak ditujukan untuk pelajar asing atau ekspatriat yang menetap dalam jangka panjang, bukan untuk turis yang membutuhkan materi singkat dan praktis (Widyastuti, 2019). Ketergantungan pada penerjemah digital atau Bahasa Inggris juga tidak selalu efektif, terutama di daerah pedesaan atau lokasi wisata yang kurang terdigitalisasi.

Untuk mendukung pemanfaatan Bahasa Indonesia dalam pariwisata, diperlukan upaya strategis. Secara teoretis, pendekatan Language for Specific Purpose (LSP), menekankan pentingnya pembelajaran bahasa yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik pengguna (Hutchinson & Waters, 1987). Dalam hal ini, wisatawan terutama turis mancanegara memerlukan kosakata praktis terkait transportasi, akomodasi, kuliner, dan budaya lokal. Penguasaan bahasa dasar tidak hanya memfasilitasi transaksi praktis, tetapi juga memperkaya interaksi sosial dan pemahaman budaya, yang pada akhirnya dapat mencapai tujuan utama pariwisata yaitu untuk meningkatkan kepuasan wisatawan.

Selain mendukung wisatawan, penggunaan Bahasa Indonesia yang lebih meluas juga memberikan dampak positif bagi masyarakat lokal. Dengan semakin banyaknya wisatawan yang memiliki kemampuan dasar dalam berkomunikasi dengan Bahasa Indonesia, masyarakat lokal dapat merasa lebih dihormati dan dihargai oleh wisatawan asing. Ditambah dengan adanya peningkatan peluang ekonomi bagi masyarakat lokal, melalui pelatihan menjadi pengajar bahasa atau pemandu wisata yang kompeten. Ketika hal ini terjadi, interaksi wisatawan asing dan masyarakat lokal menjadi lebih alami dan menyenangkan, sehingga menciptakan suasana yang kondusif bagi pertukaran budaya yang saling menguntungkan.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji pengajaran Bahasa Indonesia untuk penutur asing, namun fokusnya lebih banyak pada expatriat atau pelajar akademik (Nugroho, 2021 ; Widyastuti, 2019). Sementara itu, studi oleh Chen (2020) di Thailand menunjukkan bahwa program bahasa dasar bagi wisatawan dapat meningkatkan *engagement* mereka dengan masyarakat lokal. Namun, penelitian serupa yang berfokus pada konteks Indonesia masih sangat terbatas, padahal kebutuhan akan hal ini semakin mendesak seiring dengan target pemerintah untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara (Kemenparekraf, 2023).

Maka berdasarkan urgensi tersebut, pengembangan kursus Bahasa Indonesia yang ringkas, menyenangkan, dan kontekstual menjadi langkah strategis dalam mempererat hubungan budaya serta mendukung promosi nasional. Adanya pengembangan model kursus singkat dan tidak terikat dapat mengevaluasi efektivitas kursus dalam meningkatkan kemandirian komunikasi wisatawan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya berkontribusi pada

pengembangan linguistik terapan, tetapi juga mendukung sektor pariwisata Indonesia melalui pendekatan inklusif berbasis bahasa.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode dengan jenis deskriptif kualitatif. Hal ini bertujuan untuk menggambarkan realitas secara rinci dan akurat berdasarkan data yang dikumpulkan dari sumber alami tanpa manipulasi. Dalam penelitian ini, Bahasa sebagai Jembatan Wisata: Pengembangan Kursus Bahasa Indonesia Bagi Turis Mancanegara yang berguna untuk memahami kebutuhan komunikasi Bahasa Indonesia bagi turis asing, serta memberikan dasar pengembangan berupa kursus yang lebih relevan untuk meningkatkan kepuasan pengalaman wisata yang lebih baik bagi wisatawan sekaligus mendukung sektor pariwisata yang berkelanjutan.

Metode penelitian ini juga menggunakan pendekatan triangulasi data untuk memperkuat keakuratan data. Triangulasi data digunakan dengan penggabungan data dan metode analisis, yang melibatkan observasi lapangan di The Center Bandung, Jl. Cihampelas No. 186 Cipaganti, Kec. Coblong, Kota Bandung, dan analisis dokumen.

Selanjutnya hasil analisis ini diinterpretasikan untuk menjawab pertanyaan pokok, yaitu sejauh mana kursus Bahasa Indonesia yang disesuaikan dengan kebutuhan turis dalam jangka waktu yang singkat dapat membantu turis berkomunikasi dengan warga lokal. Diharapkan penelitian ini dapat lebih menarik perhatian turis agar lebih mengenal konsep dasar Bahasa Indonesia melalui kursus singkat yang relevan, serta dapat berperan dalam melestarikan pesona Bahasa Indonesia sebagai Bahasa Nasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bahasa Sebagai Alat Diplomasi Budaya

Diplomasi budaya memiliki peran yang sangat penting dalam memperkenalkan dan menyebarkan kebudayaan suatu bangsa di tingkat global. Dengan pendekatan yang mengutamakan daya tarik tanpa paksaan, bahasa menjadi alat utama yang efektif untuk menjembatani perbedaan budaya. Sebagai sarana komunikasi, bahasa tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membuka wawasan terhadap nilai-nilai, tradisi, dan identitas suatu bangsa. Hal ini menjadikan bahasa sebagai elemen kunci dalam membangun hubungan yang harmonis antarnegara.

Di tengah arus globalisasi, fokus diplomasi telah meluas dari sekadar aspek politik dan ekonomi ke berbagai dimensi lainnya. Strategi utama dalam meningkatkan pengaruh internasional saat ini adalah melalui pendekatan lunak (*soft power*) yang berfokus pada kebudayaan. Sebagai elemen penting dari kebudayaan, bahasa tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga mencerminkan identitas, nilai-nilai, dan perspektif suatu bangsa. Dengan kekuatan ini, bahasa mampu mempererat hubungan lintas budaya, memperluas kerja sama internasional, dan meningkatkan pemahaman antarbangsa.

Indonesia memanfaatkan Bahasa Indonesia sebagai salah satu instrumen utama dalam diplomasi budaya. Bahasa ini berfungsi bukan hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai platform untuk mengenalkan tradisi, kebijaksanaan lokal, serta nilai-nilai mulia suatu bangsa. Program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) menjadi contoh nyata bagaimana bahasa dapat digunakan untuk memperluas perhatian dunia terhadap budaya Indonesia. Melalui inisiatif ini seni, tradisi, dan warisan budaya Indonesia berhasil diperkenalkan ke kancah internasional. Melalui program ini, seni, adat istiadat, dan warisan budaya Indonesia diperkenalkan ke berbagai belahan dunia, dengan penekanan khusus di wilayah Asia Tenggara.

Dengan pendekatan yang terintegrasi, diplomasi budaya Indonesia tidak hanya memperkuat citra positif bangsa di mata dunia, tetapi juga menunjukkan bahwa kebudayaan adalah pilar penting dalam hubungan internasional.

Bahasa Sebagai Kebutuhan Komunikasi Dalam Pariwisata

Komunikasi memegang peranan penting dalam dunia pariwisata. Interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal sangat dipengaruhi oleh kemampuan kedua belah pihak untuk saling memahami. Dalam banyak kasus, komunikasi menjadi jembatan yang berpengaruh dalam

pengalaman berwisata untuk menciptakan kesan mendalam bagi para wisatawan. Namun, tidak semua wisatawan memiliki kemampuan berbahasa yang cukup untuk berinteraksi dengan lancar. Maka dari itu, kebutuhan komunikasi menjadi hal yang penting untuk diperhatikan, baik oleh pelaku industri pariwisata maupun masyarakat lokal. Juga dibutuhkan kemampuan dasar berbahasa asing, terutama Bahasa Inggris, namun penggunaan Bahasa Indonesia tetap menjadi hal utama dalam menyambut wisatawan. Demikian pula, penyediaan informasi dalam berbagai bahasa, pelatihan berbahasa, dan penggunaan teknologi penerjemah dapat membantu untuk menciptakan pengalaman dan menambah wawasan dalam berwisata.

Perencanaan bahasa merupakan salah satu sasaran penelitian bidang ilmu sosiolinguistik. Oleh karena itu, kajian perencanaan bahasa terhadap penggunaan Bahasa Indonesia di industri pariwisata ini digunakan sebagai landasan. Menurut Duranti (2001) dalam Pastika (2004: 38), "sosiolinguistik memandang bahasa sebagai suatu institusi sosial sebagai wahana setiap individu atau kelompok melakukan interaksi sosial". Dari uraian itu jelaslah bahwa Bahasa Indonesia menjadi objek kajian penelitian sarana interaksi sosial baik oleh individu atau kelompok dalam industri pariwisata.

Turis sering mengalami hambatan bahasa saat berinteraksi dengan masyarakat lokal, seperti dihadapkan dengan situasi saat memesan makanan, berbelanja, ataupun bertanya arah jalan. Pemahaman tanpa dasar bahasa dapat menimbulkan kekeliruan sehingga menyebabkan ketidakpuasan pelayanan kepada wisatawan. Penggunaan Bahasa Indonesia yang efektif dapat meningkatkan kepuasan wisatawan asing, memperkuat identitas bangsa Indonesia, memperkenalkan dan melestarikan nilai-nilai kebudayaan kepada wisatawan, serta mendorong peningkatan ekonomi dalam sektor pariwisata melalui rekomendasi kepuasan para wisatawan asing kepada orang lain. Dengan adanya pengenalan pelatihan Bahasa Indonesia sebagai alat komunikasi bertujuan untuk memudahkan para wisatawan dalam berinteraksi dengan masyarakat lokal. Bahasa Indonesia memiliki peran penting dalam memajukan sektor pariwisata sebagai alat komunikasi yang menjembatani wisatawan asing dengan masyarakat lokal. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis Bahasa Indonesia dalam industri pariwisata.

Konsep Kursus Bahasa Indonesia

Kursus Bahasa Indonesia ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan komunikasi dengan pendekatan linguistik, budaya, dan teknologi. Peserta belajar melalui metode interaktif seperti simulasi dialog, proyek berbasis tugas, dan media digital. Materi mencakup tata bahasa, kosakata, serta ekspresi sehari-hari, dengan tingkat yang disesuaikan dari dasar hingga lanjutan, memastikan perkembangan belajar yang optimal. Bahasa Indonesia memiliki peran penting dalam industri pariwisata, terutama bagi wisatawan yang ingin memahami budaya dan berkomunikasi dengan masyarakat lokal. Kursus Bahasa Indonesia untuk turis dirancang dengan pendekatan yang praktis dan interaktif, memungkinkan peserta untuk memperoleh keterampilan komunikasi dasar dalam waktu singkat.

Kursus ini dirancang dalam format pendek, berlangsung dalam kurun waktu yang tidak ditentukan, kursus ini berbentuk ruang komunitas, dimana setiap pengunjung, warga lokal maupun warga asing bebas kapan saja datang ke tempat, dengan catatan ruang komunitas buka diwaktu yang mereka akan kunjungi. Kunjungan ini bertujuan untuk sharing mengenai aktivitas warga lokal ke warga asing maupun sebaliknya dengan menggunakan Bahasa Indonesia untuk warga lokal dan menggunakan Bahasa Inggris untuk warga asing. Melalui sharing dan bercerita, mereka belajar bahasa satu sama lain. Hal ini mencakup teori dan praktik langsung di tempat pada saat sesi diskusi dan sharing.

Media komunitas belajar Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia disusun secara kontekstual, menyesuaikan dengan kebutuhan wisatawan. Beberapa aspek utama yang diajarkan meliputi; sapaan dan percakapan dasar: cara menyapa, bertanya, dan menjawab dalam situasi umum. Angka dan transaksi: memahami harga, menawar, dan melakukan pembayaran. Navigasi dan lokasi: bertanya arah, memahami peta, dan menggunakan transportasi umum. Kuliner dan budaya: memesan makanan, mengenali hidangan khas, serta memahami adat dan etika lokal. Interaksi sosial: berkomunikasi dengan pedagang, staf hotel, dan masyarakat sekitar.

Pendekatan interaktif menjadi kunci dalam belajar Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris, dengan beberapa metode seperti praktik langsung, *role play* yang merupakan simulasi percakapan dalam berbagai situasi wisata. Permainan bahasa dengan aktivitas menyenangkan juga dapat memperkuat pemahaman kosakata serta diskusi kelompok untuk berbagi pengalaman dan latihan komunikasi dengan sesama peserta.

Dampak Positif

Pengembangan kursus Bahasa Indonesia untuk turis mancanegara memiliki dampak positif yang signifikan pada industri pariwisata Indonesia, terutama dalam hal meningkatkan kenyamanan dan kepuasan wisatawan, mempromosikan Indonesia sebagai negara yang ramah dan komunikatif, dan mempromosikan Bahasa Indonesia sebagai bahasa yang inklusif dan mudah dipelajari.

Turis yang belajar Bahasa Indonesia akan lebih nyaman selama perjalanan karena mereka dapat berkomunikasi dengan masyarakat lokal dengan lebih mudah. Wisatawan yang dapat berkomunikasi dengan baik dengan orang setempat lebih mudah memahami budaya, tradisi, dan informasi. Pada akhirnya, ini meningkatkan pengalaman dan kepuasan kunjungan. Interaksi yang lebih baik menciptakan hubungan persaudaraan antara wisatawan dan masyarakat, yang menghasilkan suasana yang lebih ramah dan menyenangkan.

Turis bisa berbicara Bahasa Indonesia, mereka akan melihat Indonesia sebagai negara yang ramah dan komunikatif. Wisatawan merasa lebih diterima dan dihargai jika mereka dapat berbicara dalam bahasa lokal. Masyarakat lokal juga merasa nyaman berinteraksi dengan pengunjung. Ini meningkatkan citra Indonesia sebagai tempat yang hangat dan mudah dihubungi. Pelaku industri pariwisata yang mahir dalam bahasa ini juga dapat meningkatkan layanan, meningkatkan pengalaman wisatawan, dan meningkatkan kualitas pelayanan.

Bahasa Indonesia sebagai bahasa yang inklusif dan mudah dipelajari bagi turis mancanegara akan meningkatkan daya tariknya di kancah internasional. Untuk wisatawan yang ingin memahami budaya Indonesia secara lebih mendalam, ini adalah pilihan yang menarik karena Bahasa Indonesia yang mudah digunakan dan bersifat nasional sebagai alat komunikasi antarwilayah. Bahasa Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi, tetapi juga berfungsi sebagai jembatan budaya yang membantu melestarikan tradisi lokal dan mempererat hubungan antara negara.

Secara keseluruhan, kursus Bahasa Indonesia untuk turis asing membantu membuat perjalanan menjadi lebih nyaman dan menyenangkan, memperkuat citra Indonesia sebagai negara yang ramah, dan mempromosikan Bahasa Indonesia sebagai bahasa inklusif yang mudah dipelajari dan berfungsi sebagai jembatan budaya yang efektif dalam dunia pariwisata.

SIMPULAN

Kursus Bahasa Indonesia bagi turis mancanegara merupakan wujud konkret dari upaya menjadikan bahasa sebagai jembatan dalam dunia pariwisata. Melalui pendekatan yang kontekstual, praktis, dan interaktif, program ini tidak hanya memberikan bekal komunikasi dasar bagi wisatawan, tetapi juga mempererat hubungan antarbudaya antara pengunjung dan masyarakat lokal.

Pengembangan kursus ini menjadi strategi efektif dalam menghadirkan pengalaman wisata yang lebih nyaman, hangat, dan berkesan. Kemampuan wisatawan untuk memahami dan menggunakan Bahasa Indonesia, meskipun secara sederhana, dapat meningkatkan kepuasan mereka, memperkuat citra Indonesia sebagai negara yang ramah, serta mendorong pelestarian nilai-nilai budaya lokal.

Dengan menjadikan bahasa sebagai sarana utama dalam membangun kedekatan dan pemahaman, maka pengembangan kursus Bahasa Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai penghubung budaya dan penggerak ekonomi dalam sektor pariwisata. Maka dari itu, penting bagi pemerintah, pelaku pariwisata, dan masyarakat untuk terus mendukung dan mengembangkan inisiatif ini demi menciptakan ekosistem pariwisata yang inklusif, komunikatif, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alleykhya Sabrina Firdiansyah, A. M. (2024). Pemanfaatan Bahasa Indonesia dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- Alleykhya Sabrina Firdiansyah, A. M. (2024). Pemanfaatan Bahasa Indonesia dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata. *Jurnal Tambusai*, Volume 8 No.1.
- Daiva Labanauskaitė, M. F. (2020). Use of E-marketing tools as communication management in the tourism industry. *ScienceDirect*.
- Dewi, N. P. (2023). PENTINGNYA PENGUASAAN BAHASA ASING SEBAGAI SALAH SATU PENDUKUNG FAKTOR UTAMA INDUSTRI PARIWISATA . *Paryatāka : Jurnal Pariwisata Budaya dan Keagamaan* , Volume 2 No.1.
- Dian Pitriyani, T. Z. (2024). Bahasa Indonesia sebagai Magnet Pariwisata : Analisis Keterkaitan Bahasa dengan Pengembangan Industri Pariwisata. *Jurnal Bahasa Indonesia Prima (JBIP)*, Volume 06 No.2.
- I Gusti Putu Sutarma, I. K. (2023). PENGGUNAAN BAHASA INDONESIA DI INDUSTRI PARIWISATA: STUDI KASUS PERENCANAAN BAHASA PADA INDUSTRI PARIWISATA BALI. *SOSHUM JURNAL SOSIAL DAN HUMANIORA*.
- KONTRIBUSI BAHASA INDONESIA DALAM MEMAJUKAN SEKTOR PARIWISATA . (2024). *Jurnal Media Akademik (JMA)*, Volume 2.
- Maria Ulfah, N. P. (2024). PERAN BAHASA INDONESIA SEBAGAI ALAT DIPLOMASI KEBUDAYAAN DI ERA GLOBALISASI. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial* , Volume 06.
- Nur Salim, H. A. (2023). Teori Belajar Bahasa Indonesia . *Gurindam: Jurnal Bahasa dan Sastra* , Volume 3 No.1.
- Soesilowati, S. (2015). Diplomasi Soft Power Indonesia melalui Atase Pendidikan dan Kebudayaan. *Jurnal Global & Strategis*.