

Ragam Bahasa Indonesia Pada Bidang Pariwisata: Studi Kasus Penggunaan Bahasa Indonesia di dalam Bus Pariwisata

Almalya Dewita Syawwal ¹, Salma Fatin Nabilah ²
^{1,2} Universitas Langlangbuana, Kota Bandung, Indonesia
Email: Allmalyaa32@gmail.com ¹, salmafatin86@gmail.com ²

Abstract

The purpose of this article is to find out the use of Indonesian language that has been reduced in use which has been changed into foreign languages, especially in tourism bus transportation. Tourism in Indonesia is an important economic sector. In 2009, tourism ranked third in terms of foreign exchange earnings after oil and gas and palm oil commodities. Currently, the tourism business is growing rapidly in Indonesia because the tourism sector is driven as a very large labor recruiter and a very large source of economic income in Indonesia, a factor that supports the existence of tourism is Indonesia's strategic territory and a large selection of destinations. The use of Indonesian today has changed a lot where Indonesian is replaced by foreign languages, especially in the tourism sector, such as the use of the word "souvenir" which is currently changing its nickname to "souvenir" the problem in this article is the threat that greatly affects the use of Indonesian. This method uses the observation method in the form of interviews. As a result of this analysis, there is a change in Indonesian language style to foreign languages, especially English.

Keyword: Tour Guide, Foreign Language, Holiday, Souvenir, Transportation

Abstrak

Tujuan artikel ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan bahasa Indonesia yang telah berkurang penggunaannya yang dimana telah banyak diubah ke dalam bahasa asing terutama di transportasi bus pariwisata. Pariwisata di Indonesia merupakan sektor ekonomi yang penting. Pada tahun 2009, pariwisata menempati urutan ketiga dalam hal penerimaan devisa setelah komoditas minyak dan gas bumi serta minyak kelapa sawit. Saat ini usaha wisata berkembang dengan pesat di Indonesia karena sektor pariwisata digerakkan sebagai perekrut tenaga kerja yang sangat besar dan menjadi sumber pendapatan ekonomi yang sangat besar di Indonesia, faktor yang mendukung adanya pariwisata adalah wilayah Indonesia yang strategis dan banyak pilihan destinasi. Penggunaan bahasa Indonesia saat ini telah banyak perubahan dimana bahasa Indonesia banyak diganti dengan bahasa asing terutama di sektor pariwisata, seperti penggunaan kata "oleh-oleh" yang saat ini berganti julukannya menjadi "souvenir" masalah dalam artikel ini yaitu ancaman yang sangat berpengaruh pada penggunaan bahasa Indonesia. Metode ini menggunakan metode observasi yaitu berupa wawancara. Hasil dari analisis ini yaitu terdapat perubahan gaya bahasa bahasa Indonesia ke bahasa asing terutama bahasa Inggris.

Kata kunci: pemandu wisata, bahasa asing, liburan, oleh-oleh, transportasi

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah salah satu sektor dibawah pimpinan pemerintah Indonesia pada saat ini. Hal ini disebabkan karena pariwisata memiliki peran yang sangat penting dalam proses pembangunan di Indonesia. Manusia sebagai satu-satunya makhluk tercerdas di dunia yang dianugerahi bahasa oleh Tuhan untuk bertutur sapa, bertukar pikiran, dan mengungkapkan perasaan yang dimiliki. Oleh karena itu, bahasa yang menjadi satu-satunya alat komunikasi yang dapat membedakan antara manusia dengan manusia lainnya. Kehadiran bahasalah sebagai alat komunikasi yang ada di tengah-tengah manusia yang turut ikut andil dalam membentuk sebuah pola pikir, ideologi, dan budaya yang dimiliki oleh setiap individu yang ada dalam komunitas sosial (Bukhori, 2016).

Industri pariwisata di Indonesia sudah semakin menunjukkan kebangkitan. Momentum kebangkitan ini pariwisata terutama di indonesia menjadi peluang untuk mengembangkan potensi wisata lokal yang ada di Indonesia untuk bisa meningkatkan performa serta dampak lanjutan adalah bisa memperbesar peluang usaha serta lapangan kerja. Meningkatnya kualitas dan kuantitas pada destinasi pariwisata adalah prioritas utama dari tujuan pembangunan pariwisata nasional. Keindahan alam, perbedaan budaya, dan juga kuliner yang ada memberikan daya tarik tersendiri bagi para pelancong yang ingin berkunjung. Dalam lingkungan pariwisata ini, tidak luput dari yang namanya pemandu wisata. Para pemandu wisata saat ini banyak menggunakan bahasa inggris dalam mengoptimalkan potensi yang mereka miliki dalam berkomunikasi sehingga mereka agar dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi orang banyak, serta lebih giat bagi untuk pengembangan karir mereka sendiri. Selain daripada itu, para pemandu wisata bertujuan memberikan sebuah pengetahuan dan wawasan tentang pelayanan yang ada di pariwisata.

Dalam era globalisasi ini, bahasa Inggris menjadi bahasa internasional yang umum digunakan di seluruh dunia, termasuk dalam industri pariwisata. Oleh karena itu, banyak bisnis pariwisata menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa utama dalam komunikasi dengan wisatawan asing. Berdasarkan arah kebijakan Politik Bahasa Nasional, tertulis jelas bahwa bahasa Indonesia semestinya menempati posisi pertama melainkan dengan bahasa-bahasa daerah dan bahasa asing dalam pemakaiannya yang berhubungan untuk kepentingan nasional. Ada salah satu yang menjadi bagian dari sebuah pembangunan dan kepentingan nasional adalah mengembangkan industri

pariwisata. Oleh karena itu, sudah selayaknya bahasa nasional Indonesia menempati urutan teratas dalam industri pariwisata. (sadia, 2013)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan sistem wawancara yang didapatkan langsung dari sumber yang bersangkutan. Wawancara adalah salah satu cara pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian sosial. Cara ini digunakan ketika objek dan peneliti berada langsung bertatap muka dalam proses mendapatkan informasi. Wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan fakta yang diperlukan untuk memenuhi tujuan penelitian. Wawancara mengharuskan kedua belah pihak baik itu peneliti maupun objek bertemu dan berbaur langsung agar mendapat capaian tujuan dan data yang didapat baik dan akurat (Newman, 2013).

Hasil disajikan dengan metode informal dan formal. Metode informal menggunakan penyajian hasil analisis dengan uraian kata-kata biasa, dan sedangkan metode formal menggunakan perumusan dengan tanda-tanda dan lambang. dan penyajian dalam hasil analisis juga mengikuti proses berpikir deduktif dan induktif dengan tujuan pemaparan yang beragam (Sudaryanto, 1993).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam fenomena penggunaan bahasa Indonesia di industri kepariwisataan seperti yang disebutkan bahwa bahasa Indonesia yang bersifat dinamis, sehingga dapat menyebabkan bahasa tersebut hidup, berubah, dan berkembang. Bahasa Indonesia terus menerus berkembang seiring dengan suatu perkembangan kehidupan masyarakat yang memakainya. Oleh sebab itu, dibutuhkannya suatu perencanaan bahasa yang bagus agar bahasa Indonesia dapat menjalankan fungsinya dengan baik sebagai bahasa nasional maupun sebagai bahasa negara. (sadia, 2013)

Banyak pemandu wisata dan pengemudi mungkin kurang lancar ataupun tidak bisa berbahasa asing terutama bahasa Inggris dan lebih terbiasa menggunakan bahasa Indonesia maupun bahasa daerah. Hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya pendidikan formal atau pelatihan yang memadai, serta kurangnya praktek dalam berkomunikasi dengan bahasa asing.

Oleh sebab itu, pemandu wisata dan pengemudi biasanya hanya menggunakan satu atau dua kata saja dalam menggunakan bahasa asing seperti kata oleh-oleh menjadi souvenir, pemandu wisata menjadi tour guide, pengemudi menjadi driver dan masih banyak lagi. Disebabkannya menggunakan bahasa asing adalah wisatawan yang menggunakan bus itu bukan hanya orang Indonesia saja melainkan banyak juga dari wisatawan asing. Wisatawan asing mungkin lebih nyaman berkomunikasi dalam bahasa Inggris daripada bahasa Indonesia. Oleh karena itu, pengemudi dan pemandu wisata menggunakan bahasa Inggris untuk memudahkan komunikasi dengan wisatawan asing.

Meskipun penggunaan bahasa asing dapat memudahkan untuk berkomunikasi dengan wisatawan asing, tetapi penggunaan bahasa Indonesia yang benar dan baku juga harus diprioritaskan. Penggunaan bahasa Indonesia yang benar dan baku dapat meningkatkan profesionalisme dan kualitas layanan di industri pariwisata Indonesia, serta memperkuat identitas budaya Indonesia.

Adanya sebuah bahasa asing tidak hanya mendapat ancaman keberadaan bahasa Indonesia hanya pada nama sebuah tempat atau objek wisata, namun hampir pada setiap aktivitas dan juga fasilitas pariwisata yang menggunakan bahasa asing.

Ada beberapa contoh dari penggunaan bahasa asing juga yang sering digunakan di dalam industri pariwisata adalah gabungan antara bahasa Indonesia dengan bahasa asing khususnya bahasa Inggris. Misalkan ini dapat kita lihat pada kata *meng-handle* dan *mem-booking* yang di pergunakan dalam kalimat seperti.

1. Pramuwisata tersebut sedang *meng-handle* seorang tamu tur dari ke Kintamani.
2. Staf reservasi itu sedang *mem-booking* sebuah kamar hotel untuk tamunya

Masih ada beberapa lagi contoh yang lain. Fenomena ini ditandai bahwa perencanaan di bidang kosa kata yang juga belum maksimal. Hal seperti ini tampaknya disebabkan oleh penyebaran yang kurang selektif.

Berikut ini ada beberapa kata yang sering di gunakan dalam bahasa asing yang mempersempit ruang penggunaan bahasa Indonesia :

1. *Check In*
2. *Check Out*
3. *Beach*
4. *Tourist*
5. *Opening*

6. *Souvenir*
7. *Sunrise*
8. *Sunset*
9. *Holiday*

Terkait dengan adanya fenomena yang ada dalam tulisan ini, misalnya harus ada kebijakan untuk memberikan nama hotel, restoran, atau produk-produk di industri pariwisata yang lainnya dengan menggunakan nama bahasa Indonesia. Artinya, pemakaian bahasa Indonesia di jadikan yang terdepan lalu barulah bahasa asingnya. Contoh:

Selamat Datang di Bandung
Welcome To Bandung

Keluar
Exit

Masuk
In

Hotel Arnawa
Arnawa Hotel

Kafe Sentani
Sentani Cafe

Restoran Tepi Sawah
Tepi Sawah Restaurant

Ada tiga hal yang akan terjadi bila bahasa asing terutama bahasa Inggris lebih berperan penting dalam dunia pariwisata daripada bahasa Indonesia.

1. Pertama, terjadinya perubahan cara pikir seseorang dan kontrol sosial seseorang. Pola pikir seseorang akan nampak pada bahasa yang digunakan. Hal ini juga digambarkan oleh (Santoso, 2002) bahwa relasi-relasi kuasa itu amat tampak dalam penggunaan bahasa. Dengan ini secara tidak sadar dalam penggunaan istilah bahasa asing didalam dunia pariwisata telah membuat pola pikir penggunaannya terjadi perubahan. Sehingga tidak heran jika dalam dunia

pariwisata lebih didominasi dengan kultur budaya barat. Hal tersebut bisa tercermin dari tata kelola mulai dari pariwisata, makanan, serta gaya berpakaian. Hal ini diperkuat oleh (Kuswarno, 2011) yang mengatakan bahwa komunikasi yang bisa melahirkan masyarakat atau kesatuan sosial.

2. Kedua, terjadi munculnya gaya bicara yang berbeda, dan isi pembicaraan. Ini dikatakan tidak jarang terjadi pada orang yang memakai dua bahasa yang berbeda. Orang yang sering komunikasi menggunakan bahasa asing dalam berkomunikasi nya sering memiliki gaya berbahasa kebarat-baratan.
3. Ketiga, minat menghargai, dan mempelajari bahasa Indonesia semakin berkurang. Dengan penggunaan bahasa asing terlalu berlebihan akan menimbulkan dampak yang kurang baik terhadap perkembangan bahasa Indonesia. Faktanya di lapangan dapat dilihat dengan bercabangnya lembaga kursus bahasa asing, terus banyak guru-guru di sekolah lebih bangga melihat siswanya pintar berbahasa asing daripada berbahasa Indonesia, setiap ada orang yang ingin bekerja di dunia pariwisata biasanya diharuskan mahir berbahasa asing terutama bahasa inggris.

Masalah bahasa sebenarnya harus dikelola oleh yang pengambil kebijakan secara nasional yaitu pemerintah dapat melalui badan atau instansi yang telah ditentukan. Di dalam hal seperti ini, di Indonesia telah ada tempat Bahasa yang merupakan lembaga yang membidangi masalah perencanaan bahasa Indonesia. Akan tetapi, perlu kita sadari bahwa faktor keberhasilan perencanaan bahasa ditentukan oleh beberapa faktor baik faktor intern bahasa itu maupun faktor dari luar masalah bahasa. Sehubungan dengan fenomena penggunaan bahasa Indonesia diindustri pariwisata sebagaimana ditunjukkan oleh data di atas, permasalahan perencanaan bahasa disebabkan oleh faktor dari luar bahasa yaitu pengambil kebijakan ini dan sikap pengguna bahasa Indonesia. (sadia, 2013)

Fakta menunjukkan bahwa perhatian para penutur bahasa Indonesia terhadap bahasa Indonesia masih bermasalah. Apalagi mereka tidak berkecimpung langsung dengan dunia itu sendiri. Maka dari itu muncul bahasa Indonesia adalah urusan para guru bahasa Indonesia saja. Hal seperti inilah yang dapat menunjukkan tidak adanya sikap positif terhadap bahasa Indonesia yang pada akhirnya bisa menghasilkan pemakaian bahasa Indonesia yang asal-asalan. Anggapan lainnya adalah menggunakan kata dari bahasa Indonesia kurang memberikan prestise dibandingkan dengan bahasa asing.

KESIMPULAN

Dalam fenomena penggunaan bahasa Indonesia di industri kepariwisataan seperti yang disebutkan bahwa bahasa Indonesia yang bersifat dinamis, sehingga dapat menyebabkan bahasa tersebut hidup, berubah, dan berkembang. Disebabkannya menggunakan bahasa asing adalah wisatawan yang menggunakan bus itu bukan hanya orang Indonesia saja melainkan banyak juga dari wisatawan asing. Meskipun penggunaan bahasa asing dapat memudahkan untuk berkomunikasi dengan wisatawan asing, tetapi penggunaan bahasa Indonesia yang benar dan baku juga harus diprioritaskan. Beberapa kata yang sering di gunakan adalah Check In, Check Out, Beach, Tourist, Opening, Souvenir, Sunrise, Sunset, Holiday. Tiga hal yang akan terjadi bila bahasa asing terutama bahasa inggris lebih berperan ialah 1. terjadinya perubahan cara pikir seseorang dan kontrol sosial seseorang. 2. terjadi munculnya gaya bicara yang berbeda, dan isi pembicaraan. 3.minat menghargai, dan mempelajari bahasa Indonesia semakin berkurang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N., Sudradjat, R. T., & Isnaini, H. (2022). ANALISIS SEMIOTIKA PADA PUISI “DALAM DOA: II” KARYA SAPARDI DJOKO DAMONO. *Parole: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 4(5).
- Aminuddin. (1995). *Stilistika: Pengantar Memahami Bahasa dalam Karya Sastra*. Semarang: IKIP Semarang Press.
- Depdikbud. (2015). *KBBI Edisi V*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- B. M. (2016). *ANCAMAN BAHASA INDONESIA DALAM DUNIA PARIWISATA DI NTB. JURNAL LINGUISTIK, SASTRA, DAN PENDIDIKAN (JURNALIS TRENDI)*, 1, 1.
- Isnaini, H., Permana, I., & Lestari, R. D. (2022). Mite Sanghyang Kenit: Daya Tarik Wisata Alam di Desa Rajamandala Kulon Kabupaten Bandung Barat. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality, and Destination*, Volume 1, Nomor 2, 64-68.
- Nurdiyantoro, B. (2017). *Stilistika*. Yogyakarta: UGM Press.
- Palmer, R. E. (2005). *Hermeneutika: Teori Baru Mengenai Interpretasi* (D. Muhammad, Trans.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Poespoprodjo, W. (2015). *Hermeneutika*. Bandung: Pustaka Setia.
- Kuswarno, E. (2011). *Etnografi Komunikasi*. Padjajaran: Widya padjajaran.
- Newman. (2013). *Metodologi penelitian sosial : pendekatan kuantitatif dan kualitatif*. 493.

- sadia, i. g. (2013). Penggunaan Bahasa Indonesia di Industri Pariwisata: Studi Kasus Perencanaan Bahasa pada Industri Pariwisata Bali. *soshum jurnal sosial dan humaniora*.
- Santoso, A. (2002). *Studi Bahasa Kritis*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Sudaryanto. (1993). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Linguistik*. Duta Wacana Universitas Press.
- Supriyanto, T. (2011). *Kajian Stilistika dalam Prosa*. Yogyakarta: Elmatara.
- Suryawin, P. C., Wijaya, M., & Isnaini, H. (2022). Tindak Tutur (Speech Act) dan Implikatur dalam Penggunaan Bahasa. *Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Ilmu Pendidikan*, Volume 1, Nomor 3, 29-36.