



Persepsi Wisatawan Terhadap Penggunaan Bahasa di Daerah Wisata Lombok

Lalu Erwan Husnan¹, Lalu Ratmaja²

Politeknik Pariwisata Lombok

Email Correspondence: laluhusnan@gmail.com, ratmaja@ppl.ac.id

Abstract

Latar Belakang:

Nusa Tenggara Barat merupakan satu dari sekian daerah dengan kunjungan wisatawan cukup tinggi. Kepariwisataannya di Provinsi Nusa Tenggara Barat terkait erat dengan penggunaan bahasa. Tiga bahasa yang hadir di daerah pariwisata, yaitu bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional dan persatuan bangsa Indonesia, bahasa daerah, dan bahasa asing.

Metode:

Metode yang digunakan adalah deskriptif-kuantitatif. Jumlah informan yang digunakan adalah 52 orang. Informan tersebut diambil dari dua daerah tujuan wisata yang tergolong maju dan sedang berkembang, yaitu desa Senggigi di Kabupaten Lombok Barat dan desa Kuta di Kabupaten Lombok Tengah. Data dianalisis menggunakan metode EGIDS (*Expanded Graded Intergenerational Disruption Scale*)

Hasil:

Hasil yang didapatkan adalah persepsi wisatawan terhadap jasa layanan kepariwisataan di dua daerah wisata tersebut baik. Hasil ini didukung oleh tiga aspek yang digunakan dalam tulisan ini. Namun begitu, persepsi wisatawan lebih cenderung pada penempatan bahasa Indonesia terlebih dahulu kemudian diikuti oleh bahasa asing.

Kesimpulan:

Penelitian ini yang didasarkan pada data kualitatif kemudian dikonversikan ke dalam hitungan sederhana menggunakan *excel* mampu mendeskripsikan persepsi wisatawan yang berkunjung ke kedua daerah wisata di Nusa Tenggara Barat (Senggigi dan Kuta). Hasil hitungan tersebut menyimpulkan bahwa persepsi wisatawan terhadap jasa layanan kepariwisataan di dua daerah wisata tersebut baik. Persepsi baik ini didukung oleh ketiga aspek yang digunakan dalam tulisan ini. Khusus pada aspek ketiga yang memiliki dua aspek yang memberikan pilihan bahasa Indonesia terlebih dahulu atau bahasa asing pada jasa layanan kepariwisataan menunjukkan bahwa persepsi wisatawan lebih cenderung pada penempatan bahasa Indonesia terlebih dahulu kemudian diikuti oleh bahasa asing.

Keywords: *bahasa Indonesia, tulisan, pariwisata, wisatawan*

DOI : <https://doi.org/10.55701/mandalika.v1i1.5>

Received : 20 November 2021

Accepted : 22 Januari 2022

Published : 03 Februari 2022

Copyright Notice :

Authors retain copyright and grant the journal right of first publication with the work simultaneously licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) that allows others to share the work with an acknowledgement of the work's authorship and initial publication in this journal.



LATAR BELAKANG

Nusa Tenggara Barat merupakan satu dari sekian daerah dengan kunjungan wisatawan cukup tinggi. Kepariwisataannya di Provinsi Nusa Tenggara Barat terkait erat dengan penggunaan bahasa. Tiga bahasa yang hadir di daerah pariwisata, yaitu bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional dan persatuan bangsa Indonesia, bahasa daerah, dan bahasa asing.

Terkait dengan hal tersebut, penggunaan bahasa-bahasa yang bersentuhan langsung dengan wisatawan mancanegara dan domestik berhadapan dengan pilihan-pilihan yang didasarkan pada faktor pelayanan kepariwisataan. Pilihan yang dimaksud adalah penggunaan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional dan bahasa resmi di Indonesia atau menggunakan bahasa asing, seperti bahasa Inggris sebagai bahasa asing yang paling umum digunakan oleh wisatawan mancanegara. Pilihan terhadap salah satunya tentu memiliki pengaruh baik dari sisi pemberi jasa dan penerima jasa pelayanan kepariwisataan.

Ikhwal penggunaan bahasa Indonesia pada dasarnya telah diatur di dalam Undang-undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara serta Lagu Kebangsaan. Ketentuan ini diatur lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2014 tentang Pengembangan, Pembinaan, dan Pelindungan Bahasa dan Sastra, serta Peningkatan Fungsi Bahasa Indonesia dan Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia.

Di dalam Undang-undang Nomor 24 Tahun 2009 pasal 36 ayat 1 disebutkan bahwa bahasa Indonesia wajib digunakan dalam nama geografi di Indonesia; ayat 2 disebutkan bahwa nama geografi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) hanya memiliki 1 (satu) nama resmi; ayat 3 disebutkan bahwa bahasa Indonesia wajib digunakan untuk nama bangunan atau gedung, jalan, apartemen atau pemukiman, perkantoran, kompleks perdagangan, merek dagang, lembaga usaha, lembaga pendidikan, organisasi yang didirikan atau dimiliki oleh warga negara Indonesia atau badan hukum Indonesia; dan ayat 4 disebutkan bahwa penamaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (3) dapat menggunakan bahasa daerah atau bahasa asing apabila memiliki nilai sejarah, budaya, adat istiadat, dan/atau keagamaan.

Ketentuan lebih lanjut diatur pada pasal 37 ayat 1 dan 2 dan pasal 38 ayat 1 dan 2. Pada pasal 37 ayat 1 disebutkan bahwa bahasa Indonesia wajib digunakan dalam informasi tentang produk barang atau jasa produksi dalam negeri atau luar negeri yang beredar di Indonesia dan ayat 2 disebutkan bahwa informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilengkapi dengan bahasa daerah atau bahasa asing sesuai dengan keperluan.

Pada pasal 38 ayat 1 disebutkan bahwa bahasa Indonesia wajib digunakan dalam rambu umum, penunjuk jalan, fasilitas umum, spanduk, dan alat informasi lain yang merupakan pelayanan umum dan ayat 2 disebutkan bahwa penggunaan bahasa Indonesia sebagaimana dimaksud pada ayat

(1) dapat disertai bahasa daerah dan/atau bahasa asing.

Ketentuan lebih rinci mengenai penggunaan bahasa pada penamaan geografi, bangunan atau gedung, jalan, apartemen atau pemukiman, perkantoran, kompleks perdagangan, merek dagang, lembaga usaha, lembaga pendidikan, organisasi yang didirikan atau dimiliki warga negara Indonesia atau yang berbadan hukum Indonesia diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 bagian kedua belas. Khusus mengenai penggunaan bahasa pada produk barang dan jasa termasuk yang berada di daerah pariwisata diatur pada bagian ketiga belas tentang informasi terkait produk barang dan jasa. Masalah penggunaan bahasa pada rambu umum, petunjuk jalan, fasilitas umum, spanduk, dan alat informasi lain diatur pada bagian keempat belas.

Ketentuan lain terkait pelayanan sektor kepariwisataan diatur di dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2013 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia pasal 2 ayat 1. Pada ayat tersebut disebutkan bahwa pelaku usaha yang memproduksi atau mengimpor barang untuk diperdagangkan di pasar dalam negeri sebagaimana tercantum dalam lampiran peraturan menteri tersebut wajib mencantumkan label dalam bahasa Indonesia.

Namun demikian, penggunaan bahasa yang sesuai ketentuan perundangan yang tergolong baru tidak semudah membalikkan telapak tangan. Pelayanan jasa kepariwisataan masih condong kepada bahasa asing, yaitu bahasa Inggris. Fenomena ini dapat disaksikan pada promosi pelayanan jasa kepariwisataan di

Lombok. Di beberapa tempat bahkan memberikan kesan berada di luar Indonesia. Promosi kepariwisataan menggunakan bahasa Inggris dapat dibaca pada tulisan jasa pariwisata yang ditawarkan.

Tulisan yang digunakan pada promosi jasa pariwisata tidak menjadikan bahasa Indonesia sebagai pilihan utama. Bahasa Indonesia terkesan mendampingi bahasa asing dan digunakan sebagai penjelas saja. Fenomena ini merupakan fokus kajian dalam tulisan ini, persepsi wisatawan terhadap penggunaan bahasa Indonesia di daerah wisata di Lombok.

METODE

Metode yang digunakan dalam tulisan ini adalah deskriptif-kuantitatif. Data kebahasaan yang diperoleh dikonversikan menggunakan skala. Data tersebut kemudian dihitung menggunakan metode statistik sederhana untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap penggunaan bahasa pada jasa layanan kepariwisataan di Nusa Tenggara Barat.

Populasi dalam tulisan ini adalah pelaku jasa layanan kepariwisataan di Nusa Tenggara Barat. Populasi dipersempit pada pulau Lombok dengan mempertimbangkan pesat dan majunya pertumbuhan pariwisata. Populasi yang dimaksud terbagi menjadi dua, yaitu wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara. Kedua jenis populasi tersebut merupakan sampel dalam tulisan ini yang kemudian disebut informan. Jumlah informan yang digunakan adalah 52 orang. Informan tersebut diambil dari dua daerah tujuan wisata yang tergolong maju dan sedang berkembang, yaitu desa Senggigi di Kabupaten Lombok Barat dan desa Kuta di Kabupaten Lombok Tengah. Jumlah informan yang diambil dibagi dua tempat, yaitu 26 orang untuk masing-masing daerah.

Data dalam tulisan ini dikumpulkan menggunakan instrumen yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Instrumen tersebut digunakan

untuk mendapatkan tanggapan terkait persepsi wisatawan terhadap penggunaan bahasa pada jasa layanan kepariwisataan di Nusa Tenggara Barat. Informan diwawancarai secara langsung di lokasi wisata yang telah disebutkan (Mahsun, 2005).

Jawaban informan diolah melalui beberapa tahapan, pemasukan data, pengkodean, dan pemrosesan. Pemasukan data dilakukan dengan berpatokan pada skala (Sugiyono, 2014: 93) yang digunakan (skala 3). Untuk mengkonversi jawaban informan digunakan skala Likert 1—3. Jawaban kualitatif informan diberi nilai 3 jika memilih setuju (S); nilai 2 jika memilih ragu-ragu (R); dan nilai 1 jika memilih tidak setuju (TS).

Data yang telah dimasukkan ke dalam program *excel* kemudian diberikan kode untuk memudahkan langkah berikutnya. Langkah yang dimaksud adalah proses menghitung rentang dan jarak internal untuk aspek yang dikaji dalam tulisan ini. Langkah terakhir pemrosesan nilai yang ditemukan dengan rentang dan jarak interval yang ditetapkan menggunakan hitungan *excel*.

Langkah berikutnya adalah menentukan kategori persepsi wisatawan terhadap penggunaan bahasa pada jasa layanan kepariwisataan di Nusa Tenggara Barat. Skala yang digunakan mengadaptasi skala EGIDS (*Expanded Graded Intergenerational Disruption Scale*), yaitu skala yang digunakan untuk mengukur persepsi wisatawan terhadap penggunaan bahasa. Tingkatan dalam skala EGIDS yang diadaptasi dalam tulisan ini berjumlah tiga: kurang baik (KB); baik (B); dan sangat baik (SB).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan pada bagian ini mencakup persepsi wisatawan terhadap penggunaan bahasa pada jasa layanan kepariwisataan di Nusa Tenggara Barat khususnya di dua daerah wisata, yaitu Senggigi dan Kuta.

Persepsi wisatawan di dua daerah wisata tersebut dibagi menjadi tiga aspek, yaitu aspek bahasa

yang digunakan dan informasi jasa layanan kepariwisataan, aspek bahasa dan ketertarikan terhadap jasa layanan kepariwisataan, dan aspek bahasa dan keinginan wisatawan untuk membeli atau menggunakan jasa layanan kepariwisataan.

Ketiga aspek yang digunakan memiliki jumlah pertanyaan yang berbeda sesuai jumlah yang tersisa setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas menggunakan metode spearman. Jumlah pertanyaan setelah dilakukan uji tersebut adalah sebelas dari 51 pertanyaan sebelum dilakukan uji. Kesebelas pertanyaan tersebut terdiri atas empat pertanyaan untuk aspek pertama, lima pertanyaan untuk aspek kedua, dan dua pertanyaan untuk aspek ketiga.

Nilai analisis ketiga aspek yang dihitung bervariasi. Masing-masing aspek memiliki julat sendiri sesuai dengan metode yang digunakan. Aspek pertama dianggap sangat baik persepsi wisatawannya ketika nilai hitung yang diperoleh $\geq 12,5$; dianggap baik persepsi wisatawannya ketika nilai hitung yang diperoleh ≥ 5 — ≤ 12 ; dan dianggap kurang baik persepsi wisatawannya ketika nilai hitung yang diperoleh $\leq 4,5$.

Hasil hitung aspek pertama diperoleh nilai 9. Nilai ini masuk dalam kelompok persepsi wisatawan terhadap jasa layanan kepariwisataan yang baik, yaitu ≥ 5 — ≤ 12 .

Tabel 1

Aspek bahasa yang digunakan dan informasi jasa layanan kepariwisataan

	Kurang Baik		Sangat baik	
X	3	7	11	14
		Baik		

Aspek pertama dengan kategori baik menyiratkan bahwa penggunaan bahasa pada jasa layanan kepariwisataan di daerah Senggigi di Kabupaten

Lombok Barat dan Kuta di Kabupaten Lombok Tengah tidak menyulitkan wisatawan mancanegara. Penggunaan dua bahasa, yaitu asing dan Indonesia, pada jasa layanan kepariwisataan di dua daerah tersebut juga dapat dipahami dengan baik. Pesan yang disampaikan menggunakan dua bahasa, yaitu asing dan Indonesia, pada jasa layanan kepariwisataan di dua daerah wisata tersebut juga dapat tersampaikan. Pesan yang menggunakan bahasa campuran, yaitu asing, Indonesia dan asing, pada jasa layanan kepariwisataan, di dua daerah tersebut tersampaikan meskipun terdapat kesalahan dalam penulisan.

Aspek kedua memiliki julat yang berbeda sesuai dengan jumlah tanya yang digunakan. Aspek kedua dianggap sangat baik persepsi wisatawan ketika nilai hitung yang diperoleh $\geq 15,5$; dianggap baik persepsi wisatawan ketika nilai hitung yang diperoleh $\geq 5,5—\leq 15$; dan dianggap kurang baik persepsi wisatawan ketika nilai hitung yang diperoleh ≤ 5 . Adapun hasil hitung aspek kedua diperoleh nilai 11. Nilai ini masuk dalam kelompok persepsi wisatawan terhadap jasa layanan kepariwisataan yang baik, yaitu $\geq 5,5—\leq 15$.

Tabel 2

Aspek bahasa dan ketertarikan terhadap jasa layanan kepariwisataan

	Kurang Baik		Sangat baik	
X	3	8	13	18
		Baik		

Aspek kedua dengan kategori baik menyiratkan bahwa bahasa dan ketertarikan wisatawan terhadap jasa layanan kepariwisataan di dua daerah wisata tersebut baik. Tulisan yang menggunakan bahasa asing di dua daerah wisata tersebut menarik perhatian wisatawan. Tulisan yang menggunakan dua bahasa, yaitu asing dan Indonesia, juga

menarik perhatian wisatawan, pesan yang disampaikan menggunakan bahasa asing menarik perhatian wisatawan. Pesan yang disampaikan menggunakan bahasa campuran membuat wisatawan tertarik. Pesan yang disampaikan menggunakan bahasa campuran, yaitu asing, Indonesia dan asing membuat wisatawan tertarik terhadap jasa layanan kepariwisataan.

Aspek ketiga memiliki julat yang berbeda sesuai dengan jumlah tanya yang digunakan. Aspek ketiga dianggap sangat baik persepsi wisatawan ketika nilai hitung yang diperoleh ≥ 6 ; dianggap baik persepsi wisatawan ketika nilai hitung yang diperoleh $\geq 2—\leq 5,5$; dan dianggap kurang baik persepsi wisatawan ketika nilai hitung yang diperoleh $\leq 1,5$. Adapun hasil hitung aspek ketiga diperoleh nilai 4. Nilai ini masuk dalam kelompok persepsi wisatawan terhadap jasa layanan kepariwisataan yang baik, yaitu $\geq 2—\leq 5,5$

Tabel 3

Aspek bahasa dan keinginan wisatawan untuk membeli atau menggunakan jasa layanan kepariwisataan

	Kurang Baik		Sangat baik	
X	1	3	5	7
		Baik		

Aspek ketiga cukup menarik untuk diperhatikan. Adapun aspek pertama dan kedua berbicara mengenai penggunaan bahasa dan pesan bahasa menggunakan bahasa campuran, yaitu asing dan Indonesia. Kedua aspek tersebut tidak memberikan pilihan bahasa Indonesia kemudian bahasa asing. Berbeda dengan dua aspek sebelumnya, aspek ketiga memiliki dua subaspek yang membandingkan persepsi wisatawan terhadap bahasa dan kecenderungan memilih atau

menggunakan jasa layanan kepariwisataan di dua daerah wisata tersebut.

Dua subaspek tersebut adalah penyampaian pesan jasa layanan kepariwisataan menggunakan bahasa campuran. Subaspek pertama menggunakan bahasa asing terlebih dahulu kemudian bahasa Indonesia, sebaliknya subaspek kedua menggunakan bahasa Indonesia terlebih dahulu kemudian bahasa asing. Subaspek kedua memiliki rerata lebih tinggi daripada subaspek pertama, yaitu $2,2 > 2,1$. Dengan kata lain, persepsi wisatawan lebih cenderung pada penggunaan bahasa Indonesia terlebih dahulu kemudian diikuti oleh bahasa asing.

KESIMPULAN

Tulisan ini yang didasarkan pada data kualitatif kemudian dikonversikan ke dalam hitungan sederhana menggunakan *excel* mampu mendeskripsikan persepsi wisatawan yang berkunjung ke kedua daerah wisata di Nusa Tenggara Barat (Senggigi dan Kuta). Hasil hitungan tersebut menyimpulkan bahwa persepsi wisatawan terhadap jasa layanan kepariwisataan di dua daerah wisata tersebut baik.

Persepsi baik ini didukung oleh ketiga aspek yang digunakan dalam tulisan ini. Khusus pada aspek ketiga yang memiliki dua aspek yang memberikan pilihan bahasa Indonesia terlebih dahulu atau bahasa asing pada jasa layanan kepariwisataan menunjukkan bahwa persepsi wisatawan lebih cenderung pada penempatan bahasa Indonesia terlebih dahulu kemudian diikuti oleh bahasa asing.

DAFTAR PUSTAKA

Husnan, Lalu Erwan; Cahyasabudhi, I Nyoman; Wardhani, Aditya; dan Djuwarijah, S. (2017). *Revitalisasi Bahasa Sasak Berbasis Komunitas (Suatu Upaya untuk Mencari Aspek Bahasa Sasak yang Perlu Direvitalisasi)*.

Kantor Bahasa Nusa Tenggara Barat. (2013). *Ekspedisi Bahasa dan Sastra di Wilayah Wisata di Pulau Lombok dan Pulau Sumbawa*.

Kasman, dkk. (2015). *Pandangan Komunitas Tutur Bahasa Samawa terhadap Bahasa Daerah Pendatang di Kabupaten Sumbawa*.

Mahsun. (2005). *Metode Penelitian Bahasa: Tahap Strategi, Metode, dan Tekniknya*. RajaGrafindo Persada.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2013 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 73/M-DG/PER/9/2015 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia.

Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional tahun 2010—2025.

Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2014 tentang Pengembangan, Pembinaan, dan Pelindungan Bahasa dan Sastra, serta Peningkatan Fungsi Bahasa Indonesia.

Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D* (Cetakan ke). ALFABETA.

Syarifuddin, Kasman, Siti Raudloh, dan Y. F. W. (2017). *Revitalisasi Bahasa Samawa Berbasis Komunitas*.

Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara serta Lagu Kebangsaan.