



# SOSIOLOGI KEPARIWISATAAN

## Konsep dan Perkembangan

Tim Penulis:

Johannes Kurniawan, Dhanik Puspita Sari, Sri Susanty, Muhammad Asir,  
Alif Ilman Mansyur, Ajie Wicaksono, Thamrin Pawalluri, Irma Kharisma Hatibie,  
Aphrodite Milana Sahusilawane, I Gede Putra Nugraha, Yusuf Adam Hilman,  
Hesti Purwaningrum, Ni Made Rianita, Sodikin, Inayatul Mukarromah, Nasobi Niki Suma,  
Randi, Syafrizaldi & Syailendra Reza Irwansyah Rezeki.

# **SOSIOLOGI KEPARIWISATAAN (KONSEP DAN PERKEMBANGAN)**

Tim Penulis:

Johannes Kurniawan, Dhanik Puspita Sari, Sri Susanty, Muhammad Asir,  
Alif Ilman Mansyur, Ajie Wicaksono, Thamrin Pawalluri, Irma Kharisma Hatibie,  
Aphrodite Milana Sahusilawane, I Gede Putra Nugraha, Yusuf Adam Hilman,  
Hesti Purwaningrum, Ni Made Rianita, Sodikin, Inayatul Mukarromah, Nasobi Niki Suma,  
Randi, Syafrizaldi & Syailendra Reza Irwansyah Rezeki.

Desain Cover:

**Usman Taufik**

Tata Letak:

**Handarini Rohana**

Editor:

**N. Rismawati**

ISBN:

**978-623-6457-23-8**

Cetakan Pertama:

**September, 2021**

Hak Cipta 2021, Pada Penulis

---

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

---

**Copyright © 2021**

**by Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung**

All Right Reserved

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**PENERBIT:**

**WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG**

**(Grup CV. Widina Media Utama)**

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas  
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

**Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020**

Website: [www.penerbitwidina.com](http://www.penerbitwidina.com)

Instagram: @penerbitwidina

BAB

15

## PENDIDIKAN, SOSIOLOGI PARIWISATA DAN BAHASA

---

Dr. Inayatul Mukarromah, S.S., M.Pd  
IAIN Jember

### A. PENDAHULUAN

Dalam latar belakang ini dipaparkan hal-hal yang melatar belakangi pembuatan judul yaitu Pendidikan, sosiologi pariwisata dan bahasa. Hal ini bertujuan untuk memberi penjelasan tentang isi dari buku ini. Pentingnya penulisan buku ini karena penggunaan bahasa yang sesuai dengan kaidah dari tipologi masing-masing bahasa dengan tetap memperhatikan aspek budaya serta sesuai dengan aspek linguistik terkadang masih dirasa remeh. Penggunaan bahasa terutama bahasa asing atau bahasa Inggris sangat diperlukan oleh para pelaku wisata. Pentingnya penggunaan bahasa terutama bahasa asing atau bahasa Inggris yang sesuai kaidah baik mikro maupun makro khususnya yang bersinggungan dengan aspek sosial dan budaya dalam berbahasa merupakan hal yang terpenting yang harusnya diperhatikan oleh para pelaku wisata. Perlunya memperhatikan penggunaan bahasa terutama bahasa asing atau bahasa Inggris pada aspek morphosintak, Morphosemantik dan morphophonemik dan bagaimana ketika menggunakan bahasa tersebut sesuai dengan aspek

sosiolinguistik dan psikolinguistik serta kultur dan budaya serta bagaimana menerapkan aspek-aspek tersebut di dunia pariwisata.

Undang-undang nomor 24 tahun 2009 pasal 25 menyatakan bahwa bahasa Indonesia merupakan jati diri bangsa Indonesia. Identitas atau jati diri seseorang bisa terbentuk diantaranya melalui interaksi dengan bahasa dan budaya yang sesuai dengan kaidah baik mikro maupun makro dalam berbahasa. Bahasa dan budaya merupakan satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan. Dalam memperkenalkan pariwisata dan budaya perlu adanya kemampuan berbahasa yang baik. Dengan penggunaan bahasa yang sesuai kaidahnya menjadikan pariwisata dan budaya tersebut memiliki nilai tambah tersendiri bagi para pelaku wisatawan dan para wisatawan itu sendiri. Pentingnya berbahasa asing terutama bahasa Inggris karena bahasa asing terutama bahasa Inggris bisa membantu beberapa sektor dibidang wisata. Sementara itu jika bahasa nasional disandingkan dengan pariwisata tentu saja membutuhkan bahasa asing terutama bahasa internasional yaitu bahasa Inggris. Hubungan antara bahasa nasional dan bahasa internasional dibutuhkan dalam pengembangan sektor pariwisata.

Sementara itu Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 kepariwisataan pada bab 1 pasal 1 menjelaskan bahwa wisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan dengan tujuan mengunjungi lokasi wisata tersebut untuk rekreasi, mendapatkan ilmu pengetahuan dengan tujuan mengembangkan diri atau mempelajari hal-hal lain yang berkaitan dengan keunikan, ketertarikan daya tarik. Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Kepariwisata Bab 1 Pasal 1 ; dinyatakan bahwa "wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan destinasi wisata yang dikunjunginya. (Spillane, 1994; 21) pariwisata merupakan perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain baik dilakukan perorangan atau kelompok sebagai usaha untuk mendapatkan keseimbangan dan keselarasan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.

Secara Empiris hal yang melatarbelakangi penulisan buku ini bahwa hubungan secara sosiologi antara pelaku wisata dan wisatawan terutama wisatawan internasional yang membutuhkan hubungan harmonis dan saling memahami, hal ini dilakukan melalui hubungan komunikasi yang baik antara pelaku wisata dan wisatawan khususnya wisatawan asing. Perlunya pembelajaran bahasa asing terutama bahasa Inggris karena pertama 1) bahasa Inggris menjadi bahasa internasional yang mendunia hal ini karena rata-rata wisatawan dari berbagai negara memiliki kemampuan berbahasa Inggris dengan baik dan mereka menyadari kalau bahasa Inggris adalah bahasa pengantar mereka ketika mereka melakukan bepergian ke luar negeri baik dengan tujuan bisnis, studi maupun berwisata, 2) sebagian ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi dibidang apapun senantiasa menggunakan tulisan berbahasa Inggris.

Sementara isu lain bahwa pembelajaran bahasa asing diawal harus diajarkan pada awal semester kepada mahasiswa manajemen pariwisata. Mahasiswa tersebut setidaknya harus lulus terlebih dahulu pada kemampuan bahasa asing dan memiliki kemampuan yang lebih akan bahasa asing yang dikuasainya termasuk budaya yang ada pembelajaran bahasa asing khususnya bahasa Inggris sangatlah penting. Adanya pembelajaran bahasa asing terutama bahasa Inggris di Indonesia sangat diperlukan. Penguasaan bahasa asing yang bagus terutama bahasa Inggris dapat menjadi pintu masuk dalam menyambut masyarakat global khususnya di dunia pariwisata.

Berdasarkan hal yang melatarbelakangi penulisan buku, secara yuridis, empiris dengan selalu membandingkan dengan isu-isu baik nasional maupun internasional maka tujuan penulisan buku ini untuk memberi semangat agar para pelaku wisata atau pengusaha jasa wisata termasuk masyarakat sekitar kawasan wisata tetap mengedepankan aspek bahasa untuk membangun segala sektor dibidang wisata. Karena bahasa merupakan area atau wilayah terpenting ketika para pelaku wisata berkomunikasi dengan wisatawan dan hal ini memberi pengaruh yang besar yang bisa menarik para wisatawan untuk lebih tertarik dengan produk-produk wisata yang dijual oleh para pelaku wisata.

## B. TINAJUAN LITERATUR

Sosiologi adalah kajian ilmiah tentang kehidupan masyarakat. Sosiologi hanya tertarik pada pikiran dan tindakan yang dimunculkan seseorang sebagai anggota suatu kelompok atau masyarakat. Kunjungan para wisatawan ke berbagai destinasi wisata bisa memberi motivasi bagi para investor dan masyarakat untuk mengembangkan dan membangun sektor wisata di destinasi tersebut. Para investor bisa merencanakan pembangunan Hotel, Villa, *Restaurant* termasuk biro perjalanan wisata atau travel. Bahkan masyarakatpun juga banyak yang berinisiatif mendirikan beberapa organisasi kemasyarakatan yang bertujuan mengembangkan destinasi tersebut. Kelompok Sadar Wisata, kelompok pecinta bahasa Austronesia dan kelompok yang mengkaji segala hal yang berkaitan dengan perkembangan destinasi wisata. Sosiologi merupakan ilmu yang mempelajari hubungan antara manusia dan kelompok-kelompok. Sosiologi memiliki beberapa pendekatan antara lain pendekatan individu, pendekatan sosial dan pendekatan interaksi.

Konsep sosiologi pariwisata yang ditulis dalam buku ini adalah konsep hubungan antara pelaku wisata dan wisatawan yang berkaitan dengan bahasa. Para pelaku wisata sudah pasti butuh penguasaan berbahasa yang bagus dan sesuai dengan kaidah bahasa baik dalam tatanan mikro maupun makro terutama pada aspek gramatikal, semantik, pragmatik, pelafalan yang berkaitan dengan fonologi serta perlunya aspek mikro tersebut diterapkan pada aspek makronya yang terdiri atas sosiolinguistik, psikolinguistik dan pramatik. Konsep pada sosiologi pariwisata ini senantiasa mengikuti perkembangan kepariwisataan, pelaku wisata diharapkan mampu mengikuti pelatihan atau pendidikan bahasa terutama bahasa asing atau bahasa Inggris. Sehingga SDM yang *professional* dibidang penguasaan bahasa betul-betul dipersiapkan menuju perkembangan wisata untuk jangka panjangnya.

Pendidikan dalam bahasa Inggris memiliki pengertian yaitu memperbaiki moral dan intelektual. Hasan (2003) Pendidikan memiliki beberapa parameter definisi. Bahwa pendidikan merupakan suatu bentuk usaha yang dilakukan dengan tujuan membangun potensi kemampuan yang ada di dalam diri manusia, pendidikan juga merupakan warisan kebudayaan yang mengandung nilai-nilai budaya dari generasi tua ke

generasi muda dengan tujuan agar pendidikan tersebut berkelanjutan sehingga tercapainya keberlangsungan kehidupan bermasyarakat. Abdullah Syamsudin bahwa sosiologi pendidikan merupakan cabang dari ilmu yang memfokuskan pada ilmu pengetahuan serta membahas tentang bentuk interaksi sosial antara anak, mulai dari tingkat keluarga, sekolah, kampus dengan kondisi sosial kultural yang terdapat dalam lingkungannya atau masyarakat dimana mereka tinggal atau dibesarkan.

Pada konsep buku ini bahwa pendidikan itu perlu diterapkan melalui pembelajaran dan pelatihan bahasa baik dikoordinir oleh Pemerintah melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, BUMDES dengan bekerja sama dengan Kelompok Sadar Wisata, perkumpulan para pelaku UMKM, LSM dan lainnya. Konsep pariwisata dan pendidikan ini adalah satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan antara satu dengan yang lain. Hal ini karena berkembangnya pariwisata tentu saja sangat ditentukan oleh sumber daya para pelaku wisata yang luas termasuk *professional* dibidang penguasaan bahasa asing termasuk bahasa Inggris. Sehingga pariwisata tersebut bisa berkelanjutan. Kaitannya dengan pendidikan kepariwisataan bahwa pendidikan kepariwisataan dalam hal ini dituntut untuk bagaimana para pelaku wisata bisa belajar dan berlatih menggunakan bahasa asing terutama bahasa Inggris dengan lancar dengan tujuan untuk memperkenalkan produk-produk pariwisata kepada para wisatawan. Produk-produk pariwisata tersebut siap dijual ke wisatawan tentunya ditunjang dengan kualitas penguasaan bahasa yang baik dan *professional*.

Pengertian pariwisata itu sendiri berdasarkan *statemen* James J. Spillane (1994) bahwa pariwisata meliputi *attraction, facilities, infrastructure, transportasi* dan *hospitality*. Prof. Salah Wahab bahwa pariwisata hendaknya memperlihatkan anatomi atau gejala-gejala yang terdiri atas tiga unsur yaitu; manusia (*man*), orang yang melakukan perjalanan wisata (*space*), daerah atau ruang lingkup tempat dan waktu selama melakukan perjalanan wisata dan tinggal sementara di lokasi destinasi wisata tersebut. A.J Burkat (2006) bahwa pariwisata adalah perpindahan orang untuk sementara waktu atau hanya untuk jangka pendek ke tujuan-tujuan diluar lokasi di tempat dimana biasanya tinggal dan beraktivitas sehari-hari.

Pada konsep pariwisata dalam buku ini adalah pariwisata yang berkaitan dengan pelaku wisata dan wisatawan, Keduanya membutuhkan hubungan interaksi bahasa baik itu ketika wisatawan tersebut datang ke suatu destinasi wisata untuk melakukan wisata edukasi, bisnis, studi atau melakukan aktivitas lainnya. Hal ini karena pembangunan wisata bertujuan meningkatkan sektor perekonomian suatu negara atau masyarakat khususnya masyarakat yang dekat dengan kawasan destinasi tersebut. Pentingnya pembelajaran bahasa terutama bahasa asing atau bahasa Inggris sebagai bahasa kedua (*Second language*) bagi para pelaku wisata di Indonesia, hal ini karena melalui penguasaan bahasa asing terutama bahasa Inggris sebagai bahasa Internasional bisa menjadi roda interaksi yang menghubungkan antara pelaku wisata dengan wisatawan.

Mc Grath,1. (2013) *Second language learners need to develop the ability to deal with written as well as spoken genres. Language material for the teachers are as core recourses it mediates students' learning and facilitate teacher development and teachers are also seen as the backbone of language curriculum programs.*

Berdasarkan pernyataan diatas bahwa para pelaku wisata yang mempelajari bahasa asing sebagai bahasa ke dua, mereka membutuhkan pengembangan khususnya berkaitan dengan kemampuan menulis dengan baik. Karena bahasa tidak hanya berbentuk oral atau lisan akan tetapi bahasa juga bisa diekspresikan kedalam bentuk yang lain seperti bahasa tulis dan bahasa gerak tubuh (*gesture*). Terdapat beberapa faktor untuk meraih keberhasilan belajar bahasa. Bahasa merupakan aspek penting yang mengantarkan perkembangan di sektor wisata. Hal ini sesuai dengan pendapat Blue & Harun yang menyatakan;

*Communication in this area is all important the first contact invariably influences the customer experience-yet it is an area that has gained little attention in the tourism sector (Blue & Harun, 2003).*

Berdasarkan pernyataan tersebut diatas bahwa bahasa sangat mempengaruhi kehidupan sosial dan budaya serta mempengaruhi berbagai sektor-sektor wisata. Sementara itu Pada konsep pembelajaran bahasa ini adalah pembelajaran bahasa asing terutama bahasa Inggris yang dikhususkan kepada kelompok masyarakat di dekat kawasan wisata dan para pelaku wisata. Dengan penguasaan bahasa asing terutama



bahasa Inggris dengan baik, maka secara tidak langsung bisa meningkatkan omset atau *income* para pelaku wisata dalam memasarkan produk wisata yang dijualnya, selain itu terciptanya kesejahteraan bagi masyarakat dekat kawasan wisata tersebut.

### C. SOSIOLOGI PARIWISATA

Sosiologi merupakan ilmu yang mempelajari hubungan antara manusia dan kelompok-kelompok. Sementara itu hubungan antara sosiologi dan pariwisata merupakan sebuah hubungan yang berupa gerakan sosial, ekonomi, kebudayaan dan politik. Kaitan antara keduanya bahwa pariwisata harus adanya pengusaha yang bisa mengembangkan potensi wisata tersebut untuk mengembangkannya terutama pada sektor ekonomi. Sehingga pariwisata bukan hanya merupakan destinasi alam, sejarah, kuliner dan lainnya akan tetapi pariwisata yang sesungguhnya bertujuan membangun sebuah wilayah atau negara dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Upaya dalam hal ini adalah perlu adanya fasilitas, infrastruktur, transportasi, kenyamanan serta adanya atraksi-atraksi seni dan budaya. Hal ini sesuai dengan pendapat James J. Spillane (1994) pariwisata meliputi *attraction, facilities, infrastructure, transportation* dan *hospitality*. Berdasarkan pernyataan tersebut jelas bahwa; 1) atraksi wisata merupakan kebutuhan utama atau menjadi *primary destination* bagi para wisatawan. Atraksi tersebut meliputi atraksi fisik seperti tarian, atraksi ini juga bisa dilakukan dalam *event-event* lainnya seperti upacara adat, upacara ritual keagamaan dan lainnya, Kuncoro (2001) atraksi wisata dikelompokkan menjadi dua yaitu atraksi wisata alam yang berkaitan dengan ekosistem dan segala yang terdapat didalam ekosistem tersebut seperti sumber daya alam fisik dan hayati. Sementara itu atraksi buatan manusia. Meliputi atraksi keagamaan, budaya, *event-event* seni dan tari, situs-situs arkeologi dan lainnya 2) fasilitas juga penting seperti sarana dan prasarana yang mendukung suatu objek wisata seperti adanya fasilitas tempat ibadah, fasilitas kantin, kamar mandi dan WC, 3) infrastruktur yang meliputi kondisi wilayah, akses jalan, fasilitas air bersih, listrik, sanitasi serta adanya akses komunikasi terutama jaringan internet yang mewadahi, 4) Akseibilitas yang bertujuan memberikan kemudahan perjalanan bagi wisatawan untuk mencapai

lokasi destinasi wisata yang dikehendaki seperti denah lokasi destinasi wisata, data atraksi wisata, transportasi darat, laut dan udara, waktu yang dibutuhkan wisatawan menuju ke lokasi destinasi wisata, 5) *Hospitality* berkaitan dengan kenyamanan wisatawan hal ini berkaitan dengan kualitas pelayanan para pelaku wisata, semakin bagus kualitas pelayanan yang dilakukan oleh pelaku wisata maka bisa menjadi peluang dan pengaruh besar untuk menarik wisatawan tersebut berkunjung kembali atau bahkan wisatawan yang sudah berkunjung ke destinasi tersebut secara tidak langsung bisa mempromosikan destinasi wisata yang pernah dikunjunginya dan menceritakan bahwa pada saat mereka berwisata mereka sangat merasakan kenyamanan karena diperlakukan sangat baik oleh para pelaku wisata. Hal ini bisa menjadi peluang bagi para pelaku wisata pada jangka panjang. Sosiologi pariwisata merupakan kegiatan sosial yang bisa dilakukan oleh beberapa lembaga baik lembaga pemerintah maupun swasta. Keduanya menjalakkannya untuk berbagai disiplin bidang ilmu baik berhubungan dengan bahasa, sosial budaya, politik dan individu. Sosiologi kepariwisataan mengandung beberapa unsur-unsur Kepariwisataan pokok, yaitu wisatawan, waktu luang, penggunaan waktu luang di lingkungan rumah, di luar rumah dengan melakukan perjalanan wisata. Terdapat objek dan daya tarik wisata dan fasilitas pendukung yang dibutuhkan selama perjalanan wisata berlangsung. Pariwisata melibatkan proses sosial dan interaksi yang dipertemukan oleh unsur-unsur sosial, antara lain lembaga, kepentingan, individu dan kelompok secara langsung maupun tidak langsung. Pariwisata merupakan kegiatan sosial yang dilakukan dan dihasilkan oleh berbagai lembaga, organisasi, asosiasi dan kelompok masyarakat yang memiliki fungsi atau menjalankan fungsi-fungsi serta berdampak sosial budaya, ekonomi, politik terhadap individu, kelompok sosial dan masyarakat luas. Sifat multibidang dari pariwisata juga mengundang daya tarik bagi disiplin-disiplin ilmu lain, termasuk sosiologi.

Kaitannya Sosiologi pariwisata dengan bahasa bahwa hal-hal yang berkaitan dengan kelompok pelaku wisata termasuk para pengusaha-pengusaha UMKM dan kuliner serta wisatawan termasuk sarana dan prasarana tentu saja tidak akan lepas dengan peran bahasa. Seperti bagaimana para pelaku wisata memperkenalkan produk-produk wisata

yang mereka jual melalui kemampuan bahasa Inggrisnya dan bagaimana para wisatawan menyikapinya.

#### D. PENDIDIKAN PARIWISATA

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor utama dan menjadi sektor andalan bagi devisa suatu negara. Perlunya pendidikan pariwisata seperti bagaimana memanfaatkan, mengembangkan dan mengelola destinasi wisata yang harus diperhatikan oleh Negara, pemerintah, pelaku wisata dan masyarakat.

Pendidikan Pariwisata merupakan kunci untuk mengembangkan dan membangun lokasi destinasi wisata. Spinnale James. J (1994) salah satu masalah dalam menghadapi pariwisata adalah tidak tersedianya fasilitas yang memadai termasuk pendidikan pariwisata. Dari pernyataan tersebut sangat jelas bahwa para pelaku wisata setidaknya harus memiliki kemampuan atau *skill* yang baik untuk mengembangkan lokasi destinasi wisata yang dijual. Perlunya pendidikan kepariwisataan untuk menjadikan para pelaku lebih *professional* dibidang pembelajaran bahasa karena bahasa merupakan aspek terpenting ketika berkomunikasi dengan wisatawan. Penguasaan bahasa yang baik terutama bahasa asing atau bahasa Inggris sebagai bahasa internasional sangat membantu dalam mengembangkan pelayanan yang baik dan *professional* kepada wisatawan.

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang penting yang memiliki potensi strategis khususnya bagi perkembangan suatu daerah dan negara. Pariwisata juga merupakan salah satu perwujudan industri yang dapat mendongkrak sektor perekonomian suatu negara khususnya suatu daerah, hal ini karena sektor pariwisata bisa memberikan dampak yang signifikan bagi devisa suatu Negara (Yoeti, 2008). Dampak yang lainnya yaitu tumbuhan perekonomian yang pesat diberbagai aspek terutama yang dapat dihasilkan oleh para pelaku wisata, para UMKM, masyarakat dan lainnya yang berimbas pada banyaknya lowongan pekerjaan terutama bagi masyarakat dekat kawasan wisata tersebut. Seperti contohnya para pengelola destinasi wisata alam, wisata sejarah, wisata kuliner dan para pengusaha skala makro dan mikro seperti Perhotelan, *restaurant*, biro perjalanan wisata atau travel, para pedagang *handicraft*, garmen serta berbagai jenis makanan dan oleh-oleh khas. Sementara itu UUD Nomor 10

tahun 2009 menyatakan bahwa Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pemerintah pusat dan daerah serta pengusaha. Matheison dan Wall dalam I.G. pitana & gayatri (2005) bahwa pariwisata mencakup tiga aspek antara lain : 1). *A Dynamic element* hal ini berkaitan dengan destinasi-destinasi wisata, 2) *A static element* yang berkaitan dengan daerah atau wilayah yang menjadi tujuan wisata, 3) *A consequential element*, yang berkaitan dengan pengaruh elemen nomor satu dan dua yang berdampak pada sektor ekonomi, sosial dan budaya dan adanya hubungan kontak secara fisik dengan wisatawan. Wisata Edukasi di Indonesia. Berwisata pada dasarnya bukan hanya tentang mendapatkan hiburan. Ada banyak hal yang bisa didapatkan dalam perjalanan. Mulai dari melihat ilmu pengetahuan dan hal baru yang belum pernah ditemukan sebelumnya, sampai berkenalan dengan orang-orang baru. Namun, jika ingin perjalanan lebih berbobot, destinasi wisata edukasi bisa menjadi opsi yang menarik. Wisata Edukasi yang bagus dan bisa berkembang apabila diimbangi dengan penguasaan bahasa asing terutama bahasa Inggris yang kompeten yang harusnya dikuasai oleh para pelaku wisata.

#### **E. PENDIDIKAN BAHASA DAN PARIWISATA**

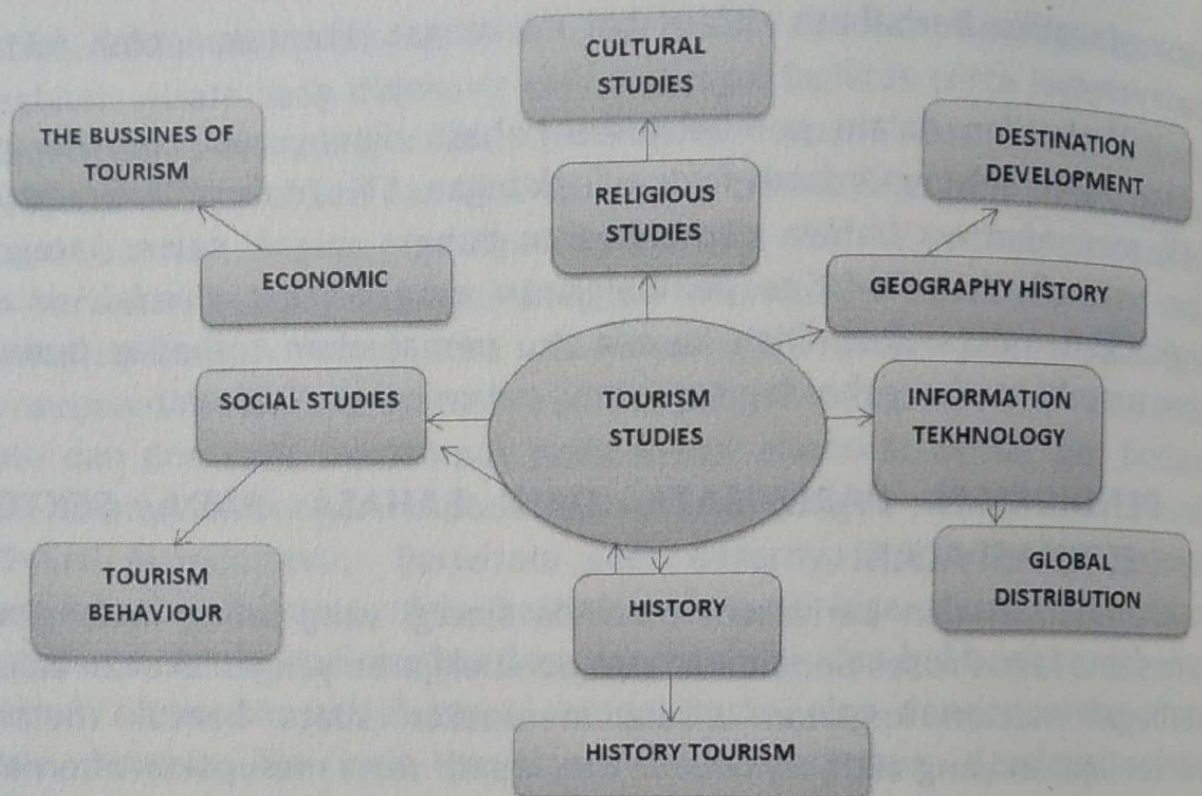
Perlunya pembelajaran bahasa untuk mengantarkan betapa bahasa merupakan hal yang terpenting untuk mengenalkan ciri khas budaya suatu bangsa dan perkembangannya di dunia pariwisata. Bahasa sebagai sarana pengantar komunikasi yang paling optimal yang menghubungkan antara pelaku wisata dengan wisatawan. Pendidikan bahasa dan pariwisata merupakan wujud dari produk suatu budaya (Mahsun, 2014) dimana bahasa menunjukkan budaya dan karakter bagi penuturnya. Bahasa sebagai tingkah laku sosial yang digunakan dalam berkomunikasi. (Sumarsono, 2014: 19). Sebagai sarana komunikasi, bahasa berlandaskan pada budaya (Dardjowidjojo, 2008: 16). Setiap Negara bahkan daerah memiliki tipologi bahasa yang berbeda baik dari segi mikro maupun makro linguistik termasuk hal yang berkaitan dengan pilihan kata atau pola kalimat. Karena suatu dalam suatu daerah sangat ditentukan oleh budaya.

Sehingga etika berbahasa dalam hal ini sangat ditentukan oleh faktor budayanya.

Keberhasilan dalam pembelajaran bahasa dipengaruhi oleh banyak faktor. Salah satunya adalah faktor lingkungan. Ellis (dalam Chaer, 2003: 243) menyebutnya bahwa pembelajaran bahasa masuk dalam kategori tipe naturalistik, yakni tipe pembelajaran yang bersifat alamiah dalam lingkungan masyarakat. Oleh karena itu, pemahaman terhadap budaya akan membantu keberhasilan seseorang dalam belajar bahasa.

#### **F. PENDIDIKAN PARIWISATA DAN BAHASA PADA SEKTOR DESTINASI ALAM**

Pendidikan dan pariwisata memiliki sinergi yang saling melengkapi satu sama lain. Proses pendidikan dan pembelajaran yang dilakukan dalam berbagai macam kegiatan wisata merupakan suatu bentuk metode pembelajaran yang aktif, *innovative* dan kreatif serta merupakan alternatif metode pembelajaran yang efektif. Seperti halnya wisata edukasi bisa menjadi wadah dalam bersosialisasi untuk mengembangkan rasa cinta terhadap budaya dan bangsa. Wisata edukasi merupakan kegiatan pariwisata yang dilakukan oleh para wisatawan dengan tujuan utama mendapatkan pendidikan dan pembelajaran di lokasi wisata tersebut. Pariwisata dan pendidikan memiliki hubungan erat dengan berbagai macam keilmuan yang bersifat akademis, seperti contohnya pembelajaran bahasa, geografi, ekonomi, sejarah, psikologi, pemasaran, hukum dan lainnya. Hubungan dan integrasi keilmuan tersebut sangat penting dilakukan di dunia pendidikan yang berkaitan dengan studi pariwisata. Seperti contoh pembelajaran geografi dan sejarah keduanya dapat membantu pemahaman perkembangan sumber daya historis dan geografis daerah tujuan wisata. Keterkaitan beberapa keilmuan tersebut dengan studi pariwisata dapat dilihat pada model berikut ini (Jafari & Ritchie, 1981).



Berdasarkan diagram tersebut jelas bahwa pembelajaran bahasa atau linguistik memiliki peran yang sangat penting baik terhadap penggunaannya pada tataran mikro dan makro. Unsur *social studies*, *tourism behavior*, *history of tourism* dan *cultural studies* serta *technology information* memerlukan unsur kemampuan bahasa *microlinguistics studies* yang meliputi *phonology*, *morphology*, *syntax* dan *semantic*. Selain itu juga perlu adanya kemampuan bahasa pada tataran makronya seperti *anthropological linguistics*, *socio pragmatic*, *linguistics typology*, *linguistics landscape*, *sociolinguistics* and *psycholinguistics* yang didalamnya terdapat *culinary linguistics*. Perlunya pendalaman dalam belajar bahasa nasional terutama bahasa asing termasuk bahasa Inggris sebagai bahasa internasional karena kemampuan berbahasa terutama bahasa asing khususnya bahasa Inggris merupakan faktor utama yang bisa mengantarkan perkembangan dunia pariwisata khususnya ketika para pelaku wisata memperkenalkan destinasi wisata alam, destinasi wisata sejarah, destinasi wisata kuliner, destinasi wisata lainnya, produk-produk UMKM, lainnya seperti produk makanan olahan khas suatu daerah yang bisa menjadi oleh-oleh, produk kerajinan tangan (*handicraft*) serta garmen. Wijayanti (2017) menyampaikan beberapa faktor yang mempengaruhi wisatawan untuk melakukan studi ke luar negeri. Salah

satunya adalah mempelajari bahasa negara lain, mempelajari budaya serta kesempatan untuk mendapatkan karier secara internasional. Perlunya pembelajaran bahasa asing melalui wisata edukasi memiliki dampak yang signifikan untuk meningkatkan pengetahuan baru tentang kegiatan-kegiatan wisata. Hal ini karena aktivitas pariwisata berkaitan dengan edukasi pariwisata. Hal semacam ini bisa dilakukan melalui konferensi tingkat internasional, kolaborasi penelitian dengan negara lain, pertukaran pelajar dan mahasiswa. Jafari & Ritchie (1981) mengemukakan aktivitas edukasi meliputi; konferensi, penelitian, pertukaran pelajar nasional dan internasional, kunjungan sekolah-sekolah bahasa wisata studi yang dikoordinir dengan baik. Cohen (2008) bahwa aktivitas edukasi wisata meliputi pembelajaran yang berkaitan dengan agama, bahasa, budaya, sejarah dan geografi. Sehingga tujuan dari wisata edukasi lebih terarah yakni memperkenalkan pembelajaran keilmuan-keilmuan tersebut dengan tujuan untuk mempelajari agama, bahasa, budaya, etnografi suatu Negara. Wang Li, 2008 dalam Wijayanti 2017b bahwa sebagian besar wisata edukasi terdiri dari pelajar dan mahasiswa. Beberapa pelajar atau mahasiswa memanfaatkan wisata edukasi ketika mereka mendapatkan peluang beasiswa dari negaranya atau bagi mereka yang mampu belajar dengan biaya sendiri, mereka sangat menggunakan waktunya untuk melakukan wisata edukasi disela-sela waktu luangnya.

Wisata Edukasi merupakan *alternative* pendidikan yang bertujuan untuk mengembangkan berbagai jenis usaha wisata. Wisata Edukasi tidak hanya bertujuan mendapatkan kebahagiaan dan kesenangan saja, tetapi banyak hal yang didapatkan selama berwisata. Contoh diantaranya berbagai jenis wisata seperti; wisata destinasi, wisata sejarah, wisata kuliner serta wisata ke para pelaku UMKM yang ada disekitaran daerah wisata. Wisata destinasi alam memerlukan unsur edukasi baik dari segi bahasa maupun budaya. Beberapa upaya dilakukan oleh para pelaku industri pariwisata jasa dengan tujuan agar pengembangan wisata di sektor destinasi alam bisa terencana, terukur dan berkembang sesuai harapan. Pentingnya penggunaan edukasi budaya berbahasa bagi para pelaku wisata di sektor destinasi wisata, karena dengan penggunaan budaya berbahasa yang baik dan *professional* serta santun dengan senantiasa menggunakan bahasa tersebut sesuai aspek sosiolinguistik,

psikolinguistik dan sosio-pragmatiknya maka hal ini bisa menjadikan suatu kawasan tersebut sebagai kawasan yang lebih bisa diandalkan khususnya menyangkut destinasi wisata itu sendiri dengan selalu memberikan edukasi wisata khususnya berkaitan dengan aspek kelestarian sumber daya pariwisata (Ekowisata) itu sendiri. Hal ini berkaitan dengan bagaimana mengkonservasi sebuah lingkungan khususnya dikawasan wilayah konservasi dengan tujuan mensejahterakan masyarakat kawasan destinasi tersebut. (Garrod *and* Wilson, 2003). Perlunya beberapa potensi destinasi-destinasi wisata yang bisa dikembangkan menjadi wisata berbasis edukasi khususnya di wilayah konservasi. Wilayah konservasi merupakan wilayah yang mayoritas adalah alam. Bisa pegunungan, kehutanan bahkan wilayah maritim. Terdapat banyak hal di wilayah konservasi yang bisa dijadikan sebagai wisata edukasi. Banyak hal yang bisa dipelajari di alam konservasi. Misalnya jenis pohonan, jenis margasatwa dan lainnya. Berbagai macam jenis margasatwa yang ada di wilayah konservasi menjadikan perlu adanya sinergitas yang harmonis antara pemerintah melalui Balai Konservasi Taman Nasional, Dinas pariwisata maupun masyarakat. Ketiganya bisa menyusun dengan baik bagaimana menyusun strategi pemasaran wisata di daerah tersebut, tentu saja dengan bahasa teks dan lisan yang sesuai dengan aspek mikro dan makro linguistiknya.

Wisata destinasi alam bisa memberikan edukasi baik terhadap orang dewasa atau anak-anak yang sedang menikmati destinasi tersebut. Destinasi wisata tersebut bisa berupa alam pegunungan, lautan, atau wisata destinasi yang dibuat manusia. Bagi orang dewasa dan anak-anak wisata destinasi juga banyak memberi manfaat yang positif misalnya mereka akan semakin menikmati, mensyukuri akan kebesaran Tuhan yang menciptakan alam tersebut, mengedukasi diri sendiri untuk bisa lebih belajar meluangkan waktu hanya untuk menikmati pesona alam, mempelajari lingkungan di wilayah destinasi tersebut baik kondisi masyarakat, sosial dan budayanya di daerah destinasi tersebut.



## G. PENDIDIKAN PARIWISATA DAN BAHASA PADA SEKTOR DESTINASI SEJARAH

Sementara itu destinasi yang berkaitan dengan sejarah juga sangat memberi edukasi yang luar biasa bagi masyarakat khususnya bagi anak sekolah bahkan mahasiswa. Wisata sejarah ini biasanya berkaitan dengan sejarah kerajaan dan silsilahnya hingga dari wisata sejarah tersebut banyak ditemukan oleh para ahli sejarawan tentang artefak, Ekofak, Fitur dan Situs Kepurbakalaan. Artefak-artefak tersebut bisa berasal dari berbagai agama baik itu Islam, Budha maupun Hindu serta Kristen. Benda-benda ini pada masa lalu biasanya digunakan untuk sarana sembahyang atau sholat, pemujaan atau untuk hal-hal lain pada saat itu. Biasanya artefak tersebut ditemukan kemudian diteliti oleh Puslit Arkeologi Nasional pada tahun-tahun terdahulu. Artefak tersebut biasanya terbuat dari fragmen tulang dari abad ke-14 M, genta, dan keramik. Wisata edukasi sejarah ini sangat memberikan dampak yang positif terutama bagi para pelaku wisata dan masyarakat dekat kawasan. Sehingga pengembangan wisata sejarah tentu saja harus diimbangi dengan mempersiapkan para pemandu wisata yang kompeten dalam memberikan informasi melalui bahasa komunikasi yang bisa dipahami oleh wisatawan terutama wisatawan internasional. Hal ini dilakukan agar tidak menimbulkan persepsi dan pemahaman yang berbeda dari silsilah atau cerita sejarah tersebut. Pemandu wisata setidaknya harus mampu memberikan informasi dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti baik secara struktur kalimatnya, pelafalannya dan lainnya dengan senantiasa memperhatikan pada aspek mikro dan makro terutama pada aspek sosiolinguistik dan psikolinguistik. Karena melalui cara-cara tersebut sangat membantu para wisatawan dalam memahami isi cerita dari sejarah tersebut. Seorang pemandu wisata sejarah setidaknya mempelajari terlebih tentang budaya berbahasa. Herbert Blumer (Effendy, 2003 : 393) menjelaskan tentang semiotik dalam berbahasa. Unsur semiotik tentu saja selain mengedepankan pada aspek mikro linguistik dalam berbahasa juga hal yang lebih utama yaitu mengedepankan aspek sosiolinguistik terutama hal yang berkaitan dengan makna dalam memahami apa yang disampaikan seorang pemandu wisata. Munculnya interaksi antara pemandu wisata sejarah dengan wisatawan tentu saja

karena interaksi sosial diantara mereka sehingga para wisatawan bisa memanfaatkan waktu sebaik-baiknya dengan pemandu wisatawan sejarah tersebut dengan tujuan menggali secara mendalam informasi yang berkaitan dengan sejarah tersebut. Wisata sejarah merupakan wisata yang menarik dan penting untuk dijadikan destinasi tujuannya untuk selalu menjaga agar sejarah tersebut tetap bisa dikembangkan, diabadikan dan menjadi ikon sejarah dari wilayah tersebut. Seorang pemandu wisata sejarah tentu saja selain menguasai sejarahnya juga harus mampu mengkomunikasikan bahasa dengan menceritakan sejarah tersebut secara detail, menarik dan tidak terburu-buru serta mampu menyampaikannya dalam bahasa yang verbal sesuai dengan kaidah-kaidah berbahasa yang sesuai dari unsur mikro dan makronya. Selain komunikasi verbal dalam berbahasa, wisatawan juga bisa sesekali dipandu dengan komunikasi *non verbal* yang meliputi ekspresi wajah yang menunjukkan rasa bahagia dan senang, kontak mata yang fokus saat berkomunikasi atau bahkan melalui gerakan tubuh atau *gesture* yang lain misalnya tangan (Yazid, 2016:1). Seorang pelaku wisata terutama pemandu wisata harus mampu berkomunikasi yang terampil kepada wisatawan dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada wisatawan terutama hal yang berkaitan dengan sejarah (Purwaningsih, 2013:1) . Informasi yang berkaitan dengan wisata sejarah haruslah dikuasai secara detail oleh pemandu wisata dan ini merupakan *best* atau *good service* yang diberikan kepada wisatawan (Çetinkaya, 2014:1) .

## H. PENDIDIKAN PARIWISATA DAN BAHASA PADA SEKTOR DESTINASI KULINER

Wisata kuliner berperan penting dalam menumbuh kembangkan potensi makanan asli daerah (Stowe&Johnston dalam Leuhoe, Santoso, dan Rusdianto, 2013: 33). Saat ini, makanan daerah sudah mulai tergeser oleh produk-produk asing atau berorientasi makanan asing. Wisata kuliner merupakan program yang mengangkat beragam makanan. Makanan tersebut biasanya disajikan di warung-warung pinggir jalan dan berharga murah serta ramai oleh pelanggan. Kegiatan dalam wisata kuliner, seperti: mencicipi makanan di restoran-restoran etnik, mengunjungi festival makanan, mencoba makanan pada saat melakukan perjalanan wisata

bahkan memasak di rumah (Sandy, 2007: 2). Seperti telah dikemukakan sebelumnya bahwa ketika belajar bahasa, banyak strategi yang dapat digunakan. Melalui pembelajaran berbasis budaya, peserta didik dapat menciptakan makna dan mencapai pemahaman keilmuan yang diperoleh secara utuh. Oleh karena itu, sangat tepat jika dalam pembelajaran bahasa digunakan strategi wisata budaya dan kuliner. Strategi pembelajaran dengan wisata budaya dapat berupa kunjungan ke tempat-tempat bersejarah atau objek wisata.

Terdapat berbagai macam wisata kuliner di Indonesia yang mana setiap kuliner tersebut menawarkan berbagai menu makanan khas suatu daerah. Wisata kuliner sangat menarik karena hampir disuatu daerah memiliki ciri khas yang berbeda baik itu dari perbedaan nama makanan, cara memasak, perbedaan bumbu dan sajian. Dan melalui wisata kuliner ini para wisatawan bisa menikmati lezatnya makanan khas suatu daerah. Dengan demikian diperlukan pemandu wisata yang mampu menjelaskan tentang makanan khas tersebut baik dari sisi sejarahnya, bahan-bahan, cara memasak, penyajian bahkan fungsinya untuk tubuh dan kesehatan. Terdapat beberapa manfaat bagi para wisatawan yang mengadakan wisata kuliner. Pertama, pariwisataawan mulai memiliki gambaran awal tentang lokasi dari wisata kuliner tersebut. Sementara itu pelaku wisata atau pemandu wisata menjelaskan terlebih dahulu dengan menggunakan bahasa komunikasi yang mudah dipahami dan dimengerti. Kedua, wisatawan mulai menanyakan keunikan dan lainnya kepada pelaku wisata atau pemandu wisata mengenai lokasi wisata kuliner tersebut termasuk jenis menu makanannya. Pemandu wisata dalam hal ini harus bisa menjelaskan dengan bahasa yang mudah dipahami baik secara gramatikal, pelafalan, pemilihan kata atau kohesi dengan tetap selalu memperhatikan aspek sosiopragmatiknya. Pemandu wisata menjelaskan beberapa prioritas urutan lokasi yang dikunjungi.

Terdapat beberapa manfaat yang bisa didapatkan oleh wisatawan yang melakukan *tracking* kuliner. Antara lain; wisatawan bisa melakukan komunikasi dan interaksi langsung dengan masyarakat terkait dengan budaya, adat istiadat terutama hal yang berkaitan dengan cara memasak makanan tersebut dan lainnya. Sehingga keduanya bisa terus mengasah bahasanya. Wisatawan bisa mendapatkan leksem-leksem kosakata baru

yang bisa mereka dapatkan dari masyarakat, sementara masyarakat juga bisa langsung berbicara dengan wisatawan melalui kemampuan bahasa asing yang dikuasainya, sehingga hal ini secara langsung bisa meningkatkan kemampuan bahasa asing terutama bahasa Inggris. Wisatawan bisa langsung belajar dan mengetahui norma, etika, dan nilai yang berlaku di masyarakat. Selain itu wisatawan bisa mendapatkan pengetahuan tentang tempat wisata.

Berawal dari mengetahui dilanjutkan melihat langsung keindahan berbagai tempat serta kelezatan makanan, wisatawan menjadi termotivasi untuk mempelajari bahasa Indonesia. Bahkan sebaliknya masyarakat khususnya para pelaku wisata bisa juga termotivasi untuk belajar bahasa asing terutama bahasa Inggris.

## **I. KESIMPULAN**

Penggunaan bahasa Inggris bagi pengembangan dan kemajuan di sektor pariwisata menjadi peran penting karena bahasa merupakan alat pen jembatan antara pelaku wisata dan wisatawan. Keduanya membutuhkan hubungan yang harmonis dan saling memahami, hal ini dilakukan melalui hubungan komunikasi yang baik antara pelaku wisata dan wisatawan khususnya wisatawan asing. Para pelaku wisata atau pengusaha jasa wisata termasuk masyarakat sekitar kawasan wisata tetaplah harus mementingkan dan mendahulukan aspek berbahasa terutama bahasa asing khususnya bahasa Inggris tujuannya untuk membangun segala sektor dibidang wisata. Karena bahasa merupakan hal penting ketika para pelaku wisata berkomunikasi dengan wisatawan.

Para pelaku wisata dan masyarakat tentu saja membutuhkan penguasaan berbahasa yang sesuai dengan kaidah bahasa baik dalam tatanan mikro maupun makro terutama pada aspek gramatikal,semantik, pragmatik, pelafalan yang berkaitan dengan fonologi serta perlunya aspek mikro tersebut diterapkan pada aspek makronya yang terdiri atas sociolinguistik, psikolinguistik dan pramatik. Perlunya pembelajaran bahasa merupakan sarana pengantar untuk mengenalkan ciri khas budaya suatu bangsa dan perkembangannya di dunia pariwisata. Bahasa sebagai sarana pengantar komunikasi yang paling optimal untuk menghubungkan antara pelaku wisata dengan wisatawan. Para wisatawan bisa

mendapatkan kosakata baru dari para pelaku wisata atau masyarakat, sementara para pelaku wisata atau masyarakat juga bisa meningkatkan langsung berbicara dengan wisatawan melalui kemampuan bahasa asing yang dikuasainya seperti bahasa Inggris.

## DAFTAR PUSTAKA

1997. Agama dan Masyarakat. Syamsudin Abdullah. Wacana Ilmu. Jakarta
- A.J Burkat dalam Damanik (2006) Perencanaan Ekowisata
- Blue, G. M., & Harun, M. (2003). Hospitality language as a professional skill. *English for specific purposes* (Vol. 22, pp. 73–91)
- Çeti nkaya, Y. M., & Zafer Ö,. (2014). Role of tour guides on tourist satisfaction level in guided tours and impact on revisiting Intention: a research in Istanbul. *Journal Research Article*. Retrieved Maret 28, 2020, from
- Chaer Abdul.2003. Psikolinguistik: kajian teoritik. Jakarta.PT. Rieneke Cipta Channel View Publications
- Cohen, E. (1984). The sociology of tourism: approaches, issues, and findings. *Annual Review of Sociology*, 10(1), 373–392.
- Dadang Kahmad. 2006. PT Remaja Rosda Karya. Bandung
- Dardjowidjojo, Soedjono. 2003. Psikolinguistik: Pemahaman Bahasa Manusia. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- David Lesliea. The importance of foreign language skills in the tourism sector: A comparative study of student perceptions in the UK and continental Europe. *Tourism Management* 27 (2006) 1397–1407. Elsevier
- Effendy, O. U., 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi (cetakan ketiga). Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Garrod, B & Wilson. 2003. Marine Ecotourism: Issuee and experiences. Sydney, Australia:
- Grath, 1. 2013 . *Teaching materials and The Roles of EFL / ESL Teachers: Practice and Theory* . London : Bloomsbury
- Hasan Langgulung (2003). Asas – Asas Pendidikan Islam. Edisi Kelima. Jakarta: Pustaka Al Husna Baru.
- [https://www.researchgate.net/publication/303554785\\_Role\\_of\\_tour\\_guides\\_on\\_tourist\\_satisfaction\\_level\\_in\\_guided\\_tours\\_and\\_impact\\_on\\_re-visiting\\_Intention\\_a\\_research\\_in\\_Istanbul](https://www.researchgate.net/publication/303554785_Role_of_tour_guides_on_tourist_satisfaction_level_in_guided_tours_and_impact_on_re-visiting_Intention_a_research_in_Istanbul)
- <https://www.traveloka.com/id-id/explore/destination/destinasi-wisata-edukasi-di-indonesia-terbaik-acc/21194>

- Jafari, J., & Ritchie, J. R. B. (1981). Toward a Framework for Tourism Education: Problems and Prospects. *Annals of Tourism Research*, 8(1), 13–34.
- Wijayanti, A. (2017b). Pengelolaan Produk Pariwisata Edukasi di Kota Yogyakarta. Manuskrip tidak dipublikasikan.
- Jafari, J., & Ritchie, J. R. B. (1981). Toward a Framework for Tourism Education: Problems and Prospects. *Annals of Tourism Research*, 8(1), 13–34.
- Kebudayaan. Kanisius. Yogyakarta.
- Kuncoro, Mudrajad, 2004. Otonomi Daerah dan Pembangunan Daerah, Jakarta, Erlangga
- Mahsun. 2014. Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya. Jakarta: Rajawali Press.
- Maunah Binti. Sosiologi Pendidikan. 2016. Media Akademia. Yogyakarta.
- Pendidikan. Jakarta: Kharisma. hlm. 59.
- Abdul Kadir, dkk. 2012. hlm. 59
- Pitana, I. G., & Putu, G. (2009). Sosiologi Pariwisata. Yogyakarta: Andi.
- Purwaningsih, M. R., (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Candi Prambanan Tinjauan Khusus pada Kemampuan Berbahasa Verbal. *Jurnal Nasional Pariwisata*. Volume 5, Nomor 3. Desember 2013 (146 - 153). Retrieved April 09, 2020, from [https://jurnal.ugm.ac.id/tourism\\_pariwisata/article/view/6688](https://jurnal.ugm.ac.id/tourism_pariwisata/article/view/6688)
- Spillane, J James. 1994, *Pariwisata Indonesia Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Yogyakarta, Kanisius.
- Spillane, James. 1994. *Indonesian tourism, economic strategy and cultural engineering*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sumarsono. 2014. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataa
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, Sekretariat Negara. Jakarta § (2009). Indonesia
- Wahab Salah, Prof. Ph. D. 1995. *Tourism Management*. Tourism International Press. London.
- Wijayanti, A. (2017b). Pengelolaan Produk Pariwisata Edukasi di Kota Yogyakarta. Manuskrip tidak dipublikasi.

Yazid, P. T., (2016). Perilaku Komunikasi Tourguide Freelance Dalam Memperkenalkan Objek Wisata Kota Bukittinggi. Jurnal KOM FISIP. Vol 3 No. 2. Retrieved April 09, 2020, from <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFISIP/article/view/11186>

Yoeti, Oka. 1996. Pengantar Ilmu Pariwisata. Penerbit Angkasa: Bandung.



# DAFTAR ISI

PRAKATA.....	ii
DAFTAR ISI .....	iii
<b>BAB 1 ANATOMI PARIWISATA : DEFINISI PARIWISATA, WISATAWAN, DAERAH TUJUAN WISATA .....</b>	<b>1</b>
A. Pendahuluan.....	1
B. Metode Penelitian .....	2
C. Tinjauan Literatur .....	5
D. Pembahasan .....	12
E. Kesimpulan .....	14
<b>BAB 2 TEORI DASAR SOSIOLOGI PARIWISATA .....</b>	<b>17</b>
A. Pendahuluan.....	17
B. Metode Penelitian .....	18
C. Tinjauan Literatur .....	19
D. Pembahasan .....	25
E. Kesimpulan .....	28
<b>BAB 3 MOTIVASI WISATAWAN DAN TIPE PARIWISATA .....</b>	<b>33</b>
A. Pendahuluan.....	33
B. Tinjauan Pustaka.....	35
C. Metodologi .....	42
D. Motivasi Wisatawan dan Tipe Wisata .....	42
E. Kesimpulan .....	47
<b>BAB 4 RUANG LINGKUP SOSIOLOGI PARIWISATA .....</b>	<b>51</b>
A. Pendahuluan.....	51
B. Metode Penelitian .....	54
C. Tinjauan Literatur .....	56
D. Pembahasan .....	61
E. Kesimpulan .....	70
<b>BAB 5 SOSIOLOGI WISATAWAN.....</b>	<b>75</b>
A. Pendahuluan.....	75
B. Metode Penelitian .....	76
C. Tinjauan Literatur .....	76
D. Pembahasan .....	81

E. Kesimpulan .....	85
<b>BAB 6 INTERAKSI DALAM PARIWISATA .....</b>	<b>87</b>
A. Obyek/Daya Tarik Wisata .....	89
B. Hotel .....	93
C. Restoran/Rumah Makan .....	95
D. Kesimpulan .....	98
<b>BAB 7 SOSIOLOGI PARIWISATA .....</b>	<b>101</b>
A. Pendahuluan .....	101
B. Pariwisata .....	102
C. Sosiologi .....	103
D. Sosiologi Pariwisata .....	105
E. Ruang Lingkup Sosiologi Pariwisata .....	107
F. Kesimpulan .....	108
<b>BAB 8 ASPEK BUDAYA DALAM PARIWISATA .....</b>	<b>111</b>
A. Pendahuluan .....	111
B. Metode Penelitian .....	112
C. Tinjauan Literatur .....	114
D. Pembahasan .....	115
E. Kesimpulan .....	133
<b>BAB 9 UNSUR KEBUDAYAAN DALAM PARIWISATA .....</b>	<b>137</b>
A. Pendahuluan .....	137
B. Metode Penelitian .....	140
C. Tinjauan Literatur .....	140
D. Pembahasan .....	143
E. Kesimpulan .....	152
<b>BAB 10 PARIWISATA DAN PERUBAHAN SOSIAL (STUDI KASUS DESA SERANGAN, DENPASAR-BALI) .....</b>	<b>157</b>
A. Pendahuluan .....	157
B. Metode Penelitian .....	161
C. Tinjauan Literatur .....	164
D. Pembahasan .....	167
E. Kesimpulan .....	171