

BAHASA, BUDAYA DAN PARIWISATA

By : Dr. Inayatul Mukarromah.,S.S.,M.Pd

(Sumber: Yoeti, 1996: 151). Pariwisata berkaitan dengan Pengembangan sektor pariwisata yang dapat memberikan devisa bagi Negara. Pada zaman post Moderisme ini beberapa sektor Pariwisata mengangkat pariwisata yang berbasis lokal dengan melibatkan dan memberikan otoritas kepada masyarakat untuk mengelola destinasi wisata yang mereka miliki. Dengan demikian masyarakat memiliki otoritas untuk mengolah potensi yang mereka miliki baik berupa potensi alam, budaya dan adat istiadat, serta potensi kerajinan tangan serta produk-produk UMK lainnya. Masyarakat tidak lagi tergantung dengan regulasi dari pemerintah yang menurutnya bisa mengikatnya. Masyarakat bisa menjadi masyarakat yang kreatif dan inovatif dengan sumber penghasilan dari lokal wilayahnya sendiri. Hal ini bisa menciptakan para pengusaha-pengusaha lokal yang handal yang bisa bersaing dengan investor lainnya. Ini terbukti dengan banyaknya destinasi- destinasi wisata yang bermunculan di Banyuwangi yang dikelola oleh masyarakat dengan selalu bermitra dengan BUMDES dan POKDARWIS di setiap Desa di Banyuwangi.

Berdasarkan peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2021 yaitu pada PP 11 tahun 2021 yang menyatakan bahwa BUMDes adalah Badan Usaha Milik Negara. BUMDes ini berbentuk badan hukum yang kelembagaannya didirikan oleh desa dengan tujuan untuk mengelola usaha, menyediakan jasa pelayanan, menyediakan berbagai jenis usaha lainnya yang tujuannya sebesar-besarnya untuk kemakmuran masyarakat desa. Usaha- usaha Bumdes antara lain hal yang yang menyangkut peningkatan kesejahteraan masyarakat dibidang perekonomian.

Pengembangan berbagai sektor-sektor pariwisata di berbagai desa merupakan hal yang tepat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Mengingat banyaknya sektor- sektor pariwisata yang bisa digarap oleh masyarakat. Sektor- sektor tersebut antara lain dari alam, kerajinan tangan, makanan khas, tradisi seni dan adat istiadat serta sejarah. Suatu desa pastinya memiliki potensi yang bisa dijadikan suatu ikon yang bisa dijual ke para wisatawan baik lokal maupun internasional. Dan masyarakat bisa bekerjasama dalam pengelolaannya baik Bersama desa melalui BUMdes, POKDARWIS maupun dengan pengusaha lainnya dalam mengelola suatu potensi yang ada di desanya.

POKDARWIS itu sendiri merupakan unsur pemangku kepentingan yang hadirnya POKDARWIS juga berasal dari masyarakat. Peran dari POKDARWIS itu sendiri antara lain mengelola, mengembangkan potensi alam, sejarah dan budaya serta hal yang berkaitan dengan pengembangan disektor pariwisata. POKDARWIS merupakan penggerak sadar wisata dan Sapta Pesona di lingkungan masing- masing daerah atau desa.

Berdasarkan peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia nomor 14 tahun 2016, tentang kriteria Destinasi pariwisata berkelanjutan salah satunya yaitu menerepakan Sapta Pesona yang meliputi beberapa unsur antara lain; keamanan, ketertiban, kesejukan, keindahan, ramah dan kenangan. Sapta pesona itu sendiri mulai diumumkan

Sapta Pesona mulai saat ini sangat gencar diperkenalkan di hampir semua destinasi wisata. Konsep Sapta Pesona meliputi bidang alam, seni budaya dan adat istiadat dan lainnya termasuk keindahan dari keindahan bangunan yang mengadung unsur sejarah seperti kerajaan, pura, candi, makam yang memiliki sejarah dengan berbagai hal yang berkaitan dengan sejarah dan benda sejarah di kabupaten Banyuwangi. Hal ini bisa menjadi destinasi wisata yang bisa ditawarkan mengingat hampir di setiap desa pasti memiliki keunggulan- keunggulan dalam destinasi wisatanya. Tujuannya untuk menciptakan rasa senang, puas, nyaman Ketika berwisata ke desa tersebut. Sehingga hal ini bisa membawa kesan yang baik pada setiap wisatawan yang telah berkunjung ke destinasi tersebut.

POKDARWIS kepanjangan dari Kelompok Sadar Wisata merupakan kelompok asosiasi yang dibentuk sebagai partisipasi masyarakat dengan tujuan membangun segala aspek yang berkaitan dengan sektor pariwisata. Keberadaan POKDARWIS bisa mendorong dan membangun serta memajukan perekonomian masyarakat disetiap desa. (Rupini, 2018: 46)¹ menyatakan bahwa tolak ukur keberhasilan suatu desa bisa dilihat dari peningkatan tingkat perekonomian masyarakat. Desa- desa Wisata yang terdapat di kabupaten khususnya Desa Tamansari yang masuk dalam level desa Wisata maju dan Desa wisata Tambong yang merupakan level Desa Wisata rintisan merupakan dua desa yang masuk dalam katagori desa yang memiliki sisi Sosiologi, Antropoli , geografi dan tipologi Bahasa yang hampir memiliki kesamaan.

¹ Rupini, Luh & Dewa Joni Ardana, 2018 "Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Desa di Desa Sanngsit Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng". Dalam Locus Majalah Ilmiah FISIP Vol 10 No. 1 –Agustus 2018 (46). Singaraja.
<https://ejournal.uni>

Hal ini bisa memberikan dampak yang positive di masyarakat dimana dengan hadirnya beberapa sektor pariwisata disekitar masyarakat tersebut baik berupa pariwisata alam, pariwisata sejarah dan lainnya secara otomatis bisa menumbuhkan beberapa sektor perekonomian. Seperti misalnya dengan banyaknya industri- industri pariwisata baik yang bergerak di dunia perhotelan, restaurant atau para pelaku usaha menengah mikro seperti beberapa produk kerajinan tangan yang dihasilkan masyarakat, produk makanan olahan, produk garmen seperti kain- kain batik, baju dan kaos-kaos atau baju- baju yang bercirikan ikon masyarkat dalam wilayah atau desa tersebut atau ikon pariwisata alam yang dekat dengan kawasan dan desa tersebut. Sehingga ini bisa berimbas pada perluasan kesempatan kerja dan bisa meningkatkan dan mendorong beberapa jenis kegiatan industri baik yang sudah ada ataupun industri yang akan dibangun di wilayah atau desa tersebut. Hasil yang didapatkan adalah peningkatan di sektor perekonomian yang mengarah kepada kesejahteraan masyarakat.

Peran ilmu bahasa melalui pendekatan ekolinguistik dan sosipragmatik memperkenalkan keindahan beberapa potensi alam yang tergabung dalam sapta pesona yang meliputi keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahan dan kenangan.² Dengan demikian bahwa unsur budaya, bahasa dan pariwisata sangat berkaitan satu sama lain yang meliputi budaya aman, tertib, bersih, ramah. Sementara ramah bisa masuk dalam katagori budaya dan bahasa adapun kesejukan dan keindahan berkaitan dengan pariwisata. Sementara itu diperlukan pendekatan bahasa yang baik secara ekolinguistik dan sosiopragmatik dalam memperkenalkan keindahan alam, memperkenalkan kebudayaan serta produk-produk wisata lainnya termasuk produk-produk UMKM yang dihasilkan oleh masyarakat setempat.

Terdapat beberapa Desa yang sudah memiliki SK sebagai sebagai desa wisata di Banyuwangi antara lain; Desa Wisata Tamansari, Desa Wisata Bangsring, Desa Wisata dan adat suku Oseng Kemiren, Desa Wisata Gombongsari.

Sedangkan 90 desa diantaranya masih progress menuju Desa Wisata.³ Desa tersebut salah satunya yaitu Desa Tambong yang mana desa tersebut masuk dalam desa rintisan menuju desa wisata yang masuk wilayah desa binaan korwil Tengah. Sementara itu objek yang dijadikan sebagai studi komparasi dengan desa Tambong adalah salah satu Desa Wisata yang ada di Tamansari Kecamatan Licin.

² Dinas Pariwisata , Seni dan Budaya Sumatera Barat .2004. 30

³Hasil wawancara dengan Budi.salah satu pengurus Pokdarwis. melalui chatting pada tanggal 28 oktober 2021.

2.1 Linguistik dan Pariwisata

Bicara Pariwisata tidak bisa lepas dari ilmu Bahasa (Linguistik). Peran Bahasa di dunia pariwisata tidak bisa dipandang remeh dan sebelah mata. Banyak orang beranggapan bahwa ilmu Bahasa hanya mempelajari tataran Bahasa pada sudut mikro linguistik saja. Mereka menganggap bahwa unsur bahasa hanya unsur mikro yang terdiri atas *integrated skill* saja yang meliputi kemampuan berbicara, menulis, membaca dan mendengarkan saja. Ilmu Bahasa sangat luas sekali jika dikaji dari sudut mikro dan makro Linguistik.

Bahasa, pariwisata dan budaya merupakan satu kesatuan yang saling berhubungan. Pengenalan objek wisata, produk UMKM dan budaya diperlukan pendekatan Bahasa yang mumpuni baik hal yang berkaitan dengan unsur mikro yang meliputi unsur tatananan morfologi dan sintaksis, semantik dan fonologinya maka bahasa yang digunakan yaitu

Linguistik bisa dibawa keranah pariwisata seperti bagaimana Bahasa dibawa dan dikaji secara Linguistics landscape, Sociolinguistics- Sociopragmatik- ekolinguistik, Atropologi linguistik, Semiotik dan Efigrafi dan lainnya. Sebuah potensi wisata baik wisata alam, budaya seni-adat istiadat, sejarah memerlukan alat perantara berupa Bahasa. Semakin bagus dan menariknya pesan yang disampaikan melalui Bahasa maka semakin tertarik pula para wisatawan untuk datang ke lokasi destinasi tersebut. Adanya flyer- flyer dengan menggunakan bahasa yang menarik dalam promosi wisata juga menjadikan Bahasa menjadi skala prioritas bagi dunia pariwisata, bukan hanya flyer hal ini bisa juga dalam bentuk slide- Slide yang ditampilkan memalui video dengan durasi pendek dimana melalui video tersebut juga bisa memberikan pesan bagi para wisatawan yang hendak berkunjung. Bukan hanya itu saja keramahtamahan bahasa yang disampaikan oleh masyarakat dan para pelaku wisata juga menambah nilai tersendiri bagi wisatawan. Ketika Gerakan tubuh seperti senyuman yang ramah, pelayanan yang baik hal itu merupakan simbol bahasa yang bisa ditangkap oleh wisatawan bahwa para pelaku wisata dan masyarakat tersebut betul - betul menghargai keberadaan mereka di tengah-tengah mereka. Bukan hanya masalah destinasi saja tetapi jika para pelaku wisata dan masyarakat yang ingin memperkenalkan atau menjual produk UMKM yang mereka hasilkan maka tentu saja mereka juga membutuhkan penguasaan bicara atau Bahasa simbol yang baik yang bisa memberikan kenyamanan bagi wisatawan tersebut. Ketika destinasi itu berupa destinasi budaya dan sejarah maka pendekatan Bahasa baik secara mikro dan makro juga sangat diperlukan. Bukan hanya itu saja kesenian seperti jenis tari- tarian yang ada di Banyuwangi

seperti tarian gandrung dan seblang yang menjadi ikon banyuwangi juga memberikan pesan baik baik pesan Bahasa yang sangat mendalam terutama hal yang berkaitan dengan budaya dan sejarah. Dan masih banyak jenis kesenian tarian lainnya seperti kuntulan, jaranan, barong dimana jenis tarian ini merupakan tarian yang umum yang hampir di Jawa timur memiliki jenis tarian semacam ini tetapi jenis tarian atau musiknya terkadang sudah berkontaminasi

Bahasa merupakan alat tercepat dalam menyampaikan pesan kepada para wisatawan. Karena Bahasa bisa disampaikan bukan saja melalui bicara, tulisan tetapi Bahasa bisa juga disampaikan melalui gambar, video atau symbol- symbol lainnya.

hal ini seperti bagaimana membawa Bahasa dan menerapkannya menjadi “*applied linguistics*” dimana Bahasa bisa diterapkan bukan hanya ke Pendidikan ‘*Applied linguistics for Education*’, bahasa yang diterapkan di dunia hukum “*Linguistics forensic*”, Bahasa yang berkaitan dengan pelayanan dan keramah-tamahan “*Applied Linguistics for Hospitality*, serta Bahasa yang bersinggungan dengan dunia pariwisata *Applied Linguistics for Tourism*.

Hal ini bisa dilihat dari berbagai macam aspek kepariwisataan. Misal dari penggunaan simbol-simbol atau nama- nama objek wisata, wisata alam yang bisa dikaji dari aspek *Linguistics landscape*,

Hal ini terlihat pada berbagai aspek kepariwisataan seperti penggunaan bahasa pada nama objek wisata, seperti pada wisata alam, wisata budaya, dan wisata kuliner. Pada aspek promosi, diperlukan peran ilmu bahasa yang menyangkut struktur dan tata bahasa sehingga mampu dipahami oleh wisatawan. Selain itu, pada aspek promosi, penggunaan gaya bahasa dan pilihan kata yang tepat juga sangat penting karena ikut berperan dalam menentukan keberhasilan promosi pariwisata. Gaya bahasa dan pilihan kata yang baik dapat memberikan gambaran yang jelas dan menarik sehingga mampu memikat pembacanya untuk mengunjungi objek wisata tersebut. Begitu pula dengan penggunaan gambar, tanda atau lambang dalam promosi pariwisata sangat menentukan keberhasilan promosinya. Objek wisata yang bagus, apabila dalam promosi destinasi wisatanya ditampilkan dengan gambar yang tidak jelas bisa memberikan kesan negatif sehingga tidak menarik perhatian wisatawan. Berikut ini paparan tentang beberapa penerapan teori linguistik dalam promosi pariwisata.