

PENGUNAAN BAHASA INDONESIA DI INDUSTRI PARIWISATA: STUDI KASUS PERENCANAAN BAHASA PADA INDUSTRI PARIWISATA BALI

I Gusti Putu Sutarma dan I Ketut Sadia

Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali
Kampus Bukit Jimbaran, Bali. Telp. +62 0361 701981 ext.196
E-mail: gst.sutarma@yahoo.co.id

ABSTRACT. *The phenomenon of the use of Indonesian language in the tourism industry is very appealing for consideration. This is due to the use of Indonesian in the tourism industry in terms of Indonesian planning process has not been running optimally. This is evidenced that the use of a foreign language is more dominant than the Indonesian language. Thus, the aim of this study is to analyze and describe the use of Indonesian in the tourism industry in terms of language planning process.*

This research is descriptive qualitative and using primary data obtained directly from the data source in the industry that is the use of Indonesian in tourism industry in Nusa Dua, Kuta and Sanur. Data were collected by using observation method assisted with note taking technique. Furthermore, the data were analyzed with descriptive qualitative inductive paradigm; that is the paradigm from specific or particular to general one. The results are presented by using formal and informal methods.

As the foundation of this research Sociolinguistics Applied Theory is used with the basic concepts of the language planning process. Based on the results obtained, the use of Indonesian in the tourism industry in terms of Indonesian planning process has not been running optimally. This is proven with the still dominant use of a foreign language than Indonesian in the tourism industry. Based on the language planning process, the stages that have not run well are those of implementation and assessment or evaluation.

KEY WORDS: *tourism industry, Indonesian language, language planning, Sociolinguistics*

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah salah satu sektor pembangunan yang saat ini sedang digalakkan oleh pemerintah Indonesia. Hal ini disebabkan pariwisata mempunyai peran yang sangat penting dalam pembangunan Indonesia. Sektor pariwisata tidak hanya menciptakan lapangan kerja dan menambah kesejahteraan masyarakat juga meningkatkan pendapatan negara khususnya sebagai penghasil devisa bagi negara di samping sektor migas.

Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 (PP No. 50/2011) tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025 Bab II, Pasal 2, Ayat (6) disebutkan tujuan pembangunan kepariwisataan nasional adalah:

- a. meningkatkan kualitas dan kuantitas Destinasi Pariwisata;
 - b. mengkomunikasikan Destinasi Pariwisata Indonesia dengan menggunakan media pemasaran secara efektif, efisien dan bertanggung jawab;
 - c. mewujudkan Industri Pariwisata yang mampu menggerakkan perekonomian nasional;
- dan

- d. mengembangkan Kelembagaan Kepariwisataan dan tata kelola pariwisata yang mampu mensinergikan Pembangunan Destinasi Pariwisata, Pemasaran Pariwisata, dan Industri Pariwisata secara profesional, efektif dan efisien.

Dalam tujuan yang dipaparkan di atas terlihat bahwa meningkatkan kualitas dan kuantitas destinasi pariwisata merupakan prioritas tujuan pembangunan pariwisata nasional. Hal ini tidak terlepas dari potensi yang dimiliki oleh Indonesia, yaitu keindahan alam yang dapat memberikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan baik itu alam pegunungan (pedesaan), alam bawah laut maupun keindahan pantai. Indonesia juga memiliki keragaman budaya yang sangat menarik. Keragaman budaya ini dilatari oleh agama, adat istiadat yang unik, dan berbagai kesenian daerah yang dimiliki oleh setiap suku bangsa di Indonesia.

Meningkatnya kuantitas dan kualitas destinasi pariwisata diharapkan mampu menarik minat kunjungan wisatawan. Banyaknya kunjungan wisatawan ke destinasi pariwisata di Indonesia diharapkan mampu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat di sekitar destinasi tersebut. Hal ini akhirnya meningkatkan pendapatan negara dari sektor pariwisata.

Keragaman budaya yang dimiliki oleh Indonesia menjadi salah satu daya tarik wisatawan. Oleh karena itu, destinasi pariwisata yang ada di Indonesia menjadikan kebudayaan daerahnya sebagai ikon pariwisata. Contohnya adalah Bali yang sudah dikenal sebagai destinasi pariwisata yang unik di Indonesia.

Bali mengembangkan jenis pariwisata budaya. Hal ini tertuang dalam Perda No. 3 tahun 1974. Menurut Geriya (1996: 45) "pariwisata budaya adalah satu jenis kepariwisataan yang dikembangkan bertumpu pada kebudayaan". Lebih lanjut dijelaskan, kebudayaan yang dimaksud adalah kebudayaan Bali yang merupakan bagian dari kebudayaan Indonesia.

Kebudayaan Indonesia memerlukan sarana pengungkap agar bisa dinikmati sebagai daya tarik wisatawan. Artinya, untuk memahami kebudayaan Indonesia dibutuhkan suatu alat pengungkap yang mampu mendeskripsikan kebudayaan itu secara utuh. Alat pengungkap itu adalah bahasa yang dalam hal ini adalah bahasa Indonesia.

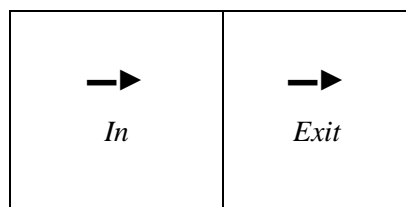
Kebudayaan dalam arti luas sebagai hasil cipta karsa dan karya manusia tentu akan terus berkembang seiring dengan perkembangan peradaban manusia dan perkembangan zaman. Oleh karena itu, pesatnya perkembangan dunia pariwisata di Indonesia umumnya dan Bali khususnya juga berimplikasi terhadap perkembangan kebudayaan Indonesia termasuk perkembangan bahasa Indonesia sebagai sarana pengungkap kebudayaan Indonesia.

Bahasa Indonesia merupakan bahasa nasional dan juga bahasa resmi bagi negara Republik Indonesia. Hal ini telah digariskan dalam Politik Bahasa Nasional. Garis politik bahasa nasional ini secara jelas mendeskripsikan bahwa bahasa Indonesia sebagai bahasa

pertama, kemudian tempat kedua adalah bahasa-bahasa daerah yang ada di Indonesia, dan pada tempat ketiga adalah bahasa-bahasa asing terutama bahasa Inggris (Halim (Ed.), 1980: 151).

Berdasarkan arah kebijakan Politik Bahasa Nasional tersebut jelaslah bahwa bahasa Indonesia semestinya menempati urutan pertama dibandingkan dengan bahasa-bahasa daerah dan bahasa-bahasa asing dalam hal pemakaian yang berhubungan dengan kepentingan nasional. Salah satu bagian dari pembangunan dan kepentingan nasional adalah pengembangan industri pariwisata. Oleh karena itu, sudah selayaknya bahasa Indonesia menempati urutan pertama dalam industri pariwisata di Indonesia umumnya dan Bali khususnya. Akan tetapi, dalam praktiknya menunjukkan hal yang sebaliknya. Artinya, di industri pariwisata bahasa Indonesia belum mampu menjadi bahasa yang pertama.

Dalam industri pariwisata, bahasa Indonesia belum mampu menjadi bahasa utama baik sebagai sarana komunikasi maupun sebagai sarana pengungkap produk-produk industri pariwisata. Fenomena kebahasaan ini tercermin pada nama-nama sarana dan prasarana di bidang kepariwisataan, seperti: nama hotel, restoran, dan nama-nama produk makanan lebih banyak menggunakan bahasa asing atau menggunakan pola bahasa asing dibandingkan dengan bahasa Indonesia. Hal ini juga terjadi pada industri pariwisata di Bali. Sebagai contoh kata *masuk* dan *keluar* di pintu masuk dan keluar suatu tempat atau objek wisata justru hanya menggunakan bahasa asing.



Apabila dihubungkan dengan perencanaan bahasa Indonesia, fenomena di atas mencerminkan perencanaan bahasa Indonesia khususnya penggunaan bahasa Indonesia dalam industri pariwisata belum berjalan dengan baik. Oleh karena itu, dalam tulisan ini dapat dikemukakan beberapa permasalahan yang terkait dengan hal itu yaitu, sebagai berikut.

- a. Bagaimana penggunaan bahasa Indonesia di industri pariwisata Bali?
- b. Bagaimana pelaksanaan perencanaan bahasa Indonesia khususnya pada penggunaan bahasa Indonesia di industri pariwisata di Bali?

Berdasarkan dua pokok masalah di atas, tujuan utama yang ingin dicapai dalam tulisan ini adalah menganalisis penggunaan bahasa Indonesia di industri pariwisata khususnya industri pariwisata Bali untuk mengetahui pelaksanaan perencanaan bahasa Indonesia. Dipilih

Bali sebagai daerah penelitian, karena dalam bidang pariwisata Bali merupakan barometer pariwisata Indonesia. Di samping itu, penelitian ini juga merupakan penelitian awal yang nantinya bisa dikembangkan pada daerah-daerah lain di Indonesia. Dengan demikian dapat ditentukan keberhasilan perencanaan bahasa Indonesia khususnya pada penggunaan bahasa Indonesia di industri pariwisata Bali.

BEBERAPA KONSEP DAN TEORI

Pemilihan bahasa (*language choice*) dapat dikaji berdasarkan perspektif penggunaan bahasa dan penentuan bahasa. Masalah pemilihan bahasa biasanya terjadi di masyarakat bahasa, baik yang berdwibahasa maupun yang beraneka bahasa (*multilingual*). Kontribusi pemilihan bahasa sebagai langkah penentuan bahasa merujuk ke arah penentuan garis haluan kebahasaan (kebijaksanaan bahasa) yang tercermin lewat perencanaan bahasa. Dengan demikian, penggunaan bahasa Indonesia dalam industri pariwisata yang dikaji dalam tulisan ini merupakan contoh Sociolinguistik Terapan. Oleh karena itu, penggunaan bahasa Indonesia di industri pariwisata ini ditinjau dari sudut perencanaan bahasa (*language planning*), sehingga akan diketahui proses perencanaan bahasa Indonesia sudah berjalan dengan baik atau sebaliknya.

Berikut dipaparkan beberapa konsep dan teori yang terkait dengan permasalahan yang dikaji dalam tulisan ini.

Kedudukan dan Fungsi Bahasa Indonesia

Kedudukan bahasa Indonesia di negara Indonesia tergolong istimewa, karena di samping sebagai bahasa nasional, bahasa Indonesia juga sebagai bahasa negara. Sebagai bahasa nasional telah dimiliki sejak diikrarkannya Sumpah Pemuda pada tanggal 28 Oktober 1928 yang tercermin dalam salah satu butir sumpah yaitu “Kami putra dan putri Indonesia menjunjung tinggi bahasa persatuan yaitu bahasa Indonesia”. Kedudukan sebagai bahasa negara (bahasa resmi) dimiliki sejak tanggal 18 Agustus 1945, yaitu saat UUD 1945 diresmikan dan hal ini tertuang dalam Bab XV, Pasal 36, yang berbunyi “Bahasa negara adalah bahasa Indonesia”.

Di dalam kedudukannya sebagai bahasa nasional bahasa Indonesia berfungsi sebagai: 1) lambang kebanggaan kebangsaan, 2) lambang identitas nasional, 3) alat yang memungkinkan penyatuan berbagai suku bangsa dengan latar belakang sosial budaya dan bahasa daerah yang berbeda, ke dalam kesatuan kebangsaan Indonesia, dan 4) alat perhubungan antardaerah dan antarbudaya. Sebagai bahasa negara (bahasa resmi), bahasa Indonesia berfungsi sebagai: 1) bahasa resmi kenegaraan, 2) bahasa pengantar dalam dunia

pendidikan, 3) alat perhubungan di tingkat nasional untuk kepentingan perencanaan dan pelaksanaan pembangunan nasional serta kepentingan pemerintah, dan 4) alat pengembangan kebudayaan, ilmu pengetahuan, dan teknologi (Halim (ed.), 1980: 22).

Kedudukan dan fungsi bahasa Indonesia seperti itu menunjukkan bahwa para pendahulu bangsa Indonesia telah memikirkan politik bahasa dan perencanaan bahasa jauh ke depan. Jadi, masalah status bahasa Indonesia di negara kita yang sesungguhnya merupakan salah satu bagian proses perencanaan bahasa tidak perlu diragukan lagi. Tinggal sekarang pengaplikasian proses perencanaan bahasa yang lain, sehingga kedudukan yang telah mantap bagi bahasa Indonesia dapat direalisasikan dalam kehidupan berbahasa.

Pariwisata dan Industri Pariwisata

Pengertian pariwisata dapat ditinjau dari berbagai sudut pandang. Oleh karena itu, pengertian pariwisata banyak versinya tergantung dari sudut pandangnya. Salah satu pengertian pariwisata adalah ” berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah” (UU No. 10/2009). Lebih lanjut dalam undang-undang tersebut dijelaskan “industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata”.

Pada umumnya orang berwisata adalah untuk berekreasi dalam waktu tertentu dan bersifat sementara. Wisatawan bisa berpindah dari satu daerah ke daerah lain. Oleh karena itu, dapat dikatakan pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan dari satu tempat ke tempat lain untuk sementara waktu dengan tujuan rekreasi dan bukan untuk mencari nafkah. Jadi, tujuan utama pariwisata itu adalah rekreasi.

Aktivitas rekreasi yang dilakukan oleh wisatawan yang jauh dari tempat tinggalnya memerlukan produk barang dan jasa yang selanjutnya disebut dengan produk industri pariwisata. Sementara industri pariwisata merupakan kumpulan berbagai usaha pariwisata yang menghasilkan barang atau jasa yang dibutuhkan wisatawan. Misalnya, mereka membutuhkan akomodasi, transportasi, makanan, hiburan, dan jasa lainnya. Jadi, produk industri pariwisata adalah keseluruhan barang atau pelayanan yang diterima oleh wisatawan mulai mereka meninggalkan tempat asalnya, di daerah tujuan wisata, sampai kembali lagi di tempat asalnya.

Pariwisata dikatakan sebagai industri, karena di dalamnya terdapat berbagai aktivitas yang bisa menghasilkan produk berupa barang dan jasa. Akan tetapi, makna industri di sini

bukan sebagaimana pengertian industri pada umumnya, yaitu adanya pabrik atau mesin-mesin yang berasap. Oleh karena itu, industri pariwisata sering disebut industri tanpa asap.

Berdasarkan paparan di atas dapat dikatakan bahwa industri pariwisata menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh wisatawan selama melakukan perjalanan, baik yang dibutuhkan secara langsung maupun tidak langsung. Penyediaan barang dan jasa merupakan salah satu bentuk pelayanan dalam industri pariwisata yang tentu saja memerlukan bahasa sebagai sarana untuk menyampaikannya. Nah di sinilah keterkaitan dengan kajian dalam tulisan ini, yaitu melihat penggunaan bahasa Indonesia sebagai sarana pengungkap produk-produk industri pariwisata kepada wisatawan. Ini merupakan aplikasi proses perencanaan bahasa Indonesia dalam kaitannya sebagai bahasa nasional dan bahasa resmi di Indonesia.

Perencanaan Bahasa

1. Pengertian Perencanaan Bahasa

Orang yang pertama mengetengahkan istilah perencanaan bahasa adalah Einer Hougen (1961) dalam karyanya yang berjudul “Language Planning in Modern Norway” dalam *Scandinavian Studica* (Jendra, 2007: 178). Einer Hougen memberi pengertian terhadap perencanaan pemakaian bahasa dengan istilah pengelolaan pemakaian bahasa (*management of manipulation of language*). Pengertian perencanaan bahasa yang lain dikemukakan oleh Kridalaksana (2008: 188). Menurutnya, perencanaan bahasa (*language planning*) adalah “usaha untuk memperbaiki komunikasi bahasa dengan menciptakan subsistem-subsistem baru atau menyempurnakannya, sesuai dengan kebutuhan masyarakatnya”. Lebih lanjut dijelaskan standardisasi peristilahan dalam bidang-bidang kehidupan adalah contoh perencanaan bahasa.

Di samping dua batasan di atas, Jernudd dan Das Gupta (1971) dalam Nababan (1984: 56) juga memberikan batasan terhadap perencanaan bahasa. Menurutnya, perencanaan bahasa adalah “kegiatan politis dan administratif untuk menyelesaikan persoalan bahasa dalam masyarakat”. Batasan ini sejalan dengan pendapat Nababan (1984: 56) yang menyatakan penggarapan bentuk-bentuk bahasa dalam masyarakat disebut perencanaan bahasa.

Masih banyak batasan lain yang diberikan oleh berbagai ahli. Bahkan ada ahli yang melihat perencanaan bahasa ini dari sudut bentuk yang sering pula disebut perlakuan bahasa (*language treatment*). Yang dimaksud perlakuan bahasa itu adalah bagaimana para penuturnya akan memberikan bentuk-bentuk bahasa dalam suatu proses morfologis dan sintaksisnya. Sebagai contoh, bentuk dasar *terap* dalam bahasa Indonesia apabila diberikan awalan *me-* apakah menjadi *menerapkan*, *menterapkan*, atau *mengeterapkan*? Jawabannya

sangat tergantung dari perencanaan bahasa dari lembaga-lembaga yang dipercayakan mengatur hal itu oleh pemerintah (Jendra, 2007: 179).

2. Proses Perencanaan Bahasa

Perencanaan bahasa (*language planning*) adalah suatu gejala sosial bahasa yang juga mengalami proses seperti gejala sosial lainnya. Adapun proses perencanaan bahasa dapat diringkaskan sebagai berikut: (a) perencanaan status (*language policy planning, language status planning*) atau sering pula dikatakan sebagai perencanaan untuk perencanaan (*language for language planning*), (b) perencanaan korpus (*language corpus planning*) atau (*language development*), (c) pelaksanaannya (*implementation*), (d) penilaian (evaluasi) (Jendra, 2007: 185).

Dalam proses perencanaan status direncanakan tipe bahasa yang mana akan ditetapkan sebagai bahasa nasional atau bahasa resmi. Demikian juga status bahasa lain diluar kedua status itu. Proses ini juga sering disebut tahap penentuan status suatu bahasa.

Perencanaan korpus bahasa sudah memasuki tahap pembinaan dan pengembangan bahasa sehingga disebut juga dengan istilah *language development*. Dalam tahap proses ini, ada dua kegiatan yang harus dilakukan, yaitu: kodifikasi (*codification*) dan perluasan (*elaboration*). Kodifikasi bahasa adalah pemilihan kode bahasa yang dapat diterima sebagai norma dalam penggunaan bahasa. Kodifikasi ini biasanya berhubungan langsung dengan pemilihan suatu variasi bahasa yang akan dijadikan variasi baku (*standard language*). Perluasan adalah pengembangan variasi bahasa yang telah ditentukan dalam kodifikasi agar mampu mawadahi keperluan masyarakat atau negara dalam segala aspek kehidupannya. Perluasan dapat dilakukan dengan menggali kekuatan dari dalam bahasa sendiri dan dari faktor luar bahasa sendiri.

Proses perencanaan yang ketiga adalah pelaksanaan, maksudnya mengaplikasikan yang telah ditetapkan pada proses perencanaan korpus baik di tingkat nasional maupun di tingkat daerah. Pelaksanaan ini kemudian akhirnya dinilai pada tahap akhir proses perencanaan bahasa dengan tujuan untuk mengetahui keberhasilan perencanaan yang telah dibuat.

Berdasarkan uraian tentang proses perencanaan bahasa yang telah disebutkan di atas, jelas terlihat bahwa kajian "Penggunaan Bahasa Indonesia di Industri Pariwisata" ini berkaitan dengan perencanaan bahasa khususnya proses kedua, ketiga dan keempat. Proses pertama yaitu penentuan status tidak relevan karena bahasa Indonesia telah memiliki status yaitu sebagai bahasa nasional dan sebagai bahasa negara atau bahasa resmi di Indonesia.

Teori

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

Berdasarkan bidangnya Sosiolinguistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Sosiolinguistik Terapan yaitu suatu studi yang berusaha menerapkan Teori-teori Sosiolinguistik dalam berbagai bidang kehidupan yang berkaitan dengan pemakaian bahasa, seperti:

1. Perumusan politik bahasa dalam suatu masyarakat atau negara tertentu,
2. Pelaksanaan politik bahasa di suatu masyarakat atau negara tertentu,
3. Perencanaan suatu bahasa agar pembinaan dan perkembangannya dapat diarahkan, diawasi untuk menuju kepada suatu tingkat tertentu sesuai dengan harapannya,
4. Penerapan pendidikan bahasa di suatu masyarakat terutama masyarakat dwibahasa atau aneka bahasa (bilingual atau multilingual) (Jendra, 2007: 18).

Hal tersebut sejalan dengan pendapat William Bright (1966) dalam Jendra (2007: 174), yang menyatakan Sosiolinguistik Terapan memiliki tiga kategori sesuai dengan perhatian para peneliti sebagai berikut:

- a. Pemakaian data sosiolinguistik untuk kepentingan diagnosis indeks struktur sosial pada umumnya atau khusus untuk gejala sosial.
- b. Penerapan yang berhubungan dengan pencerminan dari ahli *Historical Linguistics*. Hal ini berhubungan dengan pertanyaan-pertanyaan berikut: (a) Apakah perubahan bahasa karena perubahan lingkungan bahasa?, (b) Apakah perbedaan dialek sosial dari perubahan yang sama terletak pada perbedaan nilai atau dalam perbedaan ciri?, (c) Bagaimanakah sejarah suatu bahasa mencerminkan hubungan dialek sosial?
- c. Penerapan yang ketiga adalah yang dibuat oleh perencana bahasa (*language planner*), ahli bahasa, pendidik, legislator atau administrator yang harus membuat kebijaksanaan resmi tentang pemakaian bahasa. Dalam hubungan ini perencana bahasa harus mempertimbangkan pertanyaan-pertanyaan berikut: (a) Variasi bahasa yang bagaimanakah yang digunakan untuk variasi bahasa resmi (*official language*)?, (b) Variasi bahasa yang bagaimanakah yang akan digunakan dalam penerbitan resmi (*official publications*), dalam karya sastra, dalam dunia pendidikan, dan dalam bahasa

hukum?, (c) Bagaimanakah tindakan yang diambil terhadap mereka yang menyimpang dari variasi yang telah ditetapkan?, (d) Bagaimana jenis variasi bahasa yang akan digunakan untuk kepentingan surat-menyurat nasional (korespondensi nasional)?, dan (e) Bagaimanakah sistem tulisan yang akan dikembangkan atau dibakukan dalam hubungan kepentingan seluruh lapisan masyarakat bangsa?

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan data primer yang langsung didapatkan dari sumber data yaitu penggunaan bahasa Indonesia di industri pariwisata di Bali khususnya Nusa Dua, Kuta, dan Sanur. Data dikumpulkan dengan metode simak yang bisa disejajarkan dengan metode pengamatan atau observasi dalam ilmu sosial, khususnya Antropologi dan dibantu dengan teknik catat (Sudaryanto, 1993: 133--138 ; Mahsun, 2005: 92). Selanjutnya, data dianalisis dengan metode deskriptif kualitatif dengan dasar paradigma metodologis induktif. Artinya, suatu paradigma yang bertolak dari sesuatu yang khusus ke sesuatu yang umum (Mahsun, 2005: 256-257).

Hasil analisis disajikan dengan metode informal dan formal. Metode penyajian informal adalah menyajikan hasil analisis dengan uraian atau kata-kata biasa, sedangkan metode penyajian formal adalah perumusan dengan tanda-tanda dan lambang-lambang. Pelaksanaan kedua metode tersebut dibantu dengan teknik yang merupakan perpaduan dari kedua metode tersebut, yaitu penggunaan kata-kata dan tanda-tanda atau lambang (Sudaryanto, 1993: 145). Penyajian hasil analisis juga mengikuti proses berpikir deduktif dan induktif dengan tujuan pemaparannya tidak monoton.

PEMBAHASAN

Pengukuhan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional dan bahasa negara sebenarnya memberikan implikasi kepada masyarakat Indonesia sebagai pengguna bahasa itu. Artinya, pengakuan itu harus diaplikasikan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara melalui penggunaan bahasa Indonesia sebagai alat komunikasi dan sarana pengungkap kebudayaan nasional sesuai dengan sistem yang terdapat dalam bahasa Indonesia.

Bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional dan sebagai bahasa negara digunakan dalam berbagai aktivitas masyarakat Indonesia baik yang bersifat resmi maupun tidak resmi. Salah satu aktivitas tersebut adalah di bidang industri pariwisata termasuk industri pariwisata di Bali.

Dalam kaitan dengan industri pariwisata, pemerintah Indonesia telah memutuskan mengembangkan pariwisata budaya. Demikian halnya pariwisata di Bali. Ini berarti

pariwisata di Indonesia umumnya dan Bali khususnya berpijak kepada kebudayaan dalam arti luas sebagai landasannya. Untuk Bali pariwisata budaya dikembangkan pariwisata yang berlandaskan budaya Bali dengan adat istiadatnya yang unik dan Agama Hindu. Dengan demikian, pariwisata di Indonesia dapat dibedakan dengan pariwisata di negara lain yang landasannya berbeda.

Berdasarkan kebijakan pemerintah itu, supaya benar-benar pariwisata di Indonesia bercirikan budaya Indonesia salah satunya yang tidak dapat diabaikan adalah bahasa Indonesia sebagai salah satu unsur kebudayaan nasional. Bahasa Indonesia sebagai sarana pengungkap kebudayaan sudah semestinya diberdayakan termasuk sebagai sarana pengungkap produk-produk dalam industri pariwisata. Akan tetapi, dalam praktiknya hal itu belum sepenuhnya dapat dilaksanakan. Untuk mengetahui pelaksanaan perencanaan bahasa Indonesia di industri pariwisata khususnya industri pariwisata Bali, berikut akan diuraikan secara berurutan pengaruh perkembangan pariwisata terhadap penggunaan bahasa Indonesia, pengujian proses perencanaan bahasa pada penggunaan bahasa Indonesia di industri pariwisata Bali, dan langkah-langkah yang dilakukan untuk mengatasi masalah.

Penggunaan Bahasa Indonesia di Industri Pariwisata Bali

Perkembangan pariwisata akan memberikan efek terhadap kehidupan masyarakat setempat. Efek itu memengaruhi berbagai aspek kehidupan, baik itu sosial, ekonomi, budaya, religi, maupun lingkungan. Luasnya pengaruh perkembangan pariwisata terhadap aspek kehidupan dapat dikaji secara mandiri. Misalnya, pengaruh pariwisata terhadap bidang sosial, pengaruh terhadap bidang ekonomi, dan pengaruh terhadap bidang kebudayaan.

Sehubungan dengan hal itu, dalam tulisan ini yang dibahas adalah pengaruh perkembangan pariwisata terhadap bahasa Indonesia yang merupakan bagian dari kebudayaan nasional Indonesia. Pengaruh ini apabila ditinjau dari politik bahasa nasional yang mengatur pengembangan dan pembinaan bahasa Indonesia dapat dilihat dari dua sisi, yaitu pengaruh yang bersifat positif dan pengaruh yang bersifat negatif.

Pengaruh yang bersifat positif artinya perkembangan pariwisata di Indonesia pada umumnya dan Bali khususnya dapat membantu membina dan mengembangkan bahasa Indonesia baik sebagai bahasa nasional maupun sebagai bahasa negara. Pengaruh positif itu terlihat terutama pada tataran kosa kata dan istilah. Ini ditandai oleh munculnya kata-kata dan istilah baru dalam bahasa Indonesia yang berkaitan dengan kepariwisataan.

Kata dan istilah dalam bahasa Indonesia yang muncul akibat perkembangan pariwisata dapat dilihat pada data berikut: *agrowisata, apartemen, awak kabin, bandara, bar, bartender, brosur, kargo, tiket, souvenir, reservasi, destinasi, ekowisata, embarkasi, hotel,*

restoran, bar, vila, paspor, pramuwisata, devisa, visa, wisatawan, pramusaji, prasmanan, Biro Perjalanan Wisata, Disparda, ASITA, PHRI, HPI, jasa boga, tata graha, kantor depan, sapta pesona, wisatawan domestik, wisatawan mancanegara, dan MICE.

Di samping pengaruh positif ini terlihat pada pengayaan kosa kata dan istilah, dampak positif perkembangan pariwisata ini juga ditemukan pada fungsi bahasa Indonesia sebagai alat untuk mengembangkan ilmu pengetahuan. Dalam hal ini, saat ini sudah semakin banyak buku di bidang kepariwisataan yang disajikan dengan bahasa Indonesia. Ini berarti bahasa Indonesia telah digunakan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang pariwisata. Dengan demikian, masyarakat lebih mudah memahami ilmu pariwisata dan sekaligus membantu memasyarakatkan kepariwisata di kalangan masyarakat.

Positif dan negatif adalah dua fenomena yang tak terpisahkan seperti dua sisi mata uang. Ada pengaruh positif sudah pasti ada pengaruh negatif. Demikian juga pengaruh perkembangan pariwisata terhadap penggunaan bahasa Indonesia. Di samping berpengaruh positif, ternyata perkembangan pariwisata juga berpengaruh negatif terhadap bahasa Indonesia. Pengaruh negatif yang dimaksud di sini lebih ditekankan pada masalah belum maksimalnya fungsi bahasa Indonesia sebagai sarana pengungkap produk-produk industri pariwisata.

Di depan telah disebutkan pengembangan pariwisata di Indonesia umumnya dan Bali khususnya berdasarkan kebudayaan. Oleh karena itu, mestinya semua aspek kebudayaan termasuk produk yang dihasilkan oleh industri pariwisata menggunakan bahasa Indonesia sebagai sarana pengungkap yang utama baru kemudian disertai bahasa asingnya. Akan tetapi, dalam kenyataannya, fenomena itu belum terlaksana secara maksimal. Buktinya, di beberapa kawasan wisata yang ada di Bali nama hotel, restoran, dan nama-nama masakan dan minuman kas Bali masih menggunakan bahasa asing atau polanya adalah pola bahasa asing. Padahal di antara produk itu adalah produk lokal.

Pengujian Proses Perencanaan Bahasa pada Penggunaan Bahasa Indonesia di Industri Pariwisata Bali

Fenomena penggunaan bahasa Indonesia di industri pariwisata seperti disebutkan di atas menunjukkan bahwa bahasa Indonesia bersifat dinamis, sehingga menyebabkan bahasa itu hidup, berubah, dan berkembang. Bahasa Indonesia terus berkembang seiring dengan perkembangan kehidupan masyarakat pemakainya. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu perencanaan bahasa yang mantap agar bahasa Indonesia dapat menjalankan fungsinya baik sebagai bahasa nasional maupun sebagai bahasa negara.

Seperti telah disebutkan di atas, perencanaan bahasa itu sesungguhnya sebuah proses. Oleh karena itu, untuk melihat penggunaan bahasa Indonesia di industri pariwisata Bali sesuai dengan proses perencanaan bahasa Indonesia atau sebaliknya tidak sesuai, digunakan pembagian proses perencanaan bahasa yang meliputi: (a) perencanaan status (*language policy planning, language status planning*) atau sering pula dikatakan sebagai perencanaan untuk perencanaan (*language for language planning*), (b) perencanaan korpus (*language corpus planning*) atau (*language development*), (c) pelaksanaannya (*implementation*), (d) penilaian (evaluasi) (Jendra, 2007: 185).

Pada tahap proses perencanaan status, bahasa Indonesia sudah tidak dimasalahkan lagi, karena bahasa Indonesia secara politik bahasa nasional telah ditetapkan sebagai bahasa nasional dan bahasa negara. Artinya, status bahasa Indonesia di Negara Republik Indonesia sudah tidak diragukan lagi. Akan tetapi, pada tahap pemakaian hal ini perlu dipertegas lagi.

Perencanaan korpus bahasa adalah proses yang kedua. Tahapan ini sudah memasuki pembinaan dan pengembangan bahasa sehingga disebut juga dengan istilah *language development*. Ada dua kegiatan yang dilakukan pada tahap ini, yaitu: kodifikasi (*codification*) dan perluasan (*elaboration*). Kodifikasi bahasa maksudnya pemilihan kode bahasa yang dapat diterima sebagai norma dalam penggunaan bahasa yang biasanya berhubungan langsung dengan pemilihan suatu variasi bahasa yang akan dijadikan variasi baku (*standard language*). Perluasan adalah pengembangan variasi bahasa yang telah ditentukan dalam kodifikasi agar mampu mewartakan keperluan masyarakat atau negara dalam segala aspek kehidupannya. Perluasan dapat dilakukan dengan menggali kekuatan dari dalam bahasa sendiri dan dari faktor luar bahasa sendiri.

Apabila dihubungkan dengan penggunaan bahasa Indonesia di industri pariwisata khususnya industri pariwisata Bali, tahap proses perencanaan bahasa yang kedua ini juga belum berjalan maksimal. Dalam usaha membakukan kosa kata misalnya, akibat perkembangan pariwisata kemudian muncul kata *reservasi*. Di satu sisi munculnya kata ini menambah perbendaharaan kosa kata bahasa Indonesia, tetapi di sisi yang lain menimbulkan kebingungan di pihak pemakai bahasa Indonesia di luar bidang industri pariwisata. Kata ini belum masuk dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* edisi keempat yang merupakan edisi terbaru. Akan tetapi, di industri pariwisata kata itu lebih sering digunakan dibandingkan dengan kata *pemesanan* yang sudah dibakukan dalam bahasa Indonesia. Jadi, kata *reservasi* digunakan, kata *pemesanan* pun digunakan. Demikian juga dengan kata *restoran* dan *restauran* yang keduanya sama-sama digunakan. Mestinya ada ketegasan kata-kata mana yang dibakukan, sehingga tidak membingungkan pengguna bahasa Indonesia.

Contoh lain yang juga sering digunakan di industri pariwisata adalah penggabungan unsur bahasa Indonesia dan bahasa asing khususnya bahasa Inggris. Hal ini dapat dilihat pada data meng-*handle* dan mem-*booking* yang digunakan dalam kalimat berikut.

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

Kedua bentuk kata itu sudah lazim digunakan di industri pariwisata. Akan tetapi, secara umum atau di luar industri pariwisata kedua bentuk itu tidak termasuk kata lazim. Hal ini jelas disebabkan, sebagian dari bentuk itu adalah berasal dari bahasa asing. Kata lazim untuk kedua bentuk itu adalah *menangani* dan *memesan*. Dengan demikian dua kalimat di atas menjadi seperti berikut.

- 1a. Pramuwisata itu sedang *menangani* tamu tur ke Kintamani.
- 2a. Staf reservasi sedang *memesan* kamar hotel untuk tamunya

Masih ada beberapa contoh yang lain lagi. Fenomena ini menandakan perencanaan pembakuan khususnya di bidang kosa kata juga belum maksimal. Hal ini tampaknya disebabkan oleh perluasan yang kurang selektif. Artinya, perluasan yang diambil dari bahasa di luar bahasa Indonesia mestinya dilakukan secara selektif. Artinya, kalau sudah ada padanannya yang pas dalam bahasa Indonesia sebaiknya digunakan kata aslinya. Fenomena ini juga akan menjadi masalah ketika orang asing belajar bahasa Indonesia. Banyaknya kata yang bersinonim akan menyulitkan orang asing menggunakan kata-kata Indonesia, padahal kata-kata yang bersinonim belum tentu bisa saling menggantikan.

Di samping masalah pembakuan kata dan istilah, dalam hal penamaan komponen industri pariwisata bahasa Indonesia belum mampu menjalankan fungsinya sebagai bahasa nasional yang salah satunya menyatakan sebagai identitas bangsa. Hal ini terbukti, nama-nama hotel, restoran, dan industri pariwisata lainnya di Bali khususnya Nusa Dua, Kuta, dan Sanur lebih cenderung menggunakan bahasa asing atau pola bahasa asing, seperti data berikut: *Putri Bali Hotel, Nusa Dua Beach Hotel, Villa de daun, Kayu Manis Nusa Dua Private Villa & Spa, Melia Bali Hote, Rib Restaurant, Palm Beah Hotel, Conrad Bali Hotel, Pregina Warung, Aladdin Café, Maharani II Hotel, Kuta Beach Club Hotel, Rosani Hotel, Kunyi Bali Restaurant, Jadi Cafe, Warisan Restaurant & Bar, Aneka Beach Hotel, Stadium Cafe Kuta, Indonesian Food, Tourism Police, La Taverna Hotel, Segara Villaga Hotel, Amansari Villa, Mahagiri Vilaas, Mona Lisa Cafe, Lilla Warung, Cafe Jepun, Apa Kabar Restaurant, Griya Santrian Hotel, dan Puri Dalem Sanur Hotel.*

Data di atas menunjukkan nama-nama hotel, vila, restoran, dan yang lainnya menggunakan bahasa asing termasuk polanya. Apabila perencanaan bahasa Indonesia dilaksanakan dengan baik semestinya hal itu ditulis seperti berikut: *Hotel Putri Bali, Hotel*

Nusa Dua Beach , Vila de daun, Vila & Spa Kayu Manis Nusa Dua Private, Hotel Melia Bali, Restoran Rib, Hotel Palm Beach, Hotel Conrad Bali, Warung Pragina, Kafe Aladdin, Hotel Maharani II, Hotel Kuta Beach Club, Hotel Rosani, Restoran Kunyit Bali, Kafe Jadi, Restoran & Bar Warisan, Hotel Aneka Beach, Kafe Stadium Kuta, Masakan Indonesia, Polisi Pariwisata, Hotel La Taverna, Hotel Segara Village, Vila Amansari, Vila Mahagiri, Kafe Mona Lisa, Warung Lilla, Kafe Jepun, Restoran Apa Kabar, Hotel Griya Santrian, dan Hotel Puri Dalem Sanur.

Berdasarkan beberapa contoh data yang didapatkan dari penggunaan bahasa Indonesia di industri pariwisata seperti telah disebutkan di atas, menunjukkan bahwa perencanaan bahasa Indonesia belum berjalan maksimal terutama dalam hal pelaksanaan atau implementasi. Artinya, perencanaan bahasa Indonesia di bidang pembakuan dan juga penyerapan unsur asing sudah ada, akan tetapi pada tahap pelaksanaan dan evaluasi tidak berjalan dengan baik.

Keberhasilan perencanaan suatu bahasa tidak hanya ditentukan oleh faktor perencanaannya, tetapi justru yang penting adalah implementasi dan penilaian atau evaluasinya. Betapa pun baiknya perencanaannya, kalau tidak ada ketegasan di pihak pengambil kebijakan dan juga tidak ada sikap positif di pihak pengguna bahasa itu, perencanaan bahasa tidak akan berarti apa-apa.

Fenomena penggunaan bahasa Indonesia di industri pariwisata seperti di atas tampaknya kelemahan ada baik pada pengambil kebijakan maupun sikap pengguna bahasanya. Belum adanya ketegasan dari pengambil kebijakan di bidang bahasa menyebabkan pembakuan khususnya bidang kosa kata tidak berjalan dengan baik. Di samping itu, fenomena di atas juga disebabkan oleh sikap pengguna bahasa Indonesia. Dalam hal ini jelas terlihat pengguna bahasa Indonesia di kalangan industri pariwisata belum menunjukkan sikap positif terhadap bahasa Indonesia. Terbukti, dalam pemberian nama produk industri pariwisata yang mestinya menjadi ciri pariwisata Indonesia mereka lebih cenderung menggunakan bahasa asing.

Langkah-langkah untuk Mengatasi Masalah

Masalah perencanaan bahasa sebenarnya harus dikelola oleh pengambil kebijakan secara nasional yaitu pemerintah melalui badan atau instansi yang telah ditentukan. Dalam hal ini, di Indonesia telah ada Balai Bahasa yang merupakan lembaga yang membidangi masalah perencanaan bahasa Indonesia. Akan tetapi, perlu disadari bahwa faktor keberhasilan perencanaan bahasa ditentukan oleh beberapa faktor baik faktor intern bahasa itu maupun faktor di luar masalah bahasa. Sehubungan dengan fenomena penggunaan bahasa Indonesia di

industri pariwisata sebagaimana ditunjukkan oleh data di atas, permasalahan perencanaan bahasa disebabkan oleh faktor di luar bahasa yaitu pengambil kebijakan dan sikap pengguna (penutur) bahasa Indonesia.

Berkaitan dengan kebijakan di bidang bahasa dibutuhkan kesungguhan pengambil kebijakan. Kesungguhan itu tidak hanya dalam melahirkan kebijakan-kebijakan yang berguna bagi pengembangan bahasa Indonesia, tetapi juga harus diwujudkan melalui penyediaan dana untuk hal itu. Di samping itu, harus ada kemauan politis dari para penentu kebijakan bahwa pengembangan bahasa Indonesia juga merupakan bagian dari pembangunan nasional sehingga diberikan perhatian yang sama dengan sektor yang lain. Dengan demikian nantinya pembinaan dan pengembangan bahasa Indonesia secara umum termasuk dalam fenomena yang dikaji dalam tulisan ini dapat dilakukan dengan maksimal yang pada akhirnya mampu menumbuhkan sikap positif para penutur bahasa Indonesia. Artinya, dengan mengadakan pembinaan dan pengembangan bahasa secara serius melalui berbagai media diharapkan menumbuhkan sikap positif penutur terhadap bahasa Indonesia. Apabila sikap positif ini tumbuh dan berkembang pada pengguna bahasa Indonesia akan menumbuhkan penghargaan kepada bahasa Indonesia. Akhirnya, bahasa Indonesia dapat digunakan sesuai dengan fungsinya dan sistem bahasa Indonesia yang berlaku.

Terkait dengan fenomena yang dikaji dalam tulisan ini, misalnya harus ada kebijakan dalam memberikan nama hotel, restoran, atau produk industri pariwisata lainnya dengan nama bahasa Indonesia. Artinya, pemakaian bahasa Indonesia dikedepankan barulah bahasa asingnya. Contoh:

Selamat Datang di Bali
Welcome to Bali

Keluar
Exit

Masuk
In

Hotel Griya Santrian
Griya Santrian Hotel

Kafe Mona Lisa
Mona Lisa Cafe

Restoran Kunyit Bali
Kunyit Bali Restaurant

Fakta menunjukkan bahwa perhatian para penutur bahasa Indonesia terhadap bahasa Indonesia masih bermasalah. Apalagi mereka tidak berkecimpung langsung dengan dunia

bahasa itu, maka muncullah anggapan bahasa Indonesia adalah urusan para guru bahasa Indonesia saja. Hal semacam inilah yang menunjukkan tidak adanya sikap positif terhadap bahasa Indonesia yang pada akhirnya menghasilkan pemakaian bahasa Indonesia yang asal-asalan. Anggapan lainnya adalah menggunakan bahasa Indonesia kurang memberikan prestise dibandingkan dengan bahasa asing. Oleh karena itu, tidaklah mengherankan banyak kata asing digunakan di tengah-tengah penggunaan bahasa Indonesia yang sebenarnya tidak perlu.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan uraian di atas dapatlah disimpulkan bahwa perencanaan bahasa sangat dibutuhkan dalam usaha membina dan mengembangkan suatu bahasa termasuk bahasa Indonesia. Proses perencanaan bahasa meliputi beberapa tahapan, yaitu: (a) perencanaan status (*language policy planning, language status planning*) atau sering pula dikatakan sebagai perencanaan untuk perencanaan (*language for language planning*), (b) perencanaan korpus (*language corpus planning*) atau (*language development*), (c) pelaksanaannya (*implementation*), (d) penilaian (evaluasi).

Untuk melihat pelaksanaan proses perencanaan bahasa dalam bahasa Indonesia, dalam tulisan ini digunakan penggunaan bahasa Indonesia di industri pariwisata khususnya industri pariwisata Bali sebagai suatu studi kasus. Berdasarkan proses perencanaan bahasa status bahasa Indonesia telah ditetapkan menjadi bahasa nasional dan bahasa negara di negara Republik Indonesia. Artinya, dari segi status bahasa Indonesia telah memiliki status yang tidak perlu dipermasalahkan lagi.

Berdasarkan fenomena penggunaan bahasa Indonesia di industri pariwisata Bali, dapat disimpulkan perkembangan pariwisata memberikan dampak positif dan negatif terhadap bahasa Indonesia. Positif ditandai oleh munculnya kata-kata baru yang dapat memperkaya kosa kata bahasa Indonesia, sedangkan negatifnya, bahasa Indonesia belum digunakan sebagai bahasa utama dalam mewadahi produk-produk industri pariwisata.

Apabila fenomena di atas dihubungkan dengan proses perencanaan bahasa, dapat dikatakan bahwa dalam penggunaan bahasa Indonesia di industri pariwisata Bali proses perencanaan bahasanya belum berjalan maksimal terutama tahap pelaksanaan dan penilaian. Artinya, perencanaan bahasanya sudah ada namun tidak berjalan maksimal pada tahapan pelaksanaan dan evaluasi. Hal ini disebabkan adanya faktor penentu kebijakan yang kurang tegas dan tidak adanya sikap positif pengguna bahasa Indonesia terhadap bahasa Indonesia.

Saran

Penelitian "Penggunaan Bahasa Indonesia di Industri Pariwisata: Studi Kasus Perencanaan Bahasa pada Industri Pariwisata Bali" ini masih merupakan penelitian awal. Hasil yang diharapkan adalah mengetahui proses perencanaan bahasa Indonesia di industri pariwisata sudah berjalan atau belum. Ternyata, berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa proses perencanaan bahasa Indonesia di industri pariwisata Bali belum berjalan dengan baik khususnya proses perencanaan pelaksanaan atau implementasi dan penilaian. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi hal itu dan langkah-langkah yang perlu dilakukan demi perkembangan bahasa Indonesia di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Hasan dkk. (2003). *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia. Edisi Ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. (2004). *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chambers, J.K. (2003). *Sociolinguistics Theory: Linguistic Variation and its Social Significance. Second Edition*. Malden USA: Blakwell Publishers.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa. Edisi Keempat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Djajasudarma, Hj. T. Fatimah. (2006). *Metode Linguistik: Ancangan Metode Penelitian dan Kajian*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Geriya, Wayan. (1996). *Pariwisata dan Dinamika Kebudayaan Lokal, Nasional, Global: Bunga Rampai Antropologi Pariwisata*. Denpasar: Upada Sastra.
- Hadi, Sutrisno. (1984a). *Metodologi Research 1*. Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada.
- Hadi, Sutrisno. (1984b). *Metodologi Research 2*. Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada.
- Halim, Amran (ed.). (1984). *Politik Bahasa Nasional 2*. Jakarta: PN Balai Pustaka.
- Holmes, Janet. (1992). *An Introduction to Sociolinguistics*. New York: Longman.
- Hudson, R.A. (1986). *Sociolinguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Jendra, I Wayan. (2007). *Sosiolinguistik: Teori dan Penerapannya*. Surabaya: Paramita.
- Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata R.I, (2009). *Undang-Undang R.I. No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan*. Jakarta.
- Kridalaksana, Harimurti. (2008). *Kamus Linguistik. Edisi Keempat*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Mahsun. (2005). *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Jakarta: Rajawali Press.
- Moleong, Lexy J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muslich, Masnur dan I Gusti Ngurah Oka. (2010). *Perencanaan Bahasa pada Era Globalisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nababan, P.W.J. (1984). *Sosiolinguistik: Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Gramedia.
- Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011: *Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Nasional Tahun 2010-2025*.

- Pastika, I Wayan. (2004).” Antropologi Linguistik vs Linguistik Antropologi vs Sociolinguistik”. Dalam Bawa, I Wayan dan I Wayan Cika (Penyunting). *Bahasa dalam Perspektif Kebudayaan*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Sudaryanto. (1993). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Linguistik*. Jakarta: Duta Wacana University Press.
- Wijana, I Dewa Putu dan Muhammad Rohmadi. (2006). *Sociolinguistik: Kajian Teori dan Analisis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.