

Citra Bahasa Indonesia pada Penamaan Fasilitas Pariwisata Lombok Barat

Agusman ^{a,1*}, Uwi Martayadi^{a,2},

^aDosen Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram, Jln. Panji Tilar Negara No.99x Kekalik Jaya Mataram, Indonesia, 081909307924
suganam90@gmail.com¹

Tahapan Artikel	Diterima: 1 Oktober 2022	Direvisi: 15 November 2022	Tersedia Daring: 1 Desember 2022
ABSTRAK			
<p>Penggunaan bahasa Indonesia harus ditempatkan pada urutan pertama sehingga bahasa asing diposisikan setelah bahasa Indonesia/daerah. Namun demikian, fakta di lapangan cukup berbeda dari apa yang diharapkan dan dijabarkan dalam peraturan tersebut. Faktanya ialah nama-nama fasilitas pariwisata di kawasan Lombok Barat dan sekitarnya didominasi oleh penggunaan bahasa asing. Hal tersebut lantas membuat citra bahasa Indonesia hilang dan loyalitas terhadap bahasa Indonesia pun semakin menurun. Tujuan penelitian ini penelitian ialah mendeskripsikan citra bahasa Indonesia pada nama-nama fasilitas pariwisata di kawasan Lombok Barat. Metode penelitian yang digunakan ialah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah teknik catat dengan data penelitian berupa kata-kata yang memuat nama hotel, vila, kafe, dan restoran yang diperoleh dari fasilitas pariwisata. Teknik analisis data yang digunakan ialah deskriptif dengan membandingkan, menjelaskan dan menafsirkan data serta menarik simpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nama fasilitas pariwisata di kawasan Lombok Barat didominasi oleh bahasa asing baik pada hotel, vila, kafe maupun restoran. Terdapat pola penamaan berupa menggunakan bahasa asing keseluruhan, menggunakan bahasa Indonesia/daerah dan campuran. Citra bahasa Indonesia pada nama-nama fasilitas pariwisata sangat tidak baik karena dinilai tidak memiliki gaya dan daya tarik sehingga dikalahkan oleh bahasa asing. Buruknya citra bahasa Indonesia merupakan implikasi dari rendahnya sikap bahasa masyarakat terhadap bahasa nasional.</p>			
Kata Kunci	Bahasa Indonesia, Pariwisata		
ABSTRACT			
<p><i>The use of the Indonesian language must be placed first so that the foreign language is positioned after the Indonesian/regional language. However, the facts on the ground are quite different from what is expected and described in the regulation. The fact is that the names of tourism facilities in West Lombok and its surroundings are dominated by the use of foreign languages. This then makes the image of the Indonesian language disappear and loyalty to the Indonesian language decreases. The purpose of this research is to describe the image of the Indonesian language on the names of tourism facilities in the West Lombok area. The research method used is descriptive qualitative. The data collection technique used is a note-taking technique with research data in the form of words containing the names of hotels, villas, cafes, and restaurants obtained from tourism facilities. The data analysis technique used is descriptive by comparing, explaining and interpreting the data and drawing conclusions. The results showed that the names of tourism facilities in the West Lombok area were dominated by foreign languages in hotels, villas, cafes and restaurants. There is a naming pattern in the form of using a whole foreign language, using Indonesian/regional and mixed languages. The image of the Indonesian language in the names of tourism facilities is not very good because it is considered not to have style and attractiveness so that it is defeated by foreign languages. The poor image of the Indonesian language is an implication of the low attitude of the community towards the national language.</i></p>			
Keywords	Indonesian Language, Tourism.		

PENDAHULUAN

Lombok Barat merupakan konteks destinasi pariwisata yang sangat diminati sehingga menjadi lokasi favorit penginapan dan berbagai aktivitas/kegiatan wisata bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Misalnya, kawasan Senggigi dan sekitarnya menyediakan berbagai fasilitas dan tempat wisata yang mewah dan gemerlap. Berkembangnya pariwisata pada konteks demikian membuat wilayah tersebut menjadi heterogen dari sisi interaksi kebahasaan. Implikasi dari berkembangnya interaksi kebahasaan tersebut ialah adanya interaksi bahasa yang bersifat kompleks baik pada aspek berbicara/menulis. Hal tersebut berarti bahwa di daerah kawasan pariwisata yang terkenal terdapat interaksi bahasa (penggunaan bahasa) yang beragam dalam komunikasi, yaitu campur kode antara bahasa satu dengan bahasa lainnya. Pola interaksi dalam hal komunikasi yang beragam mengakibatkan sarana dan prasarana dan penutur bahasa harus disesuaikan dengan bahasa wisatawan, yaitu bahasa asing. Dalam konteks pariwisata bahasa asing dipersepsikan memiliki gengsi tersendiri (Sukmawati et al., 2013).

Konteks pariwisata secara faktual menunjukkan berbagai bentuk fenomena kebahasaan. Satu dari beberapa fenomena tersebut ialah penamaan fasilitas pariwisata menggunakan bahasa asing, misalnya, *Paradise Hotel and Restaurant* atau pada slogan *yuk kita healing!*, *welcome*, *order here*, *bar and resto*, dan sebagainya. Hal ini merupakan bentuk implikasi dari arus modernisasi dan globalisasi sehingga generasi milenial memiliki konsep bahwa bahasa asing memiliki gengsi yang lebih tinggi daripada bahasa Indonesia. Hal ini diperkuat dengan pernyataan yang menunjukkan adanya penurunan sikap berbahasa Indonesia di kalangan generasi milenial dari sisi menghargai penggunaan dan posisi bahasa Indonesia (Ramdhani & Enawar, 2019). Selain itu, penggunaan bahasa Indonesia menunjukkan adanya fenomena berupa posisi bahasa Inggris yang menempati urutan pertama. Hal ini dipertegas oleh pernyataan tentang bahasa Indonesia pada sarana prasarana wisata (Sutarma & Sadia, 2017).

Penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik memiliki aturan tersendiri, yaitu berada pada ranah bahasa deskriptif. Ranah deskriptif merujuk kepada aspek penggunaan bahasa pada konteksnya baik sesuai kaidah atau tidak. Namun, hal yang menjadi permasalahan dalam hal ini ialah eksistensi bahasa Indonesia sebagai jati diri bangsa di tengah kuatnya pengaruh bahasa asing. Eksistensi bahasa Indonesia harus diutamakan sebagai pemersatu budaya dan bangsa (Bulan, 2019). Bahasa Indonesia sebagai pemersatu harus digunakan sesuai konteks dan aturan oleh penuturnya sehingga citra bahasa Indonesia tidak memudar. Hal ini bisa dilihat dari pernyataan tentang pudarnya pesona bahasa Indonesia di kalangan remaja (Kusumawati, 2018).

Sementara itu, penelitian bahasa Indonesia pada konteks pariwisata dilakukan oleh Riana et al. (2017) yang memaparkan bahwa terdapat pola perubahan kesantunan berbahasa Indonesia yang dilakukan saat berbahasa. Hal tersebut dilakukan untuk menarik minat terhadap konteks tujuan dari pembicaraan tersebut. Putu & Sadia (2013) memaparkan bahwa bahasan Indonesia pada konteks pariwisata memberikan dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif pariwisata bagi bahasa Indonesia ialah bertambahnya kosa kata baru, sedangkan dampak negatifnya ialah bahasa Indonesia belum mendapatkan peran skaligus fungsi yang utama dalam mawadahi produk-produk yang terdapat pada konteks pariwisata. Dalam konteks bahasa Indonesia sebagai subdisiplin keilmuan, bahasa memiliki berbagai sistem, kategori, dan aturan. Hal tersebut tampak pada kategori fonologi, morfologi, sintaksis dan semantik dan sistem sintagmatik dan paradigmatis. Semua hal tersebut harus digunakan sesuai kaidah dan fungsi masing-masing sehingga membentuk suatu bahasa yang baik berdasarkan konteks dan benar sesuai kaidah kebahasaan (Sukarto, 2019).

Bahasa Indonesia dari sisi keilmuan merujuk kepada kategori mikro dan makro. Mikro akan berkaitan dengan sistem bahasa itu sendiri, yaitu bunyi, kelas kata, farasa, kluasa, kalimat, wacana dan seterusnya dan sisi makro akan berkaitan dengan bahasa dalam hubungannya dengan ilmu lain, misalnya bahasa dengan sosial yang berada pada ranah keilmuan sosiolinguistik dan sebagainya. Untuk menuju konteks bahasa dalam penggunaannya yang didasarkan atas aturannya maka dibutuhkan suatu pembinaan baik secara formal maupun nonformal. Pembinaan tersebut merujuk kepada kegiatan yang berkaitan

langsung dengan pemahaman mengenai bahasa dari sisi mikro dan makro tersebut sehingga penutur akan memiliki pemahaman yang berkontribusi langsung terhadap kedisiplinan dan sikap bahasa yang tinggi (Tarigan, 2019).

Bahasa Indonesia dan lingkungan pariwisata merupakan dua ranah yang merujuk kepada bahasa sebagai simbol atau tanda yang digunakan untuk memberikan pemaknaan. Berbagai bentuk ekspresi dan maksud atau tujuan disimbolkan dengan tanda bahasa baik. Secara khusus, pariwisata merupakan basis penggunaan bahasa Indonesia yang bersifat *hyper sign* sehingga menimbulkan beragam pemahaman (Piliang, 2013). Dalam tindakan komunikatif penutur dan pendengar harus memiliki kompetensi bahasa yang sesuai agar makna yang disampaikan dan yang akan dipahami dapat diterima dengan baik dan maksimal (Rahmansyah & Nursalim, 2020).

Penggunaan bahasa Indonesia pada ruang publik memang masih menyisakan berbagai fenomena yang menjadi pekerjaan rumah banyak ahli bahasa. Sebagaimana yang telah dilakukan Suyanu et al. (2020) menunjukkan hasil melalui penyuluhan objek sasaran berupa penutur bahasa Indonesia, yaitu guru se-kecamatan Jonggat dapat meningkatkan kemampuan menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar pada media luar ruang. Penelitian tersebut didasarkan atas fakta berupa penggunaan bahasa di luar ruang masih jauh dari harapan mengenai citra bahasa Indonesia sebagai identitas nasional. Murcahyanto (2014) menunjukkan bahwa bahasa Indonesia di kalangan masyarakat Kalijaga dipengaruhi oleh aspek fonologi dan morfologi bahasa Sasak sehingga dalam bertutur bahasa Indonesia masyarakat sering berpola seperti bahasa Melayu pada zaman dahulu. Aprila Diniarti & Haeruddin (2021) menjelaskan bahwa bahasa Indonesia digunakan dengan perpaduan bahasa daerah (dwibahasa) di kawasan Selong Lombok Timur. Hal tersebut dilakukan karena bahasa mempermudah komunikasi antara masyarakat yang tinggal di kota Selong dengan sifat yang heterogen. Najamuddin (2018) melakukan penelitian mengenai kesalahan dalam penggunaan bahasa Indonesia yang tidak sesuai dengan kaidah kebahasaan pada tulisan karangan siswa kelas VIII MTs di kecamatan Peringgarata. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa tulisan siswa masih menunjukkan kesalahan dalam menggunakan kaidah bahasa Indonesia untuk menulis karangan.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini mengarah kepada kajian mengenai citra bahasa Indonesia pada penamaan fasilitas pariwisata di kawasan Lombok Barat. Dengan demikian, tujuan penelitian ini ialah untuk menjelaskan bagaimana citra bahasa Indonesia pada penamaan fasilitas pariwisata. Penelitian ini sangat penting dilakukan untuk menunjukkan kesadaran masyarakat bahasa dalam membentuk dan mengembangkan loyalitas berbahasa pada segala aspek kehidupan. Selain itu, penelitian ini juga penting dilakukan sebagai bahan penyuluhan kegiatan pembinaan dan pengembangan bahasa Indonesia dalam konteks menjaga eksistensi bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional pada ruang publik khususnya pada konteks pariwisata.

METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Dikatakan kualitatif karena didasarkan kepada kriteria yang mencakup kepada (a) objek kajian, yaitu istilah atau nama-nama fasilitas pariwisata; (b) wujud data, yaitu aspek verbal/bahasa tulis; (c) dari segi prosedur pengumpulan data, yaitu peneliti berperan sebagai instrumen langsung melalui penggunaan teknik dokumentasi melalui teknik catat. Hal ini sesuai dengan pernyataan Haris (2011:3) tentang pelaksanaan penelitian kualitatif. Sementara itu, jenis penelitian ini yang digunakan ialah studi kontrasif bahasa. Studi kontrasif bahasa yang digunakan ialah bahasa Indonesia dan bahasa asing dalam penggunaannya pada nama-nama fasilitas pariwisata di daerah kawasan Lombok Barat dan sekitarnya.

Data dalam penelitian ini ialah deskripsi nama destinasi wisata yang menggunakan bahasa asing atau perpaduan antara bahasa Indonesia dengan bahasa asing. Sementara itu, sumber data dalam penelitian ini ialah konteks atau tempat-tempat (destinasi) wisata terkenal yang tersebar di kawasan Lombok Barat dan sekitarnya baik pada hotel, restoran atau kafe yang menggunakan penamaan dengan bahasa Indonesia atau bahasa asing. Sementara itu, teknik pengumpulan data yang digunakan ialah teknik catat dan dokumentasi. Teknik catat digunakan untuk pengumpulan data berupa mencatat nama-nama destinasi

wisata di kawasan Lombok Barat. Sementara itu, teknik dokumentasi digunakan untuk mengambil rekam jejak berupa gambar tempat destinasi yang menunjukkan penamaan tersebut.

Teknik analisis data yang digunakan ialah dengan teknik deskriptif-kualitatif dengan pola membandingkan (kontrastif). Teknik deskriptif ini dijabarkan dengan reduksi data, penyajian data, analisis data, dan penarikan simpulan. Reduksi data merujuk kepada penyesuaian data dengan fokus permasalahan untuk memudahkan klasifikasi data sesuai kebutuhan. Penyajian data merujuk kepada kegiatan menampilkan data penelitian dalam bentuk tabel atau bagan dan sebagai yang memudahkan proses analisis data. Analisis data merujuk kepada proses penjelasan secara mendalam data yang disajikan dengan pola deskripsi dan perbandingan. Sementara itu, tahap terakhir yaitu penarikan simpulan merujuk kepada penjelasan akhir dan penyatuan dari beberapa fakta dan hasil analisis yang ditemukan dalam proses penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut hasil temuan penamaan fasilitas pariwisata di kawasan Lombok Barat dan sekitarnya untuk melihat bagaimana citra bahasa Indonesia.

Tabel I
(Nama Fasilitas Pariwisata)

Penamaan menggunakan bahasa asing (bahasa Inggris)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>My Corner Coffe and Resto</i> - <i>The Office Bar and Restaurant</i> - <i>Happy Cafe</i> - <i>Coffe Time</i> - <i>Coco Loco Café</i> - <i>Central Inn Senggigi</i> - <i>Holiday Resort</i> - <i>The Jungle Villas</i> - <i>Pacific Beach Cottages</i> - <i>Svarga Resort Lombok</i> - <i>Coconut Station</i>
Penamaan menggunakan campuran bahasa	<ul style="list-style-type: none"> - Bahari <i>Cafe and Karaoke</i> - Kebun <i>Villa and Resort</i> - Puri Bunga <i>Beach Cottage</i> - Puri Mas <i>Boutique Resort and Spa</i> - Matahari <i>Villas</i> - Marina <i>Café</i> - Sahara <i>Café</i> - Bahari <i>Cafe and Karaoke</i> - Dpuncak Lombok - Egy <i>Cafe</i>
Penamaan menggunakan bahasa Indonesia/daerah	<ul style="list-style-type: none"> - Hotel Sendok - Puri Saron - Bukit Senggigi - Bintang Senggigi - Panorama - Hotel Melati - Sekotong Indah



Berdasarkan temuan di atas, dapat dijelaskan bahwa bahasa yang digunakan dalam penamaan fasilitas pariwisata di Lombok Barat dan sekitarnya masih didominasi oleh bahasa asing, terutama bahasa Inggris. Data di atas merupakan sebagian nama-nama fasilitas pariwisata yang lebih menggunakan bahasa asing dan bisa dikatakan hampir semua fasilitas pariwisata lebih banyak menggunakan penamaan dengan bahasa asing. Kategori penggunaan bahasa dalam menamai fasilitas pariwisata tersebut ialah menggunakan bahasa asing secara keseluruhan, campuran bahasa (bahasa asing dengan bahasa Indonesia/daerah) dan menggunakan bahasa Indonesia/daerah. Secara umum konteks pariwisata cenderung menggunakan bahasa asing karena memiliki daya jual yang lebih tinggi daripada bahasa Indonesia. Terlepas dari kemampuan bahasa Indonesia dalam merepresentasikan makna, bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional sekaligus identitas nasional harus dijaga dan dilestarikan. Bahasa Indonesia merupakan bahasa nasional dan telah tercantum dalam UUD 1945 pasal 36 serta dijabarkan dalam UU No. 24 tahun 2009 mengenai tata aturan penggunaan bahasa Indonesia. Selain itu, bahasa Indonesia ialah bahasa persatuan karena mampu menghubungkan semua suku di Indonesia menjadi kesatuan yang tak terpisahkan (Marsudi, 2008). Namun, berdasarkan temuan tersebut rupanya bahasa Indonesia dalam bingkai persatuan masih menyisakan berbagai fenomena dan pekerjaan panjang. Bagaimana tidak bahasa Indonesia sebagai bahasa persatuan masih belum dikatakan maksimal dalam penggunaannya di bidang pariwisata.

Penamaan menggunakan bahasa asing sebagaimana yang tampak pada tabel di atas menunjukkan bahwa sikap atau loyalitas bahasa masih rendah. Terlebih lagi generasi milenial dewasa ini cenderung menggunakan bahasa asing sebagai alat komunikasi karena menunjukkan sisi gaya serta memiliki nilai lebih unggul. Jika dilihat, maka sesungguhnya generasi milenial merupakan penggerak utama dalam menyuarakan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional. Namun demikian, yang ditemukan ialah sejumlah fasilitas pariwisata lebih mengutamakan bahasa asing karena terkesan lebih bergengsi. Hal ini merupakan bukti kontras antara menjaga eksistensi bahasa Indonesia pada generasi milenial sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Putri (2017). Pada dasarnya tidak ada yang salah dengan penguasaan bahasa asing, namun yang seharusnya dilakukan ialah mengedepankan bahasa nasional dalam penggunaannya di segala bidang dan menjaga bahasa daerah yang kemudian diakhiri dengan konsep penguasaan bahasa asing. Namun, yang terjadi dewasa ini ialah penguasaan bahasa asing yang secara perlahan mengalahkan posisi bahasa nasional.

Bahasa Indonesia yang digunakan pada ruang publik harus mengikuti tata aturan sebagaimana yang telah dijabarkan oleh pemerintah. Hal tersebut perlu dilakukan untuk menunjukkan sikap kepedulian dan menjaga bahasa nasional sebagai identitas suatu negara. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Dewantara et al., (2019) bahwa satu dari cara memberikan insersi nilai-nilai dalam membangun sikap bahasa ialah dengan pembelajaran menggunakan bahasa Indonesia. Hal demikian juga bisa dikaitkan dengan memberikan penjelasan kepada *stake holder* pariwisata untuk menyusun berbagai dokumen hingga kepada penamaan sejumlah fasilitas menggunakan bahasa Indonesia. Hal tersebut dilakukan untuk menumbuhkembangkan sikap bahasa yang tinggi terhadap bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional.

I. Penamaan Fasilitas Pariwisata Menggunakan Bahasa Asing

Daerah kawasan Lombok Barat dan sekitarnya merupakan ranah destinasi wisata yang terkenal dan menyediakan berbagai macam fasilitas pariwisata. Hampir semua fasilitas pariwisata menggunakan penamaan dengan bahasa asing. Bahkan tempat pangkas rambut saja menggunakan istilah asing, yaitu *barber shop*. Bukan berarti memperlumahkan bahasa asing, melainkan pemetaan dan penjelasan bagaimana penggunaannya agar tidak mengalahkan posisi penggunaan bahasa nasional. Hal tersebut bukanlah tugas penyuluh atau dari badan bahasa saja, melainkan juga tugas semua warga masyarakat untuk menjaga bahasa nasional. Hal ini bisa disandingkan dengan pernyataan Assapari (2014) mengenai eksistensi bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional.

Penamaan fasilitas pariwisata menggunakan bahasa asing seperti *My Corner Coffee and Resto*,

The Office Bar and Restaurant, Happy Cafe, Coffee Time, Holiday Resort, The Jungle Villas dan sebagainya menunjukkan rendahnya sikap loyalitas terhadap bahasa Indonesia bahkan citra bahasa Indonesia bisa dikatakan hilang. Hal tersebut dikarenakan posisi utama ialah bahasa asing yang memiliki sifat universal dan memiliki gengsi tersendiri. Hal tersebut berpengaruh kepada eksistensi bahasa Indonesia karena bisa saja dengan mudah untuk memudar (Kusumawati, 2018). Secara sekilas, nama-nama fasilitas tersebut memang terdengar bergengsi karena menggunakan bahasa asing, misalnya *My Corner Coffe and Resto*. Nama tersebut bagi generasi milenial serta zaman sekarang lebih menarik dan memberikan kesan bagus. Mendengar nama tersebut saja dalam bayangan sudah terpampang tempat minum kopi dengan fasilitas yang mewah, gemerlap, berkelas bahkan bergengsi. Jika dibandingkan dalam terjemahan bahasa Indonesia maka akan menjadi *Pojok Kopi dan Restoranku*. Mungkin terkesan memaksa, namun masih banyak pola nomenklatur dalam menamai segala sesuatu menggunakan bahasa Indonesia. Kasus pada nama *The Jungle Villas* dalam hal ini memiliki konteks sebuah vila yang dibangun pada area hutan dan jika dialihbahasakan akan menjadi *Vila Hutan*.

Kasus penggunaan bahasa asing untuk menamakan fasilitas pariwisata di atas memberikan penjelasan bahwa dalam penggunaan bahasa terdapat istilah slogan yang menjadi ciri khas suatu produk untuk menarik minat konsumen. Terlepas dari ideologi atau pertarungan simbolik mengenai penggunaan nama fasilitas pariwisata menggunakan bahasa asing tersebut, yang terpenting ialah bagaimana semua nama-nama tersebut bisa diberikan penjelasan bahwa seharusnya menggunakan bahasa Indonesia untuk menunjukkan eksistensi serta merepresentasikan berbagai nilai-nilai kearifan lokal yang tersirat di dalamnya. Misalnya, *The Jungle Villas* bisa diubah nama menjadi *Pondok Hutan*. Kata *Pondok* bagi konteks masyarakat timur merujuk kepada tempat singgah sementara yang bersifat sederhana dan disesuaikan dengan keadaan sekitar sehingga berkesan membaaur dengan alam atau menyatu dengan alam. Dengan demikian, terdapat banyak kemungkinan nama yang bisa diberikan kepada fasilitas pariwisata dengan menggunakan bahasa Indonesia dan hal tersebut sangat bergantung kepada sikap dan pemahaman masyarakat (khususnya pemangku kepentingan) dengan harapan bisa menunjukkan eksistensi bahasa Indonesia sebagaimana yang dijelaskan oleh Anto et al. (2019) dan Bulan (2019).

Fenomena kebahasaan berupa penamaan fasilitas pariwisata yang menggunakan bahasa asing merupakan hal yang sangat dilematis. Hal tersebut dikarenakan akan berhadapan dengan masyarakat yang memiliki konsep paraktis dalam hal pengembangan bisnis. Maka tidak heran, jika berkunjung ke daerah yang memiliki destinasi prioritas skala internasional maka yang akan ditemukan ialah berbagai nama fasilitas, ikon, petunjuk arah, bahkan menu makanan yang tersedia pun menggunakan bahasa asing. Daerah di kawasan Lombok Barat seperti wilayah Senggigi menunjukkan kasus tersebut yang hampir semua nama hotel, vila bahkan kafe dan restoran menggunakan istilah asing. Memang terkesan bergengsi, namun ada yang hilang yaitu identitas daerah dengan berbagai kearifannya.

2. Penamaan Fasilitas Pariwisata Menggunakan Bahasa Campuran (bahasa asing dan bahasa Indoensia/daerah)

Temuan kedua yaitu penamaan fasilitas menggunakan bahasa campuran (bahasa asing dengan bahasa Indonesia/daerah) dengan pola berdampingan atau setara. Hal tersebut bisa dilihat pada contoh Bahari *Cafe and Karaoke, Kebun Villa and Resort, Puri Bunga Beach Cottage, Puri Mas Boutiqu, Resort and Spa, Matahari Villas* dan seterusnya. Kategori penamaan fasilitas pariwisata seperti ini masih bisa dikatakan lebih baik daripada menggunakan bahasa asing secara keseluruhan. Namun, jika berpatokan kepada peraturan penggunaan bahasa Indonesia maka hal tersebut tidak sesuai. Ketidaksesuaian tersebut tampak pada memberikan kesetaraan pada bahasa asing. Posisi bahasa asing tidak lah setara, namun berada pada posisi setelah bahasa nasional dan bahasa daerah dan hal tersebut merupakan fenomena pengaruh bahasa Indonesia oleh bahasa asing di tengah arus globalisasi sebagaimana yang diungkapkan oleh Annisa (2019).

Aturannya penggunaan bahasa Indonesia dan asing ialah bahasa nasional digunakan pada urutan

pertama yang kemudian diikuti oleh bahasa asing. Misalnya, Puri Bunga *Beach Cottage* ditulis menjadi *Pondok Pantai Puri Bunga* yang kemudian diikuti dengan bahasa asing (bahasa Inggris). Fenomena seperti ini tidak bisa dipungkiri karena pada dasarnya konteks pariwisata merupakan lahan bisnis global yang sangat disesuaikan dengan pergerakan serta minat pasar dunia. Jadi, tidak heran jika sejumlah penamaan fasilitas atau nama-nama suatu *brand* dipadukan dengan bahasa asing sehingga fenomena kebahasaan yang berkaitan dengan sikap bahasa yang rendah tidak bisa dihindari sebagaimana yang telah dipaparkan oleh Samaya (2018) mengenai sikap masyarakat terhadap bahasa Indonesia.

Nama 'Puri Bunga' (pada nama Puri Bunga *Beach Cottage*) jika dipahami menunjukkan makna sisi kearifan dan nilai sejarah. Jika ditelisik lebih jauh lagi, maka kata *puri* merupakan bahasa Indonesia yang menandakan ciri khas sekaligus identitas sejarah Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat pada kandungan makna yang terdapat pada kata *puri* sebagai serapan dari bahasa Sanskerta yang berarti 'istana'. Tidak ada yang salah jika menggunakan beberapa diksi bahasa Sanskerta untuk menamai fasilitas pariwisata. Bahkan hal tersebut menunjukkan eksistensi identitas nasional di tengah kuatnya pasar bisnis pariwisata dunia untuk menjadi ikon utama Indonesia. Namun, rupanya yang terjadi ialah memberikan penghargaan kepada bahasa asing secara berlebihan. Selain itu, masyarakat telah berubah pola dengan lebih memuja dan men-dewa-kan bahasa asing. Entah berkaitan dengan politik bahasa atau tidak, yang terpenting ialah bagaimana mengenal eksistensi bahasa sendiri sebagai tanda pengenalan di tengah pergaulan dunia. Penggunaan bahasa campuran dalam hal ini dikaitka dengan dwibahasa. Kasus penggunaan dwibahasa tersebut akan berhadapan dengan pengurangan kekuatan atau auran berbahasa karena telah mengacaukan sistem suatu bahasa. Adanya fenomena kebahasaan berupa penggunaan dwibahasa tersebut menunjukkan adanya sistem bahasa yang dikurangi sebagaimana yang diungkapkan oleh Adipurwawidjana (2019).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penamaan fasilitas pariwisata dengan perpaduan bahasa Indonesia/daerah dengan bahasa asing. Faktor tersebut ialah adanya kerjasama pihak hotel yang berasal dari luar negeri atau adanya investor luar negeri. Selain itu, perkembangan zaman dan arus globalisasi serta pengaruh *branding* yang menyatakan bahwa istilah asing lebih terkenal dan lebih meyakinkan konsumen untuk berkunjung. Bahkan dalam konteks tata bahasa terdapat istilah permainan bahasa (*language game*) yang bisa dilihat pada berbagai sisi kehidupan. Hal yang sama juga bisa dihubungkan dengan perpaduan bahasa Indonesia dan bahasa asing dalam tingkat permainan bahasa yang memiliki tujuan tertentu. Semua tersebut bertujuan untuk memberikan proposisi yang bersifat mempengaruhi sebagaimana yang dijelaskan oleh Sudaryanto et al. (2019) mengenai peraduan bahasa Indonesia, daerah dan asing melalui seni grafiti.

3. Penamaan Fasilitas Pariwisata Menggunakan Bahasa Indonesia/Daerah

Hal terakhir yang ditemukan ialah penggunaan bahasa nasional/daerah untuk penamaan fasilitas pariwisata. Hal ini merupakan fakta ideal yang diharapkan karena sesuai dengan peraturan penggunaan bahasa nasional dan daerah. Nama-nama fasilitas seperti *Puri Saron*, *Bukit Senggigi*, *Bintang Senggigi*, *Panorama*, *Hotel Melati*, *Sekotong Indah*, *Hotel Gili Nangu* dan sebagainya merepresentasikan loyalitas berbahasa dan menunjukkan sisi identitas nasional sesuai dengan ciri khas daerah masing-masing. Hal ini dapat disandingkan dengan pernyataan penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar dalam konteks formal maupun nonformal (Sukarto, 2019). Penggunaan bahasa Indonesia/daerah untuk penamaan sejumlah fasilitas pariwisata sangat diharapkan untuk terus dipertahankan.

Puri Saron, *Bukit Senggigi*, *Bintang Senggigi*, *Panorama*, *Hotel Melati*, *Sekotong Indah*, *Hotel Gili Nangu* masing-masing menunjukkan sisi identitas nasional. Sebagaimana pemaparan di atas kata 'puri' memiliki arti 'istana' yang diambil dari kata Sanskerta dan hal tersebut terdengar lebih khas jika dibandingkan dengan *Saron Golden* atau *Kingdom Saron*. Nama-nama lain tersebut juga merepresentasikan identitas khas suatu daerah. Hal tersebut berarti bahwa menggunakan bahasa nasional/daerah dalam menamai suatu hal merujuk kepada pola ekspresi jati diri dengan rasa atau sikap kebanggaan terhadap apa yang dimiliki. Jika dibandingkan dari masing-masing nama fasilitas pariwisata di

atas (pada tabel I di atas) maka jelas kolom terakhir menunjukkan sikap bahasa yang tinggi dan lebih menunjukkan identitas nasional di tengah arus perkembangan globalisasi. Nama seperti *Puri Saron*, *Bukit Senggigi*, *Bintang Senggigi* jauh lebih menunjukkan sisi identitas nasional jika disandingkan dengan nama *Holiday Resort*, *Happy Cafe*, *The Jungle Villas* yang terkesan bergaya dan bergengsi namun bersifat semu.

Penggunaan bahasa nasional/daerah dalam penamaan segala sesuatu sangat dianjurkan karena dewasa ini banyak hal kehilangan hakikat diri di tengah padatnya ekspresi semu. Inilah saatnya menunjukkan eksistensi bahasa nasional dengan berbagai macam nilai kearifan dan sejarah yang mendalam. Misalnya, nama seperti *Pondok Damarwulan*, *Pondok Bukit Baskara*, *Hotel Bukit Nirwana* dan sebagainya. Ada beribu macam istilah atau nama yang bisa digunakan jika masyarakat memiliki loyalitas berbahasa yang baik untuk memberikan nama kepada fasilitas pariwisata. Seharusnya pariwisata sebagai ajang ekonomi dan interaksi dunia harus disusun dengan menjadikannya sebagai ranah ekspresi hakikat berbangsa yang lahir dari berbagai macam nilai dan bahasa dengan kelas tinggi seperti yang terdapat pada kitab kuno Kertagama, Sutasoma dan sebagainya. Namun, demikian, masyarakat dewasa ini tengah dihantam dengan pola ketidakelasan sebagaimana zaman Barok pada era setelah Renaisan. Oleh karena itu, dapat dijelaskan bahwa bahasa nasional/daerah memiliki nilai dan sejarah yang mendalam serta memiliki eksistensi yang harus dilestarikan dengan maksimal. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang disampaikan Listiyorini (2008) mengenai eksistensi bahasa nasional dan bahasa daerah.

Penamaan fasilitas menggunakan bahasa Indonesia atau daerah memberikan kesan estetika lokal di hadapan wisatawan. Jika melihat perkembangan geografi wisatawan maka ditemukan bahwa wisatawan luar mendambakan sesuatu yang bersifat alami, lokal dan yang bernilai kearifan. Nama hotel yang menggunakan nama tokoh atau sejenisnya akan memberikan kesan dan rasa keingintahuan mendalam dari wisatawan. Bahkan setiap hotel yang memiliki nama dari seorang tokoh atau memiliki sejarah maka hal tersebut merupakan nilai tambah bagi wisatawan. Dengan demikian, harapan idealnya ialah nama hotel, vila, kafe dan restoran di kawasan pariwisata tetap menggunakan bahasa Indonesia./daerah entah mengambil nama tokoh atau hal yang lain sehingga tempat-tempat pariwisata beserta fasilitasnya memiliki *story telling* yang menarik. Dewasa ini, di kawasan Lombok Barat dan sekitarnya belum terdapat hotel, vila, kafe atau restoran yang menggunakan nama bahasa Indonesia/daerah yang mengarah kepada nama tokoh atau hal yang memiliki nilai dari sisi sejarah. Yang ditemukan ialah nama-nama atau istilah bahasa asing sehingga terkesan menjadi tamu di daerah sendiri.

Penjelasan di atas memberikan pemahaman bahwa penamaan fasilitas pariwisata (bahkan dalam hal lain pun) seharusnya menggunakan bahasa nasional/daerah yang utama. Hal tersebut perlu dilakukan untuk menjaga eksistensi bahasa nasional sehingga citra bahasa Indonesia sangat berharga di hati warga masyarakat. Jika segala penamaan fasilitas pariwisata sebagaimana yang sudah dipaparkan di atas, maka sama saja dengan merusak citra bahasa Indonesia sendiri karena tidak memberikan ruang penggunaan bahkan dianggap tidak memiliki nilai dan gengsi. Semua hal tersebut ialah kasus yang harus ditangani secara bersama untuk menumbuhkembangkan loyalitas berbahasa yang tinggi. Menghargai bahasa akan sejalan sebanding dengan menjaga identitas dan kedaulatan nasional. Dengan demikian, dapat dijelaskan bahwa citra bahasa Indonesia pada penamaan fasilitas pariwisata kawasan Lombok Barat masih sangat rendah. Bahkan citra bahasa Indonesia bisa dikatakan memudar karena nama-nama fasilitas pariwisata lebih menggunakan bahasa asing. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel I di atas, mulai dari nama hotel, vila, kafe dan restoran yang didominasi oleh bahasa asing. Hanya sebagian kecil yang menggunakan penamaan dengan bahasa Indonesia/daerah. Hal tersebut merupakan benih-benih yang lambat laun menjadi lebih besar dan mengancam keberadaan bahasa nasional.

Temuan data di atas dapat dikatakan berbeda dengan hasil kajian yang dilakukan oleh Riana et al. (2017) yang menjelaskan bahwa terdapat perubahan pola kesantunan berbahasa dalam konteks pariwisata demi menarik minat wisatawan. Sementara itu, Putu & Sadia (2013) menemukan bahwa terdapat beberapa kosa kata baru yang muncul dalam konteks pariwisata sebagai hasil interaksi bahasa



secara kompleks. Dengan demikian, penelitian ini menemukan bahwa nama-nama fasilitas pariwisata di Lombok Barat dan sekitarnya masih didominasi oleh penggunaan bahasa asing, yaitu bahasa Inggris. Selain itu, penelitian ini juga berbeda dengan apa yang telah dijelaskan mengenai eksistensi bahasa Indonesia di luar konteks pariwisata sebagaimana yang telah dilakukan oleh (Aprila Diniarti & Haeruddin, 2021; Murcahyanto, 2014; Najamuddin, 2018; Suyanu et al., 2020).

SIMPULAN

Citra bahasa Indonesia pada penamaan fasilitas pariwisata di kawasan Lombok Barat masih sangat rendah bahkan ditempatkan pada posisi setelah bahasa asing. Secara umum fasilitas pariwisata menggunakan penamaan dengan bahasa asing karena memiliki kesan lebih bergengsi dan memiliki daya tarik yang tinggi kepada wisatawan. Banyaknya penggunaan bahasa asing untuk menamakan fasilitas pariwisata juga berimplikasi kepada melemahnya loyalitas berbahasa sehingga bahasa Indonesia cenderung dianggap tidak menarik dan kalah saing jika dibandingkan dengan bahasa asing dan hal tersebut berbanding lurus dengan citra bahasa Indonesia. Penggunaan bahasa asing bertujuan untuk menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung. Penggunaan bahasa asing yang melebihi porsi dalam menamai nama-nama fasilitas pariwisata merupakan kasus yang perlu mendapatkan perhatian khusus. Dengan demikian, melalui penelitian ini diharapkan menjadi rujukan untuk menyusun berbagai kemungkinan strategi aplikatif untuk memberikan pemahaman kompetensi bahasa kepada *stake holder* dan masyarakat yang berada di wilayah pariwisata. Hal tersebut perlu dilakukan untuk membangun sikap positif terhadap bahasa Indonesia dan daerah sehingga citra bahasa Indonesia tetap terjaga sehingga bahasa Indonesia dalam ihwal bahasa nasional memiliki eksistensi kuat sebagai identitas nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Adipurwawidjana, A. J. (2019). Deflasi Semantis dalam Pertukaran antara Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia. *Metahumaniora*, 9(1). <https://doi.org/10.24198/mh.v9i1.23410>
- Annisa, P. (2019). Pengaruh Bahasa Asing terhadap Bahasa Indonesia di Tengah Arus Globalisasi. In *Pengaruh Bahasa Asing terhadap Bahasa Indonesia di Tengah Arus Globalisasi* (Vol. 7, Issue 2).
- Anto, P., Hilaliyah, H., & Akbar, T. (2019). Pengutamaan Bahasa Indonesia: Suatu Langkah Aplikatif. *El Banar : Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1). <https://doi.org/10.54125/elbanar.v2i1.21>
- Aprila Diniarti, D., & Haeruddin, H. (2021). CAMPUR KODE DI LINGKUNGAN MASYARAKAT PANCOR SANGGENG, KABUPATEN LOMBOK TIMUR. *Berajah Journal*, 1(1). <https://doi.org/10.47353/bj.v1i1.6>
- Assapari, M. M. (2014). Eksistensi Bahasa Indonesia sebagai Bahasa Nasional dan Perkembangannya di Era Globalisasi. *Prasi*, 9(35).
- Bulan, D. R. (2019). Bahasa Indonesia sebagai Identitas Nasional Bangsa Indonesia. *Jurnal JISIPOL*, 3(2).
- Dewantara, I. P. M., Suandi, I. N., Putrayasa, I. B., & Rasna, I. W. (2019). Membangun Sikap Bahasa Positif terhadap Bahasa Indonesia. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 2(2). <https://doi.org/10.23887/jppsh.v2i2.15974>
- Kusumawati, T. I. (2018). PUDARNYA BAHASA INDONESIA DI KALANGAN REMAJA. *NIZHAMIAH*, 8(1). <https://doi.org/10.30821/niz.v8i1.254>
- Listiyorini, A. (2008). EKSISTENSI BAHASA DAERAH DAN BAHASA INDONESIA SEBAGAI ALAT KOMUNIKASI DALAM PERSAINGAN GLOBAL. *Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Marsudi, M. (2008). EKSISTENSI BAHASA INDONESIA SEBAGAI BAHASA PERSATUAN. *Jurnal Sosial Humaniora*, 1(2). <https://doi.org/10.12962/j24433527.v1i2.674>
- Murcahyanto, H. (2014). PENGARUH INTERFERENSI TUTURAN BAHASA SASAK DALAM TUTURAN BAHASA INDONESIA PADA MASYARAKAT DESA KALIJAGA. *Jurnal Educatio*, 9(1).
- Najamuddin. (2018). Analisis Kesalahan Pemakaian Ejaan Bahasa Indonesia pada Penulisan Karangan Narasi Siswa Kelas VIII MTs. Syamsul Huda Peresak Desa Sepakek Kecamatan Pringgarata Kabupaten Lombok Tengah. *Jurnal El-Tsaqafah*, XVI(2).

-
- Piliang, Y. A. (2013). Posmodernisme Dan Hipermodernitas: Hibriditas Tanda Dan 'Matinya' Realitas. *Linguistika Kultura*, 6(3).
- Putri, N. P. (2017). EKSISTENSI BAHASA INDONESIA PADA GENERASI MILLENNIAL. *Die Satzung Des Völkerbundes*, 05.
- Putu, I. G., & Sadia, I. K. (2013). PENGGUNAAN BAHASA INDONESIA DI INDUSTRI PARIWISATA: STUDI KASUS PERENCANAAN BAHASA PADA INDUSTRI PARIWISATA BALI. *Sosial Dan Humaniora*, 3(2).
- Rahmansyah, S., & Nursalim. (2020). KOMPETENSI BAHASA DAN KOMPETENSI KOMUNIKATIF. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 7(1).
- Ramdhani, I. S., & Enawar. (2019). Sikap Berbahasa , Pemertahanan Bahasa , dan Peran Generasi Milenial terhadap Perkembangan Bahasa Indonesia. *Semiba*.
- Riana, R., Setiadi, S., & Pratamanti, E. D. (2017). KESANTUNAN BERBAHASA SEBAGAI SEBUAH STRATEGI UNTUK MEMPERSUASIKAN PROMOSI SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PARIWISATA INDONESIA (STIEPARI) SEMARANG. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 18(2). <https://doi.org/10.26623/jdsb.v18i2.576>
- Samaya, D. (2018). Sikap Bahasa Masyarakat Indonesia Terhadap Bahasa Indonesia (Suatu Tinjauan Kepustakaan). *Bidar: Jurnal Ilmiah Kebahasaan Dan Kesastraan*, 8(2).
- Sudaryanto, S., Sugiarto, K., & Restiana, M. (2019). Wacana Grafiti Bak Truk dalam Bahasa Indonesia, Bahasa Daerah, dan Bahasa Asing. *DEIKSIS*, 11(03). <https://doi.org/10.30998/deiksis.v11i03.3778>
- Sukarto, K. A. (2019). BAHASA INDONESIA YANG BAIK DAN BENAR: SUATU ANCANGAN PEMBINAAN DAN PENGEMBANGAN BAHASA. *Pujangga*, 4(2). <https://doi.org/10.47313/pujangga.v4i2.702>
- Sukmawati, Nurhayati, & Iswary, E. (2013). Penggunaan Bahasa Indonesia pada Informasi Layanan Umum dan Layanan Niaga di Kota Kendari. *Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 2(1).
- Sutarma, I. G. P., & Sadia, I. K. (2017). PENGGUNAAN BAHASA INDONESIA DI INDUSTRI PARIWISATA: STUDI KASUS PERENCANAAN BAHASA PADA INDUSTRI PARIWISATA BALI. *Soshum: Jurnal Sosial Dan Humaniora*.
- Suyanu, B., Saharudin, & Hidayat, R. (2020). Penyuluhan Penggunaan Bahasa Indonesia di Media Luar Ruang Kepada Guru Se-Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah. *Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(4).
- Tarigan, R. (2019). Pembinaan Dan Pengembangan Dalam Penggunaan Bahasa Indonesia Yang Baik Dan Benar. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 05(01).