

PARIWISATA DALAM PERSPEKTIF SOSIOLINGUISTIK

¹Heriyanto

¹Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Padjadjaran
heriyanto@unpad.ac.id

ABSTRAK

Artikel ini membahas pariwisata khususnya teks kepariwisataan dalam perspektif sosiolinguistik. Berdasarkan kajian sebelumnya, bahasa memainkan peran yang tidak kecil dalam dunia kepariwisataan, namun belum banyak mendapat tempat dalam kajian pariwisata (Dann, 1996). Dalam artikel ini, penulis mencoba mengkaji teks kepariwisataan dari sudut pandang sosiolinguistik dengan metode deskriptif. Teori sosiolinguistik yang dijadikan landasan adalah teori-teori dari Wardhaugh (1986), Holmes (1992), dan Stockwell (2002). Teori kepariwisataan yang digunakan adalah teori yang dikemukakan oleh Dann (1996) dan Theobald (2005). Simpulan dari kajian dalam artikel ini adalah bahwa teks pariwisata banyak terkait dengan interaksi antara wisatawan dengan *host* atau penduduk setempat di mana faktor sosial dan jarak sosial memainkan peran yang penting. **Kata kunci:** *pariwisata, sosiolinguistik, faktor sosial, jarak sosial*

ABSTRACT

This article discusses tourism, especially tourism texts in sociolinguistic perspective. Based on the previous research, it can be said that language, although it plays an important role in world tourism, it still has not had proper place in the study of tourism (Dann, 1996). In this article, the writer tries to discuss tourism texts from sociolinguistic perspective with descriptive analysis. Sociolinguistic theories applied in this study are those from Wardhaugh (1986), Holmes (1992) and Stockwell (2002). Theories on tourism in this article are those from Dann (1996) and Theobald (2005). The conclusion indicates that a great deal of tourism texts are related to the interactions between the tourist and the host, where social factors and social distance play an important role.

Keywords: *tourism, sociolinguistics, social factors, social distance*

I PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan bisnis raksasa yang keberadaannya memainkan peran yang tidak kecil dalam perkembangan ekonomi di banyak negara, dan melibatkan berbagai sektor serta disiplin ilmu (Dann, 1996; Theobald, 2005). Selain ilmu yang berkaitan dengan bisnis kepariwisataan, ilmu lain yang juga terkait adalah ilmu bahasa (linguistik), namun meskipun kontribusinya dalam setiap aktivitas kepariwisataan cukup signifikan, kajian bahasa dalam kepariwisataan masih terbatas (Dann, 1996). Oleh karena itu, dalam artikel ini penulis mencoba mengaitkan kegiatan kepariwisataan dengan teks kepariwisataan dan interaksi wisatawan dengan *host* atau penduduk setempat serta penjual jasa dan barang, dari sudut pandang sosiolinguistik.

II BAHASA, KOMUNIKASI, DAN PARIWISATA

Setiap penggunaan bahasa, dalam ruang lingkup sekecil apa pun, misal percakapan antara seorang wisatawan dengan *host* atau seseorang dari penduduk setempat, tidak lepas dari apa yang dalam sosiolinguistik disebut interaksi atau hubungan yang terjadi di antara penutur dan petutur yang sudah barang tentu ada konteks sosialnya, dan dalam

konteks sosial yang berbeda biasanya muncul ragam bahasa yang berbeda pula. Dengan kata lain, dalam hidup sehari-hari, manusia bisa dikatakan tidak dapat lepas dari bahasa yang mereka gunakan untuk berkomunikasi, oleh karena itu disebutkan dalam berbagai kajian bahwa bahasa adalah alat komunikasi verbal yang berkaitan dengan berbagai aspek kehidupan, seperti dapat dilihat pada definisi yang diberikan Kridalaksana (2008) yang menyatakan bahwa bahasa merupakan sistem lambang bunyi yang arbitrer, yang dipergunakan oleh para anggota suatu masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasi diri. Karya tulis yang mengkaji bahasa tentu harus pula membahas hubungan antara bahasa dan masyarakat penuturnya, dan juga mengkaji berbagai fungsi bahasa dalam masyarakat. Untuk itu perlu terlebih dahulu memberikan definisi yang jelas tentang dua hal tersebut. Yang pertama adalah apa yang disebut masyarakat atau *society*. Menurut Wardhaugh (1986) *a society is any group of people who are drawn together for a certain purpose or purposes*, jadi suatu masyarakat tentunya memiliki tujuan hidup mereka, dan untuk mencapai tujuan tersebut mereka harus melakukan berbagai aktivitas, termasuk di dalamnya melakukan komunikasi yang harus ditunjang dengan bahasa. Adapun bahasa atau *language* menurutnya adalah apa yang digunakan para anggota masyarakat tertentu dalam berbicara, dengan kata lain *a language is what the members of a particular society speak*, yang menunjukkan bahwa setiap kelompok masyarakat memiliki bahasanya sendiri-sendiri di mana setiap bahasa bisa memiliki ciri yang sama dengan bahasa lain, bisa pula menunjukkan adanya perbedaan (Wardhaugh, 1986).

Dalam kaitannya dengan permasalahan masyarakat dan bahasa, seorang pakar antropologi, Koentjaraningrat, menyatakan bahwa *masyarakat* adalah sekumpulan manusia yang saling bergaul atau berinteraksi, dan satu kesatuan manusia tersebut mempunyai berbagai prasarana yang dapat digunakan oleh warganya untuk saling berinteraksi seperti telah disebut tadi. Selain itu, satu masyarakat juga harus mempunyai suatu ikatan yang khusus yang menyatukan mereka, misalnya pola tingkah laku dan ikatan adat istiadat, serta alat komunikasi tentunya, yaitu bahasa (Koentjaraningrat, 1990; Alwi dkk., 2003). Adapun *bahasa*, selain seperti yang telah dibahas di atas tadi, sangat erat berkaitan dengan identitas, baik identitas individual maupun identitas kelompok. Dengan kata lain bahasa merupakan salah satu *identitas* suatu masyarakat, dan hal inilah yang menjadi dasar pemikiran penulis mengapa artikel ini membahas *bahasa* (khususnya *sociolinguistik*) dan *pariwisata*.

Diungkapkan dalam bentuk wacana seperti apa pun, identitas bisa saja muncul, seperti dalam teks wisata budaya Bali berikut ini, yang bukan ditulis dalam bahasa Bali. Pembaca bisa memahami identitas melalui adat istiadat dan kepercayaan masyarakat Bali, serta beberapa istilah yang khas ada di masyarakat Bali. Salah satu identitas yang muncul adalah bahwa masyarakat Bali mayoritas memeluk agama Hindu, dan masih banyak yang rumahnya beratap *lalang*.

*It can be made sacred by the chanting of mantras by the **pedandas** (high priest). Holy water is an agent of the power of God. There are various ways to obtain holy water, the most common is by receiving it from a **pemangku** (lay priest). It also can be water that has been in contact with a **lalang** roof (a type of grass thatching). **Lalang**, which covers homes throughout **Bali**, has been considered, since early **Hindu** lore, to have been the first plant to appear in the world (Garuda, Juli 1995).*

Adapun cabang linguistik (ilmu tentang bahasa) yang mempelajari hubungan dan saling pengaruh antara perilaku bahasa dan perilaku sosial disebut *sociolinguistik* (Kridalaksana, 2008). Menurut Fairclough (1996) *sociolinguistik* berkembang antara lain juga disebabkan oleh adanya pengaruh dari bidang ilmu di luar linguistik, seperti

antropologi dan sosiologi. Hal ini merupakan reaksi dari kurangnya kajian bahasa yang berkaitan dengan variasi atau ragam bahasa yang membahas kelaziman penggunaan bahasa pada kondisi tertentu dalam kehidupan sosial masyarakat. Para ahli bahasa memandang sosiolinguistik sebagai kajian yang saling melengkapi dengan kajian tata bahasa, karena tata bahasa mempelajari kaidah-kaidah yang seharusnya diikuti, seperti struktur frasa, klausa, dan kalimat; sedangkan sosiolinguistik membahas variasi-variasi yang hidup dan berkembang di tengah-tengah masyarakat, lepas dari sesuai atau tidak dengan kaidah bahasa yang berlaku, misalnya dalam bahasa Inggris standar dikenal struktur *he is my brother*, namun di kalangan orang kulit hitam dan juga di kalangan anak-anak, struktur *he my brother* sudah lazim muncul.

Dengan demikian, sosiolinguistik menunjukkan adanya korelasi yang sistematis antara variasi-variasi linguistik, seperti fonologi, morfologi dan sintaksis di satu pihak, dengan variasi-variasi sosial, seperti tingkat atau strata sosial, hubungan antara para partisipan dalam sebuah komunikasi, situasi dan kondisi serta hal-hal lainnya yang terkait dengan variasi atau perbedaan yang ada di antara para anggota masyarakat penutur suatu bahasa, seperti dikatakan pula oleh Stockwell berikut ini.

*There are two types of variable in social investigation. The **social variable** is the factor that determines a variation in language. Possible social factors include gender, geography, age, occupation, and so on. The **linguistic variable** is the feature that you want to investigate. This might be a language, a dialect, a style, a register, a syntactic pattern, a word/phrase, or a particular sound, for example (Stockwell, 2002).*

Selain itu, dapat pula dikatakan bahwa sosiolinguistik merupakan bidang ilmu yang di dalamnya terdapat kajian-kajian yang menyangkut topik-topik bahasan dari dua disiplin ilmu, yaitu sosiologi dan linguistik, karena dalam berbahasa sehari-hari tidak jarang timbul masalah yang menyangkut penggunaan suatu bahasa di masyarakat, misalnya yang berkaitan dengan sopan santun. Sebagai contoh, dalam bahasa Inggris seorang anak boleh menyapa ayahnya dengan sapaan "*you*" dan itu wajar dalam budaya mereka, tetapi dalam bahasa Indonesia seorang anak tidak boleh menggunakan sapaan "*kamu*" terhadap ayahnya karena sangat tidak sopan dan melanggar etika. Dalam bahasa Jawa ada kata "*kowe*" (ngoko/ bahasa yang digunakan kepada yang lebih rendah atau sesama seperti antar-teman sekolah), ada "*sampeyan*" (kromo madyo/ bahasa yang digunakan untuk sedikit menghormati, ada pula "*panjenengan*" (kromo inggil yang digunakan dengan orang yang sangat dihormati. Semua itu memiliki arti "kamu" tetapi penggunaannya berbeda-beda sesuai sopan-santun atau tata-krama yang berlaku dalam masyarakat Jawa. Hal seperti ini juga menjadi salah satu tujuan dari kajian sosiolinguistik, karena berkembangnya sosiolinguistik itu sendiri disebabkan kebutuhan untuk memecahkan dan mengatasi masalah-masalah dalam masyarakat, khususnya dalam kebahasaan seperti tersebut di atas. Penerjemahan, misalnya, akan sulit dilakukan jika masalah sosial budaya tidak dikuasai dengan baik. Begitu pula pengajaran bahasa, yang mencakup tidak hanya kegiatan pada saat proses belajar-mengajar sedang berlangsung, tetapi juga pada saat perencanaannya.

Holmes memberi penjelasan tentang sosiolinguistik dengan menggambarkan apa saja yang dilakukan oleh pakar sosiolinguistik secara garis besar. Dia menyatakan *sociolinguists study the relationship between language and society* (Holmes, 1992). Dengan demikian para pakar sosiolinguistik tersebut tertarik untuk meneliti dan menjelaskan

mengapa orang berbicara dengan cara yang berbeda jika berada dalam konteks sosial yang berbeda. Cara bicara seorang murid jika sedang berkomunikasi dengan gurunya akan berbeda dengan pada saat dia berbicara dengan teman sebayanya. Ini melibatkan identitas sosial dari penutur dan juga identitas sosial dari orang yang diajak bicara atau petutur. Identitas seorang guru berbeda dengan seorang murid.

Selain itu, sebagai ilmuwan yang mempelajari ciri bahasa, serta hubungan antara para partisipan dalam suatu percakapan, dan di mana percakapan tersebut berlangsung, seorang pakar sociolinguistik juga mengamati lingkungan sosial tempat peristiwa tutur terjadi. Bahkan lebih jauh, jika kajiannya mencakup wilayah yang sangat luas dan dalam kurun waktu yang lama atau berbeda, dia akan melakukan analisis sinkronik dan diakronik dari berbagai dialek sosial yang berbeda, termasuk di dalamnya variasi-variasi yang ada dalam sebuah bahasa.

Oleh karena itu pengetahuan akan sociolinguistik dapat dimanfaatkan dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain dalam kehidupan bermasyarakat, juga untuk memilih ragam bahasa yang tepat, dalam arti bahasa seperti apa yang harus digunakan jika berbicara dengan orang tertentu, dengan anak-anak, ayah, kakek dan dengan teman sepergaulan. Hal ini juga penting untuk membedakan ragam bahasa yang mana yang di pakai dalam komunikasi sehari-hari, dan ragam bahasa seperti apa yang digunakan dalam sebuah penulisan karya ilmiah atau karya sastra, karena ragam bahasa tersebut memiliki karakteristik yang berbeda-beda, baik yang menyangkut kosa-kata maupun yang menyangkut strukturnya.

Kembali ke permasalahan bahasa dan pariwisata, yang sering terjadi adalah bahwa calon wisatawan sering kurang mendapat informasi akan keunikan atau kelebihan suatu destinasi wisata karena sebagian besar informasi yang didapat melalui promosi pariwisata pada umumnya menjanjikan hal atau atraksi yang kebanyakan serupa. Oleh karena itu, penjonolan sesuatu yang unik sekaligus menggelitik yang dikemas dengan bahasa yang apik menarik sangatlah penting. Untuk itu diperlukan pemanfaatan secara maksimal upaya pencitraan melalui bahasa dan simbol-simbol yang secara psikologis bisa membangkitkan sesuatu yang mendorong calon wisatawan yang potensial untuk merealisasikan kunjungannya (Revell, 1993; Goddard, 1998; Phipps, 2006).

Pencitraan suatu destinasi wisata tidak akan membuahkan hasil seperti yang diharapkan jika tidak disertai dengan upaya mengkomunikasikannya kepada masyarakat luas, khususnya kepada calon wisatawan yang potensial, karena pesan-pesan yang hendak disampaikan terhambat oleh kurangnya informasi atas destinasi wisata tersebut. Untuk itu diperlukan penguasaan bahasa yang baik, sesuai dengan tuntutan atau kebutuhan dalam upaya mengkomunikasikan berbagai kegiatan kepariwisataan yang dipromosikan tersebut (Revell, 1993; Goddard, 1998; Phipps, 2006).

Bahasa dan komunikasi merupakan dua istilah yang sudah sering kita dengar. Keduanya berkaitan dengan fungsi dari sebuah bahasa, seperti yang bisa dilihat dari beberapa definisi tentang bahasa dan komunikasi yang tentunya tidak lepas dari pendapat bahwa pada hakikatnya *“language is the system of human communication by means of a structured arrangement of sounds (or their written representation) to form larger units, e.g. morphemes, words, sentences* (Richards et al., 1989).

Berdasarkan definisi tadi dapat dikatakan bahwa bahasa merupakan bunyi yang terstruktur pada saat seseorang berbicara atau dalam ilmu bahasa disebut fonem; dan fonem ini membentuk morfem, kemudian morfem membentuk kata dan seterusnya. Adapun bahasa tulis merupakan representasi dari bahasa lisan. Oleh karena itu bahasa

memiliki apa yang disebut fonem, morfem, kata, frasa, klausa, kalimat dan sebagainya di mana fonologi, morfologi dan sintaksis merupakan sub-sistem dari sebuah sistem yang lebih besar, yakni bahasa. Jadi bahasa bersifat *sistemis*, dalam arti terbentuk dari berbagai sub-sistem tadi. Juga dikatakan sebelumnya bahwa bahasa merupakan *sistem* artinya bahasa itu sendiri terbentuk dari berbagai unsur yang berpola secara tetap, misalnya pola kalimat, dan dapat dikaidahkan. Dengan kata lain, dapat diungkapkan bahwa bahasa merupakan *sistem komunikasi* yang terdiri atas seperangkat bunyi yang terstruktur yang membentuk satuan yang lebih besar, misalnya kata, kalimat, dan wacana, yang secara keseluruhan teratur, tidak tersusun secara acak atau sembarangan. Masing-masing bagiannya berfungsi sesuai dengan kaidah-kaidah yang berlaku umum yang memungkinkan masyarakat penutur bahasa tersebut berkomunikasi satu sama lain dengan baik (Richards et al., 1989; Chaer, 1990; Stockwell, 2002; Kridalaksana, 2008).

Dikatakan tadi bahwa sistem bahasa merupakan lambang-lambang dalam bentuk bunyi yang terstruktur yang tentunya memiliki makna dan konsep. Seperti lambang bahasa yang berbunyi “kuda” yang melambangkan konsep atau makna ‘sejenis binatang berkaki empat yang bisa dikendarai.’ Lambang bunyi bahasa bersifat *arbitrer*. Artinya, hubungan antara lambang dengan yang dilambangkannya tidak bersifat wajib, bisa berubah, dan tidak dapat dijelaskan mengapa lambang lambang tersebut mengonsepi makna tertentu. Namun, meskipun lambang itu bersifat arbitrer, pun bersifat konvensional. Artinya setiap penutur bahasa akan mematuhi hubungan antara lambang dengan dangan yang melambangkan sesuatu, seperti “kuda” yang telah dibicarakan tadi (Richards et al., 1989; Chaer, 1990; Stockwell, 2002; Kridalaksana, 2008).

Dipandang dari persepsi sosiolinguistik, bahasa tidak semata-mata merupakan kajian linguistik saja, karena bahasa memiliki fungsi sosial dan juga politis, seperti yang dikemukakan oleh Holmes (1992) bahwa *“languages are not purely linguistic entities. They serve social functions”*. Dengan demikian, untuk membuat definisi tentang suatu bahasa perlu juga mempertimbangkan fungsi sosial dan fungsi politis bahasa tersebut, di samping tentunya ciri-ciri linguistik yang dimilikinya, seperti yang telah disebutkan dalam bab pendahuluan, di mana bahasa memiliki struktur tertentu, termasuk struktur fonologi, morfologi dan sintaksis, di samping hal-hal yang berkaitan dengan makna yang menjadi kajian semantik. Oleh karena itu, masih menurut Holmes, bahasa dapat dipahami sebagai sekumpulan dialek yang secara linguistis memiliki kesamaan-kesamaan dan digunakan oleh kelompok sosial yang berbeda-beda tetapi merasa memiliki dan menggunakan satu bahasa yang sama yang berfungsi untuk menyatukan mereka dan merupakan suatu representasi yang membedakan mereka dengan kelompok masyarakat lainnya. Definisi ini lebih menekankan fungsi bahasa dalam kehidupan sosial, budaya dan juga politik.

III PARIWISATA DALAM PERSPEKTIF SOSIOLINGUISTIK

Dalam kajian bahasa dan masyarakat penuturnya ada dua istilah yang saling bersinggungan atau tumpang tindih, yakni sosiologi bahasa (*sociology of language*) dan sosiolinguistik (*sociolinguistics*). Sosiologi bahasa merupakan cabang sosiologi yang mempelajari integrasi antara struktur bahasa dan struktur sosial dalam perilaku manusia, sedangkan sosiolinguistik merupakan cabang linguistik yang mempelajari hubungan dan saling pengaruh antara perilaku bahasa dan perilaku sosial (Kridalaksana, 2008). Pendapat lain menyatakan bahwa *sociology of language is the study of language varieties and their users within a social framework, for example the study of language*

choice in bilingual or multilingual nations (Richards et al., 1989). Adapun *sociolinguistics is the study of language in relation to social factors, that is, social class, educational level and type of education, age, sex, ethnic origin etc.* (Richards et al., 1989). Ada juga yang mengatakan bahwa:

Sociolinguistics is the study of the characteristics of language varieties, the characteristics of their functions, and the characteristics of their speakers as these three constantly interact, change and change one another within a speech community (Fishman dalam Chaer dan Agustina, 2004).

Dengan demikian, secara ringkas bisa dikatakan bahwa sosiologi bahasa merupakan cabang sosiologi yang mengkaji kaitan antara variasi bahasa (struktur bahasa) dan struktur sosial masyarakat penuturnya. Adapun sociolinguistik merupakan cabang linguistik yang mengkaji hubungan antara bahasa dan faktor-faktor sosial seperti kelas sosial, latar belakang pendidikan, usia, jenis kelamin dan sebagainya. Oleh karena itu, kajian sociolinguistik akan berkaitan erat dengan pandangan bahwa semua peristiwa tutur tidak lepas dari penggunaan bahasa dan konteks sosialnya; dan setiap konteks sosial yang berbeda akan mengakibatkan munculnya penggunaan bentuk bahasa yang berbeda pula. Selain itu, penggunaan bahasa dalam situasi tertentu akan menentukan sifat/ karakteristik dari peristiwa sosial itu sendiri (Stockwell, 2002).

Dalam kaitannya dengan kepariwisataan, berdasarkan hal-hal seperti tersebut di atas, perlu dipahami terlebih dahulu faktor-faktor sosial yang menyangkut wisatawan, seperti latar belakang budayanya, apakah mereka berasal dari Eropa atau dari Timur Tengah; usia, apakah termasuk kelompok wisatawan remaja, dewasa atau tua. Hal ini penting bagi pemandu wisata dalam pemilihan ragam bahasa yang sesuai dengan situasi dan kondisi, karena penggunaan ragam bahasa yang tidak tepat bisa menimbulkan ketidaknyamanan pada diri wisatawan, dan bisa mengakibatkan timbulnya citra buruk yang bisa berimbas pada jumlah wisatawan yang berkunjung di masa mendatang.

Demikian juga dalam sopan santun berbahasa, di mana lazimnya wisatawan dianggap lebih tinggi status sosialnya, karena bagaimana pun seorang wisatawan adalah 'pembeli' atau 'pelanggan' yang harus diperlakukan dengan baik, karena jika tidak, mereka akan berpaling ke 'penjual' lain. Percakapan berikut memberikan ilustrasi akan pentingnya *politeness* atau kesantunan dalam berbahasa.

Waiter: *Bonjour Madame. Bonjour Monsieur.*

Mrs Drayton: *Bonjour. Have you a table for two, please?*

Waiter: *Certainly. Where would you like to sit? By the window or further back?*

(Revell & Stott, 1993)

Pada percakapan ini tampak bahwa seseorang dengan identitas sebagai *waiter* 'pelayan' memposisikan dirinya di bawah *Mr and Mrs Drayton* yang merupakan wisatawan suami istri. Hal ini tampak pada sapaan yang digunakannya, yakni *Bonjour Madame. Bonjour Monsieur* yang merupakan sapaan hormat. Dengan perlakuan seperti ini diharapkan wisatawan akan merasa senang, di samping kebutuhannya akan makanan yang sesuai selera bisa terpenuhi. Karena bagaimana pun juga kelezatan makanan tidak akan bisa memuaskan dan menyenangkan hati jika tidak ditunjang dengan suasana yang mendukung, baik suasana fisik restoran maupun suasana psikologis pelanggan ataupun wisatawan.

Berdasarkan pilihan kata/ diksi dan struktur kalimat yang digunakan dalam

percakapan tersebut tadi, tampak bahwa tidak hanya faktor-faktor sosial seperti latar belakang pendidikan (kemungkinan Mr and Mrs Drayton berpendidikan lebih tinggi dari *waiter/* pelayan), kelas sosial (mungkin lebih tinggi juga), usia (mungkin lebih tua), jenis kelamin (lelaki dan perempuan), latar belakang etnis (mungkin kulit putih), latar belakang budaya (mungkin juga budaya kulit putih), dan sebagainya yang berpengaruh pada percakapan tersebut. Di sini tampak bahwa jarak sosial/ *social distance* atau keakraban/ *intimacy*, yang merupakan bagian dari dimensi sosial, juga punya peran dalam membuat percakapan tersebut berstruktur seperti itu.

Adapun yang dimaksud dengan jarak sosial/ *social distance* adalah *the feeling a person has that his or her social position relatively similar to or relatively different from the social position of someone else* (Richards et al., 2002). Seperti telah disebutkan di atas tadi, jarak sosial merupakan bagian dari dimensi sosial/ *social dimension* yang memiliki empat komponen, yaitu:

- Skala jarak sosial,
- Skala status/ hubungan antarpartisipan,
- Skala formalitas,
- Skala yang berkaitan dengan topik interaksi (Holmes, 1992).

Secara lebih rinci dapat diikuti penjelasan keempat hal tersebut di atas dan kaitannya dengan kepariwisataan sebagai berikut.

1. Yang pertama adalah skala jarak sosial (*social distance scale*) yang berkaitan dengan jauh dekatnya hubungan antarpartisipan (*participant relationships*). Sebagai contoh dapat dilihat percakapan antara *Mary Burton* dan *Hassan Labidi* di mana mereka menggunakan nama kecil untuk saling menyapa, seperti tampak berikut ini.

Labidi: *Hello again, Mary. Was the journey over with the tour group all right?*

Burton: *Fine. There weren't too many problems. Just the usual things to take care of*

Labidi: *Well, the weather looks very good, so I think you'll have a quiet week.*

Burton: *Thank you, Hassan*

(Revell and Stott, 1993).

Percakapan di atas merupakan percakapan antara dua orang yang sudah saling mengenal dan bisa dikatakan cukup akrab karena mereka saling menyapa dengan nama kecil atau *first name*, yakni *Mary* dan *Hassan* yang memiliki nama lengkap *Mary Burton* dan *Hassan Labidi*. Di samping itu, *Hassan* menggunakan ungkapan *Hello again, Mary*, bukan *Good morning, Miss Burton* yang merupakan bentuk formal atau bentuk hormat. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa mereka memiliki hubungan yang dekat atau intim sehingga solidaritas di antara mereka tinggi (*intimate high solidarity*), sebaliknya adalah yang disebut sebagai *distant low solidarity* yang biasanya muncul pada percakapan orang-orang yang baru saling mengenal atau yang status sosialnya berbeda sehingga mereka saling menjaga jarak (Holmes, 1992). Skala jarak sosial seperti ini dapat digambarkan dengan bagan berikut, di mana pada ujung kiri tertera apa yang disebut *Intimate High Solidarity* (yang paling akrab/ intim) dan pada ujung kanan adalah yang disebut *Distant Low Solidarity* (paling tidak akrab atau ada jarak di antara partisipan).

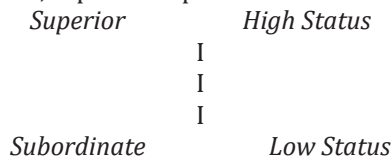
Intimate High Solidarity ----- Distant Low Solidarity

Ihwal penggunaan nama kecil atau *first name* dalam menyapa seseorang, menurut Wardhaugh (1986) merupakan indikasi adanya hubungan yang cukup akrab di antara partisipan. Wardhaugh menyatakan bahwa *knowing and using the first name is, of course, a sign of considerable intimacy or at least of a desire for such intimacy.*

Dari pendapat ini terungkap bahwa kedekatan hubungan antara dua orang dapat dilihat dari kata sapaan di antara mereka. Jika tadi *Hassan* menyapa *Mary Burton* dengan menggunakan nama kecil yang menunjukkan keakraban, mungkin orang yang lebih akrab dengan *Mary*, katakanlah kakeknya, akan menyapa dengan ungkapan yang lebih intim, misalnya '*Hi, Mary darling*', atau contoh dalam bahasa Indonesia 'Apa kabar sayang, liburan nanti kita ke Bali yuk'.

Hal ini berbeda dengan sapaan pada percakapan antara seorang *waiter* dengan Mr dan Mrs Drayton di mana digunakan sapaan *Madame* dan *Monsieur* karena ada jarak di antara mereka. Selain itu, *waiter* juga ingin menunjukkan rasa hormat kepada tamunya, yang tentunya ini juga berkaitan dengan upaya *waiter* untuk memberi kenyamanan dan kepuasan kepada pelanggan.

2. Yang ke dua adalah yang dalam sociolinguistik disebut skala status (*status scale*). Pada skala status ini hubungan antarpartisipan diamati berdasarkan tinggi atau rendahnya status mereka, seperti tampak berikut ini.



Pada bagan ini tampak skala yang menunjukkan perbedaan status antarpartisipan di mana yang memiliki status tinggi akan menjadi superior dan yang memiliki status rendah akan menjadi subordinat. Adapun yang dimaksud dengan status adalah *the amount of respect, admiration or importance given to a person, organization, or object* (*Cambridge Advanced Learner's Dictionary*). Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa pada umumnya penghormatan yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain sedikit banyak akan bergantung pada status yang melekat atau dimiliki oleh orang-orang tersebut. Hal ini tampak pada percakapan di bawah yang menunjukkan status dan hubungan antarpartisipan.

Waiter : *Did you enjoy your meal, Mr Farr?*

Customer : *Yes, it was very nice indeed. I haven't eaten so well for years.*

Could I have the bill now, please?

Waiter : *Certainly, sir. I have it ready here*

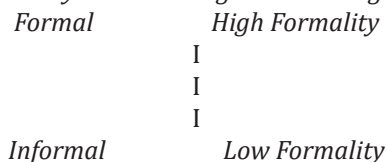
(Revell & Stott, 1993)

Dalam percakapan ini yang memiliki status lebih tinggi adalah *Mr Farr* sebagai *customer* atau pelanggan, di mana biasanya penjual akan memperlakukan pembeli/ pelanggan dengan baik sebagai salah satu upaya agar transaksi bisnisnya berjalan lancar dan memberinya keuntungan. Dengan demikian, yang menjadi *superior* atau yang posisinya lebih tinggi dalam percakapan ini adalah *Mr Farr*. Ditinjau dari sudut pandang sociolinguistik, tindakan pelayan/ *waiter* menyapa pelanggan/ *customer* dengan sapaan *Mr Farr* secara implisit dan eksplisit menunjukkan bahwa pelayan memposisikan dirinya sebagai *subordinate* karena dalam bahasa Inggris sapaan *Mr* yang diikuti dengan nama keluarga *Farr*, bukan nama kecil/ panggilan menunjukkan penghormatan kepada orang yang disapa. Selain itu, pelayan juga menyapa *Mr Farr* dengan sapaan *sir* 'tuan' yang menunjukkan penghormatan pula.

Dalam kaitannya dengan kepariwisataan, sopan santun berbahasa atau *politeness* memainkan peran yang tidak kecil, karena yang dicari oleh wisatawan tidak hanya keamanan, kenyamanan, daya tarik dan keunikan destinasi wisata, kelancaran perjalanan, tetapi juga interaksi yang menyenangkan dengan orang-orang yang

dijumpainya, termasuk pemberi jasa wisata dan penduduk setempat/ *host* (Dann, 1996; Weaver & Oppermann, 2000; Theobald, 2005; Phipps, 2006).

3. Skala yang berkaitan dengan keformalan berbahasa, karena dalam interaksi tertentu, terutama situasi resmi, orang harus menggunakan bahasa formal, dengan kata lain bentuk ini adalah *a formality scale relating to the setting or type of interaction*.



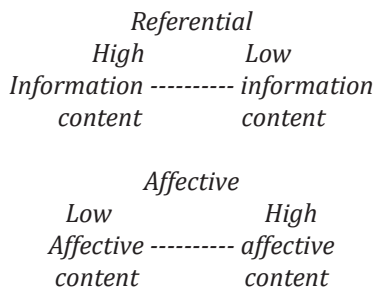
Skala ini menunjukkan keformalan dalam suatu percakapan atau interaksi dan juga keformalan situasi. Biasanya situasi formal akan membuat orang memilih ragam formal untuk berinteraksi, misalnya dalam suatu rapat, seminar, pidato dan sebagainya. Sebaliknya dalam situasi tidak formal di mana tidak dituntut penggunaan bahasa formal, dengan sendirinya orang akan memilih bahasa yang juga tidak formal, misalnya dalam percakapan sehari-hari antarteman atau dalam percakapan akrab di antara anggota keluarga. Sebagai contoh dapat dilihat percakapan berikut ini.

Harding: *Good morning, Mr Leong. My name's George Harding. I'm with the International Legal Computing Association. We're starting to prepare next year's conference. We'd like to hold it in Hong Kong, so I thought I'd give you a ring to see if you can offer any assistance.*

Leong: *We'd be very glad to help, Mr Harding.*
(Revell and Stott, 1993)

Karena situasi pada percakapan ini bersifat formal, maka tingkat keformalan yang ada pada percakapan ini juga tinggi. Hal ini tampak pada pola sapaan dengan menyebut *Mr* serta penggunaan nama keluarga bukan nama kecil. Konstruksi yang digunakan juga bentuk sopan formal yang ditandai dengan kata *would* seperti pada konstruksi *I'd give (I would give)* dan *We'd be (We would be)*. Selain itu, keformalan juga tampak pada pilihan kata, seperti *assistance* yang bisa dipadankan dengan *help*, serta *I'd give you a ring* yang bisa dipadankan dengan ungkapan sehari-hari *call* 'menelpon'.

4. Skala yang berkaitan dengan tujuan atau topik dalam percakapan atau interaksi yang berupa dua skala fungsional yang tidak dapat begitu saja dipisahkan karena begitu erat hubungan keduanya, dengan kata lain bentuk ini adalah *two functional scale relating to the purposes or topic of interaction*.



Bagan ini menggambarkan skala yang keduanya menunjukkan besar kecilnya atau seberapa besar pesan atau informasi yang bisa ditangkap dalam suatu percakapan

atau peristiwa tutur. Di sini dapat dilihat bahwa jika seorang penutur menyampaikan suatu informasi disertai dengan ungkapan perasaannya, maka *functional scale* menunjukkan apa yang disebut dengan *Low information content – High affective content*. Sebaliknya, jika dalam suatu peristiwa tutur seorang penutur hanya memberikan informasi tanpa dipengaruhi oleh perasaannya, seperti misalnya seorang pembicara dalam sebuah seminar membacakan makalahnya, yang pada lazimnya bersifat objektif dan ilmiah, maka *functional scale* menunjukkan *High information content-Low affective content* (Holmes, 1992). Berikut ini contoh tuturan yang menunjukkan *Low information content – High affective content* karena tingginya atau banyaknya ungkapan perasaan penutur dan rendahnya atau sedikitnya informasi baik yang bersifat umum maupun khusus dalam bidang tertentu. Kutipan ini menggambarkan ungkapan perasaan seorang anak sekolah yang harus menanggung malu karena suatu peristiwa yang terjadi di kelasnya.

I walked out of school that day, and for a long time I didn't go back very often. There was shame there; and now there was shame everywhere. It seemed like the whole world had been inside that classroom, everyone had heard what the teacher had said, everyone had turned around and felt sorry for me (Goshgarian, 1990).

Paragraf ini menggambarkan rasa malu yang amat sangat yang dirasakan oleh penutur akibat apa yang dikatakan oleh gurunya. Apa yang diungkapkan dalam tuturan ini merupakan perasaan subjektif penutur, dan tidak banyak mengandung informasi baik yang bersifat umum, maupun yang bersifat khusus. Hal ini bisa dibandingkan dengan tuturan berikut ini yang bersifat objektif dan memberi informasi bagi pendengar atau pembacanya. Paragraf di bawah ini bisa merupakan bagian dari suatu diskusi atau seminar atau kegiatan yang bersifat objektif dan berisi informasi-informasi baik yang umum maupun khusus, serta tidak mengandung perasaan atau subjektivitas penutur atau penulis.

Today tourism has grown significantly in both economic and social importance. The fastest growing economic sector of most industrialized countries over the past several years has been in the area of services. One of the largest segments of the service industry, although largely unrecognized as an entity in some of these countries, is travel and tourism (Theobald, 2005).

Di sini tampak perbedaan karakteristik antara kutipan sebelumnya yang bersifat afektif dan kutipan ini yang bersifat informatif.

IV SIMPULAN

Bahasan ini menunjukkan bahwa bahasa pariwisata memiliki karakteristik tertentu. Selain itu, interaksi antara wisatawan dengan *host* atau penduduk setempat menunjukkan kecenderungan bahwa wisatawan diposisikan sebagai orang yang lebih tinggi derajatnya. Hal ini terjadi karena seorang wisatawan adalah seorang “pembeli” baik sebagai pembeli barang maupun jasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Hasan dkk. 2003. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
Chaer, Abdul. 1990. *Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
Chaer, Abdul dan Agustina. 2004. *Sociolinguistik Perkenalan Awal*. Bandung: Rineka Cipta.
Dann, Graham. 1996. *The Language of Tourism: A Sociolinguistic Perspective*. Oxon: Cab International.

- Fairclough, Norman. 1996. *Language and Power*. Essex: Longman Ltd.
- Goddard, Angela. 1998. *The Language of Advertising: Writing Texts*. London: Routledge.
- Goshgarian, Gary. 1990. *The Contemporary Reader*. Northeastern: Harper Collins Publishers.
- Holmes, Janet. 1992 & 2001. *An Introduction to Sociolinguistics*. Essex: Pearson Education Limited.
- Koentjaraningrat. 1990. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Kridalaksana, Harimurti. 2008. *Kamus Linguistik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- MacCannell, Dean. 1976. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: McGraw-Hill.
- McQuarrie, Edward F., and David Glen Mick. 1996. "Figures of Rhetoric in Advertising Language", *Journal of Consumer Research*, no 22 (March).
- Mey, Jacob L. 2001. *Pragmatics: An Introduction*. Oxford: Blackwell: Publishing.
- Nababan, P.W.J. 1993. *Sosiolinguistik Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Paltridge, Brian. 2000. *Making Sense of Discourse Analysis*. Queensland: Gold Coast.
- Phipps, Alison. 2006. *Learning the Arts of Linguistic Survival*. Clevedon: Channel View Publications.
- Revell, Rod and Chris Stott. 1993. *Five Star English for the Hotel and Tourist Industry*. Oxford: Oxford University Press.
- Richards, Jack C., John Platt, and Heidi Weber. 1989. *Longman Dictionary of Applied Linguistics*. Essex: Longman Group Ltd.
- Richards, Jack C. and Richard Schmidt. 2002. *Longman Dictionary of Language Teaching and Applied Linguistics*. London: Pearson Education.
- Russo, Antonio P., dan Jan van der Borg. 2002. "Planning Considerations in Cultural Tourism" dalam *Journal of Tourism Management*: Elsevier Science Ltd.
- Sarangi, Srikant and Malcolm Coulthard. 2000. *Discourse and Social Life*. London: Longman Group Ltd.
- Stockwell, Peter. 2002. *Sociolinguistics: A Resource Book for Students*. London: Routledge.
- Theobald, William F. 2005. *Global Tourism*. New York: Library of Congress.
- Verhaar, J.W.M. 2001. *Asas-asas Linguistik Umum*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Wardhaugh, Ronald. 1986. *An Introduction to Sociolinguistics*. New York: Basil Blackwell Ltd.
- Weaver, David & Martin Oppermann. 2000. *Tourism Management*. Brisbane: John Wiley Ltd.
- Woodford, Kate dan Guy Jackson (Managing Editors). 2003. *Cambridge Advanced Learner's Dictionary*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Worsdall, Vivien. 1976. *Special English Tourism*. New York: Collier MacMillan International Inc.

Majalah

Garuda, Juli 1995

Travel, April 2014

DestinAsian, Maret 2015